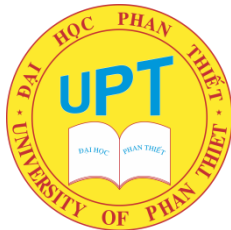


BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



ĐINH VĂN THÀNH

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH
VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
SÀI GÒN THƯƠNG TÍN - PHÒNG GIAO DỊCH LA GI**

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

Lâm Đồng – 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



ĐINH VĂN THÀNH

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH
VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
SÀI GÒN THƯƠNG TÍN - PHÒNG GIAO DỊCH LA GI**

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 8340101

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN:

PGS.TS. VÕ KHẮC THƯỜNG - TS. LÊ ĐĂNG MINH

Lâm Đồng - 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Đề án tốt nghiệp với tên đề tài: **“Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín - Phòng Giao dịch La Gi”** là công trình nghiên cứu của riêng tôi, được thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS.TS. Võ Khắc Thường và TS. Lê Đăng Minh.

Các số liệu được thu thập, xử lý và kết quả nghiên cứu trình bày trong Đề án tốt nghiệp là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác. Tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm về tính trung thực, chính xác của nội dung Đề án tốt nghiệp này.

Lâm Đồng, ngày tháng năm 2026

Người thực hiện Đề án

Đinh Văn Thành

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và thực hiện Đề án tốt nghiệp tôi đã nhận được nhiều sự quan tâm, hỗ trợ và động viên từ quý Thầy Cô, cơ quan công tác, bạn bè, đồng nghiệp và gia đình.

Tôi muốn bắt đầu bằng cách bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến PGS.TS. Võ Khắc Thường và TS. Lê Đăng Minh, những người hướng dẫn khoa học đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ và hỗ trợ tôi trong suốt quá trình tôi thực hiện nghiên cứu, xây dựng đề cương và thực hiện đề án tốt nghiệp.

Tôi muốn bày tỏ lòng biết ơn chân thành của mình đối với tất cả các giáo viên và nhà giáo dục của Trường Đại học Phan Thiết đã cung cấp cho tôi kiến thức chuyên môn, phương pháp nghiên cứu và kinh nghiệm thực tiễn quý báu mà tôi đã nhận được trong suốt thời gian tôi theo học.

Ngoài ra, tôi muốn bày tỏ lòng biết ơn đến ban lãnh đạo và nhân viên của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín - Phòng Giao dịch La Gi, cũng như tất cả các khách hàng đã hỗ trợ, tạo điều kiện và cung cấp thông tin cần thiết cho quá trình khảo sát và thu thập dữ liệu nghiên cứu.

Cuối cùng, tôi muốn bày tỏ lòng biết ơn đến bạn bè, đồng nghiệp và gia đình đã luôn quan tâm, động viên và hỗ trợ tôi trong suốt quá trình học tập và trong quá trình hoàn thành Đề án tốt nghiệp.

Xin trân trọng cảm ơn!

TÓM TẮT

Đề tài được thực hiện nhằm phân tích thực trạng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân. Nghiên cứu sử dụng kết hợp phương pháp định tính và định lượng. Trong giai đoạn định tính, thang đo được rà soát và điều chỉnh thông qua thảo luận nhóm. Ở giai đoạn định lượng, 250 phiếu khảo sát được phát ra cho các khách hàng cá nhân đã và đang vay vốn tại ngân hàng, trong đó 224 phiếu hợp lệ được sử dụng để phân tích. Dữ liệu được xử lý bằng các phương pháp kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy tuyến tính và kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm khách hàng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy có bốn nhân tố tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, gồm lãi suất cho vay, thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, và chất lượng dịch vụ. Trong đó, cảm nhận về tính hợp lý của lãi suất cho vay có tác động mạnh nhất với hệ số hồi quy chuẩn hóa $\beta = 0,560$, tiếp theo là thủ tục vay vốn với $\beta = 0,200$, năng lực và thái độ nhân viên với $\beta = 0,174$, và chất lượng dịch vụ với $\beta = 0,101$. Mô hình nghiên cứu giải thích được 68,3% sự biến thiên của quyết định vay vốn. Trong khi đó, chính sách chăm sóc khách hàng và uy tín ngân hàng không có tác động có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân. Kết quả kiểm định sự khác biệt cũng cho thấy quyết định vay vốn không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê theo giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn và thu nhập của khách hàng.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, đề tài đề xuất các giải pháp tập trung vào bốn nội dung chính, gồm hoàn thiện chính sách lãi suất theo hướng minh bạch, linh hoạt và cạnh tranh; đơn giản hóa thủ tục vay vốn; nâng cao năng lực chuyên môn và thái độ phục vụ của nhân viên; đồng thời cải thiện chất lượng dịch vụ trước, trong và sau khi giải ngân. Các giải pháp này nhằm góp phần nâng cao khả năng thu hút, phục vụ và duy trì khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Từ khóa: cho vay khách hàng cá nhân; quyết định vay vốn; lãi suất cho vay; thủ tục vay vốn; năng lực nhân viên; chất lượng dịch vụ; Sacombank.

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze individual customer lending activities at Sacombank – La Gi Transaction Office and to evaluate the factors influencing individual customers' loan decisions. A mixed-method approach combining qualitative and quantitative methods was employed. The measurement scales were adjusted through group discussions, while the quantitative study was conducted by surveying 224 customers who had borrowed or were currently borrowing from the bank.

The findings indicate that four factors have positive effects on customers' loan decisions, including interest rates, lending procedures, employees' competence and service attitude, and service quality. Among these, lending interest rate has the strongest influence, with a coefficient of 0.560, followed by lending procedures at 0.200, employees' competence and service attitude at 0.174, and service quality at 0.101. The model explains 68.3% of the variation in customers' loan decisions. Factors related to customer care policies and bank reputation do not have statistically significant effects. In addition, the results of difference testing show that loan decisions do not vary by borrowers' gender, age, educational level, or income.

Based on the research findings, the study proposes solutions focusing on four main areas: developing transparent, flexible, and competitive interest rate policies; simplifying lending procedures; enhancing employees' professional competence and service attitude; and improving service quality before, during, and after loan disbursement.

Keywords: individual customer lending; loan decision; interest rates; lending procedures; employee competence; service quality; Sacombank.

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

LỜI CẢM ƠN

TÓM TẮT

ABSTRACT

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC BẢNG

DANH MỤC HÌNH

PHẦN 1: MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	3
2.1 Mục tiêu tổng quát	3
2.2 Mục tiêu cụ thể	3
3. Câu hỏi nghiên cứu	3
4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu	4
4.1 Đối tượng nghiên cứu	4
4.2 Phạm vi nghiên cứu	4
5. Phương pháp nghiên cứu	5
6. Ý nghĩa của đề tài	6
7. Kết cấu của Đề án tốt nghiệp	6
PHẦN 2: NỘI DUNG	7
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	7
1.1. Cơ sở lý luận	7
1.1.1. Khái niệm ngân hàng thương mại	7
1.1.2. Khái niệm cho vay khách hàng cá nhân	7
1.1.3. Đặc điểm cho vay khách hàng cá nhân	8
1.1.4. Vai trò của cho vay khách hàng cá nhân	9
1.1.5. Nội dung nghiệp vụ cho vay khách hàng cá nhân	10

1.1.6. Các chỉ tiêu đánh giá hoạt động cho vay khách hàng cá nhân	11
1.1.7. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân.....	13
1.1.8. Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân	15
1.1.9. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay của khách hàng cá nhân	16
1.2. Lý thuyết nền	18
1.2.1. Lý thuyết TRA.....	18
1.2.2. Lý thuyết hành vi dự định	18
1.2.3. Lý thuyết chất lượng dịch vụ SERVQUAL	20
1.3. Tổng quan các nghiên cứu có liên quan	21
1.3.1. Các nghiên cứu nước ngoài	21
1.3.2. Các nghiên cứu trong nước.....	23
1.4. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết	28
1.5. Thang đo nghiên cứu	32
1.6. Phương pháp chọn mẫu, cỡ mẫu nghiên cứu.....	35
1.6.1. Phương pháp chọn mẫu	35
1.6.2. Cỡ mẫu nghiên cứu.....	35
1.7. Dữ liệu nghiên cứu.....	36
1.7.1. Dữ liệu thứ cấp	36
1.7.2. Dữ liệu sơ cấp	36
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	37
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SACOMBANK – PHÒNG GIAO DỊCH LA GI.....	38
2.1 Tổng quan về Sacombank – Phòng giao dịch La Gi	38
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển.....	38
2.1.2 Kết quả hoạt động kinh doanh.....	38
2.2. Thực trạng cho vay cá nhân của Sacombank – PGD La Gi	40
2.2.1. Quy mô cho vay cá nhân	40
2.2.2. Cơ cấu cho vay	40
2.2.3. Chất lượng cho vay khách hàng cá nhân.....	42
2.3 Kết quả phân tích dữ liệu định lượng	43

2.3.1 Đặc điểm mẫu nghiên cứu	43
2.3.2 Phân tích Cronbach's Alpha	45
2.3.3 Phân tích EFA.....	48
2.3.3.1 Phân tích EFA cho các biến độc lập	48
2.3.3.2 Phân tích EFA cho biến phụ thuộc.....	51
2.3.4 Phân tích hồi quy	52
2.3.4.1 Đánh giá độ phù hợp mô hình.....	53
2.3.4.2 Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết	54
2.3.4.3 Phân tích hệ số hồi quy	57
2.3.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu	58
2.3.5 Phân tích sự khác biệt.....	59
2.3.5.1 Phân tích sự khác biệt theo giới tính.....	59
2.3.5.2 Phân tích sự khác biệt theo độ tuổi	60
2.3.5.3 Phân tích sự khác biệt theo trình độ học vấn	61
2.3.5.4 Phân tích sự khác biệt theo thu nhập.....	62
2.3.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu	63
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	66
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP.....	67
3.1 Định hướng	67
3.2 Các giải pháp	68
3.2.1 Căn cứ đề xuất giải pháp	68
3.2.2 Các giải pháp thực hiện	69
3.2.2.1 Hoàn thiện lãi suất và minh bạch chi phí vay	69
3.2.2.2 Đơn giản hóa thủ tục và rút ngắn thời gian xử lý	70
3.2.2.3 Nâng cao năng lực và thái độ nhân viên	72
3.2.2.4 Nâng cao chất lượng dịch vụ.....	73
3.2.3 Kế hoạch triển khai giải pháp.....	75
3.2.4 Điều kiện thực hiện.....	76
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	77

