

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



NGUYỄN HOÀNG SƠN

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN
CỦA KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
VIỆT NAM - CHI NHÁNH BÌNH THUẬN**

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

Lâm Đồng - 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



NGUYỄN HOÀNG SƠN

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN
CỦA KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
VIỆT NAM - CHI NHÁNH BÌNH THUẬN**

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 8340101

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN:

1. PGS.TS. ĐINH PHI HỒ
2. PGS.TS. NGUYỄN HỒNG ĐÀM

Lâm Đồng - 2026

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. Đinh Phi Hồ, PGS.TS. Nguyễn Hồng Đàm 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 vàn kiến thức và kinh nghiệm quý giá trong thời gian theo học tại trường;

Lãnh đạo và nhân viên BIDV Bình Thuận đã tạo điều kiện, hỗ trợ trong quá trình thu thập dữ liệu cần thiết phục vụ 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

Tôi tên Nguyễn Hoàng Sơn, là học viên cao học, chuyên ngành Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Phan Thiết xin cam đoan rằng công trình nghiên cứu này là của tôi và do tôi thực hiện. Số liệu và kết quả nghiên cứu này chưa được công bố cho bất kỳ tổ chức hay đơn vị nào và cũng chưa được sử dụng cho bất kỳ hình thức bằng cấp nào. Các thông tin, dữ liệu khảo sát mà tôi sử dụng trong nghiên cứu này hoàn toàn là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.

Tôi xin chịu trách nhiệm về nghiên cứu của mình.

Lâm Đồng, ngày tháng năm 2026

Người thực hiện Đề án

Nguyễn Hoàng Sơn

TÓM TẮT

Đề tài được thực hiện nhằm đáp ứng yêu cầu cấp thiết trong việc nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng doanh nghiệp và tăng cường năng lực cạnh tranh của BIDV – Chi nhánh Bình Thuận trong bối cảnh thị trường tài chính có nhiều biến động. Việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp giúp ngân hàng có cơ sở khoa học để hoàn thiện chính sách tín dụng, nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng để góp phần nâng cao quyết định vay vốn của khách hàng tại ngân hàng. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là xác định các yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của các doanh nghiệp, qua đó đề xuất các hàm ý quản trị phù hợp. Đối tượng khảo sát của đề tài là các khách hàng doanh nghiệp có quan hệ tín dụng tại BIDV Bình Thuận.

Nghiên cứu sử dụng tổng hợp hai phương pháp định tính và định lượng, trong đó phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện nhằm hiệu chỉnh các biến quan sát đo lường cho các khái niệm nghiên cứu thông qua phương pháp thảo luận nhóm; phương pháp nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phân tích dữ liệu được thu thập từ khảo sát 250 khách hàng doanh nghiệp có quan hệ tín dụng với BIDV Bình Thuận. Kết quả phân tích 231 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ cho thấy có 5 trong 6 yếu tố được phân tích có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp với mức độ ảnh hưởng giảm dần lần lượt gồm: Cơ sở vật chất ($\beta = 0.483$); Lãi suất ($\beta = 0.303$); Thái độ nhân viên ($\beta = 0.265$), Thương hiệu ngân hàng ($\beta = 0.215$) và Sự an toàn ($\beta = 0.138$). Trên cơ sở đó, đề tài đã đề xuất các hàm ý quản trị nhằm nâng cao quyết định vay vốn của doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận thông qua các chính sách, bao gồm: cải thiện cơ sở vật chất, hoàn thiện chính sách lãi suất, tăng cường chất lượng đội ngũ nhân viên, nâng cao uy tín thương hiệu và bảo đảm an toàn trong giao dịch. Trên cơ sở đó, nghiên cứu khẳng định rằng việc chú trọng cải thiện các yếu tố có ảnh hưởng mạnh đến quyết định vay vốn, đặc biệt là cơ sở vật chất và chính sách lãi suất sẽ giúp BIDV Bình Thuận nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp trong thời gian tới.

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
TÓM TẮT	iii
MỤC LỤC.....	iv
DANH MỤC BẢNG.....	viii
DANH MỤC HÌNH	ix
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT.....	x
PHẦN I: 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	2
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	3
5. Ý nghĩa của đề tài	4
6. Kết cấu của Đề án tốt nghiệp	4
PHẦN II: NỘI DUNG	6
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	6
1.1. Lý thuyết về ngân hàng thương mại	6
1.2. Lý thuyết về cho vay khách hàng doanh nghiệp.....	7
1.3. Lý thuyết về ý định hành vi	8
1.4. Lý thuyết về quyết định mua hàng	9
1.5 Các học thuyết liên quan.....	10
1.5.1 Thuyết hành động hợp lý (TRA)	10
1.5.2 Thuyết hành vi có kế hoạch (TPB).....	11
1.5.3 Mô hình 5 giai đoạn ra quyết định của Kotler và Keller (2006)	11

1.5.4 Lý thuyết chất lượng dịch vụ.....	13
1.6 Tổng quan các nghiên cứu liên quan	15
1.6.1 Nghiên cứu trong nước	15
1.6.2 Nghiên cứu ngoài nước	18
1.7. Các giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu đề xuất.....	19
1.8 Thang đo nghiên cứu	23
1.9 Phương pháp chọn mẫu và quy mô mẫu.....	26
1.10 Dữ liệu thu thập và công cụ phân tích dữ liệu	27
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	30
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM – CHI NHÁNH BÌNH THUẬN.....	31
2.1 Giới thiệu về Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận	31
2.1.1 Sơ lược về BIDV	31
2.1.2 Sơ lược về BIDV Bình Thuận	33
2.2 Thực trạng hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024.....	36
2.2.1 Tình hình hoạt động kinh doanh của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024	36
2.2.2 Tình hình hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024	38
2.2.2.1 Quy mô và tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay doanh nghiệp giai đoạn 2020 – 2024.....	38
2.2.2.2 Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp	40
2.2.2.3 Tình hình nợ xấu cho vay doanh nghiệp.....	45
2.2.2.4 Hiệu quả cho vay doanh nghiệp.....	47

2.3 Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.....	48
2.3.1 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu	48
2.3.2 Đánh giá độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach’s Alpha	51
2.3.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA	54
2.3.3.1 Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập	54
2.3.3.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc	56
2.3.4 Phân tích hồi quy	58
2.3.4.1 Kết quả phân tích hệ số hồi quy	58
2.3.4.2 Kiểm định độ phù hợp của mô hình.....	58
2.3.4.3 Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết	59
2.3.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu	62
2.3.5 Thảo luận kết quả hồi quy	63
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	66
CHƯƠNG 3: HÀM Ý QUẢN TRỊ NÂNG CAO QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM – CHI NHÁNH BÌNH THUẬN	67
3.1 Định hướng phát triển hoạt động tín dụng doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2025 – 2030	67
3.2 Hàm ý quản trị	68
3.2.1 Đối với yếu tố “Cơ sở vật chất”	68
3.2.2 Đối với yếu tố “Lãi suất”	69
3.2.3 Đối với yếu tố “Thái độ nhân viên”	70
3.2.4 Đối với yếu tố “Thương hiệu ngân hàng”	72
3.2.5 Đối với yếu tố “Sự an toàn”	73
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	75
PHẦN III: KẾT LUẬN.....	76
1. Kết luận.....	76

2. Kiến nghị.....	77
2.1 Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	77
2.2 Đối với Hội sở chính BIDV	77
3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo	78
3.1 Hạn chế của đề tài	78
3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo.....	78
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	79
PHỤ LỤC.....	83

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1	Thang đo nghiên cứu	24
Bảng 2.1	Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024	36
Bảng 2.2	Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay doanh nghiệp giai đoạn 2020 – 2024	38
Bảng 2.3	Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo kỳ hạn của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024	40
Bảng 2.4	Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024	41
Bảng 2.5	Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo ngành kinh tế của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024.....	43
Bảng 2.6	Tình hình nợ xấu và nợ nhóm 2 trong cho vay doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024	45
Bảng 2.7	Hiệu quả cho vay doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024	47
Bảng 2.8	Tổng hợp kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo.....	52
Bảng 2.9	Kết quả kiểm định Barlett và KMO – Biến độc lập	54
Bảng 2.10	Kết quả giải thích phương sai – Biến độc lập.....	54
Bảng 2.11	Kết quả ma trận xoay nhân tố - Biến độc lập	55
Bảng 2.12	Kết quả kiểm định Barlett và KMO - Biến phụ thuộc.....	56
Bảng 2.13	Kết quả giải thích phương sai – Biến phụ thuộc	57
Bảng 2.14	Kết quả ma trận xoay nhân tố - Biến phụ thuộc	57
Bảng 2.15	Bảng ước lượng hệ số hồi quy	58
Bảng 2.16	Tóm tắt mô hình hồi quy	59
Bảng 2.17	Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy.....	59
Bảng 2.18	Kết luận các giả thuyết nghiên cứu.....	62

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1	Mô hình nghiên cứu đề xuất	23
Hình 2.1	Thống kê mô tả mẫu theo Thâm niên công tác tại doanh nghiệp.....	49
Hình 2.2	Thống kê mô tả mẫu theo vị trí công tác tại doanh nghiệp	50
Hình 2.3	Thống kê mô tả mẫu theo Thời gian doanh nghiệp quan hệ tín dụng với ngân hàng.....	51
Hình 2.4	Biểu đồ Histogram.....	60
Hình 2.5	Đồ thị Kiểm định Park.....	61

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Diễn giải
1	NH	Ngân hàng
2	NHTM	Ngân hàng thương mại
3	VC	Cơ sở vật chất
4	TT	Thủ tục cho vay
5	LS	Lãi suất
6	NV	Thái độ nhân viên
7	TH	Thương hiệu ngân hàng
8	AT	Sự an toàn
9	QD	Quyết định vay vốn
10	ANOVA	Phân tích phương sai
11	EFA	Phân tích nhân tố khám phá
12	KMO	Chỉ số được dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố
13	SPSS	Phần mềm xử lý số liệu thống kê
14	VIF	Nhân tố phóng đại phương sai

PHẦN I: MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, vai trò của hệ thống ngân hàng thương mại trở nên đặc biệt quan trọng trong việc điều tiết dòng vốn, hỗ trợ phát triển doanh nghiệp và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Trong đó, hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp giữ vị trí trung tâm, vừa là động lực tăng trưởng tín dụng, vừa là công cụ hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo ra giá trị kinh tế – xã hội lâu dài.

Là một trong bốn ngân hàng thương mại nhà nước lớn nhất tại Việt Nam, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) luôn xác định hoạt động tín dụng doanh nghiệp là mảng kinh doanh chiến lược và chủ lực. Trong hệ thống BIDV, Chi nhánh Bình Thuận đóng vai trò quan trọng trong việc cung ứng vốn cho các doanh nghiệp địa phương, nhất là trong bối cảnh tỉnh Bình Thuận đang đẩy mạnh phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn như năng lượng tái tạo, du lịch và nông nghiệp công nghệ cao. Những năm gần đây, chi nhánh đã đạt được nhiều kết quả tích cực trong mở rộng tín dụng doanh nghiệp, góp phần thúc đẩy tăng trưởng tín dụng và củng cố vị thế BIDV trên địa bàn. Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận vẫn còn đối mặt với nhiều thách thức đáng lưu tâm. Một mặt, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng trên địa bàn khiến việc thu hút và giữ chân khách hàng doanh nghiệp trở nên khó khăn hơn bao giờ hết. Doanh nghiệp ngày càng đặt ra yêu cầu cao về mức lãi suất, thủ tục tín dụng, tốc độ xử lý hồ sơ và chất lượng dịch vụ, buộc ngân hàng phải không ngừng đổi mới nếu muốn giữ vững thị phần. Mặt khác, rủi ro tín dụng, đặc biệt là tỷ lệ nợ xấu trong cho vay doanh nghiệp đang gia tăng trong bối cảnh nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn về dòng tiền, thị trường đầu ra và biến động giá cả đầu vào. Điều này gây sức ép lớn lên chất lượng tín dụng và khả năng kiểm soát rủi ro của chi nhánh. Thêm vào đó, những hạn chế trong huy động vốn, năng lực cán bộ tín dụng, và ứng dụng công nghệ trong phân tích tín dụng cũng đang cản trở

hiệu quả và độ an toàn của hoạt động tín dụng doanh nghiệp. Trong bối cảnh đó, một câu hỏi quan trọng đặt ra là: điều gì ảnh hưởng đến ý định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận? Việc lý giải được các yếu tố tác động đến hành vi vay vốn không chỉ giúp ngân hàng nâng cao chất lượng sản phẩm tín dụng, mà còn là cơ sở để xây dựng chính sách tín dụng phù hợp, gia tăng khả năng tiếp cận vốn của doanh nghiệp và củng cố mối quan hệ khách hàng lâu dài.

Xuất phát từ thực tiễn và yêu cầu cấp thiết nêu trên, đề tài: **“Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận”** không chỉ giúp khám phá, đo lường và phân tích một cách hệ thống các nhân tố tác động đến ý định vay vốn của doanh nghiệp tại chi nhánh mà còn giúp nghiên cứu cung cấp luận cứ thực tiễn làm cơ sở đề xuất các hàm ý khả thi giúp BIDV Bình Thuận nâng cao hiệu quả tín dụng doanh nghiệp, kiểm soát rủi ro và phát triển bền vững trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1 Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận cũng như mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố để từ đó làm cơ sở đề xuất các hàm ý nhằm nâng cao hơn nữa đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại ngân hàng trong thời gian tới.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Để đạt được mục tiêu tổng quát đề tài thực hiện các mục tiêu cụ thể sau:

(i) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

(ii) Xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đó đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

(iii) Đề xuất một số hàm ý quản trị giúp nâng cao quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Với mục tiêu chi tiết của đề tài, các câu hỏi nghiên cứu được trình bày như sau:

(i) Các yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận?

(ii) Các yếu tố đó ảnh hưởng như thế nào đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận?

(iii) Những hàm ý quản trị nào giúp nâng cao quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

Đối tượng khảo sát: Các khách hàng doanh nghiệp sử dụng dịch vụ vay vốn tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

4.2 Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu được thực hiện từ tháng 07/2025 đến tháng 12/2025; Thời gian dự kiến thu thập ý kiến khảo sát cho nghiên cứu dự kiến từ Tháng 09/2025 đến tháng 10/2025.

Phạm vi nội dung: Nghiên cứu chỉ tập trung đến các nội dung liên quan đến việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

5. Ý nghĩa của đề tài

Về mặt lý luận: Nghiên cứu góp phần hệ thống hóa và làm rõ cơ sở lý luận về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại ngân hàng thương mại. Thông qua việc kế thừa và kiểm định các mô hình, khung lý thuyết liên quan, kết quả nghiên cứu cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm, qua đó góp phần bổ sung và hoàn thiện các nghiên cứu trước đây về hành vi tài chính của doanh nghiệp trong lĩnh vực tín dụng ngân hàng, đặc biệt trong bối cảnh các ngân hàng thương mại tại Việt Nam.

Về mặt thực tiễn: Từ việc phân tích dữ liệu thực tế tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận, nghiên cứu xác định được các yếu tố chủ yếu tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu là cơ sở khoa học giúp các nhà quản trị ngân hàng tham khảo trong quá trình hoạch định, điều chỉnh và hoàn thiện các chính sách tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp, nhằm nâng cao hiệu quả thu hút và duy trì khách hàng. Đồng thời, nghiên cứu có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho các nghiên cứu tiếp theo liên quan đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại các ngân hàng thương mại.

6. Kết cấu của Đề án tốt nghiệp

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

Phần I: Mở đầu

Phần II: Nội dung

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Chương 2: Thực trạng hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận

Chương 3: Hàm ý quản trị nâng cao quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận

Phần III: Kết luận

PHẦN II: NỘI DUNG

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

1.1. Lý thuyết về ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại là một định chế tài chính trung gian đóng vai trò cốt lõi trong hệ thống tài chính hiện đại, với chức năng chính là huy động vốn nhàn rỗi trong xã hội và phân bổ lại nguồn vốn đó cho các cá nhân, tổ chức có nhu cầu sử dụng (Mishkin và Eakins, 2018). Theo Luật Các tổ chức tín dụng Việt Nam (sửa đổi năm 2010), ngân hàng thương mại được định nghĩa là loại hình ngân hàng được phép thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan nhằm mục tiêu sinh lời, trong đó hoạt động ngân hàng bao gồm nhận tiền gửi, cấp tín dụng và cung ứng dịch vụ thanh toán.

Hoạt động của ngân hàng thương mại được lý giải thông qua một số học thuyết kinh tế trọng yếu. Thuyết trung gian tài chính cho rằng ngân hàng thương mại tồn tại để khắc phục các thất bại thị trường phát sinh từ thông tin bất cân xứng giữa người tiết kiệm và người đi vay, qua đó làm giảm chi phí giao dịch, chi phí tìm kiếm thông tin và chi phí giám sát (Scholtens và van Wensveen, 2003). Theo đó, ngân hàng không chỉ đóng vai trò là người chuyển vốn mà còn là bộ lọc tín dụng, có chức năng thẩm định, giám sát và quản lý rủi ro tín dụng thay cho người gửi tiền. Bên cạnh đó, thuyết phân bổ tín dụng do Stiglitz và Weiss (1981) phát triển đã chỉ ra rằng trong điều kiện thông tin bất cân xứng, ngân hàng có thể từ chối cho vay ngay cả khi khách hàng sẵn sàng chấp nhận mức lãi suất cao hơn. Hiện tượng này xuất phát từ lo ngại rủi ro đạo đức và lựa chọn bất lợi, khiến ngân hàng áp dụng chiến lược phân bổ tín dụng có chọn lọc, dựa trên các tiêu chí định lượng và định tính.

Trong thực tiễn, ngân hàng thương mại thực hiện ba chức năng cơ bản: (1) huy động vốn thông qua tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán; (2) cấp tín dụng dưới nhiều hình thức như cho vay, chiết khấu, bảo lãnh; và (3) cung cấp dịch vụ tài chính, bao gồm thanh toán, chuyển tiền, tư vấn tài chính, kinh doanh ngoại tệ... (Rose và Hudgins, 2022). Nhờ các chức năng này, ngân hàng thương mại đóng vai

trò quan trọng trong việc ổn định hệ thống tài chính, thúc đẩy đầu tư, tiêu dùng và tăng trưởng kinh tế.

1.2. Lý thuyết về cho vay khách hàng doanh nghiệp

Cho vay doanh nghiệp là một hình thức cấp tín dụng quan trọng, trong đó các tổ chức tài chính cung cấp vốn cho doanh nghiệp nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh. Dù phổ biến trên toàn cầu, khái niệm này được hiểu khác nhau tùy theo pháp luật và thông lệ mỗi quốc gia.

Theo World Bank Group (2019), cho vay doanh nghiệp là việc cung cấp vốn cho doanh nghiệp để tài trợ vốn lưu động, đầu tư tài sản cố định, mở rộng kinh doanh hoặc thực hiện dự án. Hình thức tín dụng này đóng vai trò thiết yếu trong tăng trưởng kinh tế và phát triển khu vực tư nhân, nhất là ở các nước đang phát triển. Còn theo Cục Dự trữ Liên bang Mỹ (FED) định nghĩa cho vay doanh nghiệp (C&I loan) là khoản tín dụng ngân hàng cấp cho các công ty để phục vụ mục đích thương mại, như tài trợ hàng tồn kho, máy móc thiết bị. Các khoản vay có thể là thế chấp hoặc tín chấp, trả một lần hoặc theo kỳ. FED cũng bao gồm cả các khoản vay cá nhân dùng cho mục đích kinh doanh, nhưng loại trừ tín dụng bất động sản, nông nghiệp và tổ chức tài chính.

Tại Việt Nam, theo Luật Các tổ chức tín dụng (2010) và Luật Doanh nghiệp (2020), cho vay doanh nghiệp được hiểu là việc tổ chức tín dụng cấp vốn cho doanh nghiệp để sử dụng vào mục đích cụ thể trong thời gian nhất định, với nghĩa vụ hoàn trả cả gốc và lãi. Định nghĩa này phản ánh đầy đủ các yếu tố pháp lý cơ bản và phù hợp với thông lệ quốc tế.

Theo Will Kenton (2020), cho vay doanh nghiệp là một trong những mảng kinh doanh chủ lực của ngân hàng thương mại, với năm đặc điểm nổi bật:

Thứ nhất, Quy mô khoản vay lớn: Các khoản vay doanh nghiệp thường có giá trị cao do nhu cầu vốn lớn để đầu tư máy móc, nhà xưởng hoặc bổ sung vốn lưu động. Mặc dù số lượng khách hàng doanh nghiệp ít hơn cá nhân, nhưng tổng dư nợ lại chiếm tỷ trọng cao trong danh mục tín dụng ngân hàng. Tuy nhiên, quy mô lớn cũng đi kèm rủi ro cao nếu không có chiến lược phân tán và kiểm soát rủi ro hiệu quả.

Thứ hai, Rủi ro tín dụng cao: Khả năng trả nợ của doanh nghiệp phụ thuộc vào nhiều yếu tố như năng lực quản trị, tình hình tài chính và biến động thị trường. Vì vậy, ngân hàng cần thực hiện thẩm định kỹ lưỡng, đánh giá toàn diện hồ sơ doanh nghiệp, đồng thời áp dụng hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ để kiểm soát rủi ro.

Thứ ba, Thông tin tín dụng có chất lượng: Doanh nghiệp thường cung cấp báo cáo tài chính được kiểm toán và hồ sơ thuế đầy đủ, giúp ngân hàng có cơ sở đánh giá đáng tin cậy hơn so với khách hàng cá nhân. Dù vậy, ngân hàng vẫn cần xác minh chéo và phối hợp với kiểm toán viên, cơ quan thuế để đảm bảo tính minh bạch.

Thứ tư, Quy trình phức tạp và kéo dài: Việc thẩm định pháp lý, tài chính, phương án kinh doanh và tài sản đảm bảo khiến quy trình xét duyệt vay doanh nghiệp kéo dài hơn cho vay cá nhân. Để nâng cao hiệu quả, ngân hàng cần số hóa thủ tục, rút ngắn thời gian xử lý và đào tạo chuyên sâu cho đội ngũ tín dụng.

Thứ năm, Tài sản đảm bảo đa dạng: Doanh nghiệp có thể thế chấp nhiều loại tài sản như bất động sản, máy móc, cổ phiếu, hàng tồn kho... Những tài sản này biến động giá trị theo thời gian, đòi hỏi ngân hàng định giá thường xuyên, áp dụng tỷ lệ chiết khấu phù hợp và có kế hoạch xử lý hiệu quả khi phát sinh nợ xấu.

1.3. Lý thuyết về ý định hành vi

Ý định hành vi là một khái niệm trung tâm trong nhiều lý thuyết dự đoán hành vi, đặc biệt là trong Lý thuyết Hành vi có Kế hoạch (TPB) do Ajzen (1991) phát triển. Ý định hành vi được hiểu là mức độ sẵn sàng, quyết tâm và cam kết của một cá nhân trong việc thực hiện một hành vi cụ thể trong tương lai, thể hiện động lực chủ quan trước khi hành vi xảy ra. Theo Ajzen (1991), “ý định phản ánh các yếu tố thúc đẩy hành vi, cho thấy cá nhân sẵn lòng nỗ lực bao nhiêu và dự định bỏ ra mức độ cố gắng thế nào để thực hiện hành vi đó” (tr. 181). Nói cách khác, khi một cá nhân có ý định mạnh mẽ thực hiện hành vi, thì khả năng hành vi đó xảy ra trong thực tế càng cao, đặc biệt khi cá nhân có đủ khả năng và điều kiện hỗ trợ.

Trong khuôn khổ TPB, ý định hành vi được hình thành từ ba yếu tố: (1) thái độ đối với hành vi, tức là mức độ tích cực hoặc tiêu cực mà cá nhân cảm nhận về hành vi đó; (2) chuẩn chủ quan, được hiểu là cảm nhận của cá nhân về sự kỳ vọng hoặc áp lực từ người khác đối với hành vi; và (3) kiểm soát hành vi cảm nhận, được xem là mức độ mà cá nhân tin rằng họ có thể kiểm soát được việc thực hiện hành vi (Ajzen, 1991). Sự kết hợp của ba yếu tố này tạo nên cơ sở hình thành ý định, từ đó dẫn đến hành vi cụ thể.

Như vậy, có thể thấy rằng ý định hành vi là một chỉ báo có giá trị dự đoán mạnh mẽ đối với hành vi thực tế, đóng vai trò cầu nối giữa nhận thức, thái độ và hành động cụ thể. Việc xác định chính xác ý định hành vi giúp nhà nghiên cứu hiểu rõ hơn về động lực hành động và thiết kế các can thiệp nhằm điều chỉnh hành vi theo hướng mong muốn.

1.4. Lý thuyết về quyết định mua hàng

Quyết định mua hàng của khách hàng là quá trình mà người tiêu dùng trải qua nhằm lựa chọn và mua một sản phẩm hoặc dịch vụ từ những phương án sẵn có, dựa trên việc nhận thức nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá các lựa chọn và xác định phương án đáp ứng tốt nhất mong muốn của họ. Theo Kotler và Keller (2006), đây là “một tiến trình ra quyết định bao gồm một chuỗi các giai đoạn từ nhận thức nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá các phương án, đưa ra quyết định mua, cho đến hành vi sau mua, trong đó mỗi giai đoạn chịu tác động bởi các yếu tố cá nhân, tâm lý và xã hội” (tr. 184). Ở góc độ hành vi người tiêu dùng, Schiffman và Wisenblit (2019) nhấn mạnh rằng quyết định mua là kết quả của sự tương tác phức hợp giữa các yếu tố kích thích từ môi trường marketing, đặc điểm cá nhân và động cơ nội tại, dẫn đến lựa chọn cuối cùng về sản phẩm, thương hiệu, thời điểm và địa điểm mua. Như vậy, quyết định mua hàng không chỉ là một hành vi đơn lẻ, mà là một quá trình nhận thức – đánh giá – hành động mang tính hệ thống, phản ánh cả lý trí và cảm xúc của khách hàng trong bối cảnh tiêu dùng cụ thể.

1.5 Các học thuyết liên quan

1.5.1 Thuyết hành động hợp lý (TRA)

Thuyết hành động hợp lý (TRA) do Fishbein và Ajzen (1975) phát triển là một trong những lý thuyết nền tảng nhằm lý giải cơ chế hình thành hành vi của con người trên cơ sở lý trí. Thuyết này cho rằng hành vi của cá nhân không xảy ra ngẫu nhiên mà là kết quả của một quá trình có chủ đích, được thúc đẩy bởi ý định hành vi, yếu tố được xem là dự báo gần nhất và trực tiếp nhất đối với hành vi thực tế. Ý định hành vi, trong khuôn khổ học thuyết này, chịu ảnh hưởng bởi hai thành tố cốt lõi: thái độ đối với hành vi và chuẩn chủ quan. Trong đó, thái độ đối với hành vi được định nghĩa là sự đánh giá tổng thể của cá nhân về hành vi là tích cực hay tiêu cực. Thái độ này được hình thành từ hệ thống niềm tin của cá nhân về hậu quả của hành vi và mức độ đánh giá chủ quan của họ đối với các kết quả đó. Càng có nhiều niềm tin rằng hành vi sẽ dẫn đến những kết quả tích cực, cá nhân càng có thái độ thuận lợi đối với hành vi và từ đó thúc đẩy ý định thực hiện; Yếu tố thứ hai, chuẩn chủ quan, phản ánh nhận thức của cá nhân về những kỳ vọng và áp lực xã hội từ những người có ảnh hưởng như gia đình, bạn bè hoặc cộng đồng liên quan. Chuẩn chủ quan được cấu thành bởi niềm tin chuẩn mực, tức là niềm tin rằng người khác mong đợi họ thực hiện hoặc không thực hiện hành vi và động cơ tuân thủ mức độ sẵn sàng của cá nhân trong việc đáp ứng những kỳ vọng đó. Khi cá nhân nhận thấy có sự ủng hộ mạnh mẽ từ môi trường xã hội, khả năng hình thành ý định hành vi cũng gia tăng.

Thuyết hành động hợp lý dựa trên giả định rằng con người là những tác nhân có lý trí, hành vi của họ là kết quả của quá trình suy xét hợp lý giữa niềm tin, thái độ và ảnh hưởng xã hội. Ý định hành vi, trong lý thuyết này, giữ vai trò trung gian giữa nhận thức và hành động, phản ánh mức độ cam kết mà cá nhân dành cho việc thực hiện hành vi trong tương lai gần.

Tuy nhiên, một điểm hạn chế quan trọng của TRA là giả định hành vi nằm hoàn toàn trong sự kiểm soát của cá nhân, tức không xem xét đến các yếu tố môi trường, nguồn lực hoặc rào cản khách quan có thể ảnh hưởng đến việc thực hiện hành vi.

1.5.2 Thuyết hành vi có kế hoạch (TPB)

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) được Ajzen (1991) phát triển nhằm mở rộng và khắc phục những hạn chế của TRA, vốn chỉ giải thích hành vi trong điều kiện cá nhân có toàn quyền kiểm soát. TPB giả định rằng hành vi của con người không chỉ xuất phát từ động lực cá nhân mà còn chịu ảnh hưởng bởi nhận thức về các yếu tố ngoại cảnh có thể cản trở hoặc hỗ trợ hành động. Theo đó, hành vi thực tế của một cá nhân được dự báo tốt nhất bởi ý định hành vi, mức độ sẵn sàng của cá nhân trong việc thực hiện hành vi và kiểm soát hành vi cảm nhận, tức là niềm tin của cá nhân về khả năng kiểm soát hành vi trong điều kiện thực tế. TPB cho rằng ý định hành vi hình thành từ ba yếu tố chính: (1) thái độ đối với hành vi, phản ánh sự đánh giá tích cực hay tiêu cực của cá nhân đối với hành vi dự kiến; (2) chuẩn chủ quan, thể hiện nhận thức về áp lực xã hội từ những người quan trọng xung quanh; và (3) kiểm soát hành vi cảm nhận, phản ánh mức độ dễ hay khó khi thực hiện hành vi dựa trên nhận thức về các nguồn lực sẵn có và rào cản tiềm ẩn (Ajzen, 1991). Trong nhiều trường hợp, yếu tố kiểm soát hành vi cảm nhận không chỉ ảnh hưởng đến ý định mà còn tác động trực tiếp đến hành vi, đặc biệt khi hành vi đòi hỏi năng lực cụ thể hoặc phụ thuộc vào điều kiện bên ngoài. Lý thuyết TPB đã được áp dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực như y tế, giáo dục, hành vi tiêu dùng, bảo vệ môi trường và chấp nhận công nghệ, nhờ khả năng lý giải rõ ràng mối liên hệ giữa nhận thức, động lực và hành động (Armitage và Conner, 2001). Với tính linh hoạt và khả năng dự báo hành vi mạnh mẽ, TPB tiếp tục được xem là một trong những khung lý thuyết nền tảng trong nghiên cứu hành vi con người.

1.5.3 Mô hình 5 giai đoạn ra quyết định của Kotler và Keller (2006)

Mô hình năm giai đoạn ra quyết định của khách hàng do Kotler và Keller (2006) đề xuất mô tả tiến trình lựa chọn mua hàng như một chuỗi bước liên kết chặt chẽ, phản ánh sự chuyển dịch từ nhận thức nhu cầu ban đầu đến các hành vi sau mua. Trước hết, ở giai đoạn nhận thức nhu cầu, khách hàng nhận ra khoảng cách giữa tình trạng hiện tại và trạng thái mong muốn; nhu cầu này có thể được kích hoạt bởi các yếu tố nội tại như cảm xúc, mong muốn, tình huống cá nhân hoặc các yếu tố

ngoại tại như quảng cáo, lời giới thiệu hay xu hướng thị trường. Tiếp theo, trong giai đoạn tìm kiếm thông tin, khách hàng chủ động thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm nguồn cá nhân (gia đình, bạn bè, đồng nghiệp), nguồn thương mại (nhân viên bán hàng, quảng cáo, trang web doanh nghiệp), nguồn công cộng (báo chí, trang đánh giá, hiệp hội ngành) và trải nghiệm trực tiếp (dùng thử sản phẩm, trải nghiệm dịch vụ). Mức độ tìm kiếm thông tin phụ thuộc vào tầm quan trọng của quyết định và lượng kiến thức sẵn có của khách hàng. Sau đó, ở giai đoạn đánh giá các phương án, khách hàng thiết lập và áp dụng các tiêu chí so sánh như giá cả, chất lượng, thương hiệu, tiện ích hay uy tín của nhà cung cấp, từ đó hình thành thái độ và niềm tin đối với từng lựa chọn. Giai đoạn quyết định mua diễn ra khi khách hàng lựa chọn sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ cho là tối ưu theo nhận định cá nhân; tuy nhiên, quyết định này vẫn có thể bị ảnh hưởng bởi ý kiến của người khác hoặc các yếu tố bất ngờ như chương trình khuyến mãi, tình trạng hết hàng hay thay đổi nhu cầu. Cuối cùng, hành vi sau mua phản ánh sự đánh giá của khách hàng dựa trên việc so sánh giữa kỳ vọng trước đó và trải nghiệm thực tế. Nếu hài lòng, khách hàng có xu hướng mua lại, duy trì lòng trung thành và giới thiệu cho người khác; ngược lại, nếu không hài lòng, họ có thể khiếu nại, lan truyền thông tin tiêu cực hoặc chuyển sang thương hiệu cạnh tranh.

Mô hình mô tả quá trình ra quyết định mua hàng như một chuỗi 5 bước liên kết chặt chẽ, phản ánh sự chuyển đổi từ nhận thức nhu cầu đến hành vi sau mua:

- Nhận thức nhu cầu (Need Recognition)
 - + Khách hàng nhận ra khoảng cách giữa tình trạng hiện tại và trạng thái mong muốn.
 - + Nhu cầu có thể được kích hoạt bởi yếu tố nội tại (cảm xúc, mong muốn, tình huống cá nhân) hoặc ngoại tại (quảng cáo, lời giới thiệu, xu hướng thị trường).
- Tìm kiếm thông tin (Information Search)
 - + Khách hàng thu thập thông tin từ: Nguồn cá nhân: gia đình, bạn bè, đồng nghiệp; Nguồn thương mại: nhân viên bán hàng, quảng cáo,

website doanh nghiệp; Nguồn công cộng: báo chí, trang đánh giá, hiệp hội ngành; Nguồn trải nghiệm: dùng thử, trải nghiệm trực tiếp.

+ Mức độ tìm kiếm phụ thuộc vào tầm quan trọng của quyết định và kiến thức sẵn có.

- Đánh giá các phương án (Evaluation of Alternatives)

+ Khách hàng thiết lập tiêu chí đánh giá (giá, chất lượng, thương hiệu, tiện ích, uy tín nhà cung cấp...).

+ So sánh các phương án dựa trên niềm tin và thái độ hình thành trong quá trình tìm kiếm thông tin.

- Quyết định mua (Purchase Decision)

+ Lựa chọn sản phẩm/dịch vụ và nhà cung cấp tối ưu theo nhận định cá nhân.

+ Quyết định có thể bị tác động vào phút cuối bởi ý kiến của người khác hoặc tình huống bất ngờ (khuyến mãi, hết hàng, thay đổi nhu cầu).

- Hành vi sau mua (Post-purchase Behavior)

+ Khách hàng đánh giá mức độ hài lòng dựa trên so sánh giữa kỳ vọng và trải nghiệm thực tế.

+ Kết quả:

Hài lòng → mua lại, trung thành, giới thiệu cho người khác.

Không hài lòng → khiếu nại, truyền miệng tiêu cực, chuyển sang thương hiệu khác.

1.5.4 Lý thuyết chất lượng dịch vụ

Lý thuyết Chất lượng dịch vụ, tiêu biểu là mô hình SERVQUAL do Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988) đề xuất và mô hình SERVPERF do Cronin và Taylor (1992) phát triển, là một trong những khung lý thuyết nền tảng nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên nhận thức của khách hàng. Theo quan điểm này, chất lượng dịch vụ được hình thành từ sự so sánh giữa kỳ vọng của khách hàng trước khi sử dụng dịch vụ và cảm nhận thực tế trong quá trình trải nghiệm dịch vụ.

Mô hình SERVQUAL xác định chất lượng dịch vụ thông qua năm thành phần cốt lõi, bao gồm: (1) Phương tiện hữu hình (Tangibles), phản ánh mức độ hiện đại của cơ sở vật chất, trang thiết bị và hình ảnh bên ngoài của tổ chức cung ứng dịch vụ; (2) Độ tin cậy (Reliability), thể hiện khả năng cung cấp dịch vụ đúng cam kết, chính xác và nhất quán; (3) Khả năng đáp ứng (Responsiveness), phản ánh mức độ sẵn sàng và nhanh chóng của nhân viên trong việc hỗ trợ khách hàng; (4) Năng lực đảm bảo (Assurance), liên quan đến trình độ chuyên môn, thái độ lịch sự và khả năng tạo niềm tin cho khách hàng; và (5) Sự đồng cảm (Empathy), thể hiện mức độ quan tâm, thấu hiểu và chăm sóc khách hàng một cách cá nhân hóa. Trong khi đó, mô hình SERVPERF tập trung đo lường chất lượng dịch vụ dựa hoàn toàn trên mức độ cảm nhận về hiệu suất thực tế của dịch vụ, thay vì so sánh giữa kỳ vọng và cảm nhận. Cách tiếp cận này được cho là phù hợp trong bối cảnh khách hàng đã có trải nghiệm dịch vụ cụ thể và đánh giá dựa trên kết quả thực tế, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng.

Trong bối cảnh nghiên cứu về quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại ngân hàng thương mại, lý thuyết Chất lượng dịch vụ có vai trò giải thích trực tiếp cho các yếu tố trong mô hình nghiên cứu. Cụ thể, thái độ nhân viên phản ánh các khía cạnh về khả năng đáp ứng, năng lực đảm bảo và sự đồng cảm trong quá trình cung cấp dịch vụ tín dụng; thủ tục cho vay liên quan đến độ tin cậy, tính nhất quán và mức độ minh bạch của quy trình dịch vụ; trong khi cơ sở vật chất thể hiện yếu tố phương tiện hữu hình, góp phần tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp và nâng cao trải nghiệm của khách hàng doanh nghiệp. Việc bổ sung lý thuyết Chất lượng dịch vụ vào khung lý thuyết của nghiên cứu là cần thiết, bởi quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp không chỉ chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố nhận thức hay thái độ cá nhân, mà còn phụ thuộc đáng kể vào chất lượng dịch vụ tín dụng mà ngân hàng cung cấp.

1.6 Tổng quan các nghiên cứu liên quan

1.6.1 Nghiên cứu trong nước

Tất Duyên Thư, Phan Ngọc Bảo Anh và Huỳnh Tấn Nguyên (2022) trong nghiên cứu “*Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu – Chi nhánh Cần Thơ*” được thực hiện với mục tiêu xác định các yếu tố tác động đến hành vi vay vốn của khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs). Mô hình nghiên cứu đề xuất gồm bảy nhóm nhân tố: tốc độ xử lý hồ sơ vay, thái độ của nhân viên tín dụng, chính sách cho vay phù hợp, lãi suất và phí cho vay cạnh tranh, sự giới thiệu của bên thứ ba, thuận tiện trong giao dịch và danh tiếng của ngân hàng. Phương pháp nghiên cứu kết hợp định tính (phỏng vấn chuyên sâu với 13 chuyên gia) và định lượng (khảo sát 120 đại diện doanh nghiệp có quan hệ tín dụng với ACB Cần Thơ), với các công cụ phân tích gồm Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), và hồi quy logistic nhị phân. Kết quả cho thấy tất cả bảy nhân tố đều ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn, trong đó “chính sách cho vay phù hợp” là yếu tố tác động mạnh nhất. Nghiên cứu góp phần cung cấp cơ sở thực tiễn để ngân hàng tối ưu hóa chính sách thu hút khách hàng SMEs.

Đỗ Nguyễn Thị Mỹ Dung và Châu Thị Thu Ngân (2024) trong nghiên cứu “*Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định nộp đơn vay vốn ngân hàng của doanh nghiệp nhỏ và vừa: Phân tích định lượng tại Việt Nam*” đã phát triển mô hình lý thuyết kết hợp giữa các khía cạnh về vốn con người, đặc điểm doanh nghiệp, chiến lược kinh doanh và bất cân xứng thông tin nhằm lý giải hành vi vay vốn của SMEs. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với cách tiếp cận giả thuyết diễn dịch, khảo sát 372 doanh nghiệp nhỏ và vừa trên toàn quốc bằng bảng hỏi. Mô hình hồi quy logistic được áp dụng với biến phụ thuộc là quyết định có nộp đơn vay vốn sau giai đoạn khởi nghiệp. Kết quả cho thấy, trình độ học vấn của chủ doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp, khả năng thế chấp và mức lãi suất có mối quan hệ nghịch chiều với xu hướng nộp đơn vay vốn; trong khi việc có kế hoạch kinh doanh rõ ràng và thiết lập quan hệ với ngân hàng trong giai đoạn khởi nghiệp lại có ảnh hưởng

tích cực. Đáng chú ý, kinh nghiệm kinh doanh của chủ doanh nghiệp không có mối liên hệ đáng kể. Nghiên cứu cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng cho các tổ chức tài chính và nhà hoạch định chính sách trong việc thiết kế các chương trình hỗ trợ tín dụng phù hợp cho SMEs tại Việt Nam.

Nguyễn Thị Nga (2022) trong nghiên cứu “*Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn ngân hàng của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn TP. Cần Thơ*” do Nguyễn Thị Nga thực hiện nhằm xác định các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn từ phía doanh nghiệp. Tác giả xây dựng mô hình gồm các nhóm nhân tố: điều kiện vay vốn, dịch vụ ngân hàng, khả năng tài chính, và uy tín doanh nghiệp. Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng với bảng hỏi khảo sát, mẫu gồm 120 doanh nghiệp nhỏ và vừa tại TP. Cần Thơ, dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS thông qua phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy tuyến tính bội. Kết quả chỉ ra rằng các yếu tố như chính sách cho vay linh hoạt, thái độ phục vụ của cán bộ tín dụng, cũng như năng lực tài chính và lịch sử tín dụng của doanh nghiệp có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định vay vốn. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất ngân hàng cần nâng cao chất lượng dịch vụ và cải tiến sản phẩm tín dụng phù hợp với nhu cầu của khu vực SMEs.

Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019) trong nghiên cứu “*Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của hộ kinh doanh gia đình từ các ngân hàng thương mại: Bằng chứng tại tỉnh Trà Vinh*” đã khảo sát các nhân tố tác động đến quyết định vay vốn tín dụng của các hộ kinh doanh tại địa phương. Mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên tổng hợp các nghiên cứu trước, đề xuất sáu biến độc lập gồm: thương hiệu ngân hàng, phương tiện hữu hình, mức độ thuận tiện, thủ tục vay, lãi suất cho vay và thái độ phục vụ của nhân viên. Phương pháp phân tích hồi quy logistic nhị phân được sử dụng trên dữ liệu khảo sát 300 hộ kinh doanh đang giao dịch tại bốn ngân hàng thương mại tại Trà Vinh. Kết quả phân tích cho thấy có bốn yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định vay vốn gồm: thương hiệu ngân hàng, lãi suất cho vay, thủ tục vay vốn và thái độ phục vụ, trong đó thương hiệu ngân hàng và lãi suất có ảnh hưởng mạnh nhất. Hai biến còn lại là phương tiện hữu hình

và mức độ thuận tiện không có ý nghĩa thống kê. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp nâng cao khả năng tiếp cận tín dụng của hộ kinh doanh như xây dựng thương hiệu ngân hàng mạnh, chính sách lãi suất linh hoạt, đơn giản hóa thủ tục và cải thiện phong cách phục vụ của nhân viên.

Luu Phước Vẹn và Trần Thị Kim Khôi (2025) trong nghiên cứu “*Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay tiêu dùng của khách hàng tại ngân hàng thương mại Việt Nam*” đã phân tích những yếu tố tác động đến quyết định vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân tại tỉnh An Giang. Trên cơ sở tổng hợp các nghiên cứu trước và lý thuyết nền tảng như TRA và SERVQUAL, nhóm tác giả xây dựng mô hình gồm bảy biến độc lập: thái độ dẫn đến hành vi, chuẩn chủ quan, khả năng đáp ứng, phương tiện hữu hình, chính sách cho vay, thương hiệu và chi phí – lãi suất. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ 190 khách hàng cá nhân, phân tích bằng SPSS 20 qua các bước Cronbach’s Alpha, EFA, tương quan và hồi quy tuyến tính bội. Kết quả cho thấy cả bảy yếu tố đều tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay tiêu dùng. Trong đó, ba yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất là: thái độ dẫn đến hành vi ($\beta = 0,382$), chuẩn chủ quan ($\beta = 0,336$) và khả năng đáp ứng ($\beta = 0,313$). Các yếu tố còn lại gồm chi phí – lãi suất ($\beta = 0,283$), thương hiệu ($\beta = 0,265$), phương tiện hữu hình ($\beta = 0,185$) và chính sách cho vay ($\beta = 0,121$) cũng góp phần giải thích biến phụ thuộc, với mức độ R^2 hiệu chỉnh đạt 71,4%, phản ánh độ phù hợp cao của mô hình. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng của các ngân hàng thương mại, bao gồm: tăng cường bảo mật và chính sách ưu đãi để củng cố thái độ tích cực của khách hàng; khuyến khích truyền miệng và chăm sóc quan hệ để phát huy tác động của chuẩn chủ quan; cải thiện khả năng đáp ứng của nhân viên và hệ thống giao dịch; đầu tư cơ sở vật chất; điều chỉnh chính sách cho vay linh hoạt; xây dựng thương hiệu mạnh; và áp dụng mức lãi suất cạnh tranh gắn với từng nhóm khách hàng mục tiêu.

1.6.2 Nghiên cứu ngoài nước

Mutoko và Kapunda (2017) trong nghiên cứu “*Các yếu tố ảnh hưởng đến việc vay vốn ngân hàng của các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa: Trường hợp ngành sản xuất tại Botswana*” được thực hiện với mục tiêu phân tích các nhân tố tác động đến khả năng tiếp cận vốn vay của các doanh nghiệp SMME trong lĩnh vực sản xuất. Dựa trên cơ sở lý thuyết phân bổ tín dụng, nghiên cứu tập trung vào ba nhóm biến chính: đặc điểm của cá nhân chủ doanh nghiệp, đặc điểm doanh nghiệp và đặc điểm khoản vay. Tác giả áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp định tính và định lượng, với dữ liệu thu thập từ 100 doanh nghiệp trong tổng số 329 doanh nghiệp sản xuất được chọn theo phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng. Dữ liệu được xử lý bằng các kỹ thuật thống kê mô tả, thống kê suy luận và hồi quy logistic đa biến. Kết quả cho thấy thâm niên giữ vị trí quản lý và doanh thu hàng năm có ảnh hưởng tích cực đến khả năng vay vốn, trong khi tình trạng hôn nhân lại tác động tiêu cực. Nghiên cứu đưa ra các khuyến nghị thiết thực cho doanh nghiệp, ngân hàng và nhà hoạch định chính sách trong việc nâng cao khả năng tiếp cận tài chính của khu vực doanh nghiệp nhỏ.

Fatah (2018) trong nghiên cứu “*Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn ngân hàng của khách hàng: Trường hợp các ngân hàng thương mại tại thành phố Sulaymaniyah*” với mục tiêu xác định các nhân tố tác động đến hành vi vay vốn của khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại ở Sulaymaniyah, Iraq. Mô hình nghiên cứu đề xuất gồm bốn yếu tố chính: chất lượng dịch vụ, chính sách cho vay, yếu tố an toàn và tình trạng hôn nhân, trong đó quyết định vay vốn là biến phụ thuộc. Phương pháp định lượng được sử dụng với dữ liệu thu thập từ khảo sát khách hàng tại 10 ngân hàng thông qua bảng hỏi dạng Likert. Dữ liệu được phân tích bằng phần mềm SPSS 23.0, sử dụng hồi quy logistic và kiểm định giả thuyết. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả bốn yếu tố đều có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến quyết định vay vốn của khách hàng, trong đó chất lượng dịch vụ là yếu tố có mức độ ảnh hưởng lớn nhất. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các khuyến nghị giúp ngân hàng cải thiện chính sách và dịch vụ nhằm thu hút người vay hiệu quả hơn.

Tolba, Seoudi và Fahmy (2014) trong nghiên cứu “*Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định vay vốn ngân hàng thương mại của chủ doanh nghiệp MSME tại Ai Cập*” đã tiếp cận vấn đề vay vốn ngân hàng của các chủ doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa tại Ai Cập từ góc độ hành vi người tiêu dùng, dựa trên mô hình lý thuyết Hành vi có Kế hoạch (TPB). Mô hình đề xuất rằng ý định vay vốn chịu ảnh hưởng bởi sáu yếu tố chính: kiến thức, kinh nghiệm, nhận thức, thái độ, chuẩn chủ quan và kiểm soát hành vi cảm nhận, đồng thời xem xét vai trò điều tiết của các yếu tố cá nhân như giới tính, tuổi, trình độ học vấn và các đặc điểm doanh nghiệp như quy mô, thời gian hoạt động và định hướng tăng trưởng. Phương pháp nghiên cứu hỗn hợp được áp dụng, bao gồm phỏng vấn chuyên sâu, thảo luận nhóm tập trung và khảo sát bảng hỏi, sau đó phân tích dữ liệu bằng hồi quy. Kết quả chỉ ra rằng mức độ sẵn sàng vay vốn còn thấp trong nhóm MSME, chủ yếu do nhận thức tiêu cực về dịch vụ ngân hàng. Hai yếu tố có tác động mạnh nhất đến ý định vay là chuẩn chủ quan và kiến thức. Nghiên cứu cung cấp bằng chứng quan trọng cho các tổ chức tài chính và nhà hoạch định chính sách trong việc phát triển các chương trình hỗ trợ tài chính phù hợp với đặc điểm hành vi của các chủ doanh nghiệp nhỏ.

1.7. Các giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu đề xuất

Trên cơ sở tổng hợp các lý thuyết nền phù hợp với mục tiêu nghiên cứu, bao gồm lý thuyết về ngân hàng thương mại, lý thuyết cho vay khách hàng doanh nghiệp, các học thuyết về hành vi và ý định hành vi của khách hàng như Thuyết hành động hợp lý, Thuyết hành vi có kế hoạch, cùng với lý thuyết Chất lượng dịch vụ, nghiên cứu xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận. Bên cạnh cơ sở lý thuyết, mô hình nghiên cứu còn được hình thành trên nền tảng kế thừa và tham khảo các nghiên cứu thực nghiệm có mục tiêu tương đồng, tiêu biểu như các nghiên cứu của Fatah (2018), Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019), Tất Duyên Thu và cộng sự (2022). Từ đó, nghiên cứu đề xuất sáu yếu tố được giả định có tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp, bao gồm: (1) Cơ sở vật chất,

(2) Thủ tục cho vay, (3) Lãi suất, (4) Thái độ nhân viên, (5) Thương hiệu ngân hàng và (6) Sự an toàn.

(1) Cơ sở vật chất: Trong nghiên cứu dịch vụ, cơ sở vật chất được hiểu là các yếu tố hữu hình thuộc môi trường cung ứng dịch vụ, bao gồm không gian giao dịch, trang thiết bị, cơ sở hạ tầng, hình ảnh bên ngoài, tài liệu và mức độ hiện đại của tổ chức, có tác động trực tiếp đến cảm nhận và đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Khái niệm này phù hợp với thành phần Tangibles trong mô hình SERVQUAL, theo đó chất lượng dịch vụ được phản ánh một phần thông qua các yếu tố hữu hình mà khách hàng có thể quan sát và trải nghiệm trực tiếp (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988).

(2) Thủ tục cho vay: Thủ tục cho vay được hiểu là mức độ rõ ràng, minh bạch, đơn giản và nhất quán của các quy trình tín dụng, bao gồm hồ sơ, điều kiện, quy trình thẩm định – phê duyệt và thời gian xử lý khoản vay. Trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng, thủ tục cho vay phản ánh chất lượng thực hiện dịch vụ và khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp. Theo Parasuraman et al. (1988), các khía cạnh như độ tin cậy (reliability) và khả năng đáp ứng (responsiveness) là những thành phần cốt lõi ảnh hưởng đến đánh giá chất lượng dịch vụ.