PHẦN 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	78
1. Kết luận.....	78
2. Kiến nghị.....	78
2.1 Kiến nghị đối với Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.....	78
2.2 Kiến nghị đối với Sacombank Chi nhánh Bình Thuận.....	79
2.3 Kiến nghị đối với Hội sở Sacombank	80
3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo	80

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Diễn giải
1	KHCN	Khách hàng cá nhân
2	NHTM	Ngân hàng thương mại
3	TMCP	Thương mại cổ phần
4	Sacombank	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín
5	PGD	Phòng giao dịch
6	QD	Quyết định vay vốn
7	TT	Thủ tục vay vốn
8	TH	Uy tín ngân hàng
9	NV	Năng lực và thái độ nhân viên
10	CSKH	Chính sách chăm sóc khách hàng
11	CLDV	Chất lượng dịch vụ
12	LS	Lãi suất cho vay
13	ANOVA	Phân tích phương sai
14	EFA	Phân tích nhân tố khám phá
15	VIF	Hệ số phóng đại phương sai
16	TRA	Lý thuyết hành vi hợp lý
17	TPB	Lý thuyết hành vi dự định
18	SERVQUAL	Mô hình chất lượng dịch vụ
19	SPSS	Phần mềm thống kê định lượng
20	Sig	Mức ý nghĩa thống kê
21	β	Hệ số hồi quy chuẩn hóa

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1 Tổng hợp kết quả nghiên cứu trước.....	27
Bảng 1.2 Thang đo dùng trong nghiên cứu.....	33
Bảng 2.1. Kết quả kinh doanh của Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong giai đoạn 2023 – 2025	39
Bảng 2.2. Quy mô dư nợ cho vay khách hàng cá nhân giai đoạn 2023 – 2025	40
Bảng 2.3. Cơ cấu cho vay cá nhân theo mục đích vay giai đoạn 2023 – 2025.....	41
Bảng 2.4. Cơ cấu cho vay cá nhân theo thời hạn vay giai đoạn 2023 – 2025	42
Bảng 2.5. Chỉ tiêu phản ánh chất lượng cho vay cá nhân giai đoạn 2023 – 2025	42
Bảng 2.6 Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu	44
Bảng 2.7 Tổng hợp kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo.....	45
Bảng 2.8 Kiểm định Barlett, KMO – Biến độc lập.....	48
Bảng 2.9 Tổng phương sai trích của các nhân tố độc lập	49
Bảng 2.10 Ma trận xoay nhân tố - Biến độc lập	50
Bảng 2.11 Kết quả kiểm định Barlett, KMO - Biến phụ thuộc	51
Bảng 2.12 Tổng phương sai trích của của thang đo Quyết định vay vốn.....	52
Bảng 2.13 Ma trận xoay nhân tố - Biến phụ thuộc	52
Bảng 2.14 Phân tích ANOVA.....	53
Bảng 2.15 Tóm tắt kết quả mô hình hồi quy.....	54
Bảng 2.16 Kiểm tra hiện tượng cộng tuyến	55
Bảng 2.17 Kết quả hệ số hồi quy	57
Bảng 2.18 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu.....	58
Bảng 2.19 Kết quả kiểm định sự khác biệt về quyết định vay vốn theo giới tính	60
Bảng 2.20 Kiểm định Levene về sự đồng nhất phương sai giữa các nhóm tuổi	60
Bảng 2.21 Kiểm định ANOVA theo độ tuổi.....	61
Bảng 2.22 Kiểm định Levene về sự đồng nhất phương sai giữa các nhóm trình độ	62
Bảng 2.23 Kết quả ANOVA về quyết định vay vốn theo trình độ học vấn.....	62
Bảng 2.24 Kiểm định Levene về sự đồng nhất phương sai giữa các nhóm thu nhập	63

Bảng 2.25 Kiểm định ANOVA theo thu nhập63

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu lý thuyết	29
Hình 2.1 Biểu đồ Histogram	55
Hình 2.2 Biểu đồ P-P plot	56

PHẦN 1: MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh ngân hàng bán lẻ ngày càng trở thành định hướng phát triển trọng tâm của các ngân hàng thương mại, cho vay khách hàng cá nhân giữ vai trò quan trọng trong việc mở rộng quy mô tín dụng, gia tăng thu nhập, đa dạng hóa danh mục khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh. Đối với các ngân hàng thương mại, phát triển cho vay khách hàng cá nhân không chỉ góp phần thúc đẩy tăng trưởng tín dụng mà còn tạo điều kiện mở rộng quan hệ khách hàng, gia tăng cơ hội cung cấp các sản phẩm, dịch vụ đi kèm và phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ theo hướng bền vững.

Tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi, cho vay khách hàng cá nhân là phân khúc giữ vai trò chủ đạo trong cơ cấu tín dụng của đơn vị. Trong giai đoạn 2023–2025, dư nợ cho vay khách hàng cá nhân tăng liên tục từ 627 tỷ đồng năm 2023 lên 681 tỷ đồng năm 2024 và đạt 766 tỷ đồng năm 2025. Tỷ trọng dư nợ khách hàng cá nhân trong tổng dư nợ tăng từ 86,84% năm 2023 lên 89,84% năm 2024, sau đó giảm nhẹ còn 88,86% năm 2025 nhưng vẫn duy trì ở mức cao. Những số liệu này cho thấy khách hàng cá nhân là nhóm khách hàng trọng tâm, có ảnh hưởng trực tiếp đến quy mô tín dụng và kết quả hoạt động kinh doanh của Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Tuy nhiên, sự gia tăng về quy mô cho vay chưa đồng nghĩa với việc chất lượng tín dụng được cải thiện tương ứng. Nợ quá hạn khách hàng cá nhân tăng nhanh từ 6.255 triệu đồng năm 2023 lên 16.766 triệu đồng năm 2024 và 36.840 triệu đồng năm 2025. Tỷ lệ nợ quá hạn theo đó tăng từ 0,99% lên 2,46% và đạt 4,81% trong cùng giai đoạn. Tốc độ gia tăng nợ quá hạn cao hơn đáng kể so với tốc độ tăng dư nợ cho thấy hoạt động cho vay khách hàng cá nhân đang đặt ra áp lực ngày càng lớn đối với công tác thẩm định, giám sát sau giải ngân, thu hồi nợ và quản trị rủi ro tín dụng. Bên cạnh đó, cơ cấu dư nợ khách hàng cá nhân tập trung ở mức cao vào các khoản vay ngắn hạn, với tỷ trọng lần lượt đạt 92,57% năm 2023, 93,31% năm 2024 và khoảng 93,68% năm 2025. Cơ cấu này phù hợp với đặc điểm kinh tế của địa bàn La Gi, nơi

nhu cầu vốn lưu động của hộ kinh doanh, tiểu thương và cá nhân sản xuất, kinh doanh nhỏ lẻ tương đối lớn. Tuy nhiên, việc tập trung phần lớn dư nợ vào một nhóm kỳ hạn và một số phân khúc khách hàng nhất định cũng làm gia tăng rủi ro tập trung, đặc biệt khi dòng tiền kinh doanh của khách hàng chịu tác động bởi biến động thị trường, thu nhập và điều kiện kinh tế địa phương.

Như vậy, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi đang đứng trước một mâu thuẫn quản trị đáng lưu ý. Một mặt, đơn vị cần tiếp tục mở rộng dư nợ và thu hút khách hàng cá nhân để duy trì vị thế cạnh tranh trên địa bàn. Mặt khác, đơn vị phải nâng cao chất lượng tín dụng, lựa chọn đúng phân khúc khách hàng, kiểm soát nợ quá hạn và bảo đảm hiệu quả của các khoản vay. Trong điều kiện khách hàng có nhiều lựa chọn giữa các ngân hàng thương mại và có khả năng so sánh ngày càng rõ hơn về lãi suất, thủ tục, thời gian xử lý hồ sơ, năng lực tư vấn, chất lượng dịch vụ và chính sách chăm sóc khách hàng, việc chỉ mở rộng tín dụng mà không chú trọng trải nghiệm và chất lượng khách hàng có thể làm gia tăng rủi ro cho đơn vị.

Dưới góc độ quản trị, vấn đề đặt ra không chỉ là làm thế nào để tăng dư nợ cho vay khách hàng cá nhân mà còn là xác định những nhân tố nào thực sự ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn vay vốn của khách hàng. Việc nhận diện đúng vai trò của lãi suất, thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng và chất lượng dịch vụ sẽ giúp đơn vị hiểu rõ hơn kỳ vọng của người vay, cải thiện trải nghiệm giao dịch, hoàn thiện chính sách khách hàng và nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm tín dụng.

Vì vậy, nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi là cần thiết cả về phương diện khoa học và thực tiễn. Việc đặt kết quả khảo sát trong mối liên hệ với thực trạng tăng trưởng dư nợ, sự gia tăng nợ quá hạn, cơ cấu kỳ hạn cho vay, năng lực nội tại và môi trường cạnh tranh sẽ tạo cơ sở đầy đủ hơn để đề xuất các giải pháp phù hợp. Trên cơ sở đó, đề tài **“Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá**

nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi” được thực hiện nhằm cung cấp căn cứ khoa học giúp đơn vị nâng cao khả năng thu hút và duy trì khách hàng, đồng thời phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân theo hướng hiệu quả, an toàn và bền vững.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1 Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát của đề án là phân tích thực trạng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi; xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân; từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao khả năng thu hút, phục vụ và phát triển khách hàng cá nhân theo hướng hiệu quả, an toàn và có năng lực cạnh tranh.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Thứ nhất, hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, quyết định vay vốn và các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.

Thứ hai, phân tích thực trạng về quy mô, cơ cấu và chất lượng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong giai đoạn 2023 – 2025.

Thứ ba, xác định và đánh giá tác động của các yếu tố này đối với quyết định vay vốn của khách hàng Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Thứ tư, xác định nhóm khách hàng trọng tâm và đề xuất các giải pháp nâng cao khả năng thu hút, phục vụ và phát triển khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Thứ nhất, cơ sở lý luận nào được sử dụng để phân tích hoạt động cho vay khách hàng cá nhân và quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân?

Thứ hai, tình hình cho vay khách hàng cá nhân của Sacombank—Phòng giao dịch La Gi từ năm 2023 đến năm 2025 như thế nào?

Thứ ba, trong bối cảnh Sacombank – Phòng giao dịch La Gi, các nhân tố nào giữ vai trò chi phối sự lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân và mức tác động của từng nhân tố được thể hiện như thế nào?

Thứ tư, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần ưu tiên nhóm khách hàng nào và triển khai những giải pháp gì nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân?