(3) Lãi suất: Lãi suất được hiểu là chi phí mà khách hàng phải trả cho việc sử dụng vốn vay trong một khoảng thời gian nhất định, thường được biểu thị dưới dạng tỷ lệ phần trăm trên số vốn vay. Theo Mishkin (2016), lãi suất là một yếu tố then chốt trong các quyết định tài chính của doanh nghiệp, vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí vốn, lợi nhuận kỳ vọng và tính khả thi của các dự án đầu tư. Trong bối cảnh tín dụng ngân hàng, lãi suất không chỉ được xem là yếu tố kinh tế thuần túy mà còn là tiêu chí quan trọng để doanh nghiệp so sánh và lựa chọn giữa các ngân hàng khi ra quyết định vay vốn (Ghosh, 2015).

(4) Thái độ nhân viên: Thái độ nhân viên phản ánh cách thức nhân viên ngân hàng tương tác với khách hàng, bao gồm sự lịch sự, nhiệt tình, sẵn sàng hỗ trợ, năng lực chuyên môn và khả năng tạo niềm tin trong quá trình cung cấp dịch vụ. Theo mô hình SERVQUAL, thái độ nhân viên gắn liền với các thành phần

Responsiveness, Assurance và Empathy, đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành cảm nhận chất lượng dịch vụ của khách hàng (Parasuraman et al., 1988).

(5) Thương hiệu ngân hàng: Thương hiệu ngân hàng được hiểu là tập hợp các nhận thức, niềm tin và ấn tượng mà khách hàng doanh nghiệp có về ngân hàng, bao gồm mức độ nhận biết, uy tín, hình ảnh và danh tiếng trên thị trường. Theo Keller (1993), giá trị thương hiệu dựa trên khách hàng (customer-based brand equity) phản ánh tác động khác biệt của kiến thức thương hiệu đến phản ứng của khách hàng đối với các hoạt động của tổ chức. Trong lĩnh vực ngân hàng, thương hiệu mạnh giúp giảm bớt sự bất định, gia tăng niềm tin và thúc đẩy khách hàng lựa chọn thiết lập mối quan hệ tín dụng dài hạn (Aaker, 1991; Nguyen & Leblanc, 2001).

(6) Sự an toàn: Sự an toàn trong quyết định vay vốn được hiểu là mức độ khách hàng doanh nghiệp cảm nhận rằng các giao dịch tín dụng và thông tin liên quan được bảo vệ khỏi rủi ro, gian lận và sai sót, đồng thời đảm bảo tính bảo mật và tin cậy. Theo Bauer (1960), nhận thức rủi ro là yếu tố không thể tách rời trong các quyết định tài chính, đặc biệt khi kết quả của quyết định mang tính bất định và có hậu quả lớn. Các nghiên cứu trong lĩnh vực ngân hàng cũng cho thấy rằng cảm nhận về an toàn và bảo mật là tiền đề quan trọng để hình thành niềm tin và thúc đẩy quyết định sử dụng dịch vụ tài chính của khách hàng (Yousafzai, Pallister & Foxall, 2003; Pavlou, 2003).

Thông qua cơ sở lý thuyết nền, các học thuyết liên quan và những nghiên cứu trong và ngoài nước trước đây có mục tiêu nghiên cứu tương đồng, ứng với mô hình nghiên cứu đề xuất, các giả thuyết cho nghiên cứu được trình bày như sau:

Giả thuyết H₁: *Cơ sở vật chất có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.*

Giả thuyết H₂: *Thủ tục cho vay có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.*

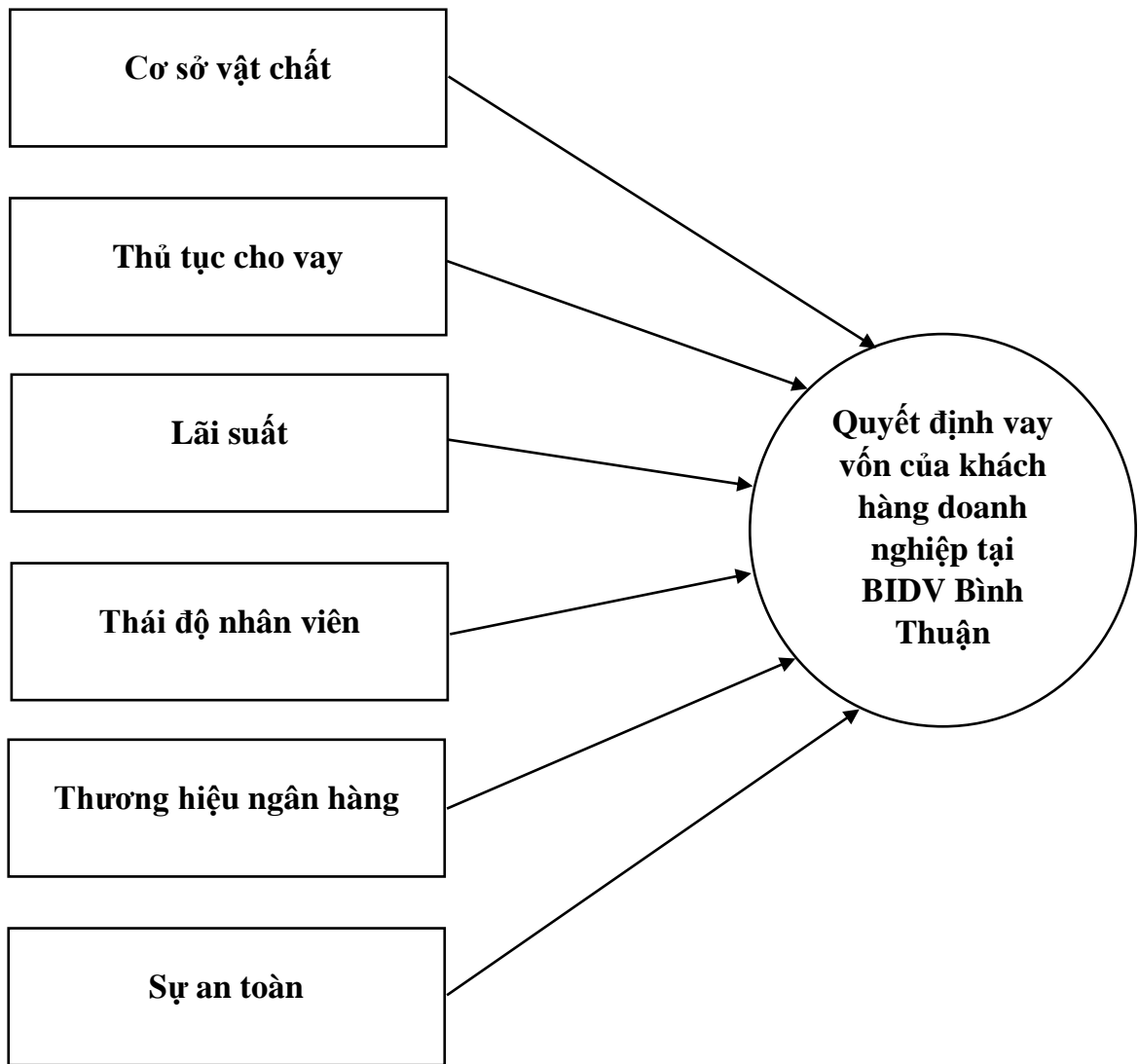
Giả thuyết H₃: *Lãi suất có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.*

Giả thuyết H₄: *Thái độ nhân viên có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.*

Giả thuyết H₅: *Thương hiệu ngân hàng có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.*

Giả thuyết H₆: *Sự an toàn có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.*

Mô hình nghiên cứu đề xuất được trình bày như hình bên dưới như sau:



Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất

1.8 Thang đo nghiên cứu

Các thang đo trong nghiên cứu được xây dựng dựa trên cơ sở kế thừa từ các thang đo trong các nghiên cứu của N. Fatah (2018); Lưu Phước Vẹn, Trần Thị Kim Khôi (2025); Tất Duyên Thư và cộng sự (2022); Đỗ Nguyễn Thị Mỹ Dung và Châu Thị Thu Ngân (2024). Thông qua nghiên cứu định tính được thực hiện bằng phương pháp thảo luận nhóm gồm 5 chuyên gia hiện đang làm việc tại Ngân hàng BIDV Bình Thuận, giữ các chức vụ từ quản lý cấp phòng trở lên và 6 thành viên ban giám đốc của các công ty có lịch sử vay vốn tại BIDV Bình Thuận, các thang đo được

hiệu chỉnh cho phù hợp với điều kiện nghiên cứu về quyết định cho vay khách hàng doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận.

Tổng hợp nội dung các thang đo dùng trong nghiên cứu được trình bày trong Bảng 1.1 bên dưới như sau:

Bảng 1.1 Thang đo nghiên cứu

Thang đo	Biến quan sát	Nội dung biến quan sát	Nguồn
Cơ sở vật chất	VC1	BIDV Bình Thuận có các trang thiết bị hiện đại	Luu Phước Vẹn, Trần Thị Kim Khôi (2025)
	VC2	Cơ sở vật chất của BIDV Bình Thuận trông rất hấp dẫn	
	VC3	Vị trí các phòng giao dịch của BIDV Bình Thuận thuận tiện cho việc giao dịch	
Thủ tục cho vay	TT1	Thủ tục vay tại BIDV Bình Thuận đơn giản, nhanh chóng	N. Fatah (2018); Luu Phước Vẹn, Trần Thị Kim Khôi (2025); Tất Duyên Thư và cộng sự (2022)
	TT2	Hạn mức cho vay tại BIDV Bình Thuận đáp ứng nhu cầu của khách hàng	
	TT3	Thời gian xét duyệt khoản vay củ BIDV Bình Thuận nhanh	
Lãi suất	LS1	BIDV Bình Thuận cung cấp mức lãi suất cạnh tranh so với các tổ chức tài chính khác.	Tất Duyên Thư và cộng sự (2022); Đỗ Nguyễn Thị Mỹ Dung và Châu Thị Thu Ngân (2024)
	LS2	BIDV Bình Thuận cung cấp các điều khoản ưu đãi (ví dụ: lãi suất thấp hơn hoặc các ưu đãi đặc biệt) so với các ngân hàng khác.	
	LS3	Lãi suất khoản vay tại BIDV	

		Bình Thuận có thể thay đổi theo thời gian	
	LS4	Lãi suất khoản vay tại BIDV Bình Thuận tuân theo các điều khoản đã thỏa thuận tại thời điểm ký hợp đồng vay.	
Thái độ nhân viên	NV1	Nhân viên BIDV Bình Thuận lịch sự và nhã nhặn.	Luu Phước Vẹn, Trần Thị Kim Khôi (2025); Tất Duyên Thư và cộng sự (2022)
	NV2	Nhân viên BIDV Bình Thuận có kiến thức và kỹ năng cần thiết để hỗ trợ các yêu cầu và quy trình liên quan đến khoản vay.	
	NV3	Nhân viên BIDV Bình Thuận chủ động tìm kiếm các giải pháp tốt nhất cho các vấn đề tài chính của tôi.	
	NV4	Nhân viên BIDV Bình Thuận duy trì tính bảo mật và tạo sự tin tưởng khi xử lý thông tin tài chính của tôi.	
	NV5	Nhân viên BIDV Bình Thuận xử lý hiệu quả các khiếu nại tiềm ẩn của khách hàng.	
Thương hiệu ngân hàng	TH1	BIDV Bình Thuận có lịch sử thành lập và phát triển lâu đời.	Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019); Tất Duyên Thư và cộng sự (2022)
	TH2	BIDV Bình Thuận có uy tín và thương hiệu trên thị trường.	
	TH3	BIDV Bình Thuận được nhiều người biết đến.	

	TH4	BIDV Bình Thuận có tình hình tài chính tốt và minh bạch.	
Sự an toàn	AT1	BIDV Bình Thuận có năng lực chi trả tốt	N. Fatah (2018)
	AT2	Đội ngũ lãnh đạo của BIDV Bình Thuận đầy nhiệt huyết và đáng tin cậy	
	AT3	Các điểm giao dịch của BIDV Bình Thuận được bảo vệ nghiêm ngặt và an ninh	
	AT4	BIDV Bình Thuận bảo mật thông tin khách hàng tốt	
Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp	QD1	Lựa chọn BIDV Bình Thuận để vay vốn là quyết định đúng đắn.	Tất Duyên Thư và cộng sự (2022)
	QD2	Sẽ lựa chọn BIDV Bình Thuận khi có nhu cầu vay lần sau.	
	QD3	Sẽ giới thiệu BIDV Bình Thuận cho doanh nghiệp khác.	

Nguồn: Kết quả tham khảo ý kiến chuyên gia

1.9 Phương pháp chọn mẫu và quy mô mẫu

Phương pháp chọn mẫu: Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện để thu thập dữ liệu từ khảo sát các khách hàng doanh nghiệp sử dụng dịch vụ vay vốn tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

Quy mô mẫu nghiên cứu:

Kích thước mẫu được xác định dựa trên yêu cầu của phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA). Theo khuyến nghị của Hair và cộng sự (2010), cỡ mẫu tối thiểu cho EFA là 50 quan sát, mức phù hợp là 100 quan sát, và mức tốt nhất là 200 quan sát. Bên cạnh đó, các tác giả cũng đề xuất tỷ lệ tối thiểu 5:1, tức là cần ít nhất 5 quan sát cho mỗi biến đo lường. Thang đo trong nghiên cứu bao gồm 26 biến quan sát, trong đó có 23 biến quan sát đo lường cho 6 yếu tố độc lập và 3 biến quan sát đo lường cho yếu tố phụ thuộc. Vì vậy, kích thước mẫu tối thiểu cần thiết được xác định như sau: $n = 26 * 5 = 130$ quan sát.

Tuy nhiên, để bảo đảm độ tin cậy của dữ liệu, nâng cao khả năng tổng quát hóa kết quả nghiên cứu và hạn chế các sai lệch có thể phát sinh trong quá trình chọn mẫu, nghiên cứu tiến hành khảo sát 250 khách hàng doanh nghiệp đã và đang sử dụng dịch vụ vay vốn tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận. Quy mô mẫu này không chỉ đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn thống kê mà còn tạo cơ sở vững chắc cho việc thực hiện các bước phân tích tiếp theo, bao gồm kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy.

1.10 Dữ liệu thu thập và công cụ phân tích dữ liệu

Dữ liệu sơ cấp là loại dữ liệu chủ yếu được sử dụng trong nghiên cứu và được thu thập thông qua khảo sát 250 khách hàng doanh nghiệp đã và đang sử dụng dịch vụ vay vốn tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

Các dữ liệu được thu thập từ khảo sát khách hàng sẽ được xử lý làm sạch và phân tích qua các bước Phân tích Cronbach's Alpha, Phân tích nhân tố khám phá, Phân tích hồi quy.

Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha:

Trước khi tiến hành các bước phân tích sâu hơn, thang đo cần được kiểm tra độ tin cậy để bảo đảm khả năng phản ánh đúng khái niệm cần đo lường. Độ tin cậy thể hiện mức độ nhất quán của các biến quan sát trong cùng một thang đo và cho biết phương pháp đo có bị ảnh hưởng bởi sai lệch hệ thống hoặc sai lệch ngẫu nhiên

hay không. Chỉ số Cronbach's Alpha được sử dụng phổ biến để đánh giá tiêu chí này. Nhiều tài liệu phương pháp luận cho rằng thang đo đạt mức độ tốt khi Cronbach's Alpha nằm trong khoảng từ 0.8 đến 1; các thang đo có giá trị từ 0.7 đến dưới 0.8 vẫn được xem là chấp nhận được trong nghiên cứu xã hội. Đối với những khái niệm mới hoặc còn ít được kiểm chứng trong bối cảnh nghiên cứu, mức 0.6 trở lên vẫn có thể sử dụng (Hair và cộng sự, 2010).

Trong nghiên cứu này, tác giả áp dụng ngưỡng Cronbach's Alpha ≥ 0.6 . Đồng thời, các biến quan sát có hệ số tương quan biến – tổng dưới 0.3 sẽ bị loại để bảo đảm thang đo gồm các biến có mức độ đóng góp phù hợp.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA):

Phân tích nhân tố khám phá được sử dụng nhằm rút gọn tập hợp biến quan sát về các nhóm nhân tố có ý nghĩa hơn, đồng thời xác định cấu trúc tiềm ẩn giữa các biến trong thang đo. Việc này giúp kiểm tra tính hội tụ, tính phân biệt và độ thích hợp của mô hình đo lường trước khi thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

Một số tiêu chí được áp dụng trong nghiên cứu gồm:

- + Chỉ số KMO (Kaiser–Meyer–Olkin): $KMO \geq 0.5$ cho thấy dữ liệu đủ phù hợp để tiến hành EFA; nếu $KMO < 0,5$, dữ liệu không đáp ứng yêu cầu phân tích (Hair và cộng sự, 2010).
- + Giá trị eigenvalue: Các nhân tố có eigenvalue < 1 sẽ không được giữ lại theo tiêu chuẩn của Kaiser, vì mức đóng góp giải thích phương sai của chúng không đủ lớn.
- + Phương sai trích: Tổng phương sai trích phải đạt tối thiểu 50%, thể hiện rằng các nhân tố rút trích giải thích được phần lớn biến thiên của bộ dữ liệu.
- + Hệ số tải nhân tố (factor loading): Các biến được giữ lại khi hệ số tải ≥ 0.5 , bảo đảm mức độ hội tụ vào nhân tố tương ứng.
- + Phương pháp rút trích và xoay nhân tố: Nghiên cứu sử dụng phương pháp Principal Components kết hợp với phép xoay Varimax nhằm tối ưu hóa khả năng phân nhóm biến và rút trích số lượng nhân tố nhỏ

nhất nhưng vẫn giữ được ý nghĩa diễn giải (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Phân tích hồi quy:

Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng nhằm đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng biến độc lập lên biến phụ thuộc cũng như kiểm định mô hình lý thuyết. Phương pháp bình phương tối thiểu (OLS) được áp dụng để ước lượng các hệ số trong mô hình.

Mô hình hồi quy tổng quát được biểu diễn dưới dạng:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Trong đó:

Y: biến phụ thuộc

X_i: các biến độc lập

β₀: hằng số

β_i: hệ số phản ánh mức thay đổi của Y khi X_i thay đổi một đơn vị

e: thành phần sai số.

Ý nghĩa của từng hệ số hồi quy được kiểm định thông qua kiểm định t với giả thuyết:

H₀: β_i = 0 (biến X_i không có tác động).

Nếu Sig < 0.05, hệ số của biến độc lập được coi là có ý nghĩa thống kê.

Quy trình phân tích hồi quy trong nghiên cứu bao gồm:

- + Đánh giá độ phù hợp của mô hình thông qua hệ số R² hiệu chỉnh.
- + Kiểm định F để xem xét khả năng giải thích tổng thể của mô hình.
- + Kiểm định t để xác định mức độ đóng góp của từng biến độc lập.
- + So sánh hệ số Beta chuẩn hóa nhằm xác định mức độ ảnh hưởng tương đối của các yếu tố.
- + Kiểm tra các giả định của hồi quy, gồm: quan hệ tuyến tính, phương sai sai số không đổi, phân phối chuẩn của phần dư, tính độc lập của phần dư, hiện tượng đa cộng tuyến. Việc kiểm định các giả định này giúp bảo đảm mô hình được xây dựng là đáng tin cậy và phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã hệ thống hóa cơ sở lý thuyết liên quan đến hoạt động ngân hàng thương mại, cho vay khách hàng doanh nghiệp và các lý thuyết liên quan đến ý định, quyết định, hành vi khách hàng. Trên nền tảng lý thuyết và tham khảo các mô hình nghiên cứu của Fatah (2018), Tất Duyên Thư và cộng sự (2022), Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019), đề tài đề xuất mô hình gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận, đó là: Cơ sở vật chất, Thủ tục cho vay, Lãi suất, Thái độ nhân viên, Thương hiệu ngân hàng và Sự an toàn. Các thang đo đo lường cho các biến trong mô hình được kế thừa từ các nghiên cứu trước và được hiệu chỉnh thông qua nghiên cứu định tính với sự tham gia của 5 chuyên gia BIDV Bình Thuận và 6 lãnh đạo doanh nghiệp có kinh nghiệm vay vốn tại ngân hàng. Kết quả thảo luận giúp hoàn thiện thang đo, bảo đảm phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại BIDV Bình Thuận.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM – CHI NHÁNH BÌNH THUẬN

2.1 Giới thiệu về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận

2.1.1 Sơ lược về BIDV

Trong hơn 65 năm hình thành và phát triển, Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã khẳng định vị thế là một trong những định chế tài chính – ngân hàng hàng đầu của Việt Nam, đồng hành cùng quá trình xây dựng và phát triển của đất nước qua nhiều giai đoạn lịch sử khác nhau (BIDV, 2024).

+ Giai đoạn khởi đầu (1957 – 1975):

BIDV tiền thân là Ngân hàng Kiến thiết Việt Nam, được thành lập năm 1957 trong bối cảnh đất nước còn đang trong thời kỳ kháng chiến chống thực dân Pháp, nền kinh tế gặp nhiều khó khăn. Việc ra đời của ngân hàng thể hiện tầm nhìn chiến lược của Đảng và Nhà nước trong việc xây dựng nền tảng tài chính cho công cuộc kiến thiết quốc gia sau chiến tranh. Sau đó, ngân hàng đổi tên thành Ngân hàng Kiến thiết Quốc doanh, và đến năm 1976, sau khi đất nước thống nhất, chính thức mang tên Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV). Trong giai đoạn nền kinh tế bao cấp còn nhiều hạn chế, BIDV vẫn duy trì hoạt động hiệu quả, đóng vai trò chủ lực trong việc tài trợ vốn và cung cấp tín dụng cho các công trình trọng điểm quốc gia, góp phần ổn định và phát triển kinh tế đất nước.

+ Giai đoạn đổi mới và mở rộng (1981 – 2000):

Từ đầu thập niên 1980, trong bối cảnh Việt Nam bắt đầu thực hiện chính sách đổi mới và mở cửa, BIDV nhanh chóng nắm bắt cơ hội, mở rộng mạng lưới hoạt động ra toàn quốc từ năm 1981. Nhờ tầm nhìn chiến lược

rõ ràng, BIDV trở thành ngân hàng đầu tiên của Việt Nam được cấp phép đầu tư trực tiếp ra nước ngoài vào năm 1990, đánh dấu bước tiến quan trọng trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Đến năm 1995, BIDV tiếp tục khẳng định vị thế tiên phong khi trở thành ngân hàng thương mại đầu tiên của Việt Nam niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán, góp phần nâng cao tính minh bạch và năng lực cạnh tranh trong hệ thống ngân hàng.

+ Giai đoạn hiện đại hóa và chuyển đổi mô hình (2001 – 2015):

Bước sang thế kỷ XXI, BIDV đẩy mạnh hiện đại hóa mô hình hoạt động và ứng dụng công nghệ ngân hàng tiên tiến. Năm 2011, ngân hàng hoàn tất quá trình chuyển đổi sang mô hình ngân hàng thương mại hiện đại, tạo nền tảng vững chắc cho giai đoạn phát triển mới. Đến năm 2012, BIDV chính thức chuyển đổi thành công ty cổ phần, mở ra cơ hội huy động vốn lớn hơn và nâng cao hiệu quả quản trị. Năm 2014, cổ phiếu BIDV được niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh (HOSE), khẳng định tính minh bạch trong hoạt động tài chính. Đặc biệt, năm 2015, BIDV sáp nhập thành công với Ngân hàng TMCP Phát triển Nhà Đồng bằng Sông Cửu Long (MHB), giúp mở rộng mạng lưới hoạt động, tăng cường năng lực tài chính và nâng cao vị thế trên thị trường.

+ Giai đoạn hội nhập và chuyển đổi số (2016 – nay):

Một dấu mốc quan trọng trong quá trình hội nhập quốc tế của BIDV là việc Tập đoàn Tài chính Hana Bank (Hàn Quốc) trở thành cổ đông chiến lược, nắm giữ 15% vốn điều lệ của BIDV từ năm 2019. Sự hợp tác này không chỉ bổ sung nguồn lực tài chính mà còn tạo điều kiện cho BIDV tiếp cận công nghệ ngân hàng hiện đại và kinh nghiệm quản trị quốc tế, nâng cao năng lực cạnh tranh trong khu vực. Bước vào giai đoạn chuyển đổi số mạnh mẽ, BIDV xác định tầm nhìn phát triển đến năm 2025 và 2030, tập trung hoàn thiện mô hình ngân hàng lõi (Core Banking) theo hướng số hóa toàn diện. Đến năm 2022, BIDV triển khai thành công hệ

thông Core Banking Profile, trở thành một trong những ngân hàng hiện đại hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực công nghệ tài chính (Báo cáo thường niên BIDV, 2023).

2.1.2 Sơ lược về BIDV Bình Thuận

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận (BIDV Bình Thuận) được thành lập năm 1992 trên cơ sở tách Chi nhánh Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Thuận Hải, theo Quyết định số 16/QĐ/NH9 ngày 29/01/1992 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Khi mới thành lập, chi nhánh hoạt động với tên gọi Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Bình Thuận, có trụ sở đặt tại số 286A Trần Hưng Đạo, phường Bình Hưng, thành phố Phan Thiết, tỉnh Bình Thuận.

Việc thành lập BIDV Bình Thuận diễn ra trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ theo chính sách đổi mới và mở cửa từ cuối thập niên 1980, đòi hỏi hệ thống ngân hàng phải mở rộng mạng lưới để đáp ứng nhu cầu vốn đầu tư phát triển kinh tế – xã hội tại các địa phương. Sự ra đời của chi nhánh BIDV tại Bình Thuận vì vậy mang ý nghĩa chiến lược, góp phần tăng cường huy động nguồn vốn, tài trợ các dự án trọng điểm, và thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương, đặc biệt trong các lĩnh vực thủy sản, du lịch, thương mại – dịch vụ và năng lượng tái tạo – những ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh. Đến năm 2012, theo chủ trương cổ phần hóa các ngân hàng thương mại nhà nước, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam chính thức chuyển đổi mô hình hoạt động sang Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam. Căn cứ Quyết định số 30/QĐ-HĐQT ngày 01/05/2012 của Chủ tịch Hội đồng Quản trị BIDV, chi nhánh Bình Thuận được đổi tên thành Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

Từ khi thành lập đến nay, BIDV Bình Thuận đã không ngừng mở rộng quy mô hoạt động, nâng cao năng lực tài chính, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, và phát triển mạng lưới giao dịch trên toàn tỉnh. Với vai trò là một chi nhánh trọng điểm khu vực Nam Trung Bộ, BIDV Bình Thuận đã góp phần quan trọng vào công

tác huy động vốn, cho vay phát triển kinh tế địa phương, đồng hành cùng doanh nghiệp và người dân trong quá trình công nghiệp hóa và hội nhập kinh tế quốc tế (BIDV Bình Thuận, 2024).

Cơ cấu tổ chức:

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận (BIDV Bình Thuận) hoạt động theo mô hình tổ chức trực tuyến – chức năng, tuân thủ theo quy định của Hội sở chính BIDV và chuẩn mực quản trị hiện đại của hệ thống ngân hàng thương mại cổ phần. Mô hình này được thiết kế nhằm đảm bảo tính linh hoạt trong điều hành, phân cấp rõ ràng về quyền hạn – trách nhiệm, đồng thời tối ưu hóa hiệu quả phối hợp giữa các phòng ban nghiệp vụ trong việc cung ứng sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Hiện nay, BIDV Bình Thuận có Ban Giám đốc gồm Giám đốc chi nhánh và các Phó Giám đốc phụ trách mảng nghiệp vụ, tín dụng, khách hàng doanh nghiệp, khách hàng cá nhân và công nghệ thông tin. Dưới Ban Giám đốc là các phòng nghiệp vụ chuyên môn, bao gồm:

- + Phòng Quan hệ khách hàng doanh nghiệp: chịu trách nhiệm tìm kiếm, duy trì và phát triển quan hệ với các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế; tư vấn, thẩm định và đề xuất cấp tín dụng; theo dõi, quản lý các khoản vay và tài trợ thương mại.
- + Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân: phụ trách hoạt động cho vay tiêu dùng, huy động tiền gửi cá nhân, phát hành thẻ, ngân hàng số và các sản phẩm bán lẻ khác.
- + Phòng Kế toán – Ngân quỹ: thực hiện nghiệp vụ kế toán, thanh toán, quản lý nguồn vốn và đảm bảo an toàn kho quỹ.
- + Phòng Kiểm tra – Kiểm soát nội bộ: giám sát việc tuân thủ quy định pháp luật và quy trình nghiệp vụ; kiểm soát rủi ro hoạt động, tín dụng và tác nghiệp.
- + Phòng Hành chính – Nhân sự: quản lý công tác tổ chức nhân sự, đào tạo, thi đua – khen thưởng và hậu cần hành chính.

- + Các Phòng giao dịch trực thuộc: đặt tại các địa bàn trọng điểm trong tỉnh, thực hiện huy động vốn, cho vay, cung cấp dịch vụ ngân hàng cho người dân và doanh nghiệp địa phương.

BIDV Bình Thuận vận hành theo mô hình kinh doanh tổng hợp, trong đó hai trụ cột chính là ngân hàng bán buôn phục vụ doanh nghiệp và ngân hàng bán lẻ phục vụ cá nhân – hộ kinh doanh. Song song, chi nhánh phát triển mạnh ngân hàng điện tử và dịch vụ thanh toán quốc tế, góp phần đa dạng hóa nguồn thu và giảm phụ thuộc vào tín dụng truyền thống. Mô hình này giúp BIDV Bình Thuận tăng khả năng cạnh tranh, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, đồng thời đáp ứng định hướng chiến lược phát triển của BIDV Việt Nam là trở thành ngân hàng hiện đại, đa năng và chuẩn mực quốc tế.

Đặc điểm hoạt động cho vay doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận:

Hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp là mảng nghiệp vụ cốt lõi và đóng góp tỷ trọng lớn nhất trong tổng dư nợ tín dụng của BIDV Bình Thuận. Chi nhánh luôn chú trọng phát triển tín dụng an toàn, hiệu quả và bền vững, gắn với chiến lược tăng trưởng kinh tế địa phương, đồng thời tuân thủ chính sách tín dụng thống nhất của BIDV Việt Nam và quy định của Ngân hàng Nhà nước.

- + Đặc điểm khách hàng doanh nghiệp: Khách hàng doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) hoạt động trong các lĩnh vực đặc trưng của tỉnh như du lịch – dịch vụ, thủy sản, sản xuất vật liệu xây dựng, năng lượng tái tạo và thương mại. Ngoài ra, chi nhánh cũng có quan hệ tín dụng với một số doanh nghiệp lớn có vốn đầu tư trong và ngoài nước, đặc biệt trong các dự án điện gió, điện mặt trời và hạ tầng công nghiệp.
- + Chính sách và quy trình cho vay: BIDV Bình Thuận áp dụng chính sách tín dụng linh hoạt và thẩm định tập trung, theo hướng đánh giá toàn diện năng lực tài chính, phương án kinh doanh và lịch sử tín dụng của doanh nghiệp. Các khoản vay được phân loại theo mục đích sử dụng vốn gồm: Cho vay ngắn hạn bổ sung vốn lưu động, phục vụ sản

xuất – kinh doanh; Cho vay trung, dài hạn đầu tư máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải và cơ sở hạ tầng; Cho vay theo dự án đầu tư, tín dụng hợp vốn và tài trợ thương mại quốc tế. Quy trình tín dụng tuân thủ nguyên tắc phân tách rõ ba chức năng: thẩm định – phê duyệt – kiểm soát, đảm bảo tính minh bạch, hạn chế rủi ro và nâng cao chất lượng danh mục tín dụng.

2.2 Thực trạng hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

2.2.1 Tình hình hoạt động kinh doanh của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Giai đoạn 2020 – 2024, BIDV Bình Thuận vẫn giữ vững quy mô hoạt động ổn định, thể hiện qua sự tăng trưởng đều của tổng tài sản, vốn huy động và dư nợ tín dụng. Tuy nhiên, xu hướng giảm lợi nhuận cho thấy hiệu quả sử dụng vốn và quản trị chi phí cần được cải thiện hơn nữa. Trong bối cảnh môi trường kinh tế nhiều biến động, chi nhánh cần tập trung đa dạng hóa sản phẩm tín dụng, mở rộng đối tượng khách hàng doanh nghiệp, và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ trong quản trị rủi ro, từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay và khả năng sinh lời trong những năm tới.

Bảng 2.1 Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Năm	Tổng tài sản (Tỷ đồng)	Tổng huy động vốn (Tỷ đồng)	Tổng dư nợ (Tỷ đồng)	Lợi nhuận trước thuế (Tỷ đồng)	Tỷ lệ tăng trưởng lợi nhuận (%)
2020	3.900	3.816	5.346	192	–
2021	4.300	4.292	5.096	194	+1,0%
2022	4.750	4.709	5.309	208	+7,2%
2023	5.300	5.391	5.727	203	–2,4%
2024	5.000	4.861	5.656	153	–24,6%

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Dữ liệu trong Bảng 2.1 phản ánh tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận (BIDV Bình Thuận) trong giai đoạn 2020–2024. Qua đó có thể thấy chi nhánh duy trì được quy mô hoạt động ổn định, song hiệu quả lợi nhuận có xu hướng giảm trong hai năm gần đây, cho thấy cần có giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng, đặc biệt là mảng cho vay doanh nghiệp.

Về quy mô tổng tài sản và huy động vốn: Tổng tài sản của BIDV Bình Thuận tăng đều qua các năm, từ 3.900 tỷ đồng năm 2020 lên 5.000 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức tăng 28,2% trong vòng 5 năm, với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 6,4%/năm. Kết quả này cho thấy chi nhánh tiếp tục mở rộng quy mô hoạt động, thể hiện năng lực quản lý và khả năng thu hút khách hàng ổn định. Tổng huy động vốn cũng có sự tăng trưởng tương ứng, từ 3.816 tỷ đồng năm 2020 lên 4.861 tỷ đồng năm 2024, tăng 27,3% so với đầu kỳ. Đây là tín hiệu tích cực, phản ánh niềm tin của khách hàng đối với BIDV Bình Thuận, cũng như hiệu quả của chính sách huy động vốn linh hoạt mà chi nhánh triển khai trong giai đoạn lãi suất thị trường có nhiều biến động. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng huy động có dấu hiệu chững lại từ năm 2023, do ảnh hưởng của chính sách điều hành lãi suất thận trọng và cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng thương mại trên địa bàn.

Về hoạt động tín dụng và tổng dư nợ: Tổng dư nợ cho vay của BIDV Bình Thuận duy trì ở mức cao, song biến động nhẹ qua các năm. Cụ thể, năm 2020 dư nợ đạt 5.346 tỷ đồng, giảm xuống 5.096 tỷ đồng năm 2021, sau đó phục hồi đạt 5.727 tỷ đồng năm 2023, rồi giảm nhẹ còn 5.656 tỷ đồng năm 2024. Mức biến động này cho thấy chi nhánh đã điều chỉnh danh mục tín dụng một cách linh hoạt, ưu tiên các lĩnh vực an toàn, đồng thời thực hiện kiểm soát rủi ro tín dụng chặt chẽ theo chỉ đạo của Ngân hàng Nhà nước và BIDV Trung ương. Ngoài ra, trong giai đoạn phục hồi sau đại dịch COVID-19, nhiều doanh nghiệp địa phương gặp khó khăn về dòng tiền, khiến nhu cầu vay vốn giảm và khả năng mở rộng tín dụng bị hạn chế.

Lợi nhuận trước thuế và tỷ lệ tăng trưởng lợi nhuận: Lợi nhuận trước thuế của BIDV Bình Thuận biến động đáng kể trong giai đoạn nghiên cứu. Cụ thể,

lợi nhuận tăng từ 192 tỷ đồng năm 2020 lên 208 tỷ đồng năm 2022, tương ứng mức tăng 7,2%, phản ánh hiệu quả quản lý chi phí và khả năng kiểm soát rủi ro tốt trong giai đoạn đầu phục hồi kinh tế. Tuy nhiên, từ năm 2023, lợi nhuận bắt đầu giảm còn 203 tỷ đồng, và giảm mạnh xuống 153 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức giảm 24,6% so với năm trước.

2.2.2 Tình hình hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

2.2.2.1 Quy mô và tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay doanh nghiệp giai đoạn 2020 – 2024

Dư nợ doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020–2024 có xu hướng giảm cả về quy mô lẫn tỷ trọng, chủ yếu do ảnh hưởng từ bối cảnh kinh tế vĩ mô và chiến lược điều chỉnh danh mục tín dụng. Việc đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay doanh nghiệp là cần thiết để khôi phục tăng trưởng và tối ưu hóa hiệu quả sinh lời trong những năm tiếp theo.

Bảng 2.2 Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay doanh nghiệp giai đoạn 2020 – 2024

Năm	Dư nợ DN (tỷ đồng)	Tăng/giảm (%)	Tỷ trọng dư nợ DN / tổng dư nợ (%)
2020	3.413	–	63,9%
2021	3.213	–5,9%	63,1%
2022	3.308	+3,0%	62,3%
2023	3.353	+1,4%	58,5%
2024	3.068	–8,5%	54,2%

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Kết quả cho thấy dư nợ doanh nghiệp có xu hướng dao động nhẹ và giảm dần về tỷ trọng trong tổng dư nợ, phản ánh chính sách tín dụng thận trọng của chi nhánh trong bối cảnh kinh tế còn nhiều biến động.

Về Quy mô và biến động dư nợ doanh nghiệp: Tổng dư nợ cho vay doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận đạt 3.413 tỷ đồng năm 2020, giảm xuống 3.213 tỷ đồng năm 2021 (tương ứng giảm 5,9%), sau đó phục hồi nhẹ trong hai năm 2022–2023, lần lượt đạt 3.308 tỷ đồng và 3.353 tỷ đồng. Tuy nhiên, đến năm 2024, dư nợ doanh nghiệp lại giảm mạnh còn 3.068 tỷ đồng, tương ứng mức giảm 8,5% so với năm trước. Diễn biến này phản ánh sự thận trọng trong chính sách cho vay doanh nghiệp của chi nhánh, đặc biệt trong giai đoạn kinh tế suy giảm, sức cầu yếu và rủi ro tín dụng gia tăng sau đại dịch COVID-19. Ngoài ra, một số ngành chủ lực tại Bình Thuận như du lịch, thủy sản, bất động sản và năng lượng tái tạo chịu tác động từ chi phí đầu vào tăng, làm giảm khả năng mở rộng đầu tư, kéo theo nhu cầu vay vốn thấp hơn.

Tốc độ tăng trưởng dư nợ: Giai đoạn 2020–2024 cho thấy xu hướng tăng trưởng tín dụng doanh nghiệp không ổn định. Sau khi giảm 5,9% năm 2021, dư nợ tăng nhẹ 3,0% năm 2022 và 1,4% năm 2023, nhưng sụt giảm đáng kể 8,5% trong năm 2024. Nguyên nhân chính có thể đến từ: Chính sách kiểm soát rủi ro tín dụng của Ngân hàng Nhà nước và BIDV trong bối cảnh thị trường tài chính còn tiềm ẩn rủi ro; Doanh nghiệp khó tiếp cận vốn do yêu cầu tài sản bảo đảm và tiêu chí xếp hạng tín dụng chặt chẽ hơn; Sự dịch chuyển cơ cấu dư nợ sang lĩnh vực khách hàng cá nhân, tín dụng tiêu dùng và tài chính bán lẻ – nhằm đa dạng hóa danh mục và giảm rủi ro tập trung. Tỷ trọng dư nợ doanh nghiệp trong tổng dư nợ: Tỷ trọng dư nợ doanh nghiệp trong tổng dư nợ của chi nhánh giảm liên tục qua các năm, từ 63,9% năm 2020 xuống 54,2% năm 2024. Xu hướng này thể hiện sự dịch chuyển chiến lược kinh doanh của BIDV Bình Thuận theo hướng cân đối giữa tín dụng doanh nghiệp và tín dụng bán lẻ, nhằm tăng biên lợi nhuận, giảm rủi ro tập trung và mở rộng thị phần khách hàng cá nhân. Dù vậy, việc tỷ trọng dư nợ doanh nghiệp giảm tương đối nhanh trong khi tổng dư nợ toàn chi nhánh vẫn tăng cho thấy sức hấp thụ vốn của khu vực doanh nghiệp địa phương còn hạn chế, phản ánh khó khăn chung của nền kinh tế tỉnh Bình Thuận trong giai đoạn hậu COVID-19 và quá trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế địa phương.

2.2.2.2 Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp

❖ Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo kỳ hạn

Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận trong giai đoạn 2020–2024 cho thấy: Dư nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng chủ yếu và là nguồn tăng trưởng chính của danh mục tín dụng doanh nghiệp; Dư nợ trung và dài hạn duy trì ở mức ổn định nhưng có xu hướng giảm dần, phản ánh sự thận trọng trong chiến lược tín dụng của chi nhánh nhằm đảm bảo an toàn vốn và hiệu quả sinh lời.

Bảng 2.3 Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo kỳ hạn của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Năm	Ngắn hạn	Trung hạn	Dài hạn	Tổng cộng
2020	2.050	950	413	3.413
2021	1.940	880	393	3.213
2022	2.030	900	378	3.308
2023	2.070	910	373	3.353
2024	1.870	850	348	3.068

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Kết quả cho thấy dư nợ tín dụng của chi nhánh vẫn duy trì tỷ trọng cao ở nhóm cho vay ngắn hạn, phù hợp với đặc thù khách hàng doanh nghiệp trên địa bàn chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs), có nhu cầu vốn lưu động phục vụ sản xuất – kinh doanh ngắn kỳ.

Dư nợ ngắn hạn luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng dư nợ doanh nghiệp, dao động từ 60,0% đến 61,0% trong suốt giai đoạn nghiên cứu. Năm 2020, dư nợ ngắn hạn đạt 2.050 tỷ đồng, sau đó giảm nhẹ xuống 1.940 tỷ đồng năm 2021 (giảm 5,4%) do tác động của dịch COVID-19 khiến nhiều doanh nghiệp thu hẹp quy mô sản xuất. Từ năm 2022–2023, dư nợ ngắn hạn phục hồi nhẹ, đạt 2.070 tỷ đồng năm 2023, phản ánh xu hướng phục hồi của các doanh nghiệp sau đại dịch. Tuy nhiên, đến năm 2024, con số này lại giảm xuống 1.870 tỷ đồng, tương ứng mức giảm

9,7%, chủ yếu do các doanh nghiệp giảm nhu cầu vay vốn ngắn hạn trong bối cảnh sức mua thị trường chậm, chi phí đầu vào tăng và khả năng quay vòng vốn hạn chế.

Dư nợ trung hạn của BIDV Bình Thuận có xu hướng dao động nhẹ và ổn định trong giai đoạn 2020–2024. Cụ thể, năm 2020 đạt 950 tỷ đồng, giảm còn 880 tỷ đồng năm 2021, sau đó tăng dần trở lại đạt 910 tỷ đồng năm 2023, rồi giảm xuống 850 tỷ đồng năm 2024.

Dư nợ dài hạn của chi nhánh chiếm tỷ trọng thấp nhất trong tổng dư nợ doanh nghiệp, giảm dần từ 413 tỷ đồng năm 2020 xuống 348 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức giảm 15,7%. Nguyên nhân chủ yếu là do môi trường kinh tế chưa ổn định, khiến các doanh nghiệp hạn chế mở rộng đầu tư dài hạn; đồng thời BIDV Bình Thuận cũng thắt chặt chính sách cho vay dài hạn để kiểm soát rủi ro thanh khoản.

❖ Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp

Trong giai đoạn 2020–2024, cơ cấu dư nợ doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận phản ánh xu hướng đa dạng hóa danh mục tín dụng và giảm phụ thuộc vào khu vực doanh nghiệp nhà nước. Đây là hướng đi đúng đắn giúp chi nhánh thích ứng với cơ cấu kinh tế mới, đồng thời nâng cao khả năng sinh lời và ổn định hoạt động tín dụng trong dài hạn.

Bảng 2.4 Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo loại hình doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Năm	Doanh nghiệp Nhà nước	Doanh nghiệp tư nhân	Công ty cổ phần	FDI	Tổng cộng
2020	520	1.740	960	193	3.413
2021	480	1.650	900	183	3.213
2022	460	1.700	955	193	3.308
2023	440	1.760	955	198	3.353
2024	410	1.580	875	203	3.068

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Bảng 2.4 phản ánh cơ cấu dư nợ cho vay doanh nghiệp của BIDV – Chi nhánh Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024, được phân loại theo bốn nhóm doanh nghiệp chính: doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Số liệu cho thấy dư nợ tập trung chủ yếu vào khu vực doanh nghiệp tư nhân và công ty cổ phần, trong khi dư nợ đối với khu vực doanh nghiệp nhà nước và FDI chiếm tỷ trọng nhỏ, duy trì ở mức ổn định qua các năm.

Dư nợ cho vay doanh nghiệp nhà nước có xu hướng giảm đều trong suốt giai đoạn nghiên cứu, từ 520 tỷ đồng năm 2020 xuống còn 410 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức giảm 21,2%. Xu hướng giảm này phù hợp với thực tiễn khi quy mô khu vực doanh nghiệp nhà nước tại địa phương ngày càng thu hẹp, nhiều đơn vị đã cổ phần hóa hoặc chuyển đổi mô hình hoạt động theo chủ trương của Chính phủ. Bên cạnh đó, khả năng tự chủ tài chính và tiếp cận nguồn vốn ưu đãi của doanh nghiệp nhà nước cũng cao hơn, dẫn đến nhu cầu vay vốn ngân hàng thương mại giảm dần.

Doanh nghiệp tư nhân là khách hàng vay vốn lớn nhất của BIDV Bình Thuận, chiếm khoảng 50–55% tổng dư nợ doanh nghiệp trong toàn giai đoạn. Năm 2020, dư nợ đạt 1.740 tỷ đồng, giảm nhẹ xuống 1.650 tỷ đồng năm 2021 do ảnh hưởng của dịch COVID-19, sau đó phục hồi đạt 1.760 tỷ đồng năm 2023, rồi giảm còn 1.580 tỷ đồng năm 2024. Các doanh nghiệp tư nhân chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ, du lịch, sản xuất vật liệu xây dựng và thủy sản, có quy mô vừa và nhỏ, vòng quay vốn nhanh, nên nhu cầu vốn lưu động thường xuyên ở mức cao. Tuy nhiên, sự sụt giảm dư nợ năm 2024 cho thấy sức hấp thụ vốn của khu vực tư nhân suy giảm do tình hình tiêu thụ sản phẩm chậm và chi phí đầu vào tăng cao. Nhìn chung, đây vẫn là phân khúc khách hàng chiến lược của chi nhánh, bởi doanh nghiệp tư nhân có nhu cầu vay vốn linh hoạt, tạo điều kiện cho BIDV Bình Thuận đa dạng hóa sản phẩm tín dụng và duy trì nguồn thu ổn định.

Nhóm công ty cổ phần có dư nợ tương đối ổn định, dao động trong khoảng 900–960 tỷ đồng giai đoạn 2020–2023, sau đó giảm nhẹ còn 875 tỷ đồng năm 2024. Sự ổn định này cho thấy BIDV Bình Thuận duy trì mối quan hệ tín dụng bền vững

với các doanh nghiệp cổ phần lớn, đặc biệt là các công ty hạ tầng, năng lượng tái tạo, sản xuất và xây dựng. Tuy nhiên, mức giảm nhẹ năm 2024 phản ánh xu hướng thắt chặt tín dụng đối với lĩnh vực đầu tư dài hạn và bất động sản, đồng thời cho thấy áp lực cạnh tranh vốn vay giữa các ngân hàng thương mại trên địa bàn ngày càng cao.

Dư nợ cho vay doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) chiếm tỷ trọng nhỏ nhất nhưng tăng nhẹ và ổn định qua các năm, từ 193 tỷ đồng năm 2020 lên 203 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức tăng 5,2%. Các khoản vay FDI chủ yếu tập trung ở các dự án năng lượng tái tạo, chế biến nông – thủy sản và du lịch cao cấp. Việc duy trì tăng trưởng ổn định cho thấy BIDV Bình Thuận đã bước đầu xây dựng được uy tín với khối khách hàng quốc tế, song quy mô dư nợ còn khiêm tốn do địa phương chưa thu hút nhiều dự án FDI lớn.

❖ Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo ngành kinh tế

Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo ngành kinh tế giai đoạn 2020–2024 cho thấy BIDV Bình Thuận đã định hướng lại danh mục tín dụng theo hướng an toàn và hiệu quả, ưu tiên cho vay ngắn hạn ở các ngành thương mại, dịch vụ và sản xuất chủ lực của địa phương, đồng thời hạn chế tín dụng dài hạn ở các lĩnh vực rủi ro cao như bất động sản và du lịch.

Bảng 2.5 Cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo ngành kinh tế của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Năm	Thương mại – dịch vụ	Xây dựng	Nông – thủy sản	Du lịch	Khác	Tổng cộng
2020	1.420	720	520	490	263	3.413
2021	1.360	680	510	420	243	3.213
2022	1.420	700	525	450	213	3.308
2023	1.490	710	520	450	183	3.353
2024	1.370	640	480	400	178	3.068

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Số liệu cho thấy dư nợ doanh nghiệp tập trung chủ yếu vào các ngành thương mại – dịch vụ, xây dựng, nông – thủy sản và du lịch, trong đó thương mại – dịch vụ là lĩnh vực chiếm tỷ trọng cao nhất và đóng vai trò chủ đạo trong danh mục tín dụng của chi nhánh. Cụ thể, dư nợ thương mại – dịch vụ luôn chiếm khoảng 40–45% tổng dư nợ doanh nghiệp, dao động từ 1.360 đến 1.490 tỷ đồng trong giai đoạn 2020–2023, trước khi giảm còn 1.370 tỷ đồng năm 2024. Biến động này phản ánh ảnh hưởng của bối cảnh kinh tế vĩ mô, khi hoạt động thương mại và tiêu dùng chịu tác động tiêu cực từ dịch COVID-19 cũng như xu hướng thắt chặt chi tiêu của người dân trong giai đoạn phục hồi. Tuy vậy, đây vẫn là nhóm khách hàng trọng tâm của BIDV Bình Thuận do có vòng quay vốn nhanh, nhu cầu vay ngắn hạn thường xuyên và hiệu quả sử dụng vốn cao, giúp chi nhánh duy trì doanh thu và lợi nhuận ổn định.

Đối với lĩnh vực xây dựng, dư nợ có xu hướng giảm dần qua các năm, từ 720 tỷ đồng năm 2020 xuống còn 640 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức giảm 11,1%. Nguyên nhân chủ yếu là do sự sụt giảm trong đầu tư công và sự chững lại của thị trường bất động sản, khiến nhu cầu vay vốn dài hạn bị hạn chế. Tuy nhiên, BIDV Bình Thuận vẫn duy trì cho vay ổn định đối với các dự án xây dựng hạ tầng, năng lượng tái tạo và giao thông địa phương, góp phần đảm bảo an toàn danh mục tín dụng và hỗ trợ các ngành kinh tế trọng điểm của tỉnh. Trong khi đó, dư nợ nông – thủy sản duy trì ở mức ổn định trong giai đoạn 2020–2023, dao động khoảng 510–525 tỷ đồng, nhưng giảm xuống còn 480 tỷ đồng năm 2024. Sự sụt giảm này phần nào phản ánh những khó khăn của ngành nông – thủy sản do giá nguyên liệu đầu vào tăng, thị trường xuất khẩu gặp trở ngại và tác động của biến đổi khí hậu. Tuy nhiên, đây vẫn là lĩnh vực được BIDV Bình Thuận ưu tiên hỗ trợ thông qua các chương trình tín dụng ưu đãi, giãn nợ và cơ cấu lại thời hạn trả nợ, đặc biệt đối với các doanh nghiệp sản xuất, chế biến và xuất khẩu thủy sản – nhóm ngành đóng vai trò then chốt trong cơ cấu kinh tế của tỉnh.

Ngành du lịch – một trong những thế mạnh đặc trưng của Bình Thuận, có dư nợ giảm đáng kể từ 490 tỷ đồng năm 2020 xuống còn 400 tỷ đồng năm 2024, tương ứng giảm 18,4%. Nguyên nhân chủ yếu là do ảnh hưởng kéo dài của đại dịch COVID-19

khiến các doanh nghiệp du lịch, khách sạn và lữ hành gặp khó khăn về dòng tiền, buộc ngân hàng phải hạn chế mở rộng cho vay mới. Dù vậy, kể từ năm 2022, hoạt động du lịch bắt đầu có dấu hiệu phục hồi nhờ chính sách mở cửa và các chương trình kích cầu địa phương, dự kiến sẽ trở thành động lực tăng trưởng tín dụng trong giai đoạn tới khi Bình Thuận được định hướng phát triển thành trung tâm du lịch quốc gia.