4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

4.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Đề tài tập trung xem xét những nhân tố có liên quan đến việc hình thành lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Đối tượng khảo sát: Dữ liệu khảo sát được thu thập từ các cá nhân có phát sinh hoặc từng phát sinh quan hệ vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

4.2 Phạm vi nghiên cứu

Về phạm vi không gian, đề tài giới hạn nghiên cứu trong bối cảnh hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Về nội dung, đề tài tập trung phân tích thực trạng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, bao gồm: thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ và lãi suất cho vay.

Về thời gian, dữ liệu thứ cấp được sử dụng để xem xét bối cảnh và hoạt động cho vay của khách hàng cá nhân từ năm 2023 đến năm 2025.

5. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được triển khai theo hướng kết hợp hai cách tiếp cận, trong đó phương pháp định tính được sử dụng để rà soát và điều chỉnh thang đo, còn phương pháp định lượng được dùng để kiểm định mô hình và đo lường mức độ tác động của các nhân tố.

Nghiên cứu định tính được thực hiện nhằm kiểm tra mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu, rà soát nội dung các thang đo và điều chỉnh cách diễn đạt của bảng câu hỏi cho phù hợp với bối cảnh hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Phương pháp này đồng thời giúp làm rõ cách khách hàng nhận thức về thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ, lãi suất cho vay và quyết định vay vốn. Người tham gia nghiên cứu định tính được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu có chủ đích. Tiêu chí lựa chọn gồm: có kiến thức hoặc kinh nghiệm thực tế liên quan đến hoạt động tín dụng cá nhân; trực tiếp tham gia quản lý, tư vấn, tiếp nhận hoặc xử lý hồ sơ vay vốn; hoặc đã có trải nghiệm vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Tổng số người tham gia nghiên cứu định tính là 11 người, gồm 05 cán bộ quản lý tín dụng và 06 khách hàng cá nhân đã hoặc đang vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Nội dung tham vấn tập trung vào bốn vấn đề chính. Thứ nhất, đánh giá sự phù hợp của sáu nhân tố trong mô hình nghiên cứu đối với bối cảnh Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Thứ hai, xem xét mức độ rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp của từng phát biểu trong thang đo. Thứ ba, nhận diện những nội dung có khả năng trùng lặp giữa các thang đo, đặc biệt giữa năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng và chất lượng dịch vụ. Thứ tư, ghi nhận đề xuất về cách điều chỉnh từ ngữ, bổ sung hoặc loại bỏ những phát biểu chưa phản ánh đúng trải nghiệm vay vốn của khách hàng tại địa phương. Các ý kiến thu thập được phân loại theo từng nhân tố và từng biến quan sát. Một phát biểu được giữ lại khi nội dung rõ ràng, phù hợp với khái niệm cần đo lường và được phần lớn người tham gia thống nhất. Những phát biểu có cách diễn đạt khó hiểu, quá khái quát, chứa nhiều ý

trong cùng một câu hoặc trùng lặp với biến quan sát khác được điều chỉnh trước khi hoàn thiện bảng câu hỏi. Kết quả nghiên cứu định tính là cơ sở để hình thành thang đo sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu định lượng.

Giai đoạn định lượng được triển khai bằng bảng hỏi đối với 250 khách hàng cá nhân. Sau khi thu hồi, dữ liệu được kiểm tra, chuẩn hóa và nhập vào phần mềm thống kê để phục vụ phân tích. Nghiên cứu lần lượt đánh giá độ tin cậy của thang đo, khám phá cấu trúc nhân tố, kiểm định mô hình hồi quy và xem xét sự khác biệt trong quyết định vay vốn giữa các nhóm khách hàng theo đặc điểm nhân khẩu học.

6. Ý nghĩa của đề tài

Kết quả nghiên cứu giúp Sacombank – Phòng giao dịch La Gi nhận diện được những yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, làm cơ sở khoa học giúp các nhà quản trị ngân hàng tập trung cải thiện các yếu tố có tác động thực sự đến quyết định vay vốn, từ đó nâng cao khả năng thu hút khách hàng, cải thiện chất lượng phục vụ, phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân và tăng cường năng lực cạnh tranh trên địa bàn.

7. Kết cấu của Đề án tốt nghiệp

Đề án được triển khai thành ba chương nội dung chính, bên cạnh các phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục. Cụ thể,

- Chương 1: trình bày cơ sở lý luận, các nghiên cứu liên quan và mô hình nghiên cứu;
- Chương 2: phân tích thực trạng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi;
- Chương 3: đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại đơn vị.

PHẦN 2: NỘI DUNG

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

1.1. Cơ sở lý luận

1.1.1. Khái niệm ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại là tổ chức tài chính trung gian cung cấp các dịch vụ thanh toán và tài chính nhằm phục vụ nhu cầu giao dịch của khách hàng và thúc đẩy sự vận hành của nền kinh tế. Thông qua hoạt động huy động vốn và cho vay, ngân hàng thương mại thực hiện vai trò luân chuyển vốn từ khu vực có vốn nhàn rỗi sang khu vực có nhu cầu sử dụng vốn, qua đó góp phần thúc đẩy tiêu dùng, đầu tư, sản xuất kinh doanh và tăng trưởng kinh tế.

Trong bối cảnh cạnh tranh của thị trường tài chính hiện nay, ngân hàng thương mại không chỉ thực hiện chức năng truyền thống là nhận tiền gửi và cho vay, mà còn phát triển mạnh các dịch vụ ngân hàng bán lẻ như tài khoản thanh toán, thẻ, ngân hàng điện tử, bảo hiểm liên kết, tư vấn tài chính và các sản phẩm tín dụng cá nhân. Theo Devlin (2005), khách hàng khi lựa chọn ngân hàng thường cân nhắc đồng thời nhiều yếu tố như chi phí, chất lượng dịch vụ, sự thuận tiện, danh tiếng ngân hàng và quan hệ với khách hàng. Điều này cho thấy ngân hàng thương mại muốn mở rộng hoạt động bán lẻ cần chú trọng cả sản phẩm tài chính lẫn trải nghiệm dịch vụ.

1.1.2. Khái niệm cho vay khách hàng cá nhân

Cho vay khách hàng cá nhân là hình thức ngân hàng cấp tín dụng cho cá nhân hoặc hộ gia đình nhằm đáp ứng các nhu cầu vốn hợp pháp trong đời sống, tiêu dùng, mua sắm tài sản, sửa chữa nhà ở, học tập, chăm sóc sức khỏe hoặc bổ sung vốn cho hoạt động kinh doanh nhỏ lẻ. Khoản vay được thực hiện trên cơ sở thỏa thuận giữa ngân hàng và khách hàng về số tiền, thời hạn, lãi suất, phương thức trả nợ, mục đích sử dụng vốn và các điều kiện bảo đảm.

Trong hoạt động ngân hàng bán lẻ, cho vay khách hàng cá nhân là một nghiệp vụ quan trọng vì có số lượng khách hàng lớn, nhu cầu vay đa dạng và khả năng tạo

nguồn thu ổn định cho ngân hàng. Tuy nhiên, hoạt động này cũng đòi hỏi ngân hàng phải đánh giá kỹ lưỡng khả năng trả nợ, thu nhập, tài sản bảo đảm, lịch sử tín dụng và mức độ phù hợp của khoản vay với điều kiện tài chính của khách hàng.

Subedi và Joshi (2025) cho rằng quyết định vay vốn của khách hàng tại các ngân hàng thương mại chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như sự hài lòng đối với ngân hàng, chất lượng dịch vụ, lãi suất, kỳ hạn trả nợ, điều kiện vay và bảo đảm khoản vay. Điều này cho thấy hoạt động cho vay khách hàng cá nhân không chỉ phụ thuộc vào nhu cầu vốn của khách hàng, mà còn chịu tác động bởi cách ngân hàng thiết kế sản phẩm, cung cấp dịch vụ và duy trì quan hệ với khách hàng.

1.1.3. Đặc điểm cho vay khách hàng cá nhân

Trước hết, quy mô từng khoản vay thường nhỏ hơn, nhưng số lượng khách hàng lớn và mục đích vay vốn đa dạng. Khách hàng có thể vay để tiêu dùng, mua nhà, mua xe, sửa chữa nhà, học tập, chăm sóc sức khỏe, bổ sung vốn kinh doanh hộ gia đình hoặc đáp ứng các nhu cầu tài chính cá nhân khác.

Thứ hai, khả năng trả nợ của khách hàng cá nhân phụ thuộc nhiều vào thu nhập, nghề nghiệp, tài sản bảo đảm, lịch sử tín dụng và mức độ ổn định tài chính của cá nhân hoặc hộ gia đình. Vì vậy, ngân hàng cần thực hiện thẩm định chặt chẽ trước khi cấp tín dụng nhằm bảo đảm khoản vay phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng và hạn chế rủi ro tín dụng.

Thứ ba, quá trình khách hàng tiếp xúc, đánh giá và cảm nhận về dịch vụ ngân hàng cũng góp phần định hình lựa chọn vay vốn của họ. Quyết định lựa chọn ngân hàng để vay vốn có thể bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như lãi suất, chi phí, thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, thái độ nhân viên, chất lượng dịch vụ và chính sách chăm sóc khách hàng.

Thứ tư, mặc dù cho vay khách hàng cá nhân có mức độ rủi ro phân tán do số lượng khách hàng lớn, nhưng ngân hàng vẫn phải thực hiện kiểm soát tín dụng chặt chẽ. Ngân hàng có thể phải đối mặt với nợ quá hạn, nợ xấu và chi phí xử lý tín dụng

tăng cao nếu quy trình thẩm định, quản lý khoản vay và giám sát sau vay không hiệu quả. Do đó, sự phát triển của các khoản vay khách hàng cá nhân phải liên quan đến quản lý rủi ro, kiểm soát chất lượng tín dụng và nâng cao dịch vụ khách hàng.

1.1.4. Vai trò của cho vay khách hàng cá nhân

Cho vay khách hàng cá nhân giúp ngân hàng thương mại mở rộng hoạt động tín dụng bán lẻ, tăng thu nhập từ lãi vay và phí dịch vụ, đồng thời giúp phân tán rủi ro tín dụng và đa dạng hóa danh mục khách hàng. Ngoài ra, việc cho vay cho phép ngân hàng phát triển các sản phẩm bán chéo như thẻ tín dụng, bảo hiểm, tài khoản thanh toán và ngân hàng số. Theo Devlin (2005) và DeYoung và cộng sự (2007), quan hệ khách hàng, chất lượng dịch vụ, danh mục sản phẩm và kênh giao dịch là những yếu tố quan trọng giúp ngân hàng mở rộng hoạt động bán lẻ của họ và nâng cao năng lực cạnh tranh của họ.