Ngoài các lĩnh vực trên, nhóm “ngành khác” (bao gồm công nghiệp chế biến, năng lượng, vận tải và dịch vụ xã hội) có dư nợ nhỏ nhất và giảm dần từ 263 tỷ đồng năm 2020 xuống 178 tỷ đồng năm 2024. Mức giảm này thể hiện xu hướng tái cơ cấu danh mục tín dụng có chọn lọc, tập trung vốn vào các ngành có khả năng sinh lời cao và rủi ro thấp hơn. Tuy nhiên, BIDV Bình Thuận vẫn duy trì cho vay đối với các dự án năng lượng tái tạo và công nghiệp hỗ trợ – những lĩnh vực có tiềm năng phát triển bền vững, phù hợp với định hướng xanh hóa nền kinh tế.

2.2.2.3 Tình hình nợ xấu cho vay doanh nghiệp

Trong giai đoạn 2020 – 2024, chất lượng tín dụng của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận (BIDV Bình Thuận) có sự biến động đáng kể, đặc biệt là sự gia tăng mạnh của tỷ lệ nợ xấu vào các năm 2023 và 2024. Số liệu cho thấy tổng dư nợ doanh nghiệp của chi nhánh dao động từ 3.413 tỷ đồng năm 2020 xuống còn 3.068 tỷ đồng năm 2024, trong khi đó nợ xấu và nợ nhóm 2 lại có xu hướng tăng nhanh, phản ánh những thách thức mà chi nhánh phải đối mặt trong công tác kiểm soát rủi ro tín dụng.

Bảng 2.6 Tình hình nợ xấu và nợ nhóm 2 trong cho vay doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Năm	Tổng dư nợ DN	Nợ nhóm 2 (tỷ đồng)	Nợ xấu (tỷ đồng)	Tỷ lệ nợ xấu (%)
2020	3.413	0,00	2,30	0,07%
2021	3.213	0,00	2,18	0,07%
2022	3.308	0,00	49,87	1,51%
2023	3.353	2,50	68,55	2,04%
2024	3.068	138,00	428,00	13,95%

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Giai đoạn 2020–2021, BIDV Bình Thuận duy trì được chất lượng tín dụng tốt, với tỷ lệ nợ xấu chỉ ở mức 0,07%, tương đương 2,18–2,30 tỷ đồng, và không phát sinh nợ nhóm 2. Đây là giai đoạn ngân hàng thực hiện chính sách thận trọng trong cấp tín dụng, đặc biệt trong bối cảnh nền kinh tế chịu ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, khi BIDV chủ trương ưu tiên hỗ trợ khách hàng hiện hữu, hạn chế mở rộng các khoản vay rủi ro cao. Chất lượng danh mục tín dụng được đảm bảo nhờ tăng cường thẩm định tín dụng, kiểm tra sau vay và phân loại nợ thường xuyên, giúp chi nhánh duy trì được tỷ lệ nợ xấu ở mức thấp nhất toàn hệ thống. Tuy nhiên, từ năm 2022 trở đi, tỷ lệ nợ xấu có xu hướng tăng đột biến, đạt 1,51% năm 2022, tương ứng 49,87 tỷ đồng, và tăng lên 2,04% năm 2023 (68,55 tỷ đồng). Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ tác động kéo dài của đại dịch, biến động giá nguyên vật liệu, suy giảm nhu cầu tiêu dùng, và sự chậm phục hồi của các ngành du lịch, xây dựng và thủy sản – vốn chiếm tỷ trọng dư nợ lớn tại Bình Thuận. Bên cạnh đó, BIDV Bình Thuận trong giai đoạn này đã mở rộng cho vay hỗ trợ phục hồi kinh tế theo chỉ đạo của Ngân hàng Nhà nước, dẫn đến việc chấp nhận rủi ro tín dụng cao hơn nhằm thúc đẩy tăng trưởng dư nợ, khiến chất lượng tín dụng có phần suy giảm. Đáng chú ý, đến năm 2024, tình hình nợ xấu trở nên đáng báo động khi tỷ lệ nợ xấu tăng mạnh lên 13,95%, tương ứng 428 tỷ đồng, trong khi nợ nhóm 2 (nợ cần chú ý) cũng tăng lên 138 tỷ đồng. Đây là dấu hiệu cho thấy rủi ro tín dụng tích tụ từ các năm trước bắt đầu bộc lộ rõ, đặc biệt ở các khoản vay của doanh nghiệp trong lĩnh vực xây dựng, du lịch và năng lượng tái tạo – những ngành chịu ảnh hưởng nặng nề bởi biến động kinh tế vĩ mô, sự sụt giảm đầu tư công và biến động lãi suất. Việc gia tăng nợ nhóm 2 phản ánh xu hướng suy giảm khả năng trả nợ của khách hàng, trong khi phần lớn các khoản nợ xấu phát sinh từ doanh nghiệp tư nhân quy mô vừa và nhỏ, thiếu tài sản bảo đảm có giá trị cao. Nguyên nhân chủ quan đến từ việc chi nhánh chưa kịp thời cơ cấu lại danh mục tín dụng, còn tập trung vào một số ngành nghề có rủi ro cao và phụ thuộc nhiều vào chu kỳ kinh tế. Ngoài ra, quá trình kiểm tra, giám sát sau cho vay chưa được thực hiện thường xuyên và sâu sát ở một số đơn vị, dẫn đến việc phát hiện sớm dấu hiệu rủi ro còn hạn chế. Bên cạnh đó, giai đoạn

2023–2024 cũng chứng kiến sự gia tăng chi phí vốn và lãi suất, khiến khả năng thanh toán của nhiều doanh nghiệp suy giảm, làm tăng nguy cơ chuyển nhóm nợ.

2.2.2.4 Hiệu quả cho vay doanh nghiệp

Hiệu quả cho vay doanh nghiệp là một trong những chỉ tiêu quan trọng phản ánh năng lực quản trị tín dụng, khả năng sinh lời và hiệu quả sử dụng vốn của ngân hàng thương mại. Dựa trên số liệu giai đoạn 2020 – 2024, có thể nhận thấy hoạt động cho vay doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận duy trì được quy mô ổn định trong những năm đầu, song hiệu quả sử dụng vốn và hệ số thu nợ có xu hướng giảm trong hai năm gần đây, cho thấy những dấu hiệu cần được xem xét và cải thiện trong công tác tín dụng.

Bảng 2.7 Hiệu quả cho vay doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Năm	Doanh số cho vay DN	Thu nợ DN	Lợi nhuận từ cho vay DN	Hệ số thu nợ (%)	Hiệu suất sử dụng vốn (%)
2020	5.320	5.110	125	96,1%	5,6%
2021	5.050	4.860	128	96,2%	6,1%
2022	5.260	5.010	136	95,2%	6,5%
2023	5.430	5.060	132	93,2%	6,0%
2024	4.820	4.160	104	86,3%	4,8%

Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh BIDV Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024

Trong giai đoạn 2020 – 2022, doanh số cho vay doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận duy trì ở mức cao, dao động từ 5.050 tỷ đồng đến 5.320 tỷ đồng, trong khi doanh số thu nợ tương ứng đạt từ 4.860 tỷ đồng đến 5.110 tỷ đồng. Tỷ lệ hệ số thu nợ luôn duy trì trên 95%, phản ánh khả năng thu hồi vốn tốt và vòng quay vốn tín dụng ổn định. Cùng với đó, lợi nhuận từ hoạt động cho vay doanh nghiệp tăng từ 125 tỷ đồng năm 2020 lên 136 tỷ đồng năm 2022, tương ứng mức tăng 8,8%, góp phần nâng hiệu suất sử dụng vốn từ 5,6% lên 6,5%. Giai đoạn này cho thấy BIDV Bình Thuận đã kiểm soát tốt chất lượng tín dụng, đồng thời khai thác hiệu quả nhu

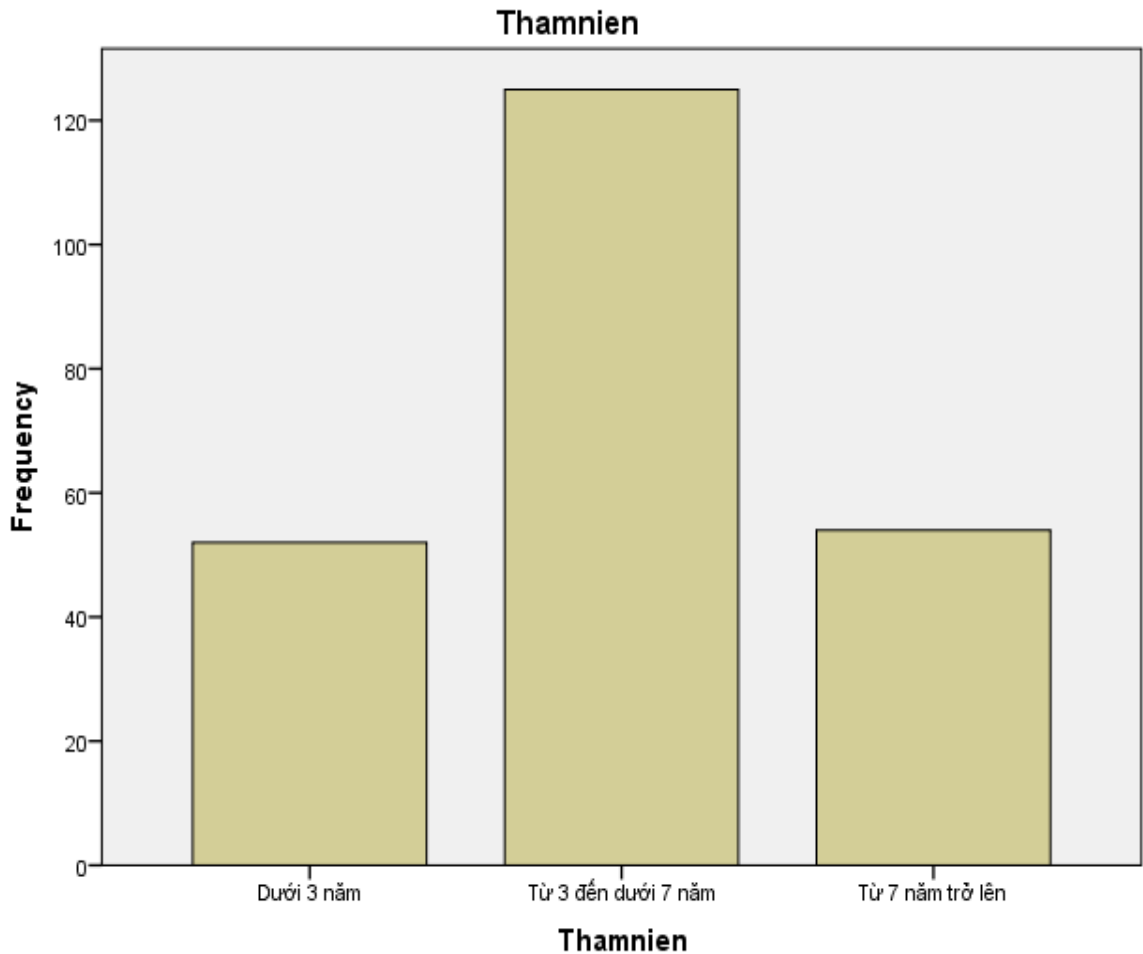
cầu vốn của các doanh nghiệp phục hồi sau đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, từ năm 2023 trở đi, các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả tín dụng bắt đầu có xu hướng giảm. Cụ thể, hệ số thu nợ giảm xuống còn 93,2% năm 2023 và 86,3% năm 2024, trong khi lợi nhuận từ cho vay doanh nghiệp giảm từ 132 tỷ đồng năm 2023 xuống 104 tỷ đồng năm 2024, tương ứng mức giảm 21,2%. Sự sụt giảm này cho thấy khả năng thu hồi nợ của chi nhánh gặp nhiều khó khăn, đồng thời hiệu suất sử dụng vốn giảm xuống mức thấp nhất 4,8% năm 2024. Điều này phản ánh tác động của rủi ro tín dụng gia tăng, nợ xấu và nợ nhóm 2 tăng mạnh trong giai đoạn 2023–2024, khiến hiệu quả kinh doanh giảm sút rõ rệt.

2.3 Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận

2.3.1 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua khảo sát 250 khách hàng doanh nghiệp hiện đang có quan hệ tín dụng hoặc đã từng phát sinh nhu cầu vay vốn tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận trong khoảng thời gian 30 ngày. Sau khi kết thúc quá trình thu thập, các phiếu khảo sát được tổng hợp, kiểm tra và sàng lọc nhằm loại bỏ những phiếu không đáp ứng yêu cầu. Trong tổng số 250 phiếu thu về, có 19 phiếu không hợp lệ do người trả lời bỏ trống các thông tin quan trọng hoặc trả lời thiếu nhất quán. Do đó, 231 phiếu khảo sát hợp lệ được sử dụng cho các bước phân tích tiếp theo của nghiên cứu. Một số đặc điểm cơ bản của mẫu nghiên cứu được trình bày dưới đây:

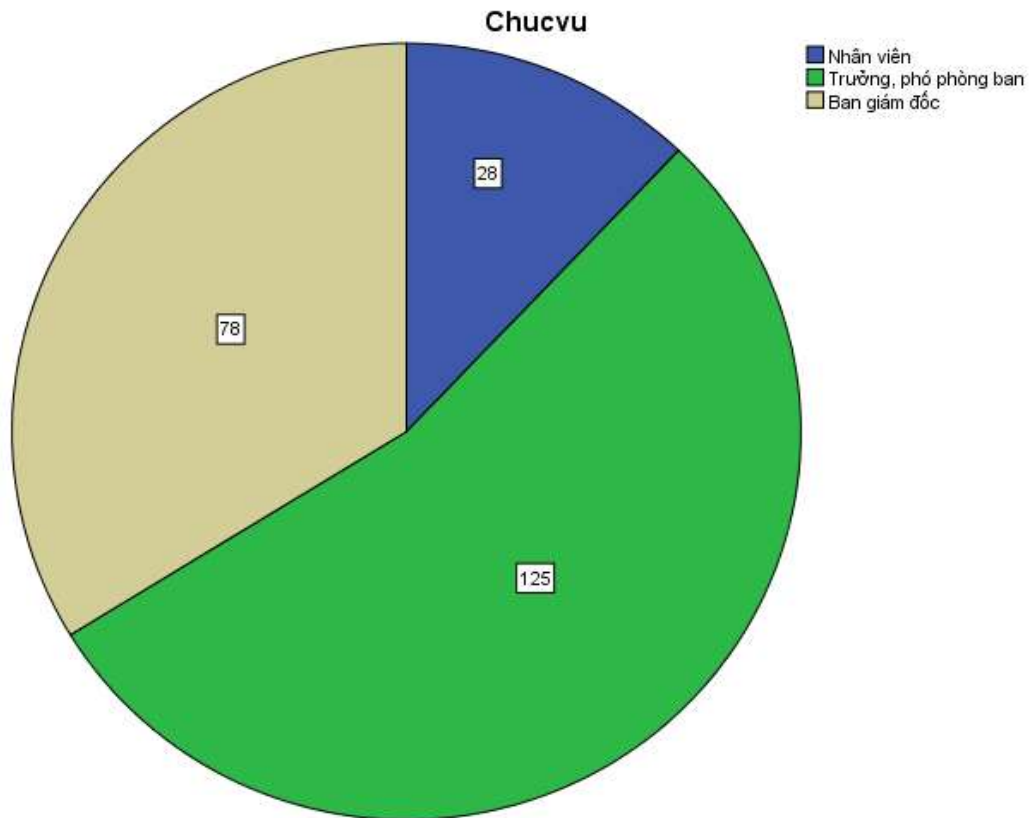
Về thâm niên làm việc của người đại diện doanh nghiệp tham gia trả lời khảo sát, phần lớn người được hỏi có thời gian công tác từ 3 đến dưới 7 năm, với 125 người, chiếm 54,1% tổng số mẫu hợp lệ. Tiếp đến là nhóm người đại diện có thâm niên từ 7 năm trở lên, gồm 54 người, chiếm 23,4%. Còn lại là nhóm có thâm niên dưới 3 năm, với 52 người tham gia khảo sát, tương ứng 22,5% trong tổng thể mẫu nghiên cứu.



Hình 2.1 Thống kê mô tả mẫu theo Thâm niên công tác tại doanh nghiệp

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

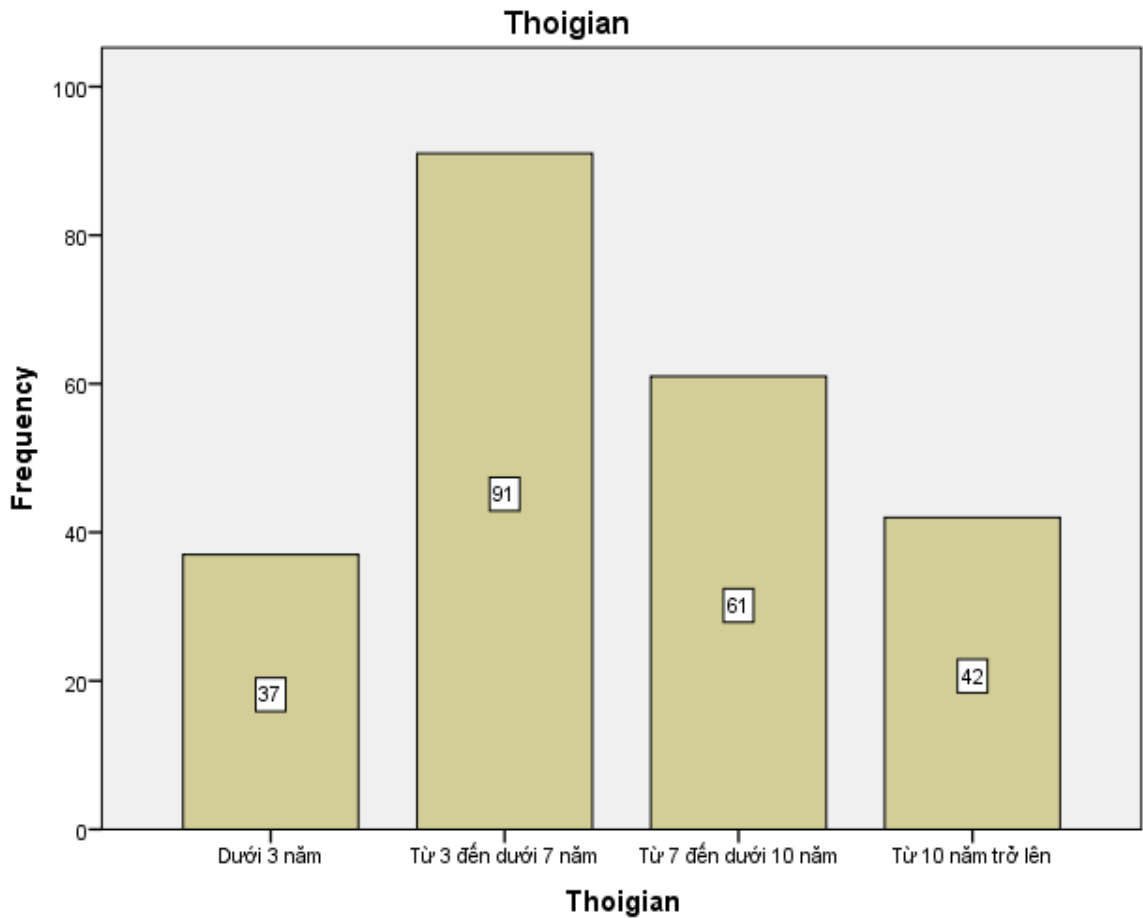
Về chức vụ công tác của người đại diện doanh nghiệp tham gia khảo sát, kết quả phân tích cho thấy phần lớn người trả lời thuộc nhóm Trưởng, Phó phòng ban, với 125 người, chiếm 54,1% tổng mẫu khảo sát hợp lệ. Đây là nhóm giữ vai trò quản lý trung gian, thường trực tiếp tham gia vào quá trình lập kế hoạch tài chính và đề xuất nhu cầu vay vốn của doanh nghiệp. Tiếp theo là nhóm Ban giám đốc, gồm 78 người, chiếm 33,8%, thể hiện sự tham gia đáng kể của các cấp lãnh đạo có thẩm quyền quyết định cao trong hoạt động tín dụng. Cuối cùng là nhóm Nhân viên, với 28 người, chiếm 12,1% tổng mẫu.



Hình 2.2 Thống kê mô tả mẫu theo vị trí công tác tại doanh nghiệp

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Về thời gian doanh nghiệp quan hệ tín dụng với ngân hàng, kết quả cho thấy nhóm doanh nghiệp có thời gian hợp tác từ 3 đến dưới 7 năm chiếm tỷ lệ cao nhất với 91 doanh nghiệp (39,4%). Tiếp theo là nhóm từ 7 đến dưới 10 năm, gồm 61 doanh nghiệp (26,4%), và nhóm trên 10 năm với 42 doanh nghiệp (18,2%). Nhóm có thời gian quan hệ dưới 3 năm chiếm tỷ lệ thấp nhất, với 37 doanh nghiệp (16%). Cơ cấu này phản ánh rằng phần lớn các doanh nghiệp tham gia khảo sát đã có thời gian hợp tác trung và dài hạn với BIDV – Chi nhánh Bình Thuận, góp phần tăng độ tin cậy cho các đánh giá trong nghiên cứu.



**Hình 2.3 Thống kê mô tả mẫu theo Thời gian doanh nghiệp
quan hệ tín dụng với ngân hàng**

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

2.3.2 Đánh giá độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định độ tin cậy các thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha (Bảng 2.8) cho thấy toàn bộ các thang đo trong nghiên cứu đều đạt yêu cầu của kiểm định với giá trị α lớn hơn 0.6. Cụ thể, hệ số Cronbach's Alpha thấp nhất thuộc về thang đo Lãi suất (LS) với $\alpha = 0.758$, trong khi thang đo có độ tin cậy cao nhất là Sự an toàn (AT) với $\alpha = 0.888$. Kết quả phân tích chi tiết cũng cho thấy tại thang đo Thái độ nhân viên (NV), biến quan sát NV3 có hệ số tương quan biến – tổng nhỏ hơn 0.3 và bằng 0.271. Điều này cho thấy NV3 không đóng góp tốt vào sự đo lường

của thang đo và làm giảm độ tin cậy tổng thể và sẽ bị loại khỏi thang đo Thái độ nhân viên để đảm bảo độ tin cậy cho thang đo này.

Các thang đo còn lại gồm Cơ sở vật chất (VC), Thủ tục cho vay (TT), Lãi suất (LS), Thương hiệu ngân hàng (TH), Sự an toàn (AT) và Quyết định vay vốn (QD), các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến – tổng lớn hơn 0.5 và hệ số Cronbach's Alpha ổn định. Điều này chứng tỏ các biến quan sát trong những thang đo này đều phù hợp và được giữ lại cho bước phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Tổng hợp kết quả phân tích độ tin cậy các thang đo dùng trong nghiên cứu thông qua phân tích Cronbach's Alpha được trình bày trong Bảng 2.8 bên dưới:

Bảng 2.8 Tổng hợp kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Cơ sở vật chất - VC ($\alpha = 0.795$)				
VC1	7.450	1.883	0.676	0.683
VC2	7.450	2.023	0.715	0.662
VC3	7.654	1.758	0.559	0.832
Thủ tục cho vay - TT ($\alpha = 0.852$)				
TT1	7.468	4.320	0.749	0.768
TT2	7.459	4.093	0.713	0.804
TT3	7.429	4.463	0.707	0.807
Lãi suất - LS ($\alpha = 0.758$)				
LS1	10.281	8.229	0.596	0.680
LS2	10.472	8.346	0.510	0.725
LS3	10.723	7.714	0.590	0.681
LS4	10.874	8.380	0.527	0.716
Thái độ nhân viên - NV ($\alpha = 0.691$) – Lần 01				
NV1	15.740	4.680	0.535	0.610

NV2	15.688	4.824	0.450	0.641
NV3	16.052	4.189	0.271	0.781
NV4	15.675	4.594	0.585	0.592
NV5	15.736	4.769	0.594	0.598
Thái độ nhân viên - NV ($\alpha = 0.781$) – Lần 02				
NV1	12.069	2.508	0.577	0.733
NV2	12.017	2.591	0.496	0.777
NV4	12.004	2.448	0.630	0.704
NV5	12.065	2.565	0.656	0.696
Thương hiệu ngân hàng – TH ($\alpha = 0.813$)				
TH1	11.424	2.419	0.610	0.779
TH2	11.320	2.584	0.642	0.760
TH3	11.195	2.697	0.647	0.760
TH4	11.307	2.605	0.638	0.762
Sự an toàn – AT ($\alpha = 0.888$)				
AT1	11.758	4.080	0.725	0.868
AT2	11.753	4.317	0.745	0.860
AT3	11.701	4.210	0.763	0.853
AT4	11.723	4.106	0.788	0.843
Quyết định vay vốn – QD ($\alpha = 0.880$)				
QD1	7.753	2.056	0.777	0.826
QD2	7.810	1.816	0.780	0.823
QD3	7.762	2.000	0.754	0.843

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Kết quả phân tích lại độ tin cậy của các thang đo “Thái độ nhân viên” sau khi loại các biến quan sát NV3 cho kết quả hệ số Alpha của thang đo đều đạt yêu cầu; các biến quan sát trong thang đo đều có hệ số tải lớn hơn 0.3 và phù hợp để sử dụng cho bước phân tích EFA tiếp theo.

2.3.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA

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

Thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA (Bảng 2.9) cho các biến độc lập cho thấy, hệ số KMO là $0.744 > 0.5$ và kiểm định Barlett có $\text{Sig.} = 0.000$ (nhỏ hơn 0.05) cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát và các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Bảng 2.9 Kết quả kiểm định Barlett và KMO – Biến độc lập

<i>Hệ số KMO</i>		0.744
<i>Kiểm định Barlett</i>	<i>Approx, Chi-Square</i>	2061.086
	<i>df</i>	231
	<i>Sig</i>	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Kết quả giải thích phương sai (Bảng 2.10) bên dưới cho thấy: tại giá trị Eigenvalues bằng $1.630 > 1$, phân tích nhân tố khám phá rút trích được 6 nhân tố với tổng phương sai trích là 68.396% ($>50\%$) cho thấy 6 nhân tố được trích có thể giải thích 68.396% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 2.10 Kết quả giải thích phương sai – Biến độc lập

Total Variance Explained									
Compo nent	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulati ve %	Total	% of Variance	Cumulati ve %	Total	% of Variance	Cumulati ve %
1	3.632	16.511	16.511	3.632	16.511	16.511	3.049	13.861	13.861
2	2.930	13.318	29.829	2.930	13.318	29.829	2.589	11.769	25.631
3	2.666	12.118	41.947	2.666	12.118	41.947	2.469	11.222	36.852
4	2.205	10.024	51.972	2.205	10.024	51.972	2.354	10.699	47.551
5	1.984	9.016	60.988	1.984	9.016	60.988	2.349	10.677	58.228
6	1.630	7.408	68.396	1.630	7.408	68.396	2.237	10.167	68.396

7	0.710	3.226	71.621						
8	0.675	3.068	74.690						
.	.	.	.						
.	.	.	.						
.	.	.	.						
20	0.250	1.137	98.257						
21	0.221	1.004	99.260						
22	0.163	0.740	100.000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Với phép xoay Varimax, kết quả ma trận xoay nhân tố (Bảng 2.11) cho thấy phân tích rút trích được 6 nhân tố và các biến quan sát trong 6 nhân tố được trích đều có hệ số tải nhân tố trên 0.5 (đạt yêu cầu khi phân tích nhân tố khám phá).

Bảng 2.11 Kết quả ma trận xoay nhân tố - Biến độc lập

Rotated Component Matrix^a						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
AT4	0.880					
AT3	0.867					
AT2	0.855					
AT1	0.840					
TH2		0.808				
TH4		0.797				
TH3		0.793				
TH1		0.742				
NV5			0.822			
NV4			0.805			
NV1			0.749			

NV2			0.691			
LS1				0.792		
LS3				0.774		
LS2				0.733		
LS4				0.733		
TT1					0.898	
TT2					0.866	
TT3					0.862	
VC2						0.891
VC1						0.872
VC3						0.766

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

2.3.3.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc cho thấy: hệ số KMO là $0.744 > 0.5$ và kiểm định Barlett có $\text{Sig.} < 0.05$ cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát, các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Bảng 2.12 Kết quả kiểm định Barlett và KMO - Biến phụ thuộc

<i>Hệ số KMO</i>		0.744
<i>Kiểm định Barlett</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	368.434
	<i>df</i>	3
	<i>Sig.</i>	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Tại giá trị Eigenvalue bằng $2.426 > 1$, phân tích nhân tố rút trích được 1 nhân tố với tổng phương sai trích khi phân tích khám phá nhân tố là 80.856% ($> 50\%$) cho thấy nhân tố được trích có thể giải thích 80.856% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 2.13 Kết quả giải thích phương sai – Biến phụ thuộc

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.426	80.856	80.856	2.426	80.856	80.856
2	0.308	10.274	91.130			
3	0.266	8.870	100.000			
Extraction Method: Principal Component Analysis.						

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Cả 3 biến quan sát: QD2; QD1; QD3 trong nhân tố phụ thuộc được trích đều có hệ số tải lớn hơn 0.5 (đạt yêu cầu của kiểm định EFA) cấu thành nên nhân tố phụ thuộc “Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận”.

Bảng 2.14 Kết quả ma trận xoay nhân tố - Biến phụ thuộc

Component Matrix ^a	
	Component
	1
QD2	0.905
QD1	0.903
QD3	0.890
Extraction Method: Principal Component Analysis.	
a. 1 components extracted.	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Như vậy, sau khi đánh giá độ tin cậy các thang đo thông qua kiểm định Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy các thang đo sau khi loại các biến không đạt yêu cầu đã đạt được độ tin cậy phù hợp để sử dụng cho các bước phân tích tiếp theo.

2.3.4 Phân tích hồi quy

2.3.4.1 Kết quả phân tích hệ số hồi quy

Kết quả phân tích hệ số hồi quy trong Bảng 2.15 cho thấy có biến độc lập Thủ tục cho vay (TT) không có ý nghĩa thống kê trong mô hình, với mức Sig. = 0.870 > 0.05, do đó yếu tố Thủ tục cho vay không cho thấy sự ảnh hưởng tuyến tính đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận. Các biến độc lập còn lại bao gồm: Cơ sở vật chất (VC), Lãi suất (LS), Thái độ nhân viên (NV), Thương hiệu ngân hàng (TH) và Sự an toàn (AT) đều có Sig. < 0.05, cho thấy các biến độc lập này đều có ảnh hưởng tuyến tính đến Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp.

Bảng 2.15 Bảng ước lượng hệ số hồi quy

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.833	0.392		-4.677	0.000		
	F_VC	0.502	0.047	0.483	10.568	0.000	0.970	1.031
	F_TT	0.005	0.031	0.007	0.164	0.870	0.984	1.016
	F_LS	0.225	0.034	0.303	6.655	0.000	0.976	1.025
	F_NV	0.351	0.063	0.265	5.551	0.000	0.892	1.121
	F_TH	0.282	0.064	0.215	4.432	0.000	0.859	1.164
	F_AT	0.140	0.047	0.138	2.994	0.003	0.955	1.047
a. Dependent Variable: F_QD								

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

2.3.4.2 Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Hệ số R² hiệu chỉnh trong bảng 2.16 bên dưới bằng 0.534, cho thấy mức độ phù hợp của mô hình đạt 53.4%, nghĩa là khả năng giải thích của 6 yếu tố độc lập giải thích được 53.4% sự biến thiên trong dữ liệu của biến phụ thuộc - Quyết định

vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

Bảng 2.16 Tóm tắt mô hình hồi quy

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.739 ^a	0.546	0.534	0.46402	1.813
a. Predictors: (Constant), F_AT, F_LS, F_VC, F_TT, F_NV, F_TH					
b. Dependent Variable: F_QD					

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Kết quả kiểm định F (Bảng 2.17) cho giá trị sig. < 0.05, điều này có nghĩa phân tích hồi quy là phù hợp, mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với tập dữ liệu thu thập được (Hoàng Trọng và cộng sự, 2008).

Bảng 2.17 Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.954	6	9.659	44.859	0.000 ^b
	Residual	48.231	224	0.215		
	Total	106.185	230			
a. Dependent Variable: F_QD						
b. Predictors: (Constant), F_AT, F_LS, F_VC, F_TT, F_NV, F_TH						

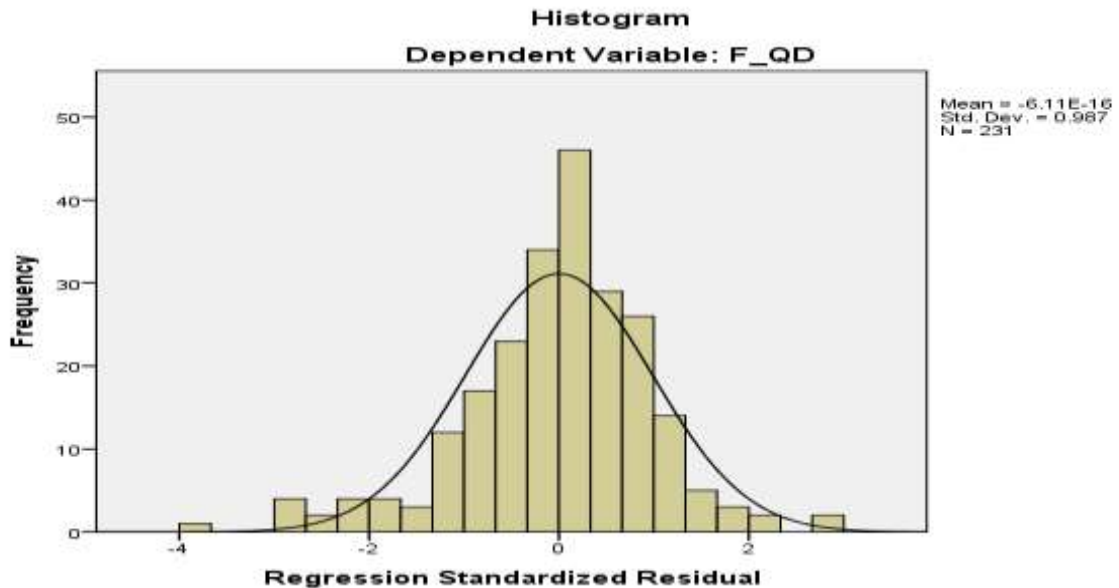
Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

2.3.4.3 Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết

Kiểm định về phân phối chuẩn của phần dư

Tác giả sử dụng các biểu đồ tần số như Histogram để kiểm tra giả định về phân phối chuẩn của phần dư. Dựa vào biểu đồ 2.4 bên dưới có thể nói phân phối chuẩn của phần dư xấp xỉ chuẩn (Mean = -6.11E-16) và độ lệch chuẩn Std.Dev =

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



Hình 2.4 Biểu đồ Histogram

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

✚ Kiểm định hiện tượng cộng tuyến của các biến độc lập

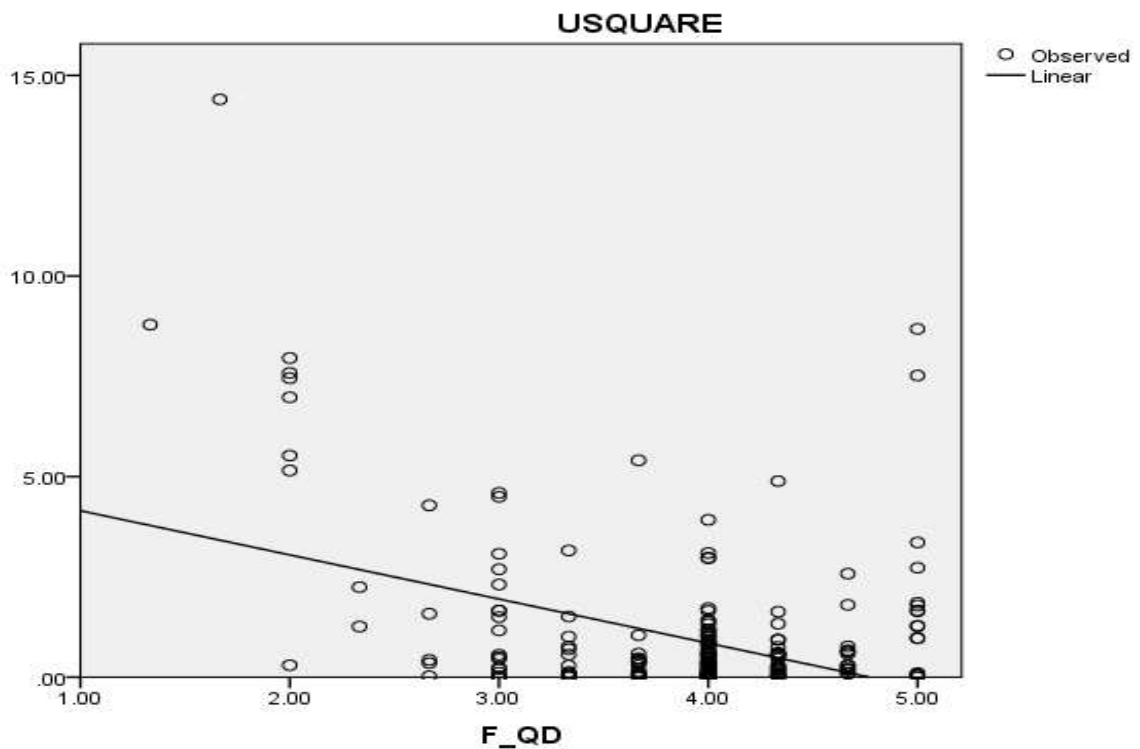
Theo Belsley và cộng sự (1980), hiện tượng đa cộng tuyến được xem là không đáng kể khi hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến độc lập nhỏ hơn 10. Kết quả kiểm định trong Bảng 2.15 cho thấy toàn bộ các biến trong mô hình đều có VIF xấp xỉ 1, dao động trong khoảng từ 1.016 đến 1.164. Điều này chứng tỏ mức độ tương quan tuyến tính giữa các biến độc lập là rất thấp, không ảnh hưởng đến khả năng ước lượng của mô hình. Như vậy, giả định không có đa cộng tuyến hoàn toàn được đáp ứng, đảm bảo độ tin cậy cho việc diễn giải các hệ số hồi quy.

✚ Kiểm định tự tương quan phần dư

Hệ số Durbin–Watson được sử dụng để kiểm định giả định không có tự tương quan của phần dư trong mô hình hồi quy. Theo Fomby (1984), giá trị Durbin–Watson nằm trong khoảng từ 1 đến 3 cho thấy mô hình không xảy ra hiện tượng tự tương quan. Kết quả tại Bảng 2.16 cho thấy hệ số Durbin–Watson đạt 1.813, thuộc ngưỡng chấp nhận được. Do đó, có thể khẳng định rằng mô hình hồi quy không vi phạm giả định về tự tương quan phần dư.

🚩 Kiểm định phương sai phần dư không đổi

Kiểm định Park thông qua biểu đồ được sử dụng nhằm đánh giá giả định về độ đồng nhất của phương sai phần dư. Quan sát Đồ thị 2.5 cho thấy mối quan hệ giữa phần dư bình phương và biến phụ thuộc có dạng đường thẳng. Điều này cho phép khẳng định rằng mô hình không xuất hiện hiện tượng phương sai phần dư thay đổi, và giả định phương sai phần dư không đổi vẫn được đảm bảo.



Hình 2.5 Đồ thị Kiểm định Park

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

Tóm lại, qua các kiểm định dò tìm sự vi phạm của mô hình hồi quy, có thể kết luận mô hình hồi quy được xây dựng không vi phạm các giả định cần thiết trong hồi quy tuyến tính và các kết quả phân tích hồi quy đạt được độ tin cậy cũng như hoàn toàn phù hợp để được sử dụng để giải thích cho các mục đích của nghiên cứu.

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy (Bảng 2.15), phương trình hồi quy tuyến tính chuẩn hóa mô tả mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận được thể hiện như sau:

$$F_{\text{QD}} = 0.483 F_{\text{VC}} + 0.303 F_{\text{LS}} + 0.265 F_{\text{NV}} + 0.215 F_{\text{TH}} + 0.138 F_{\text{AT}}.$$

Trong đó:

F_{QD}: Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận;

F_{VC}: Cơ sở vật chất;

F_{LS}: Lãi suất;

F_{NV}: Thái độ nhân viên;

F_{TH}: Thương hiệu ngân hàng;

F_{AT}: Sự an toàn.

2.3.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu

Sau khi phân tích hồi quy và kiểm tra sự phù hợp của mô hình hồi quy, tác giả đi đến những nhận xét về giả thuyết nghiên cứu như sau:

Bảng 2.18 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Nội dung	Mức ý nghĩa	Kết luận
H₁	Cơ sở vật chất có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.	0.000	Chấp nhận
H₂	Thủ tục cho vay có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.	0.870	Bác bỏ
H₃	Lãi suất có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.	0.000	Chấp nhận
H₄	Thái độ nhân viên có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân	0.000	Chấp nhận

	hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.		
H₅	Thương hiệu ngân hàng có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.	0.000	Chấp nhận
H₆	Sự an toàn có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.	0.003	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

2.3.5 Thảo luận kết quả hồi quy

Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận bao gồm: Cơ sở vật chất, Lãi suất, Thái độ nhân viên, Thương hiệu ngân hàng, và Sự an toàn với mức độ ảnh hưởng khác nhau. Theo đó:

Đối với yếu tố Cơ sở vật chất, đây là yếu tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất đến Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.483$). Các biến quan sát của thang đo này bao gồm: BIDV Bình Thuận được trang bị các thiết bị, máy móc và phương tiện giao dịch hiện đại; hệ thống cơ sở vật chất có thiết kế và không gian giao dịch hấp dẫn, tạo cảm giác chuyên nghiệp cho khách hàng; và vị trí các phòng giao dịch được bố trí thuận tiện, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và thực hiện giao dịch. Kết quả hồi quy cho thấy khi Cơ sở vật chất tăng 1 đơn vị, trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, Quyết định vay vốn của khách hàng sẽ tăng 0.483 đơn vị. Điều này phản ánh rằng khách hàng doanh nghiệp đặc biệt coi trọng môi trường giao dịch thuận tiện, hiện đại và chuyên nghiệp khi lựa chọn ngân hàng để vay vốn. Nhận định này phù hợp với kết quả của

Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019), Tất Duyên Thư và cộng sự (2022), Fatah (2018), trong đó cơ sở vật chất được xem là một trong những yếu tố quan trọng tạo niềm tin và tác động đến hành vi lựa chọn ngân hàng của khách hàng doanh nghiệp.

Đối với yếu tố Lãi suất, đây là yếu tố có mức độ ảnh hưởng mạnh thứ hai đến Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.303$). Thang đo Lãi suất bao gồm các nội dung: BIDV Bình Thuận cung cấp mức lãi suất cạnh tranh so với các tổ chức tài chính khác; BIDV đưa ra các điều khoản ưu đãi về lãi suất, giúp doanh nghiệp giảm chi phí vay vốn; mức lãi suất có thể được điều chỉnh phù hợp theo từng thời kỳ, tạo sự linh hoạt cho khách hàng; và lãi suất khoản vay tuân thủ đúng các điều khoản thỏa thuận trong hợp đồng, đảm bảo tính minh bạch. Kết quả hồi quy cho thấy khi Lãi suất tăng 1 đơn vị, trong khi các yếu tố khác không đổi, Quyết định vay vốn của khách hàng tăng 0.303 đơn vị. Điều này cho thấy khách hàng doanh nghiệp đặc biệt quan tâm đến chính sách lãi suất của ngân hàng, xem đây là một trong những yếu tố quan trọng khi lựa chọn đơn vị cung cấp tín dụng. Chính sách lãi suất cạnh tranh và minh bạch không chỉ giúp giảm chi phí tài chính mà còn tạo dựng niềm tin và sự an tâm cho khách hàng trong quá trình vay vốn. Nhận định này cũng phù hợp với các nghiên cứu của Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019), Tất Duyên Thư và cộng sự (2022), nhấn mạnh vai trò của lãi suất trong việc hình thành quyết định vay vốn của doanh nghiệp.

Đối với Thái độ nhân viên, đây là yếu tố có mức độ ảnh hưởng đứng thứ ba đến Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.265$). Thang đo này bao gồm các nội dung đánh giá về phong cách và chất lượng phục vụ của nhân viên ngân hàng, cụ thể: nhân viên BIDV Bình Thuận luôn lịch sự, nhã nhặn trong giao tiếp với khách hàng; có kiến thức và kỹ năng chuyên môn cần thiết để hỗ trợ các thủ tục và yêu cầu liên quan đến khoản vay; đảm bảo tính bảo mật và tạo sự tin cậy trong quá trình xử lý thông tin tài chính; và xử lý hiệu quả các khiếu nại, vấn đề phát sinh của khách hàng. Kết quả hồi quy cho thấy

khi Thái độ nhân viên tăng 1 đơn vị, đồng thời các yếu tố khác giữ nguyên, Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp sẽ tăng 0.265 đơn vị. Điều này cho thấy khách hàng doanh nghiệp đánh giá cao sự chuyên nghiệp, tận tâm và tinh thần hỗ trợ của đội ngũ nhân viên BIDV Bình Thuận trong quá trình tư vấn, tiếp nhận và giải quyết hồ sơ vay vốn. Các yếu tố liên quan đến sự lịch sự, chủ động, bảo mật thông tin và khả năng giải quyết vấn đề đều góp phần gia tăng niềm tin và thúc đẩy xu hướng lựa chọn BIDV làm ngân hàng cung cấp tín dụng. Kết quả này cũng phù hợp với các nghiên cứu của Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019), Nguyễn Thị Nga (2022) về hành vi vay vốn của khách hàng doanh nghiệp, trong đó thái độ và kỹ năng của nhân viên được xem là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến trải nghiệm và quyết định lựa chọn ngân hàng.

Đối với yếu tố Thương hiệu ngân hàng, đây là yếu tố có mức độ ảnh hưởng đáng kể đến Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.215$). Thang đo thương hiệu phản ánh mức độ nhận diện và uy tín của ngân hàng, bao gồm các nội dung: BIDV Bình Thuận có lịch sử thành lập và phát triển lâu đời; ngân hàng sở hữu uy tín và thương hiệu mạnh trên thị trường tài chính; BIDV Bình Thuận được nhiều khách hàng biết đến và lựa chọn; và ngân hàng có tình hình tài chính ổn định, minh bạch, tạo sự an tâm cho khách hàng. Kết quả hồi quy cho thấy khi Thương hiệu ngân hàng tăng 1 đơn vị, trong khi các yếu tố khác giữ nguyên, Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp sẽ tăng 0.215 đơn vị. Điều này cho thấy khách hàng doanh nghiệp không chỉ quan tâm đến sản phẩm tín dụng mà còn chú trọng đến uy tín, độ tin cậy và sự minh bạch của ngân hàng cung cấp dịch vụ. Một thương hiệu mạnh giúp giảm thiểu rủi ro cảm nhận của doanh nghiệp và gia tăng niềm tin trong quá trình lựa chọn nơi vay vốn. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu của Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019), Tất Duyên Thư và cộng sự (2022) về hành vi lựa chọn ngân hàng của khách hàng doanh nghiệp, trong đó uy tín thương hiệu đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố niềm tin và ảnh hưởng tích cực đến quyết định sử dụng dịch vụ tài chính.

Đối với yếu tố Sự an toàn, đây là yếu tố có mức độ ảnh hưởng nhỏ nhất nhưng vẫn có ý nghĩa thống kê trong mô hình đối với Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.138$). Thang đo này phản ánh mức độ tin cậy và an tâm của khách hàng khi giao dịch với ngân hàng, được đo lường thông qua các nội dung: BIDV Bình Thuận có năng lực chi trả tốt và đảm bảo an toàn tài chính; đội ngũ lãnh đạo nhiệt huyết và đáng tin cậy; các điểm giao dịch được bảo vệ an ninh nghiêm ngặt, tạo sự an tâm cho khách hàng; và ngân hàng duy trì khả năng bảo mật tốt đối với thông tin của khách hàng. Kết quả hồi quy cho thấy khi Sự an toàn tăng 1 đơn vị, trong khi các yếu tố khác giữ nguyên, Quyết định vay vốn của khách hàng sẽ tăng 0.138 đơn vị. Điều này cho thấy dù mức độ tác động không lớn như các yếu tố khác, nhưng khách hàng doanh nghiệp vẫn đánh giá cao sự ổn định tài chính, mức độ an ninh tại điểm giao dịch và khả năng bảo mật thông tin của BIDV Bình Thuận. Các yếu tố này góp phần củng cố niềm tin và giảm rủi ro cảm nhận, từ đó tác động tích cực đến quyết định lựa chọn ngân hàng khi vay vốn. Kết quả này cũng cho thấy sự tương đồng với kết quả trong các nghiên cứu của Fatah (2018), Mutoko và Kapunda (2017).

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã trình bày kết quả phân tích thực trạng hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận giai đoạn 2020 – 2024 và thực trạng đánh giá của các doanh nghiệp đối với các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận. Kết quả hồi quy cho thấy có 5 trong 6 yếu tố có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận, đó là: Cơ sở vật chất, Lãi suất, Thái độ nhân viên, Thương hiệu ngân hàng và Sự an toàn.

CHƯƠNG 3: HÀM Ý QUẢN TRỊ NÂNG CAO QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM – CHI NHÁNH BÌNH THUẬN

3.1 Định hướng phát triển hoạt động tín dụng doanh nghiệp của BIDV Bình Thuận giai đoạn 2025 – 2030

Trong giai đoạn 2025 – 2030, BIDV – Chi nhánh Bình Thuận định hướng phát triển hoạt động tín dụng doanh nghiệp theo hướng an toàn – hiệu quả – bền vững, phù hợp với chiến lược chung của hệ thống BIDV và định hướng phát triển kinh tế của tỉnh Bình Thuận. Các mục tiêu trọng tâm bao gồm:

(1) *Mở rộng quy mô tín dụng doanh nghiệp gắn với kiểm soát rủi ro.* Chi nhánh tiếp tục tăng trưởng dư nợ doanh nghiệp ở mức hợp lý, ưu tiên các doanh nghiệp có tình hình tài chính minh bạch, mô hình kinh doanh ổn định và khả năng trả nợ tốt; đồng thời tăng cường kiểm soát rủi ro tín dụng, nâng cao chất lượng thẩm định và giám sát khoản vay.

(2) *Ưu tiên tài trợ các ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh.* Tập trung cho vay các lĩnh vực có tiềm năng phát triển mạnh như năng lượng tái tạo, du lịch, nông nghiệp công nghệ cao, thương mại và sản xuất chế biến.

(3) *Đẩy mạnh tín dụng xanh và tín dụng bền vững.* Chi nhánh hướng đến tăng tỷ trọng cho vay các dự án thân thiện môi trường, tiết kiệm năng lượng và phát triển bền vững; đồng thời triển khai các sản phẩm tín dụng đáp ứng tiêu chí ESG nhằm nâng cao giá trị thương hiệu và năng lực cạnh tranh.

(4) *Nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng doanh nghiệp.* Tập trung cải thiện quy trình cấp tín dụng, rút ngắn thời gian xét duyệt hồ sơ; tăng cường tư vấn tài chính, cung cấp giải pháp trọn gói; nâng cao năng lực và thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của doanh nghiệp.

(5) *Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong quản trị tín dụng.* Tiếp tục triển khai chuyển đổi số trong các khâu thẩm định, phê duyệt và quản lý khoản vay; áp

dụng phân tích dữ liệu để đánh giá rủi ro tốt hơn; tăng cường sử dụng các nền tảng ngân hàng số để nâng cao hiệu quả vận hành và tiện ích cho khách hàng.

3.2 Hàm ý quản trị

3.2.1 Đối với yếu tố “Cơ sở vật chất”

Kết quả nghiên cứu cho thấy Cơ sở vật chất là yếu tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.483$), phản ánh tầm quan trọng của môi trường giao dịch trong việc hình thành niềm tin và cảm nhận chuyên nghiệp của ngân hàng. Trên thực tế, cơ sở vật chất là một cấu phần hữu hình nhưng lại đóng vai trò đại diện cho toàn bộ hình ảnh dịch vụ, bởi khách hàng doanh nghiệp thường đánh giá chất lượng dịch vụ tín dụng thông qua những dấu hiệu đầu tiên mà họ quan sát được khi tiếp cận ngân hàng. Do đó, việc đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất không chỉ mang tính cải thiện hình thức bên ngoài mà còn tác động trực tiếp đến năng lực phục vụ, mức độ hài lòng và quyết định lựa chọn ngân hàng của doanh nghiệp trong dài hạn.