Khách hàng cá nhân có thể sử dụng dịch vụ vay vốn để đầu tư, mua sắm tài sản, cải thiện chất lượng cuộc sống hoặc phát triển kinh doanh nhỏ lẻ. Theo Berger và Udell (2006), việc có được tín dụng là rất quan trọng đối với cá nhân, hộ gia đình và doanh nghiệp nhỏ.

Đối với nền kinh tế, cho vay khách hàng cá nhân góp phần thúc đẩy tiêu dùng, hỗ trợ sản xuất kinh doanh hộ gia đình, tăng khả năng tiếp cận vốn của người dân và kích thích lưu thông hàng hóa. Tuy nhiên, hoạt động này cần được kiểm soát chặt chẽ để hạn chế rủi ro tín dụng và bảo đảm an toàn cho hệ thống ngân hàng. Theo Beck và cộng sự (2007), việc mở rộng khả năng tiếp cận tài chính có thể góp phần thúc đẩy tăng trưởng và cải thiện phúc lợi kinh tế. Bên cạnh đó, Berger và Udell (2006) nhấn mạnh rằng phát triển tín dụng cần gắn với quản trị rủi ro và chất lượng tín dụng để bảo đảm sự ổn định của hệ thống tài chính.

1.1.5. Nội dung nghiệp vụ cho vay khách hàng cá nhân

Nghiệp vụ cho vay khách hàng cá nhân là quá trình ngân hàng tiếp nhận, thẩm định, cấp tín dụng và quản lý khoản vay của khách hàng. Quy trình này thường gồm các bước sau:

Thứ nhất, tiếp nhận nhu cầu vay vốn. Nhân viên ngân hàng xác định mục đích vay, số tiền, thời hạn vay, nguồn trả nợ và nhu cầu hỗ trợ của khách hàng.

Thứ hai, hướng dẫn hồ sơ vay vốn. Khách hàng được hướng dẫn chuẩn bị giấy tờ nhân thân, hồ sơ chứng minh thu nhập, mục đích sử dụng vốn và tài sản bảo đảm, nếu có.

Thứ ba, thu thập và kiểm tra thông tin. Ngân hàng kiểm tra tính đầy đủ, hợp pháp và thống nhất của hồ sơ; đồng thời xác minh thông tin tín dụng và lịch sử vay vốn của khách hàng.

Thứ tư, thẩm định khách hàng. Ngân hàng đánh giá năng lực pháp lý, tình hình tài chính, khả năng trả nợ, mục đích sử dụng vốn và mức độ rủi ro của khoản vay.

Thứ năm, định giá tài sản bảo đảm. Đối với khoản vay có tài sản bảo đảm, ngân hàng xác định giá trị, tính pháp lý, khả năng chuyển nhượng và mức độ bảo đảm cho nghĩa vụ trả nợ.

Thứ sáu, phê duyệt tín dụng. Hồ sơ được trình cấp có thẩm quyền xem xét và quyết định số tiền cho vay, thời hạn, lãi suất, phương thức trả nợ và các điều kiện tín dụng.

Thứ bảy, ký kết hợp đồng. Sau khi khoản vay được phê duyệt, ngân hàng và khách hàng ký hợp đồng tín dụng, hợp đồng bảo đảm và các văn bản liên quan.

Thứ tám, giải ngân. Ngân hàng thực hiện giải ngân theo nội dung đã thỏa thuận sau khi khách hàng đáp ứng đầy đủ các điều kiện cấp tín dụng.

Thứ chín, kiểm tra việc sử dụng vốn vay. Ngân hàng theo dõi mục đích sử dụng vốn, tình hình tài chính, nguồn trả nợ và khả năng thực hiện nghĩa vụ của khách hàng.

Thứ mười, thu nợ và xử lý phát sinh. Ngân hàng thực hiện thu nợ gốc, lãi và phí theo hợp đồng; đồng thời xử lý các trường hợp chậm trả, điều chỉnh kỳ hạn hoặc phát sinh rủi ro.

Các bước trên tạo thành trải nghiệm vay vốn của khách hàng. Vì vậy, sự rõ ràng của thủ tục, năng lực nhân viên, tốc độ xử lý và mức độ hỗ trợ có thể ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn.

1.1.6. Các chỉ tiêu đánh giá hoạt động cho vay khách hàng cá nhân

Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân được đánh giá thông qua các chỉ tiêu phản ánh quy mô, cơ cấu, tốc độ tăng trưởng, chất lượng tín dụng và hiệu quả tài chính.

Doanh số cho vay là tổng số tiền ngân hàng đã giải ngân cho khách hàng cá nhân trong một kỳ:

Doanh số cho vay = Tổng số tiền giải ngân trong kỳ

Chỉ tiêu này phản ánh quy mô cấp tín dụng và khả năng đáp ứng nhu cầu vốn của khách hàng trong kỳ.

Dư nợ cho vay là số tiền gốc khách hàng còn phải trả cho ngân hàng tại một thời điểm:

Dư nợ cuối kỳ = Dư nợ đầu kỳ + Doanh số cho vay – Doanh số thu nợ

Dư nợ phản ánh quy mô vốn tín dụng đang được khách hàng sử dụng và mức độ mở rộng hoạt động cho vay.

Tốc độ tăng trưởng dư nợ phản ánh mức thay đổi dư nợ giữa hai kỳ:

$$\text{Tốc độ tăng trưởng dư nợ} = [(Dư \text{ nợ kỳ này} - Dư \text{ nợ kỳ trước}) / Dư \text{ nợ kỳ trước}] \times 100\%$$

Chỉ tiêu dương cho thấy dư nợ tăng; chỉ tiêu âm cho thấy quy mô dư nợ bị thu hẹp.

Tỷ trọng dư nợ khách hàng cá nhân phản ánh vị trí của phân khúc khách hàng cá nhân trong tổng hoạt động tín dụng:

$$\text{Tỷ trọng dư nợ KHCN} = (Dư \text{ nợ KHCN} / \text{Tổng dư nợ}) \times 100\%$$

Tỷ trọng càng cao cho thấy hoạt động tín dụng của ngân hàng càng tập trung vào khách hàng cá nhân.

Cơ cấu dư nợ phản ánh sự phân bổ dư nợ theo mục đích vay, thời hạn vay, sản phẩm hoặc nhóm khách hàng:

$$\text{Tỷ trọng dư nợ nhóm } i = (Dư \text{ nợ nhóm } i / \text{Tổng dư nợ KHCN}) \times 100\%$$

Chỉ tiêu này giúp đánh giá mức độ tập trung tín dụng và nhận diện những phân khúc có rủi ro cao.

Nợ quá hạn là phần dư nợ đã đến hạn nhưng khách hàng chưa thực hiện đầy đủ nghĩa vụ trả nợ:

$$\text{Nợ quá hạn} = \text{Tổng dư nợ gốc đã quá hạn tại thời điểm đánh giá}$$

Nợ quá hạn tăng cho thấy khả năng thu hồi vốn và chất lượng tín dụng có dấu hiệu suy giảm.

Tỷ lệ nợ quá hạn được xác định như sau:

$$\text{Tỷ lệ nợ quá hạn} = (\text{Nợ quá hạn KHCN} / \text{Dư nợ KHCN}) \times 100\%$$

Tỷ lệ càng thấp cho thấy khả năng thu hồi nợ và chất lượng danh mục cho vay càng tốt.

Nợ xấu là các khoản nợ có mức độ rủi ro cao theo quy định phân loại nợ áp dụng tại thời điểm nghiên cứu:

$$\text{Tỷ lệ nợ xấu} = (\text{Nợ xấu KHCN} / \text{Dư nợ KHCN}) \times 100\%$$

Chỉ tiêu này phản ánh trực tiếp mức độ rủi ro mất vốn và hiệu quả quản trị tín dụng của ngân hàng.

Thu nhập từ cho vay chủ yếu là khoản lãi ngân hàng thu được từ các khoản vay khách hàng cá nhân:

$$\text{Thu nhập từ cho vay KHCN} = \text{Tổng thu lãi từ các khoản vay KHCN trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này phản ánh mức đóng góp của hoạt động cho vay khách hàng cá nhân vào kết quả kinh doanh của ngân hàng.

Vòng quay vốn tín dụng được sử dụng khi có đủ dữ liệu về doanh số thu nợ:

$$\text{Vòng quay vốn tín dụng} = \text{Doanh số thu nợ} / \text{Dư nợ bình quân}$$

Trong đó:

$$\text{Dư nợ bình quân} = (\text{Dư nợ đầu kỳ} + \text{Dư nợ cuối kỳ}) / 2$$

Vòng quay càng cao cho thấy vốn tín dụng được thu hồi nhanh và khả năng luân chuyển vốn tốt.

1.1.7. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân

Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân chịu tác động đồng thời từ các yếu tố nội tại của ngân hàng và các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài.

❖ Nhóm yếu tố nội tại:

Chính sách tín dụng quy định đối tượng khách hàng, điều kiện vay, hạn mức, lãi suất, thời hạn và tài sản bảo đảm. Chính sách phù hợp giúp ngân hàng mở rộng cho vay nhưng vẫn kiểm soát được rủi ro.

Nguồn vốn ảnh hưởng đến quy mô và khả năng cung ứng tín dụng. Nguồn vốn ổn định, chi phí hợp lý tạo điều kiện để ngân hàng xây dựng lãi suất cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu vay vốn.

Năng lực nhân viên quyết định chất lượng tư vấn, thẩm định, xử lý hồ sơ và quản lý khoản vay. Nhân viên có chuyên môn và trách nhiệm giúp rút ngắn thời gian xử lý và hạn chế rủi ro tín dụng.

Quy trình cho vay ảnh hưởng đến mức độ thuận tiện, minh bạch và tốc độ giải ngân. Quy trình quá phức tạp có thể làm giảm khả năng tiếp cận vốn của khách hàng.

Công nghệ ngân hàng hỗ trợ tiếp nhận hồ sơ, kiểm tra thông tin, chấm điểm tín dụng, phê duyệt và quản lý khoản vay. Ứng dụng công nghệ giúp giảm thời gian xử lý và nâng cao độ chính xác.

Quản trị rủi ro bao gồm nhận diện, đo lường, kiểm soát và giám sát rủi ro trong suốt thời hạn khoản vay. Hoạt động quản trị hiệu quả góp phần kiểm soát nợ quá hạn và nợ xấu.

Mạng lưới và cơ sở vật chất ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận và trải nghiệm giao dịch của khách hàng. Địa điểm thuận tiện, không gian chuyên nghiệp và trang thiết bị phù hợp giúp nâng cao chất lượng phục vụ.

Hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng giúp ngân hàng cung cấp thông tin, giới thiệu sản phẩm, duy trì quan hệ và hỗ trợ khách hàng trước, trong và sau khi vay vốn.

❖ Nhóm yếu tố bên ngoài

Tình hình kinh tế vĩ mô như tăng trưởng kinh tế, lạm phát và biến động thị trường ảnh hưởng đến nhu cầu vay, thu nhập và khả năng trả nợ của khách hàng.

Chính sách pháp luật tạo khuôn khổ cho hoạt động cấp tín dụng, giao dịch bảo đảm, xử lý tài sản và bảo vệ quyền lợi của ngân hàng và khách hàng.

Chính sách tiền tệ tác động đến mặt bằng lãi suất, khả năng cung ứng vốn và định hướng tăng trưởng tín dụng của ngân hàng.

Thu nhập và việc làm của dân cư quyết định nhu cầu vay và khả năng thực hiện nghĩa vụ trả nợ. Thu nhập ổn định thường làm tăng khả năng tiếp cận tín dụng.

Mức độ cạnh tranh trong ngành buộc ngân hàng phải điều chỉnh lãi suất, thủ tục, chất lượng dịch vụ và chính sách khách hàng để duy trì thị phần.

Nhu cầu vốn của dân cư phụ thuộc vào hoạt động tiêu dùng, mua sắm tài sản, nhà ở và sản xuất kinh doanh. Nhu cầu vốn tăng tạo điều kiện mở rộng cho vay khách hàng cá nhân.

Thị trường tài sản bảo đảm ảnh hưởng đến giá trị, tính thanh khoản và khả năng xử lý tài sản khi khách hàng không thực hiện nghĩa vụ trả nợ.

Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân phản ánh điều kiện và khả năng cung ứng tín dụng từ phía ngân hàng và môi trường kinh doanh. Trong khi đó, các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn phản ánh cảm nhận và lựa chọn của khách hàng. Hai nhóm yếu tố có mối liên hệ nhưng không đồng nhất. Đề án phân tích nhóm thứ nhất thông qua dữ liệu thực trạng và môi trường, còn nhóm thứ hai được kiểm định bằng dữ liệu khảo sát khách hàng.

1.1.8. Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân

Khách hàng xem xét nhu cầu vay của họ, tìm kiếm thông tin, so sánh các lựa chọn, đánh giá chi phí và chọn ngân hàng phù hợp trước khi đưa ra quyết định này.

Đối với khách hàng, quyết định vay vốn không chỉ là phản ứng nhanh chóng đối với nhu cầu tài chính mà còn là quá trình đánh giá có cân nhắc giữa lợi ích nhận được và chi phí phải trả. Almosawi (2001) tuyên bố rằng khách hàng xem xét nhiều yếu tố, bao gồm uy tín ngân hàng, sự thuận tiện, nhân viên và lợi ích tài chính.

Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại, khách hàng cá nhân thường không chỉ quan tâm đến việc được cấp khoản vay, mà còn chú trọng đến toàn bộ trải nghiệm vay vốn. Một ngân hàng có thủ tục rõ ràng, lãi suất hợp lý, thương hiệu đáng tin cậy, nhân viên tư vấn chuyên nghiệp, chất lượng dịch vụ tốt và chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp sẽ có khả năng thu hút khách hàng vay vốn cao hơn.

Trong đề tài này, quyết định vay vốn được hiểu là mức độ khách hàng lựa chọn Sacombank – Phòng giao dịch La Gi khi có nhu cầu vay vốn, sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại ngân hàng trong tương lai và giới thiệu ngân hàng cho người khác khi có nhu cầu vay vốn.

1.1.9. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay của khách hàng cá nhân

Trong hoạt động ngân hàng bán lẻ, quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau liên quan đến sản phẩm tín dụng, chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của khách hàng trong quá trình giao dịch với ngân hàng. Trên cơ sở tổng hợp các nghiên cứu lý thuyết và thực nghiệm trước đây, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân gồm: thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ và lãi suất cho vay hợp lý.

Thủ tục vay vốn

Thủ tục vay vốn phản ánh mức độ rõ ràng, đơn giản, minh bạch và thuận tiện trong toàn bộ quá trình khách hàng tiếp cận khoản vay, từ khâu chuẩn bị hồ sơ, thẩm định, phê duyệt đến giải ngân. Đối với khách hàng cá nhân, thủ tục vay vốn càng dễ hiểu, thời gian xử lý càng nhanh và quy trình giải ngân càng thuận tiện thì khả năng tiếp cận vốn càng cao. Điều này có thể giúp khách hàng tiết kiệm thời gian, giảm cảm nhận rủi ro và gia tăng xu hướng lựa chọn ngân hàng để vay vốn (Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trịnh, 2022; Nguyễn Giác Trí, 2023; Subedi và Joshi, 2025).

Uy tín ngân hàng

Uy tín ngân hàng phản ánh hình ảnh thương hiệu, mức độ tin cậy, sự an toàn và khả năng thực hiện đúng cam kết của ngân hàng đối với khách hàng. Trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, uy tín có vai trò đặc biệt quan trọng vì khách hàng thường đưa ra quyết định vay vốn dựa trên niềm tin và cảm giác an tâm đối với ngân hàng. Một ngân hàng có thương hiệu mạnh, thông tin minh bạch và hoạt động ổn định sẽ

giúp khách hàng cảm thấy yên tâm hơn khi sử dụng dịch vụ vay vốn (Almossawi, 2001; Devlin, 2005; Nguyễn Thị Ánh Hoa, 2023).

Năng lực, thái độ nhân viên

Năng lực và thái độ nhân viên phản ánh trình độ chuyên môn, khả năng tư vấn, sự nhiệt tình, lịch sự và trách nhiệm của nhân viên trong quá trình phục vụ khách hàng (Parasuraman và cộng sự, 1988; Almossawi, 2001; Dehnert và Schumann, 2022). Trong hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, nhân viên ngân hàng là người trực tiếp hướng dẫn hồ sơ, giải thích điều kiện vay, tư vấn phương án trả nợ và hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình vay vốn. Khách hàng sẽ cảm thấy tin tưởng và hài lòng hơn khi giao dịch với ngân hàng nếu họ có nhân viên có chuyên môn tốt, thái độ phục vụ chuyên nghiệp và khả năng hỗ trợ khách hàng hiệu quả.

Chính sách chăm sóc khách hàng

Chính sách chăm sóc khách hàng thể hiện qua sự quan tâm, hỗ trợ và duy trì quan hệ của ngân hàng với khách hàng trước, trong và sau khi vay vốn (Zeithaml và cộng sự, 1996; Nguyễn Tiến Lên và cộng sự, 2020). Tư vấn sản phẩm phù hợp, hỗ trợ xử lý hồ sơ, giải đáp thắc mắc, nhắc lịch thanh toán và cung cấp ưu đãi cho khách hàng vay vốn là những ví dụ về hoạt động chăm sóc khách hàng. Trong môi trường cạnh tranh của ngành ngân hàng, chính sách chăm sóc khách hàng tốt giúp gia tăng sự hài lòng, củng cố niềm tin và duy trì quan hệ lâu dài giữa khách hàng với ngân hàng.

Chất lượng dịch vụ

Trong hoạt động cho vay, chất lượng dịch vụ không chỉ thể hiện ở việc ngân hàng thực hiện đúng các cam kết về khoản vay, mà còn ở sự hỗ trợ kịp thời, quy trình xử lý hồ sơ nhanh chóng, môi trường giao dịch thuận tiện và phong cách phục vụ chuyên nghiệp của nhân viên (Parasuraman và cộng sự, 1988; Zeithaml và cộng sự, 1996; Subedi và Joshi, 2025). Khi khách hàng cảm nhận được chất lượng dịch vụ tốt,

mức độ hài lòng và niềm tin đối với ngân hàng sẽ tăng lên, từ đó góp phần thúc đẩy quyết định lựa chọn và tiếp tục sử dụng dịch vụ vay vốn.

Lãi suất cho vay

Mức lãi suất hợp lý, cạnh tranh và được công bố minh bạch giúp khách hàng an tâm hơn khi cân nhắc lựa chọn ngân hàng vay vốn (Devlin, 2005; Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh, 2022; Dhakal, 2024). Khi cân nhắc vay vốn, khách hàng thường xem xét chi phí vay, mức lãi suất và các yêu cầu tài chính của từng ngân hàng để lựa chọn phương án phù hợp với năng lực trả nợ của mình. Do đó, ngân hàng có chính sách lãi suất linh hoạt, rõ ràng và phù hợp với từng nhóm khách hàng sẽ tạo được lợi thế trong việc thu hút và duy trì khách hàng cá nhân vay vốn.

1.2. Lý thuyết nền

1.2.1. Lý thuyết TRA

Trong bối cảnh vay vốn ngân hàng, lý thuyết TRA cho thấy quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân có thể chịu tác động từ đánh giá của họ đối với việc vay vốn cũng như ý kiến, khuyến nghị hoặc áp lực xã hội từ gia đình, bạn bè và những người có liên quan.

Các thành viên trong gia đình, bạn bè, đồng nghiệp hoặc những người hiểu biết của một người thể hiện chuẩn mực chủ quan. Nhiều khi, những người không hoàn toàn độc lập khi đưa ra quyết định, họ thường tham khảo ý kiến của những người khác, kinh nghiệm của họ hoặc ý kiến của họ về những gì họ nên làm. Theo đó, quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân có thể được hiểu là kết quả của quá trình khách hàng đánh giá lợi ích, chi phí và mức độ phù hợp khi lựa chọn ngân hàng để vay vốn.

1.2.2. Lý thuyết hành vi dự định

Lý thuyết hành vi dự định của Ajzen (1991) được xem là một khung lý thuyết quan trọng trong nghiên cứu hành vi con người. So với Lý thuyết hành vi hợp lý, lý

thuyết này mở rộng cách giải thích ý định hành vi bằng cách bổ sung yếu tố nhận thức kiểm soát hành vi. Theo đó, ý định của cá nhân không chỉ chịu ảnh hưởng bởi cách họ đánh giá hành vi và tác động từ những người xung quanh, mà còn phụ thuộc vào cảm nhận của họ về khả năng thực hiện hành vi đó trong điều kiện thực tế. Trong lý thuyết này, thái độ thể hiện mức độ đồng tình hoặc không đồng tình của cá nhân đối với một hành vi; chuẩn chủ quan phản ánh ảnh hưởng từ gia đình, bạn bè, đồng nghiệp hoặc môi trường xã hội; còn nhận thức kiểm soát hành vi cho biết cá nhân có cảm thấy mình đủ điều kiện, nguồn lực và sự thuận lợi để thực hiện hành vi hay không. Khi ba yếu tố này cùng ở trạng thái tích cực, khả năng hình thành ý định hành vi sẽ cao hơn. Ngược lại, một cá nhân dù có nhu cầu hoặc đánh giá tích cực đối với hành vi vẫn có thể trì hoãn hoặc không thực hiện nếu họ cảm thấy thiếu thông tin, thiếu nguồn lực, gặp rào cản về điều kiện thực hiện hoặc cho rằng quá trình thực hiện nằm ngoài khả năng kiểm soát của mình. Vì vậy, Lý thuyết hành vi dự định phù hợp để giải thích các quyết định có tính cân nhắc, trong đó cá nhân phải đánh giá cả lợi ích, áp lực xã hội và khả năng thực hiện trước khi đưa ra lựa chọn.

Đối với ngành ngân hàng, khách hàng cá nhân chỉ được ngân hàng cho vay khi họ cảm thấy việc vay là cần thiết, có lợi và phù hợp với điều kiện tài chính của họ. Các yếu tố như điều kiện vay, hồ sơ vay, quá trình xét duyệt, thời gian giải ngân, lãi suất, tài sản bảo đảm, khả năng trả nợ và sự hỗ trợ của ngân hàng đều ảnh hưởng đến khả năng thực hiện này. Khách hàng có thể cảm thấy việc vay vốn nằm ngoài khả năng kiểm soát của họ nếu họ thấy điều kiện vay quá phức tạp, hồ sơ khó chuẩn bị, quy trình xét duyệt kéo dài hoặc lãi suất vượt quá khả năng tài chính của họ.

Như vậy, lý thuyết hành vi dự định là nền tảng phù hợp để giải thích các biến như thủ tục vay vốn, lãi suất cho vay hợp lý, chất lượng dịch vụ và chính sách chăm sóc khách hàng. Cụ thể, thủ tục vay vốn đơn giản giúp khách hàng cảm nhận quá trình vay dễ thực hiện hơn; lãi suất hợp lý giúp khách hàng đánh giá khoản vay phù hợp với khả năng tài chính; chính sách chăm sóc khách hàng giúp khách hàng cảm

thấy được hỗ trợ trong quá trình trước, trong và sau khi vay; còn chất lượng dịch vụ góp phần làm giảm cảm giác rủi ro và gia tăng sự tin tưởng.

1.2.3. Lý thuyết chất lượng dịch vụ SERVQUAL

SERVQUAL là mô hình do Parasuraman và cộng sự (1988) phát triển nhằm giải thích cách khách hàng cảm nhận và đánh giá chất lượng dịch vụ. Thay vì chỉ xem xét kết quả cuối cùng của dịch vụ, mô hình này nhấn mạnh toàn bộ quá trình khách hàng tiếp xúc với đơn vị cung ứng, từ mức độ thực hiện cam kết, tốc độ hỗ trợ, năng lực tạo sự tin cậy của nhân viên, sự quan tâm đến nhu cầu riêng của khách hàng cho đến điều kiện vật chất phục vụ giao dịch.

Trong lĩnh vực ngân hàng, SERVQUAL có giá trị tham khảo vì quyết định của khách hàng thường chịu ảnh hưởng mạnh bởi trải nghiệm trong quá trình giao dịch. Đối với hoạt động cho vay cá nhân, khách hàng không chỉ quan tâm đến việc có được khoản vay hay không, mà còn đánh giá cách ngân hàng cung cấp thông tin, hướng dẫn hồ sơ, xử lý yêu cầu, giải đáp thắc mắc và hỗ trợ sau giải ngân. Khi những khía cạnh này được thực hiện tốt, khách hàng có xu hướng cảm thấy yên tâm hơn, tin tưởng hơn và dễ lựa chọn ngân hàng để vay vốn. Vì vậy, lý thuyết SERVQUAL được sử dụng trong đề tài như một cơ sở để lý giải vai trò của chất lượng dịch vụ, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng và thủ tục vay vốn đối với quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.

Thành phần "độ tin cậy" mô tả khả năng của ngân hàng cung cấp thông tin chính xác, giải quyết hồ sơ đúng thời hạn và bảo đảm tính minh bạch trong giao dịch. Thông báo rõ ràng về lãi suất, phí, điều kiện vay, thời hạn trả nợ và các nghĩa vụ khác thể hiện độ tin cậy của ngân hàng đối với khách hàng vay vốn.

Thành phần "khả năng đáp ứng" thể hiện mức độ sẵn sàng hỗ trợ khách hàng, xử lý yêu cầu nhanh chóng và giải đáp kịp thời các thắc mắc trong quá trình vay vốn. Trong hoạt động tín dụng cá nhân, khách hàng thường quan tâm đến tốc độ tư vấn,

thời gian xét duyệt hồ sơ và thời gian giải ngân. Vì vậy, khả năng đáp ứng tốt có thể làm tăng sự hài lòng và thúc đẩy khách hàng lựa chọn ngân hàng.

Thành phần “năng lực phục vụ” liên quan đến kiến thức chuyên môn, kỹ năng tư vấn, thái độ làm việc và khả năng tạo sự tin tưởng của nhân viên ngân hàng. Đối với dịch vụ vay vốn, nhân viên ngân hàng giữ vai trò quan trọng vì họ là người trực tiếp giải thích chính sách vay, hướng dẫn hồ sơ, tư vấn phương án vay phù hợp và hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình thực hiện giao dịch.

Thành phần “sự đồng cảm” phản ánh khả năng ngân hàng nhận diện, lắng nghe và đáp ứng các nhu cầu mang tính cá nhân của từng khách hàng trong quá trình cung cấp dịch vụ. Do đó, việc ngân hàng lắng nghe, tư vấn phù hợp và đưa ra chính sách hỗ trợ linh hoạt có thể giúp khách hàng cảm thấy được quan tâm, từ đó làm tăng thiện cảm và quyết định vay vốn.

Thành phần “phương tiện hữu hình” phản ánh cơ sở vật chất, không gian giao dịch, trang thiết bị, hình ảnh thương hiệu và sự chuyên nghiệp trong cách thức phục vụ. Đối với ngân hàng thương mại, hình ảnh giao dịch hiện đại, không gian làm việc chuyên nghiệp, nhân viên có tác phong chuẩn mực và hệ thống công nghệ hỗ trợ thuận tiện có thể góp phần tạo niềm tin ban đầu cho khách hàng.

Đối với hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, khách hàng thường đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua sự rõ ràng của thông tin, tốc độ xử lý hồ sơ, thái độ của nhân viên, khả năng giải đáp thắc mắc, sự chuyên nghiệp của không gian giao dịch và mức độ hỗ trợ sau vay.

1.3. Tổng quan các nghiên cứu có liên quan

1.3.1. Các nghiên cứu nước ngoài

Subedi và Joshi (2025) nghiên cứu quyết định vay vốn của khách hàng tại các ngân hàng thương mại ở Nepal trên cơ sở dữ liệu khảo sát 384 khách hàng. Nghiên cứu xem xét đồng thời các đặc điểm của khoản vay, trải nghiệm dịch vụ và hành vi lựa chọn ngân hàng. Kết quả cho thấy quyết định vay vốn không chỉ xuất phát từ nhu

cầu tài chính mà còn chịu ảnh hưởng bởi mức độ hài lòng đối với ngân hàng, chất lượng dịch vụ, lãi suất, thời hạn trả nợ, điều kiện vay và yêu cầu bảo đảm khoản vay. Trong đó, sự hài lòng và chất lượng dịch vụ thể hiện vai trò nổi bật hơn so với một số đặc điểm tài chính của khoản vay. Kết quả này cho thấy khả năng thu hút khách hàng vay vốn không chỉ phụ thuộc vào mức lãi suất mà còn liên quan đến cách ngân hàng tổ chức quy trình phục vụ, tạo thuận lợi và duy trì cảm giác an tâm cho khách hàng.

Cùng tiếp cận quyết định vay vốn từ góc độ hành vi khách hàng, Sitaula (2025) xây dựng mô hình gồm các yếu tố như kỳ hạn trả góp, dịch vụ khách hàng, ảnh hưởng xã hội, lãi suất, bảo hiểm và bảo đảm khoản vay. So với Subedi và Joshi (2025), nghiên cứu này mở rộng phạm vi phân tích sang các yếu tố tâm lý – xã hội và các điều kiện đi kèm khoản vay. Kết quả cho thấy khách hàng không đánh giá khoản vay một cách riêng lẻ thông qua lãi suất mà cân nhắc tổng thể giữa khả năng trả góp, mức độ hỗ trợ của ngân hàng, điều kiện bảo đảm và tác động từ những người xung quanh. Như vậy, quyết định vay vốn là kết quả của quá trình đánh giá đồng thời chi phí tài chính, khả năng thực hiện nghĩa vụ trả nợ và trải nghiệm trong quá trình giao dịch với ngân hàng.

Tương tự, Dhakal (2024) phân tích quyết định vay vốn thông qua các yếu tố gồm sự hài lòng, chất lượng dịch vụ, điều kiện vay, khoản trả góp, bảo hiểm hoặc bảo đảm khoản vay và lãi suất. Kết quả nghiên cứu tiếp tục khẳng định vai trò của cả yếu tố tài chính và yếu tố dịch vụ trong hành vi lựa chọn khoản vay. Điểm tương đồng giữa Dhakal (2024), Sitaula (2025) và Subedi và Joshi (2025) là đều cho rằng lãi suất tuy quan trọng nhưng không phải là căn cứ duy nhất chi phối quyết định của khách hàng. Khả năng đáp ứng của ngân hàng, sự rõ ràng của điều kiện vay, mức trả nợ phù hợp và chất lượng trải nghiệm cũng có thể làm tăng hoặc giảm khả năng khách hàng lựa chọn ngân hàng để vay vốn.

Ở phạm vi rộng hơn, Dehnert và Schumann (2022) nghiên cứu hành vi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng trong bối cảnh số hóa tại Đức bằng phương

pháp thực nghiệm lựa chọn rời rạc. Kết quả cho thấy trải nghiệm dịch vụ khách hàng, phạm vi dịch vụ và chuyên môn tư vấn là những thuộc tính quan trọng trong quá trình lựa chọn ngân hàng. Mặc dù không tập trung riêng vào hoạt động cho vay, nghiên cứu này bổ sung bằng chứng về vai trò của năng lực tư vấn, chất lượng phục vụ và mức độ thuận tiện trong việc hình thành lựa chọn của khách hàng. Trong hoạt động tín dụng cá nhân, những thuộc tính này được thể hiện thông qua khả năng nhân viên giải thích điều kiện vay, hướng dẫn hồ sơ, tư vấn phương án trả nợ và hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình xử lý khoản vay.

Nhìn chung, các nghiên cứu nước ngoài chủ yếu tiếp cận từ góc độ quyết định lựa chọn dịch vụ tín dụng của khách hàng hơn là đánh giá trực tiếp quy mô, cơ cấu hoặc chất lượng hoạt động cho vay từ phía ngân hàng. Các kết quả có sự thống nhất tương đối khi cho rằng quyết định vay vốn được hình thành từ sự kết hợp giữa hai nhóm yếu tố. Nhóm thứ nhất liên quan đến đặc điểm tài chính và điều kiện của khoản vay, bao gồm lãi suất, kỳ hạn, mức trả góp, tài sản bảo đảm và các chi phí liên quan. Nhóm thứ hai phản ánh trải nghiệm của khách hàng, gồm chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, năng lực tư vấn, khả năng hỗ trợ và mức độ thuận tiện trong giao dịch. Đây là cơ sở để đề án xem xét đồng thời lãi suất, thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ và uy tín ngân hàng trong mô hình nghiên cứu.

1.3.2. Các nghiên cứu trong nước

Võ Ngọc Anh Thư, Kim Hồ Thúy Ngân và Diệp Thanh Tùng (2022) sử dụng dữ liệu khảo sát 224 khách hàng có nhu cầu vay vốn để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp. Kết quả nghiên cứu ghi nhận năm nhóm yếu tố có tác động, gồm chất lượng dịch vụ, chính sách cho vay, hành vi tiêu dùng, tình hình tài chính và chuẩn chủ quan. Nghiên cứu cho thấy quyết định vay vốn không chỉ chịu ảnh hưởng bởi điều kiện do ngân hàng cung cấp mà còn phụ thuộc vào khả năng tài chính, đặc điểm hành vi và ảnh hưởng xã hội của khách hàng. Trong phạm vi đề án

này, kết quả của nghiên cứu có giá trị tham khảo đối với việc xem xét chất lượng dịch vụ và chính sách liên quan đến khoản vay.

Nguyễn Giác Trí (2023) nghiên cứu quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn trên cơ sở 298 bảng trả lời hợp lệ và sử dụng các phương pháp Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá, phân tích tương quan và hồi quy tuyến tính bội. Kết quả xác định sáu nhóm yếu tố gồm nhân viên ngân hàng, chi phí và lãi suất vay, hình ảnh thương hiệu, sự thuận tiện, nhóm tham khảo và công nghệ. Trong đó, chi phí và lãi suất vay hợp lý là nhân tố có mức ảnh hưởng nổi bật nhất. Kết quả này cho thấy khách hàng đặc biệt quan tâm đến tổng gánh nặng tài chính và khả năng đáp ứng nghĩa vụ trả nợ khi lựa chọn ngân hàng vay vốn. Bên cạnh đó, sự xuất hiện của nhân viên, hình ảnh thương hiệu và sự thuận tiện cho thấy quyết định của khách hàng còn chịu ảnh hưởng bởi chất lượng tư vấn, mức độ tin cậy và sự đơn giản trong quá trình tiếp cận khoản vay.

Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trịnh (2022) nghiên cứu quyết định vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân tại tỉnh Sóc Trăng và xác định năm yếu tố có liên quan, gồm thương hiệu ngân hàng, quy trình vay, đội ngũ nhân viên, chất lượng dịch vụ và lãi suất. So với Nguyễn Giác Trí (2023), nghiên cứu này không xem xét yếu tố công nghệ và nhóm tham khảo nhưng tập trung rõ hơn vào những thuộc tính trực tiếp của ngân hàng và quá trình cung cấp khoản vay. Kết quả cho thấy thương hiệu ngân hàng có vai trò đáng kể, đồng thời khẳng định khách hàng quan tâm đến sự thuận tiện của quy trình, khả năng phục vụ của nhân viên, chất lượng dịch vụ và chi phí vay. Đây cũng là những nội dung có mức độ tương đồng cao với các nhân tố được lựa chọn trong mô hình của đề án.

Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023) xem xét hành vi lựa chọn ngân hàng vay vốn của khách hàng cá nhân tại VietinBank Vũng Tàu. Kết quả cho thấy quyết định vay vốn chịu ảnh hưởng bởi chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng, chi phí đi vay, chính sách tín dụng, đội ngũ nhân viên và hoạt động tiếp thị. Kết quả này tương đồng với Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trịnh (2022) ở vai trò của thương hiệu, nhân viên, chất

lượng dịch vụ và chi phí vay. Tuy nhiên, nghiên cứu bổ sung chính sách tín dụng và hoạt động tiếp thị, cho thấy khả năng thu hút khách hàng còn phụ thuộc vào cách ngân hàng thiết kế, giới thiệu và truyền đạt giá trị của sản phẩm tín dụng. Điều này hàm ý rằng một chính sách vay vốn chỉ có thể tạo ra tác động tích cực khi khách hàng nhận biết rõ các điều kiện, lợi ích và sự khác biệt so với các ngân hàng khác.

Nguyễn Tiến Lên, Huỳnh Quốc Doanh và Nguyễn Hải Quang (2020) nghiên cứu quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Cà Mau trên cơ sở dữ liệu thu thập từ 250 khách hàng. Kết quả xác định ba nhóm yếu tố có ảnh hưởng gồm chất lượng dịch vụ, chính sách cho vay và sự hài lòng đối với dịch vụ ngân hàng. Trong đó, chính sách cho vay có vai trò nổi bật nhất. So với những nghiên cứu xác định nhiều nhóm nhân tố, kết quả này nhấn mạnh trực tiếp vai trò của các điều kiện vay, sự phù hợp của sản phẩm và cách thức ngân hàng tổ chức chính sách tín dụng. Đồng thời, mối liên hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng cho thấy việc duy trì khách hàng vay vốn không chỉ dựa trên sản phẩm mà còn phụ thuộc vào trải nghiệm của khách hàng trong quá trình giao dịch.

Bùi Văn Thụy, Võ Bùi Quang Chiến và Nguyễn Khánh Ly (2021) nghiên cứu hành vi vay vốn của khách hàng cá nhân tại Vietcombank – Chi nhánh Đông Đồng Nai bằng cách kết hợp phương pháp định tính và định lượng. Kết quả cho thấy quyết định vay vốn không chỉ chịu ảnh hưởng bởi yếu tố tài chính mà còn gắn với trải nghiệm giao dịch, uy tín ngân hàng, sự hỗ trợ của nhân viên và mức độ thuận lợi trong quá trình tiếp cận khoản vay. Kết quả này phù hợp với phần lớn các nghiên cứu trước khi tiếp tục xác nhận vai trò của uy tín, nhân viên và thủ tục vay vốn. Đồng thời, nghiên cứu gợi ý rằng sự thuận tiện không chỉ được hiểu là số lượng hồ sơ cần chuẩn bị mà còn bao gồm mức độ rõ ràng của điều kiện vay, thời gian xử lý và khả năng hỗ trợ của ngân hàng trong từng giai đoạn.

Ở một hướng tiếp cận rộng hơn, Nguyễn Thị Ngọc Diệp và Nguyễn Quốc Huy (2016) phân tích sự lựa chọn ngân hàng của khách hàng cá nhân tại thành phố Biên Hòa. Kết quả cho thấy lựa chọn của khách hàng chịu tác động bởi sản phẩm, sự thuận

tiện, phương tiện hữu hình, nhân viên ngân hàng, danh tiếng ngân hàng, ảnh hưởng từ người xung quanh và hoạt động quảng cáo. Mặc dù đối tượng nghiên cứu không giới hạn riêng ở khách hàng vay vốn, kết quả vẫn có giá trị tham khảo trong việc giải thích hành vi lựa chọn ngân hàng. Đặc biệt, vai trò của sự thuận tiện, nhân viên và danh tiếng ngân hàng phù hợp với các nhóm nhân tố thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, uy tín ngân hàng trong đề án.

Nhìn chung, các nghiên cứu trong nước có sự thống nhất tương đối về vai trò của lãi suất và chi phí vay, quy trình hoặc sự thuận tiện, năng lực nhân viên, chất lượng dịch vụ và thương hiệu ngân hàng. Lãi suất và chi phí vay được khách hàng xem xét trên cơ sở mức độ hợp lý, minh bạch, khả năng cạnh tranh và sự phù hợp với năng lực tài chính. Thủ tục vay vốn được phản ánh qua sự rõ ràng của điều kiện, mức độ đơn giản của hồ sơ, thời gian xét duyệt và giải ngân. Năng lực nhân viên gắn với khả năng tư vấn, hướng dẫn và hỗ trợ khách hàng, trong khi chất lượng dịch vụ phản ánh trải nghiệm tổng thể trong quá trình giao dịch. Uy tín ngân hàng giúp giảm cảm nhận rủi ro và tạo sự an tâm, còn chính sách chăm sóc khách hàng góp phần duy trì quan hệ trước, trong và sau khoản vay.

Qua tổng hợp các nghiên cứu trong và ngoài nước, có thể nhận thấy phần lớn các công trình tập trung giải thích quyết định lựa chọn ngân hàng hoặc sản phẩm vay vốn từ góc độ cảm nhận và hành vi của khách hàng. Các nghiên cứu ít đi sâu kết hợp kết quả khảo sát với những chỉ tiêu phản ánh quy mô, cơ cấu, chất lượng tín dụng và điều kiện tổ chức hoạt động cho vay tại đơn vị nghiên cứu.

Xét về kết quả, lãi suất và chi phí vay, thủ tục hoặc sự thuận tiện, năng lực nhân viên và chất lượng dịch vụ là các nhóm nhân tố xuất hiện tương đối phổ biến. Các nhân tố này thường được xác nhận có liên quan đến quyết định vay vốn vì phản ánh trực tiếp chi phí, mức độ dễ tiếp cận và trải nghiệm của khách hàng trong quá trình vay. Uy tín ngân hàng cũng được ghi nhận trong nhiều nghiên cứu, nhưng mức độ ảnh hưởng có thể khác nhau tùy thuộc vào khả năng nhận diện thương hiệu và mức độ cạnh tranh tại từng địa bàn. Chính sách chăm sóc khách hàng ít được tách

thành một nhân tố độc lập, nhưng thường được thể hiện gián tiếp thông qua sự hỗ trợ, chính sách dịch vụ, sự hài lòng và khả năng duy trì quan hệ với khách hàng.

Trên cơ sở đó, đề án kế thừa sáu nhóm nhân tố gồm thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ và lãi suất cho vay. Việc lựa chọn các nhân tố này vừa dựa trên tần suất xuất hiện trong các nghiên cứu trước, vừa căn cứ vào đặc điểm hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Kết quả tổng hợp được trình bày tại Bảng 1.1.

Bảng 1.1 Tổng hợp kết quả nghiên cứu trước

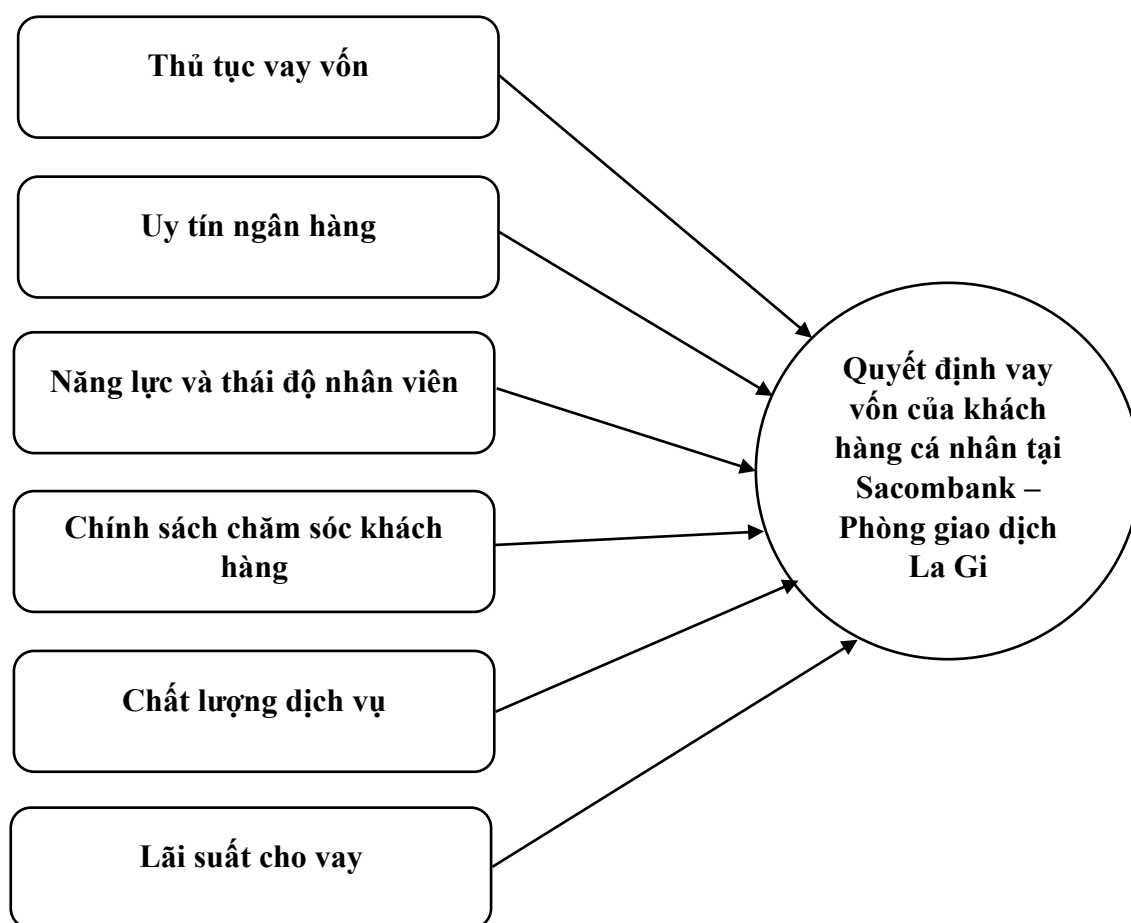
Tác giả, năm	TT	TH	NV	CSKH	CLDV	LS
Subedi và Joshi (2025)				X	X	X
Sitaula (2025)	X			X	X	X
Dhakal (2024)	X			X	X	X
Nguyễn Giác Trí (2023)	X	X	X			X
Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trịnh (2022)	X	X	X		X	X
Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023)		X	X	X	X	X
Nguyễn Tiến Lên và cộng sự (2020)				X	X	
Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021)	X	X	X		X	X
Võ Ngọc Anh Thư và cộng sự (2022)				X	X	
Nguyễn Thị Ngọc Diệp và Nguyễn Quốc Huy (2016)	X	X	X		X	
Hoàng Thị Anh Thư (2017)		X	X		X	X

Nguồn: Tác giả tổng hợp

1.4. Mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Kết quả tổng quan cho thấy quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân chịu ảnh hưởng đồng thời bởi các thuộc tính tài chính của khoản vay và trải nghiệm của khách hàng trong quá trình tiếp cận dịch vụ ngân hàng. Trong đó, lãi suất và thủ tục vay vốn phản ánh chi phí cũng như mức độ thuận tiện khi tiếp cận khoản vay; năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng và chất lượng dịch vụ phản ánh khả năng tư vấn, hỗ trợ và thực hiện cam kết của ngân hàng; còn uy tín ngân hàng thể hiện mức độ tin cậy và cảm giác an tâm của khách hàng khi thiết lập quan hệ tín dụng. Mặc dù các nhóm nhân tố này đã được xem xét trong nhiều nghiên cứu, kết quả về mức độ tác động chưa hoàn toàn thống nhất giữa các bối cảnh. Phần lớn các nghiên cứu trước tập trung vào quyết định lựa chọn ngân hàng của khách hàng mà chưa kết hợp đầy đủ với thực trạng quy mô, cơ cấu và chất lượng hoạt động cho vay tại đơn vị nghiên cứu. Đồng thời, chưa có bằng chứng thực nghiệm cụ thể đối với khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi, nơi dư nợ khách hàng cá nhân chiếm tỷ trọng cao, danh mục tín dụng tập trung chủ yếu vào các khoản vay ngắn hạn và tỷ lệ nợ quá hạn có xu hướng gia tăng trong giai đoạn nghiên cứu.

Trên cơ sở kế thừa có chọn lọc các nghiên cứu trước và kết quả nghiên cứu định tính, đề án lựa chọn sáu nhân tố gồm thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ và lãi suất cho vay để kiểm định mức độ ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.



Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu lý thuyết

Trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước, đề tài xây dựng các giả thuyết nghiên cứu theo hướng kiểm định tác động tích cực của sáu yếu tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

(i) Thủ tục vay vốn

Khả năng tiếp cận vốn của khách hàng cá nhân tăng lên khi thủ tục vay càng dễ dàng và minh bạch, khiến ngân hàng trở nên phổ biến hơn. Theo nghiên cứu do Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trịnh (2022) thực hiện, một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tiền của khách hàng cá nhân tại Sóc Trăng là quy trình vay. Tương tự như vậy, Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021) phát hiện ra rằng, tại Vietcombank Đông Đồng Nai, một trong bảy yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng là thủ tục vay vốn. Ngoài ra, Nguyễn Giác Trí (2023) nhấn mạnh

rằng sự thuận tiện trong quá trình vay vốn có ảnh hưởng đến lựa chọn của khách hàng đối với ngân hàng mà họ sẽ vay. Do đó, giả thuyết H1 được đề xuất theo cách sau:

Giả thuyết H1: *Thủ tục vay vốn rõ ràng, đơn giản và thuận tiện tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.*

(ii) Uy tín ngân hàng

Đối với khách hàng cá nhân, quyết định vay vốn không chỉ phụ thuộc vào lãi suất, thủ tục hay điều kiện vay, mà còn chịu ảnh hưởng bởi mức độ an tâm khi giao dịch với ngân hàng. Một ngân hàng có hình ảnh tích cực, thông tin minh bạch và lịch sử phục vụ đáng tin cậy sẽ giúp khách hàng giảm cảm nhận rủi ro, từ đó gia tăng xu hướng lựa chọn ngân hàng để vay vốn. Các nghiên cứu thực nghiệm trong nước cũng cho thấy vai trò đáng chú ý của yếu tố thương hiệu và danh tiếng ngân hàng đối với hành vi lựa chọn dịch vụ tín dụng. Nguyễn Giác Trí (2023) ghi nhận ấn tượng thương hiệu có liên quan đến quyết định lựa chọn ngân hàng để vay vốn. Từ các cơ sở trên, giả thuyết H2 được đề xuất như sau:

Giả thuyết H2: *Uy tín ngân hàng tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.*

(iii) Năng lực, thái độ nhân viên

Trình độ chuyên môn, khả năng tư vấn, sự nhiệt tình, lịch sự và mức độ hỗ trợ khách hàng trong quá trình vay vốn đều phản ánh năng lực và thái độ của nhân viên. Nhân viên ngân hàng cung cấp dịch vụ tín dụng cá nhân trực tiếp giải thích điều kiện vay, hướng dẫn hồ sơ, tư vấn phương án vay và hỗ trợ khách hàng ra quyết định. Nghiên cứu của Subedi và Joshi (2025) tại Nepal nhấn mạnh rằng trải nghiệm và chất lượng dịch vụ đóng một vai trò quan trọng trong quy trình vay vốn của khách hàng. Cho nên, giả thuyết H3 được đưa ra như sau:

Giả thuyết H3: *Năng lực chuyên môn và thái độ phục vụ của nhân viên tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.*

(iv) Chính sách chăm sóc khách hàng

Theo nghiên cứu được thực hiện bởi Nguyễn Tiến Lên, Huỳnh Quốc Doanh và Nguyễn Hải Quang (2020) tại Agribank Chi nhánh Cà Mau, một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn là mức độ hài lòng của khách hàng với dịch vụ mà họ nhận được. Ngoài ra, Võ Ngọc Anh Thư và cộng sự (2022) phát hiện ra rằng cả chất lượng dịch vụ và chính sách cho vay đều là những yếu tố ảnh hưởng đến việc khách hàng chọn vay tín chấp tại các công ty tài chính ở Trà Vinh. Do vậy mà, giả thuyết H4 được đưa ra như sau:

Giả thuyết H4: *Chính sách chăm sóc khách hàng tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.*

(v) Chất lượng dịch vụ

Ngân hàng có khả năng cung cấp dịch vụ đúng cam kết, hỗ trợ kịp thời, trải nghiệm giao dịch chuyên nghiệp và đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng bằng cách cung cấp chất lượng dịch vụ. Kết quả nghiên cứu của Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021) cho thấy chất lượng dịch vụ góp phần định hình quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Vietcombank – Chi nhánh