Trong bối cảnh BIDV Bình Thuận định hướng phát triển tín dụng theo hướng hiện đại, hiệu quả và bền vững giai đoạn 2025 – 2030, việc nâng cao chất lượng cơ sở vật chất cần được xem là một ưu tiên chiến lược. Trước hết, hệ thống trang thiết bị tại các điểm giao dịch cần được hiện đại hóa theo hướng ứng dụng công nghệ số sâu rộng hơn, bao gồm số hóa quy trình tiếp nhận và xử lý hồ sơ, áp dụng các thiết bị hỗ trợ thẩm định và ký kết hợp đồng điện tử, cũng như tăng cường hệ thống an ninh giám sát nhằm đảm bảo tính bảo mật và an toàn cho khách hàng doanh nghiệp. Những cải tiến này không chỉ giúp giảm thiểu thời gian và chi phí giao dịch mà còn nâng cao cảm nhận của khách hàng về sự chuyên nghiệp, minh bạch và năng lực vận hành của ngân hàng. Đồng thời, việc tối ưu hóa thiết kế và không gian giao dịch theo hướng hiện đại, thân thiện và đồng bộ với bộ nhận diện thương hiệu BIDV sẽ góp phần củng cố hình ảnh tổ chức tài chính uy tín, tạo cảm giác tin cậy ngay từ những trải nghiệm đầu tiên. Một không gian giao dịch được bố trí khoa học, có khu vực tư vấn riêng biệt và đảm bảo tính riêng tư cho các giao dịch

tín dụng quan trọng sẽ giúp doanh nghiệp cảm nhận được sự tôn trọng và chuyên nghiệp trong quá trình làm việc.

Bên cạnh đó, sự thuận tiện về vị trí và khả năng tiếp cận của các phòng giao dịch cũng là một hàm ý quan trọng. Việc bố trí các điểm giao dịch tại các khu công nghiệp, khu thương mại lớn hoặc các tuyến giao thông thuận lợi không chỉ tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận dịch vụ nhanh hơn mà còn góp phần mở rộng tệp khách hàng, phát triển mối quan hệ tín dụng với các doanh nghiệp tiềm năng. Ngoài yếu tố vị trí, ngân hàng cũng cần chú trọng cải thiện hệ thống hướng dẫn giao dịch, biển báo, phân luồng khách hàng và quy trình tiếp đón để giảm bớt sự phức tạp của thủ tục tín dụng, một điểm thường khiến doanh nghiệp e ngại khi lựa chọn ngân hàng. Khi khách hàng cảm nhận được sự thuận tiện và trôi chảy trong từng bước thực hiện giao dịch, mức độ hài lòng và khả năng quay lại sử dụng dịch vụ sẽ được cải thiện đáng kể.

Xét trên phương diện chiến lược, việc nâng cao cơ sở vật chất còn giúp BIDV Bình Thuận gia tăng năng lực cạnh tranh với các tổ chức tín dụng khác trong khu vực, đặc biệt trong bối cảnh xu hướng số hóa mạnh mẽ và yêu cầu ngày càng cao của khách hàng doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ tài chính. Cơ sở vật chất hiện đại, đồng bộ và tạo trải nghiệm thuận tiện góp phần giảm thiểu rủi ro cảm nhận của khách hàng, từ đó thúc đẩy hành vi lựa chọn BIDV làm đối tác tài chính dài hạn. Sự kết hợp giữa cơ sở vật chất được đầu tư bài bản và chiến lược phát triển tín dụng doanh nghiệp theo hướng “an toàn – hiện đại – bền vững” giúp ngân hàng không chỉ nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn khẳng định vị thế của mình trên thị trường tín dụng doanh nghiệp trong giai đoạn tới.

3.2.2 Đối với yếu tố “Lãi suất”

Kết quả nghiên cứu cho thấy Lãi suất là yếu tố có mức độ ảnh hưởng mạnh thứ hai đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.303$). Điều này phản ánh tầm quan trọng của chính sách lãi suất trong việc định hình chi phí tài chính, tạo động lực vay vốn và củng cố niềm tin của doanh nghiệp đối với ngân hàng. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng quyết liệt

giữa các tổ chức tín dụng và biến động của thị trường lãi suất, BIDV Bình Thuận cần xây dựng và vận hành chính sách lãi suất theo hướng linh hoạt, minh bạch và có khả năng thích ứng cao. Trước hết, việc duy trì mức lãi suất cạnh tranh so với các tổ chức tài chính khác là điều kiện tiên quyết để thu hút khách hàng mới và giữ chân các doanh nghiệp hiện hữu. Một mức lãi suất hợp lý không chỉ giúp doanh nghiệp giảm gánh nặng chi phí mà còn nâng cao tính hấp dẫn của các gói tín dụng, tạo thuận lợi cho ngân hàng trong việc mở rộng thị phần tín dụng doanh nghiệp.

Song song với đó, ngân hàng cần phát triển các chương trình ưu đãi lãi suất phù hợp với từng nhóm khách hàng, từng thời kỳ và từng ngành nghề. Các ưu đãi lãi suất mang tính điều kiện như giảm lãi suất cho doanh nghiệp có lịch sử tín dụng tốt, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực ưu tiên hoặc những khách hàng sử dụng nhiều sản phẩm dịch vụ của ngân hàng sẽ giúp gia tăng tính cạnh tranh và tạo giá trị gia tăng cho khách hàng. Bên cạnh việc duy trì mức ưu đãi, chính sách lãi suất cũng cần được điều chỉnh linh hoạt theo từng giai đoạn để phù hợp với biến động của thị trường và định hướng quản trị rủi ro của ngân hàng. Tính linh hoạt này giúp BIDV Bình Thuận kịp thời thích ứng với sự thay đổi của nền kinh tế, từ đó hỗ trợ doanh nghiệp tối ưu hóa kế hoạch tài chính và nâng cao khả năng tiếp cận vốn.

Mặt khác, BIDV Bình Thuận cũng cần đảm bảo rằng chính sách lãi suất luôn được truyền đạt một cách rõ ràng, nhất quán và minh bạch đến khách hàng. Việc tuân thủ tuyệt đối các điều khoản thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng không chỉ giảm thiểu mâu thuẫn, hạn chế rủi ro pháp lý mà còn tạo dựng niềm tin dài hạn đối với doanh nghiệp, đây là một yếu tố then chốt giúp ngân hàng củng cố uy tín và khả năng cạnh tranh. Minh bạch trong lãi suất là nhân tố trực tiếp góp phần giảm rủi ro cảm nhận, qua đó nâng cao ý định vay vốn và tăng cường gắn kết giữa doanh nghiệp với ngân hàng.

3.2.3 Đối với yếu tố “Thái độ nhân viên”

Kết quả nghiên cứu cho thấy Thái độ nhân viên là yếu tố có tác động đáng kể đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.265$), qua đó khẳng định vai trò trung tâm của đội ngũ nhân sự trong

quá trình cung cấp dịch vụ tín dụng. Theo đó, việc nâng cao thái độ và năng lực phục vụ của nhân viên không chỉ là yêu cầu chức năng trong cung ứng dịch vụ tín dụng, mà còn là một giải pháp chiến lược góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của BIDV Bình Thuận. Điều này phù hợp với định hướng phát triển tín dụng giai đoạn 2025 – 2030 của ngân hàng, trong đó ngân hàng xác định con người là trung tâm của chất lượng dịch vụ và là yếu tố quyết định để xây dựng hình ảnh ngân hàng thân thiện, chuyên nghiệp và đáng tin cậy đối với khách hàng doanh nghiệp. Việc chú trọng đào tạo, chuẩn hóa quy trình làm việc, nâng cao kỹ năng tư vấn và tạo động lực làm việc cho đội ngũ nhân viên sẽ giúp BIDV Bình Thuận củng cố quan hệ khách hàng, gia tăng mức độ hài lòng và thúc đẩy quyết định vay vốn của doanh nghiệp trong dài hạn.

Kết quả đánh giá của doanh nghiệp cho thấy rằng thái độ phục vụ của nhân viên không chỉ thể hiện qua sự lịch sự và nhã nhặn, mà còn bao hàm năng lực chuyên môn, khả năng tư vấn và mức độ chủ động trong việc hỗ trợ giải quyết yêu cầu của khách hàng. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ, chất lượng tương tác giữa nhân viên và khách hàng doanh nghiệp trở thành một lợi thế khác biệt của ngân hàng, bởi các giao dịch tín dụng thường phức tạp và đòi hỏi sự tư vấn chuyên sâu, chính xác và kịp thời. Do đó, BIDV Bình Thuận cần tiếp tục xây dựng đội ngũ nhân viên có tác phong chuyên nghiệp, giao tiếp chuẩn mực và có khả năng tạo dựng thiện cảm ngay từ những tiếp xúc đầu tiên. Đây là yếu tố nền tảng giúp doanh nghiệp cảm nhận được sự tôn trọng, chuyên nghiệp và cam kết phục vụ từ phía ngân hàng.

Bên cạnh thái độ giao tiếp, năng lực chuyên môn của nhân viên cũng là một thành tố quan trọng định hình trải nghiệm khách hàng doanh nghiệp. Việc nhân viên nắm vững quy trình tín dụng, am hiểu sản phẩm và có khả năng hướng dẫn khách hàng trong suốt quá trình xử lý hồ sơ giúp giảm thiểu những rào cản thông tin và tăng tính minh bạch trong giao dịch. Hơn nữa, sự chủ động tìm kiếm các giải pháp phù hợp với tình hình tài chính và nhu cầu của doanh nghiệp thể hiện năng lực tư vấn chuyên sâu, đồng thời góp phần tăng cường sự tin cậy và gắn kết của khách

hàng. Trong bối cảnh nhiều doanh nghiệp cần các gói tín dụng linh hoạt và phù hợp với chu kỳ kinh doanh, vai trò tư vấn của nhân viên càng trở nên quan trọng và có ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng cũng như quyết định lựa chọn ngân hàng của doanh nghiệp.

Ngoài ra, khả năng duy trì tính bảo mật thông tin và tạo sự an tâm cho khách hàng trong quá trình xử lý dữ liệu tài chính là yếu tố không thể tách rời trong ngành ngân hàng. Khi nhân viên thể hiện thái độ nghiêm túc, trách nhiệm và tuân thủ cao các nguyên tắc bảo mật, doanh nghiệp sẽ cảm thấy tin tưởng hơn vào môi trường giao dịch và ít lo ngại về các rủi ro liên quan đến thông tin nhạy cảm. Bên cạnh đó, việc nhân viên xử lý hiệu quả các khiếu nại hoặc vấn đề phát sinh trong quá trình giao dịch thể hiện khả năng ứng phó nhanh nhạy và tinh thần cầu thị, đây là hai yếu tố góp phần quan trọng vào việc duy trì mối quan hệ lâu dài giữa ngân hàng và doanh nghiệp. Trong quản trị quan hệ khách hàng, khả năng giải quyết vấn đề kịp thời là chỉ báo trực tiếp cho chất lượng dịch vụ, giúp hạn chế xung đột và chuyển hóa trải nghiệm tiêu cực thành sự hài lòng.

3.2.4 Đối với yếu tố “Thương hiệu ngân hàng”

Kết quả nghiên cứu cho thấy Thương hiệu ngân hàng là một trong những yếu tố có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận ($\beta = 0.215$). Điều này phản ánh rằng việc củng cố thương hiệu ngân hàng không chỉ giúp BIDV Bình Thuận gia tăng lợi thế cạnh tranh mà còn hỗ trợ trực tiếp cho mục tiêu mở rộng tín dụng doanh nghiệp trong giai đoạn 2025 – 2030. Một thương hiệu mạnh, uy tín và minh bạch sẽ giúp giảm rủi ro cảm nhận của khách hàng, tăng cường niềm tin và tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp đưa ra quyết định vay vốn, từ đó góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngân hàng trong tương lai.

BIDV Bình Thuận, với truyền thống hình thành và phát triển lâu đời của toàn hệ thống, có lợi thế rõ rệt trong việc tạo dựng niềm tin và sự an tâm cho doanh nghiệp khi tiếp cận các sản phẩm tín dụng. Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng khốc liệt, giá trị thương hiệu trở thành yếu tố phân biệt quan trọng,

không chỉ thể hiện qua mức độ nhận diện trên thị trường mà còn qua các giá trị cốt lõi mà doanh nghiệp cảm nhận được trong suốt quá trình giao dịch. Từ góc độ quản trị, BIDV Bình Thuận cần tiếp tục củng cố uy tín và vị thế thương hiệu của mình thông qua việc duy trì sự ổn định, minh bạch và nhất quán trong hoạt động kinh doanh. Minh bạch tài chính và công khai thông tin là cơ sở để doanh nghiệp đánh giá mức độ an toàn và khả năng đáp ứng các nghĩa vụ của ngân hàng trong dài hạn. Bên cạnh đó, việc xây dựng hình ảnh BIDV Bình Thuận là một ngân hàng chuyên nghiệp, đáng tin cậy và có năng lực hỗ trợ doanh nghiệp hiệu quả sẽ giúp củng cố mức độ nhận diện thương hiệu và nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng mới. Các hoạt động truyền thông thương hiệu có định hướng bao gồm quảng bá sản phẩm tín dụng, chia sẻ câu chuyện thành công của khách hàng doanh nghiệp, tổ chức các hội thảo chuyên đề hoặc đồng hành cùng các hoạt động kinh tế – xã hội địa phương sẽ góp phần lan tỏa hình ảnh ngân hàng, tạo dựng niềm tin và gia tăng mức độ hiện diện của thương hiệu trong cộng đồng doanh nghiệp.

Ngoài ra, BIDV Bình Thuận cần phát huy giá trị của một thương hiệu đã có uy tín lâu năm thông qua việc chuẩn hóa chất lượng dịch vụ và đảm bảo rằng mọi điểm chạm giữa ngân hàng và khách hàng đều phản ánh sự chuyên nghiệp và đồng nhất. Thương hiệu mạnh chỉ thực sự có giá trị khi được củng cố bởi chất lượng dịch vụ nhất quán, trải nghiệm khách hàng tích cực và khả năng đáp ứng nhu cầu tài chính kịp thời. Do đó, vai trò của đội ngũ nhân viên, quy trình làm việc nội bộ và hệ thống hỗ trợ khách hàng cần được liên kết chặt chẽ để tạo ra trải nghiệm thương hiệu liền mạch, từ đó nâng cao mức độ hài lòng và thúc đẩy ý định quay lại sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp.

3.2.5 Đối với yếu tố “Sự an toàn”

Kết quả nghiên cứu cho thấy Sự an toàn là một trong những yếu tố có tác động tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận, dù mức độ ảnh hưởng thấp hơn so với các yếu tố khác ($\beta = 0.138$) nhưng vẫn đóng vai trò thiết yếu trong việc củng cố niềm tin và giảm thiểu rủi ro cảm nhận của doanh nghiệp. Do đó, việc tăng cường các yếu tố liên quan đến

sự an toàn từ năng lực tài chính, uy tín lãnh đạo, hệ thống an ninh đến bảo mật thông tin không chỉ giúp BIDV Bình Thuận củng cố niềm tin của khách hàng doanh nghiệp mà còn hỗ trợ trực tiếp cho mục tiêu phát triển tín dụng bền vững trong dài hạn. Một môi trường tín dụng an toàn và minh bạch sẽ góp phần giảm rủi ro cảm nhận, thúc đẩy ý định vay vốn và nâng cao khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng đòi hỏi tiêu chuẩn cao về an toàn và quản trị.

Trong bối cảnh hoạt động tín dụng luôn tiềm ẩn rủi ro và nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp ngày càng chú trọng đến tính ổn định tài chính và bảo mật, việc BIDV Bình Thuận thể hiện năng lực chi trả tốt là điều kiện quan trọng để tạo dựng sự tin cậy dài hạn. Năng lực tài chính vững mạnh không chỉ thể hiện khả năng đáp ứng nghĩa vụ thanh toán mà còn phản ánh tính bền vững trong mô hình hoạt động của ngân hàng, từ đó giúp doanh nghiệp yên tâm hơn khi lựa chọn BIDV làm đơn vị cung cấp tín dụng.

Bên cạnh đó, đội ngũ lãnh đạo nhiệt huyết, có trách nhiệm và đáng tin cậy đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng chiến lược, kiểm soát rủi ro và đảm bảo chất lượng quản trị của toàn chi nhánh. Trong ngành ngân hàng, uy tín của ban lãnh đạo gắn liền với mức độ minh bạch trong điều hành và khả năng đưa ra các quyết định đúng đắn trước bối cảnh thị trường biến động. Khi khách hàng doanh nghiệp cảm nhận được sự ổn định và tầm nhìn của đội ngũ lãnh đạo, mức độ tin tưởng đối với hoạt động tín dụng sẽ được củng cố mạnh mẽ hơn. Đồng thời, việc duy trì hệ thống an ninh và bảo vệ nghiêm ngặt tại các điểm giao dịch cũng là một yếu tố then chốt. Môi trường giao dịch an toàn không chỉ giảm thiểu rủi ro vật chất mà còn mang lại cảm giác yên tâm cho khách hàng trong quá trình trao đổi thông tin, ký kết hợp đồng và thực hiện các giao dịch tài chính quan trọng. Tính an toàn này góp phần nâng cao trải nghiệm tổng thể và là cơ sở để doanh nghiệp đánh giá mức độ chuyên nghiệp của ngân hàng.

Một thành tố quan trọng khác của yếu tố an toàn là khả năng bảo mật thông tin khách hàng. Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, yêu cầu bảo mật dữ

liệu càng trở nên cấp thiết, đặc biệt đối với doanh nghiệp, đây là nhóm khách hàng thường cung cấp các thông tin tài chính, kế toán và chiến lược kinh doanh mang tính nhạy cảm. Khi BIDV Bình Thuận thể hiện năng lực bảo vệ dữ liệu khách hàng một cách nhất quán, khoa học và tuân thủ quy định pháp luật, doanh nghiệp sẽ cảm thấy tin tưởng hơn và sẵn sàng hợp tác lâu dài. Điều này đặc biệt quan trọng trong giai đoạn 2025 – 2030, khi ngân hàng tăng cường ứng dụng công nghệ số trong quản trị tín dụng, đòi hỏi một hệ thống bảo mật mạnh mẽ, đa tầng và liên tục được cập nhật.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Chương 3 đã đưa ra các hàm ý quản trị trọng tâm trên cơ sở kết quả phân tích dữ liệu khảo sát các doanh nghiệp đã và đang quan hệ tín dụng tại BIDV Bình Thuận như: tăng cường đầu tư cơ sở vật chất; xây dựng chính sách lãi suất linh hoạt và minh bạch; nâng cao thái độ và năng lực chuyên môn của nhân viên; củng cố thương hiệu ngân hàng; và đảm bảo an toàn, bảo mật trong giao dịch. Các hàm ý này tạo nền tảng quan trọng để chi nhánh cải thiện chất lượng dịch vụ và thu hút khách hàng doanh nghiệp.

PHẦN III: KẾT LUẬN

1. Kết luận

Nghiên cứu được thực hiện trong bối cảnh BIDV – Chi nhánh Bình Thuận đứng trước yêu cầu cấp thiết phải nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng doanh nghiệp và củng cố năng lực cạnh tranh trên thị trường tài chính nhiều biến động. Việc nhận diện các yếu tố quyết định đối với hành vi vay vốn của doanh nghiệp không chỉ mang ý nghĩa khoa học mà còn có giá trị thực tiễn trong hỗ trợ ngân hàng xây dựng chính sách tín dụng hiệu quả hơn.

Mục tiêu của nghiên cứu là xác định và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận. Trên cơ sở kế thừa các lý thuyết nền tảng và các nghiên cứu trước, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận, đó là: Cơ sở vật chất, Thủ tục cho vay, Lãi suất, Thái độ nhân viên, Thương hiệu ngân hàng và Sự an toàn. Các thang đo được hiệu chỉnh thông qua nghiên cứu định tính bằng phương pháp thảo luận nhóm. Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phân tích dữ liệu được thu thập từ khảo sát 250 khách hàng doanh nghiệp đã và đang sử dụng dịch vụ vay vốn tại ngân hàng BIDV Bình Thuận.

Kết quả phân tích dữ liệu chỉ ra rằng có 5 trong 6 yếu tố được phân tích có tác động tích cực đến quyết định vay vốn của doanh nghiệp tại BIDV Bình Thuận theo mức độ ảnh hưởng giảm dần: Cơ sở vật chất ($\beta = 0.483$), Lãi suất ($\beta = 0.303$), Thái độ nhân viên ($\beta = 0.265$), Thương hiệu ngân hàng ($\beta = 0.215$) và Sự an toàn ($\beta = 0.138$). Các phát hiện này cho thấy môi trường vật chất và chính sách lãi suất giữ vai trò đặc biệt quan trọng trong việc thuyết phục doanh nghiệp lựa chọn BIDV Bình Thuận là đối tác tín dụng.

Trên cơ sở đó, đề án đề xuất các hàm ý quản trị trọng tâm nhằm nâng cao khả năng thu hút khách hàng doanh nghiệp, bao gồm: đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất giao dịch; điều chỉnh chính sách lãi suất theo hướng cạnh tranh và linh hoạt; nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên; củng cố uy tín thương hiệu; và tăng cường

an toàn, bảo mật trong giao dịch. Những chính sách này không chỉ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng doanh nghiệp mà còn giúp BIDV Bình Thuận gia tăng lợi thế cạnh tranh trong dài hạn.

2. Kiến nghị

2.1 Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Một là, Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục điều hành lãi suất theo hướng linh hoạt và kịp thời, tạo điều kiện để các ngân hàng thương mại triển khai các chính sách lãi suất cạnh tranh, góp phần giảm chi phí vốn cho doanh nghiệp.

Hai là, hoàn thiện hành lang pháp lý liên quan đến chuyển đổi số ngành ngân hàng, bao gồm định danh điện tử, giao dịch số và bảo mật thông tin, nhằm hỗ trợ các ngân hàng rút ngắn thời gian xử lý tín dụng và nâng cao mức độ an toàn.

Ba là, tăng cường giám sát an toàn hệ thống và công khai các chỉ báo kinh tế – tài chính quan trọng, qua đó củng cố niềm tin của doanh nghiệp vào môi trường tín dụng và ổn định hệ thống ngân hàng.

Bốn là, ban hành hoặc mở rộng các chương trình tín dụng ưu tiên đối với những ngành kinh tế có định hướng phát triển tại địa phương như năng lượng tái tạo, du lịch, nông nghiệp công nghệ cao, giúp doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận nguồn vốn phù hợp.

2.2 Đối với Hội sở chính BIDV

Một là, Hội sở cần xây dựng cơ chế lãi suất linh hoạt hơn, cho phép điều chỉnh theo từng khu vực, từng phân khúc khách hàng, để các chi nhánh, trong đó có BIDV Bình Thuận triển khai các gói tín dụng hấp dẫn và phù hợp thị trường.

Hai là, tiếp tục đầu tư mạnh mẽ vào hạ tầng công nghệ số và nâng cấp cơ sở vật chất toàn hệ thống, giúp hiện đại hóa quy trình tín dụng, giảm thời gian xử lý hồ sơ và nâng cao trải nghiệm khách hàng doanh nghiệp.

Ba là, tăng cường đào tạo đội ngũ nhân sự về nghiệp vụ tín dụng, quản trị rủi ro và tư vấn tài chính doanh nghiệp, nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp và năng lực phục vụ của chi nhánh.

Bốn là, đẩy mạnh chiến lược truyền thông thương hiệu ở cấp toàn hệ thống, đảm bảo hình ảnh BIDV được nhận diện mạnh mẽ, nhất quán, từ đó hỗ trợ các chi nhánh phát triển thị trường khách hàng doanh nghiệp.

Năm là, hoàn thiện hệ thống công cụ và chính sách quản trị rủi ro tín dụng, bao gồm hệ thống cảnh báo sớm, chấm điểm khách hàng và phân loại nợ, nhằm giúp chi nhánh vận hành an toàn và hiệu quả hơn trong bối cảnh thị trường biến động.

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

3.1 Hạn chế của đề tài

Mặc dù đề tài đã đạt được các mục tiêu nghiên cứu đề ra, song vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định, cụ thể như sau:

Thứ nhất, phạm vi khảo sát chỉ tập trung vào khách hàng doanh nghiệp tại BIDV – Chi nhánh Bình Thuận, do đó kết quả nghiên cứu có thể chưa phản ánh đầy đủ đặc điểm tín dụng doanh nghiệp tại các chi nhánh BIDV ở khu vực khác.

Thứ hai, mô hình nghiên cứu mới chỉ xem xét một số yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn, bao gồm: Cơ sở vật chất, Thủ tục cho vay, Lãi suất, Thái độ nhân viên, Thương hiệu ngân hàng, Sự an toàn, trong khi các yếu tố khác như quan hệ khách hàng, chất lượng sản phẩm tín dụng hay năng lực thẩm định chưa được đưa vào phân tích.

Thứ ba, dữ liệu khảo sát được thu thập tại một thời điểm nhất định, không phản ánh sự thay đổi về hành vi, nhu cầu vốn và điều kiện thị trường trong các giai đoạn khác nhau, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế biến động.

3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo

Trên cơ sở các hạn chế của đề tài được nhìn nhận ở trên, các nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng phạm vi khảo sát sang nhiều chi nhánh BIDV hoặc so sánh giữa các ngân hàng thương mại khác để nâng cao tính khái quát của kết quả. Đồng thời, nghiên cứu trong tương lai có thể bổ sung thêm các biến mới liên quan đến đổi mới sản phẩm tín dụng, mức độ số hóa quy trình, vốn xã hội của doanh nghiệp hoặc mức độ cạnh tranh trên thị trường. Ngoài ra, các nghiên cứu trong tương lai có thể thu thập dữ liệu ở nhiều thời điểm khác nhau để thấy rõ sự thay đổi trong quyết định vay vốn của doanh nghiệp khi kinh tế biến động. Nhờ đó, ngân hàng có thể điều chỉnh chính sách tín dụng linh hoạt và phù hợp hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT

- Đình, P. H. (2017). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế & viết luận văn Thạc sĩ*. Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Đình, P. H. (2019). *Nghiên cứu định lượng trong kinh tế và viết bài báo khoa học*. Nhà xuất bản Tài chính.
- Đỗ Nguyễn Thị Mỹ Dung & Châu Thị Thu Ngân. (2024). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định nộp đơn vay vốn ngân hàng của doanh nghiệp nhỏ và vừa: Phân tích định lượng tại Việt Nam*. Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing, 01(17), 78–88.
- Hoàng, T., & Chu, N. M. N. (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Hồng Đức.
- Kotler P. (2001), *Marketing Management*, bản dịch của Vũ Trọng Phụng, Nhà xuất bản Thống kê.
- Luu, P. V., & Tran, T. K. K. (2025). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay tiêu dùng của khách hàng tại ngân hàng thương mại Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và kỹ thuật trường Đại học Bình Dương*, 8(1).
- Nguyễn, Đ. T., & cộng sự. (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Hà Nội: Nhà xuất bản Lao Động – Xã Hội.
- Nguyễn Hồng Hà & Trịnh Tô Liên. (2019). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của hộ kinh doanh gia đình từ các ngân hàng thương mại: Bằng chứng tại tỉnh Trà Vinh*. Tạp chí Công Thương, (10), 54–59.
- Nguyễn Thị Nga. (2022). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn ngân hàng của doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn TP. Cần Thơ*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 62(95), 95–104.
- Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. (2010). *Luật các tổ chức tín dụng (sửa đổi, bổ sung năm 2010)*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. (2020). *Luật Doanh nghiệp (sửa đổi)*. Hà Nội: Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.

Tất Duyên Thu, Phan Ngọc Bảo Anh & Huỳnh Tấn Nguyên. (2022). *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Cần Thơ*. Tạp chí Công Thương, (146), 105–112.

TÀI LIỆU TIẾNG ANH

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York, NY: Free Press.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>

Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. In R. S. Hancock (Ed.), *Dynamic marketing for a changing world* (pp. 389–398). Chicago, IL: American Marketing Association.

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57–71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>

Fatah, N. (2018). Factors affecting customers' decision for taking out bank loans: A case of Sulaymaniyah city commercial banks. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 7(6), 1–9.

Federal Reserve System. (n.d.). *Commercial and industrial loans*. Retrieved from <https://www.federalreserve.gov>

Ghosh, S. (2015). Determinants of bank credit growth: Empirical evidence from Indian states. *Economic Modelling*, 49, 272–279. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.03.014>

Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22. <https://doi.org/10.1177/002224299305700101>
- Kenton, W. (2020). *Commercial loan*. In *Investopedia*. Retrieved from <https://www.investopedia.com/terms/c/commercialloan.asp>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Pearson Education.
- Ladhari, R. (2009). A review of twenty years of SERVQUAL research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172–198. <https://doi.org/10.1108/17566690910971445>
- Mishkin, F. S. (2016). *The economics of money, banking and financial markets* (11th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Mishkin, F. S., & Eakins, S. G. (2018). *Financial markets and institutions* (9th ed.). Pearson.
- Mutoko, W. R., & Kapunda, S. M. (2017). Factors influencing small, medium and micro-sized enterprises' borrowing from banks: The case of the Botswana manufacturing sector. *Acta Universitatis Danubius: Oeconomica*, 13(4), 18–28.
- Nguyen, N., & Leblanc, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227–236. [https://doi.org/10.1016/S0969-6989\(00\)00029-1](https://doi.org/10.1016/S0969-6989(00)00029-1)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pavlou, P. A. (2003). Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model. *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101–134. <https://doi.org/10.1080/10864415.2003.11044275>

- Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2022). *Bank management and financial services* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Scholten, B., & van Wensveen, D. (2003). *The theory of financial intermediation: An essay on what it does (not) explain*. SUERF Studies, 1–33.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American Economic Review*, 71(3), 393–410.
- Tolba, A., Seoudi, M., & Fahmy, W. (2014). Factors influencing intentions of Egyptian MSME owners in taking commercial bank loans. *The American University in Cairo School of Business Working Paper Series*, 4, 1–25.
- World Bank Group. (2019). *Enterprise finance and performance*. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/topic/financialsector>
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. New York, NY: Free Press.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847–860. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(03\)00130-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(03)00130-5)

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1 – THẢO LUẬN NHÓM

Xin chào các Anh/Chị,

Tôi tên Nguyễn Hoàng Sơn, trước tiên tôi xin trân trọng cảm ơn các Anh/Chị đã dành thời gian tham gia buổi thảo luận ngày hôm nay. Sự hiện diện của Anh/Chị hôm nay sẽ đóng góp rất quan trọng cho nghiên cứu của tôi.

Hiện tôi đang thực hiện nghiên cứu đề tài “**Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận**”. Rất mong Anh/Chị dành ít thời gian cùng với tôi thảo luận một số câu hỏi liên quan đến vấn đề này.

Tất cả ý kiến của các Anh/Chị đều được ghi nhận và giúp cho tôi xác định các nhân tố chính ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận và hiệu chỉnh các thang đo đo lường cho các nhân tố này.

Nội dung thảo luận:

1. Theo Anh/chị, các nhân tố nào ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận? Vì sao?

2. Các nội dung đo lường cho các khái niệm này mà đã được kế thừa từ những nghiên cứu trước, Anh/Chị có đồng ý với các yếu tố này không? Vì sao?

Thang đo	Biến quan sát	Nội dung biến quan sát	Nguồn
Cơ sở vật chất	VC1	BIDV Bình Thuận có các trang thiết bị hiện đại	Luu Phước Vẹn, Trần Thị Kim Khôi (2025)
	VC2	Cơ sở vật chất của BIDV Bình Thuận trông rất hấp dẫn	
	VC3	Vị trí các phòng giao dịch của BIDV Bình Thuận thuận tiện cho	

		việc giao dịch	
Thủ tục cho vay	TT1	Thủ tục vay tại BIDV Bình Thuận đơn giản, nhanh chóng	N. Fatah (2018); Luu Phước Vẹn, Trần Thị Kim Khôi (2025); Tất Duyên Thư và cộng sự (2022)
	TT2	Hạn mức cho vay tại BIDV Bình Thuận đáp ứng nhu cầu của khách hàng	
	TT3	Thời gian xét duyệt khoản vay củ BIDV Bình Thuận nhanh	
Lãi suất	LS1	BIDV Bình Thuận cung cấp mức lãi suất cạnh tranh so với các tổ chức tài chính khác.	Tất Duyên Thư và cộng sự (2022); Đỗ Nguyễn Thị Mỹ Dung và Châu Thị Thu Ngân (2024)
	LS2	BIDV Bình Thuận cung cấp các điều khoản ưu đãi (ví dụ: lãi suất thấp hơn hoặc các ưu đãi đặc biệt) so với các ngân hàng khác.	
	LS3	Lãi suất khoản vay tại BIDV Bình Thuận có thể thay đổi theo thời gian	
	LS4	Lãi suất khoản vay tại BIDV Bình Thuận tuân theo các điều khoản đã thỏa thuận tại thời điểm ký hợp đồng vay.	
Thái độ nhân viên	NV1	Nhân viên BIDV Bình Thuận lịch sự và nhã nhặn.	Luu Phước Vẹn, Trần Thị Kim Khôi (2025); Tất Duyên Thư và cộng sự (2022)
	NV2	Nhân viên BIDV Bình Thuận có kiến thức và kỹ năng cần thiết để hỗ trợ các yêu cầu và quy trình liên quan đến khoản vay.	
	NV3	Nhân viên BIDV Bình Thuận chủ	

		động tìm kiếm các giải pháp tốt nhất cho các vấn đề tài chính của tôi.	
	NV4	Nhân viên BIDV Bình Thuận duy trì tính bảo mật và tạo sự tin tưởng khi xử lý thông tin tài chính của tôi.	
	NV5	Nhân viên BIDV Bình Thuận xử lý hiệu quả các khiếu nại tiềm ẩn của khách hàng.	
Thương hiệu ngân hàng	TH1	BIDV Bình Thuận có lịch sử thành lập và phát triển lâu đời.	Nguyễn Hồng Hà và Trịnh Tố Liên (2019); Tất Duyên Thư và cộng sự (2022)
	TH2	BIDV Bình Thuận có uy tín và thương hiệu trên thị trường.	
	TH3	BIDV Bình Thuận được nhiều người biết đến.	
	TH4	BIDV Bình Thuận có tình hình tài chính tốt và minh bạch.	
Sự an toàn	AT1	BIDV Bình Thuận có năng lực chi trả tốt	N. Fatah (2018)
	AT2	Đội ngũ lãnh đạo của BIDV Bình Thuận đầy nhiệt huyết và đáng tin cậy	
	AT3	Các điểm giao dịch của BIDV Bình Thuận được bảo vệ nghiêm ngặt và an ninh	
	AT4	BIDV Bình Thuận bảo mật thông tin khách hàng tốt	
Quyết định	QD1	Lựa chọn BIDV Bình Thuận để	Tất Duyên Thư và

vay vốn của khách hàng doanh nghiệp		vay vốn là quyết định đúng đắn.	cộng sự (2022)
	QD2	Sẽ lựa chọn BIDV Bình Thuận khi có nhu cầu vay lần sau.	
	QD3	Sẽ giới thiệu BIDV Bình Thuận cho doanh nghiệp khác.	

Xin trân trọng cảm ơn Anh/Chị đã tham gia buổi thảo luận này!

PHỤ LỤC 2 - BẢNG KHẢO SÁT

Thân gửi Quý Anh/Chị!

Tôi là học viên Cao học của Trường Đại học Phan Thiết, chuyên ngành Quản trị kinh doanh. Hiện tôi đang nghiên cứu đề tài **“Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận”**. Tôi rất mong nhận được ý kiến đóng góp của Quý anh/chị vào phiếu khảo sát dưới đây.

Những thông tin mà Quý Anh/Chị cung cấp sẽ giúp tôi thực hiện hoàn thành đề tài nghiên cứu và sẽ là cơ sở khoa học để tôi đề xuất các hàm ý quản trị nhằm nâng cao quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận.

Anh/Chị vui lòng đánh dấu (x) vào ô thể hiện mức độ đồng ý của Anh/Chị từ 1 đến 5 đối với mỗi phát biểu dưới đây và điểm của các thang đo như sau:

Thang đo mức độ đồng ý	
1	Hoàn toàn không đồng ý
2	Không đồng ý
3	Trung lập
4	Đồng ý
5	Hoàn toàn đồng ý

PHẦN 1: CÁC CÂU HỎI NGHIÊN CỨU

TT	Phát biểu	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
1	BIDV Bình Thuận có các trang thiết bị hiện đại					
2	Cơ sở vật chất của BIDV Bình Thuận trông rất hấp dẫn					
3	Vị trí các phòng giao dịch của BIDV Bình					

	Thuận thuận tiện cho việc giao dịch					
4	Thủ tục vay tại BIDV Bình Thuận đơn giản, nhanh chóng					
5	Hạn mức cho vay tại BIDV Bình Thuận đáp ứng nhu cầu của khách hàng					
6	Thời gian xét duyệt khoản vay củ BIDV Bình Thuận nhanh					
7	BIDV Bình Thuận cung cấp mức lãi suất cạnh tranh so với các tổ chức tài chính khác.					
8	BIDV Bình Thuận cung cấp các điều khoản ưu đãi (ví dụ: lãi suất thấp hơn hoặc các ưu đãi đặc biệt) so với các ngân hàng khác.					
9	Lãi suất khoản vay tại BIDV Bình Thuận có thể thay đổi theo thời gian					
10	Lãi suất khoản vay tại BIDV Bình Thuận tuân theo các điều khoản đã thỏa thuận tại thời điểm ký hợp đồng vay.					
11	Nhân viên BIDV Bình Thuận lịch sự và nhã nhặn.					
12	Nhân viên BIDV Bình Thuận có kiến thức và kỹ năng cần thiết để hỗ trợ các yêu cầu và quy trình liên quan đến khoản vay.					
13	Nhân viên BIDV Bình Thuận chủ động tìm kiếm các giải pháp tốt nhất cho các vấn đề tài chính của tôi.					
14	Nhân viên BIDV Bình Thuận duy trì tính bảo mật và tạo sự tin tưởng khi xử lý thông tin tài chính của tôi.					

15	Nhân viên BIDV Bình Thuận xử lý hiệu quả các khiếu nại tiềm ẩn của khách hàng.					
16	BIDV Bình Thuận có lịch sử thành lập và phát triển lâu đời.					
17	BIDV Bình Thuận có uy tín và thương hiệu trên thị trường.					
18	BIDV Bình Thuận được nhiều người biết đến.					
19	BIDV Bình Thuận có tình hình tài chính tốt và minh bạch.					
20	BIDV Bình Thuận có năng lực chi trả tốt					
21	Đội ngũ lãnh đạo của BIDV Bình Thuận đầy nhiệt huyết và đáng tin cậy					
22	Các điểm giao dịch của BIDV Bình Thuận được bảo vệ nghiêm ngặt và an ninh					
23	BIDV Bình Thuận bảo mật thông tin khách hàng tốt					
24	Lựa chọn BIDV Bình Thuận để vay vốn là quyết định đúng đắn.					
25	Sẽ lựa chọn BIDV Bình Thuận khi có nhu cầu vay lần sau.					
26	Sẽ giới thiệu BIDV Bình Thuận cho doanh nghiệp khác.					

II. THÔNG TIN CÁ NHÂN

Xin Anh/Chị vui lòng cho biết thông tin cá nhân sau và khoanh tròn vào lựa chọn của mình:

1. Thâm niên làm việc tại doanh nghiệp của Anh/ Chị:

1. Dưới 3 năm
2. Từ 3 đến dưới 7 năm

3. Từ 7 năm trở lên

2. Chức vụ đảm nhiệm tại doanh nghiệp của Anh/ Chị:

1. Nhân viên

2. Trưởng, phó phòng ban

3. Ban giám đốc

3. Thời gian doanh nghiệp sử dụng dịch vụ vay vốn của BIDV Bình Thuận?

1. Dưới 3 năm

2. Từ 3 – dưới 7 năm

3. Từ 7 đến dưới 10 năm

4. Từ 10 năm trở lên

CHÂN THÀNH CẢM ƠN QUÝ ANH/CHỊ!

PHỤ LỤC 3 - KẾT QUẢ XỬ LÝ DỮ LIỆU

THỐNG KÊ MÔ TẢ

Statistics

		Thamnien	Chucvu	Thoigian
N	Valid	231	231	231
	Missing	0	0	0

Thamnien

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 3 năm	52	22.5	22.5	22.5
	Từ 3 đến dưới 7 năm	125	54.1	54.1	76.6
	Từ 7 năm trở lên	54	23.4	23.4	100.0
	Total	231	100.0	100.0	

Chucvu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nhân viên	28	12.1	12.1	12.1
	Trưởng, phó phòng ban	125	54.1	54.1	66.2
	Ban giám đốc	78	33.8	33.8	100.0
	Total	231	100.0	100.0	

Thoigian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 3 năm	37	16.0	16.0	16.0
	Từ 3 đến dưới 7 năm	91	39.4	39.4	55.4
	Từ 7 đến dưới 10 năm	61	26.4	26.4	81.8
	Từ 10 năm trở lên	42	18.2	18.2	100.0
	Total	231	100.0	100.0	

PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA

Thang đo “Cơ sở vật chất”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VC1	3.827	.7549	231
VC2	3.827	.6759	231
VC3	3.623	.8852	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VC1	7.450	1.883	.676	.683
VC2	7.450	2.023	.715	.662
VC3	7.654	1.758	.559	.832

Thang đo “Thủ tục cho vay”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TT1	3.710	1.1064	231
TT2	3.719	1.1991	231
TT3	3.749	1.1062	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TT1	7.468	4.320	.749	.768
TT2	7.459	4.093	.713	.804
TT3	7.429	4.463	.707	.807

Thang đo “Lãi suất”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.758	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LS1	3.835	1.1416	231
LS2	3.645	1.2210	231
LS3	3.394	1.2600	231
LS4	3.242	1.1913	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LS1	10.281	8.229	.596	.680
LS2	10.472	8.346	.510	.725
LS3	10.723	7.714	.590	.681
LS4	10.874	8.380	.527	.716

Thang đo “Thái độ nhân viên”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
NV1	3.983	.6722	231
NV2	4.035	.6970	231
NV3	3.671	1.1209	231
NV4	4.048	.6609	231
NV5	3.987	.6006	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NV1	15.740	4.680	.535	.610
NV2	15.688	4.824	.450	.641
NV3	16.052	4.189	.271	.781
NV4	15.675	4.594	.585	.592
NV5	15.736	4.769	.594	.598

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
NV1	3.983	.6722	231
NV2	4.035	.6970	231
NV4	4.048	.6609	231
NV5	3.987	.6006	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NV1	12.069	2.508	.577	.733
NV2	12.017	2.591	.496	.777
NV4	12.004	2.448	.630	.704
NV5	12.065	2.565	.656	.696

Thang đo “Thương hiệu ngân hàng”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TH1	3.658	.7223	231
TH2	3.762	.6390	231
TH3	3.887	.5937	231
TH4	3.775	.6335	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TH1	11.424	2.419	.610	.779
TH2	11.320	2.584	.642	.760
TH3	11.195	2.697	.647	.760
TH4	11.307	2.605	.638	.762

Thang đo “Sự an toàn”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
AT1	3.887	.8211	231
AT2	3.892	.7410	231
AT3	3.944	.7583	231
AT4	3.922	.7707	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AT1	11.758	4.080	.725	.868
AT2	11.753	4.317	.745	.860
AT3	11.701	4.210	.763	.853
AT4	11.723	4.106	.788	.843

Thang đo “Quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	231	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	231	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
QD1	3.909	.7135	231
QD2	3.853	.8049	231
QD3	3.900	.7481	231

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QD1	7.753	2.056	.777	.826
QD2	7.810	1.816	.780	.823
QD3	7.762	2.000	.754	.843

PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ

Phân tích EFA – Các biến độc lập

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.744
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2061.086
	df	231
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
VC1	1.000	.770
VC2	1.000	.799
VC3	1.000	.617
TT1	1.000	.808
TT2	1.000	.757
TT3	1.000	.762
LS1	1.000	.655
LS2	1.000	.550
LS3	1.000	.641
LS4	1.000	.568
NV1	1.000	.596
NV2	1.000	.514
NV4	1.000	.669
NV5	1.000	.700
TH1	1.000	.638
TH2	1.000	.670
TH3	1.000	.662
TH4	1.000	.656
AT1	1.000	.719
AT2	1.000	.744
AT3	1.000	.762
AT4	1.000	.790

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.632	16.511	16.511	3.632	16.511	16.511	3.049	13.861	13.861
2	2.930	13.318	29.829	2.930	13.318	29.829	2.589	11.769	25.631
3	2.666	12.118	41.947	2.666	12.118	41.947	2.469	11.222	36.852
4	2.205	10.024	51.972	2.205	10.024	51.972	2.354	10.699	47.551
5	1.984	9.016	60.988	1.984	9.016	60.988	2.349	10.677	58.228
6	1.630	7.408	68.396	1.630	7.408	68.396	2.237	10.167	68.396
7	.710	3.226	71.621						
8	.675	3.068	74.690						
9	.615	2.795	77.485						
10	.610	2.772	80.257						
11	.544	2.473	82.731						
12	.530	2.409	85.139						
13	.471	2.142	87.282						
14	.430	1.955	89.236						
15	.398	1.807	91.043						
16	.388	1.764	92.808						
17	.340	1.547	94.355						
18	.327	1.485	95.840						
19	.282	1.280	97.120						
20	.250	1.137	98.257						
21	.221	1.004	99.260						
22	.163	.740	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
TH1	.686					
TH3	.606					
TH4	.593					
TH2	.586					
NV1						
NV4						
NV2						
AT4	.552	-.663				
AT2	.554	-.607				
AT3	.551	-.592				
AT1	.555	-.584				
NV5						
LS3			.606			
TT3			.605			
TT2			.553			
LS4			.550			
TT1				.573		
LS2				-.564		
LS1						
VC2					.665	
VC1					.625	
VC3						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
AT4	.880					
AT3	.867					
AT2	.855					
AT1	.840					
TH2		.808				
TH4		.797				
TH3		.793				
TH1		.742				
NV5			.822			
NV4			.805			
NV1			.749			
NV2			.691			
LS1				.792		
LS3				.774		
LS2				.733		
LS4				.733		
TT1					.898	
TT2					.866	
TT3					.862	
VC2						.891
VC1						.872
VC3						.766

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	.587	.643	.477	.013	.027	.118
2	-.721	.243	.483	-.154	-.178	.364
3	-.163	.182	-.188	.636	.604	.368
4	.104	-.175	.014	-.690	.620	.314
5	.245	-.085	-.350	-.018	-.467	.770
6	.198	-.676	.617	.310	.023	.165

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Phân tích EFA – Biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.744
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	368.434
	df	3
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
QD1	1.000	.815
QD2	1.000	.818
QD3	1.000	.793

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	2.426	80.856	80.856	2.426	80.856	80.856
2	.308	10.274	91.130			
3	.266	8.870	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component**Matrix^a**

	Component
	1
QD2	.905
QD1	.903
QD3	.890

Extraction Method:

Principal

Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

PHÂN TÍCH HỒI QUY**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
F_QD	3.8874	.67946	231
F_VC	3.7590	.65433	231
F_TT	3.7258	.99945	231
F_LS	3.5292	.91631	231
F_NV	4.0130	.51165	231
F_TH	3.7706	.51905	231
F_AT	3.9113	.66897	231

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	F_AT, F_LS, F_VC, F_TT, F_NV, F_TH ^b		Enter

a. Dependent Variable: F_QD

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.739 ^a	.546	.534	.46402	1.813

a. Predictors: (Constant), F_AT, F_LS, F_VC, F_TT, F_NV, F_TH

b. Dependent Variable: F_QD

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.954	6	9.659	44.859	.000 ^b
	Residual	48.231	224	.215		
	Total	106.185	230			

a. Dependent Variable: F_QD

b. Predictors: (Constant), F_AT, F_LS, F_VC, F_TT, F_NV, F_TH

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.833	.392		-4.677	.000		
F_VC	.502	.047	.483	10.568	.000	.970	1.031
F_TT	.005	.031	.007	.164	.870	.984	1.016
F_LS	.225	.034	.303	6.655	.000	.976	1.025
F_NV	.351	.063	.265	5.551	.000	.892	1.121
F_TH	.282	.064	.215	4.432	.000	.859	1.164
F_AT	.140	.047	.138	2.994	.003	.955	1.047

a. Dependent Variable: F_QD

Collinearity Diagnostics^a

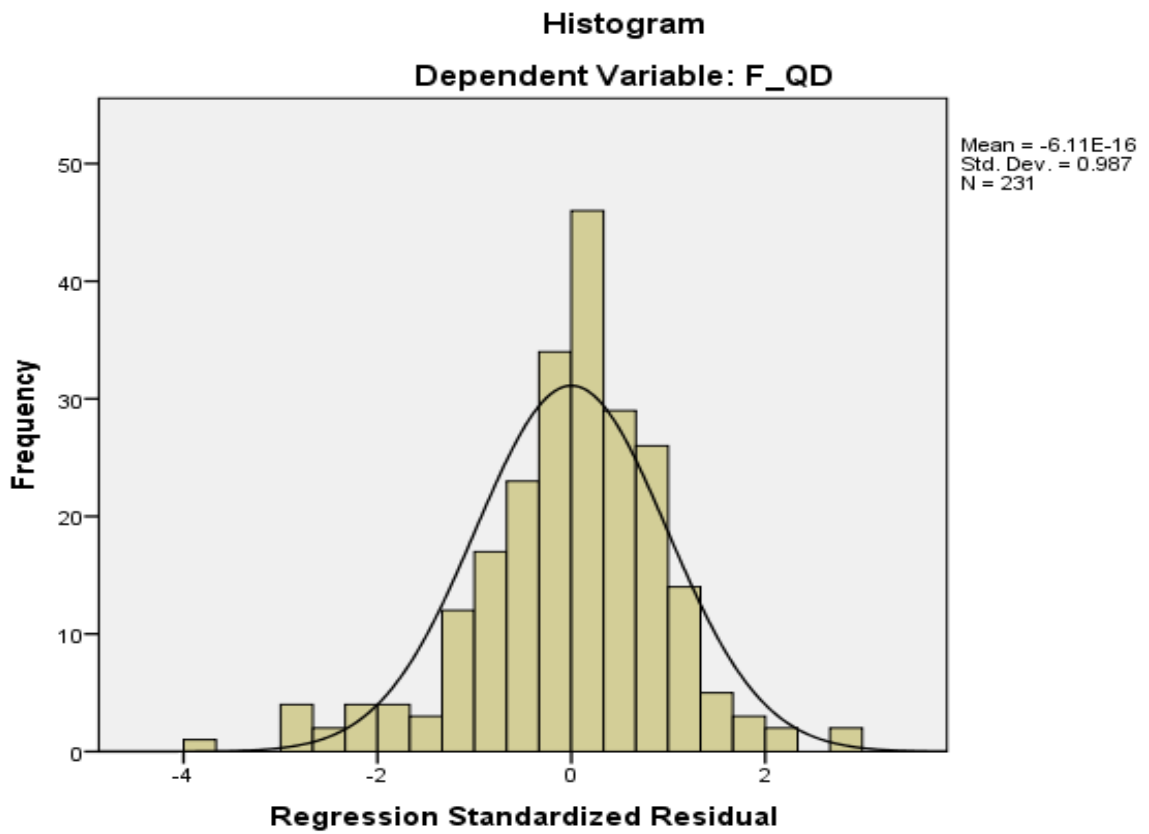
Mode	Dimensi on	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	F_VC	F_TT	F_LS	F_NV	F_TH	F_AT
1	1	6.816	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.060	10.648	.00	.00	.83	.21	.00	.00	.00
	3	.057	10.982	.00	.02	.11	.70	.02	.01	.03
	4	.031	14.860	.00	.50	.00	.00	.00	.00	.40
	5	.020	18.496	.00	.35	.00	.00	.21	.12	.41
	6	.012	23.803	.01	.00	.00	.01	.40	.83	.01
	7	.005	37.060	.98	.13	.05	.08	.37	.03	.15

a. Dependent Variable: F_QD

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2527	5.0912	3.8874	.50197	231
Residual	-1.76104	1.36701	.00000	.45793	231
Std. Predicted Value	-3.257	2.398	.000	1.000	231
Std. Residual	-3.795	2.946	.000	.987	231

a. Dependent Variable: F_QD



Model Description

Model Name	MOD_1
Dependent Variable	1 USQUARE
Equation	1 Linear
Independent Variable	F_QD
Constant	Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots	Unspecified

Case Processing Summary

	N
Total Cases	231
Excluded Cases ^a	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

Variable Processing Summary

	Variables	
	Dependent	Independent
	USQUARE	F_QD
Number of Positive Values	231	231
Number of Zeros	0	0
Number of Negative Values	0	0
Number of Missing Values	User-Missing System-Missing	0 0

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: USQUARE

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.164	45.074	1	229	.000	5.248	-1.101

The independent variable is F_QD.

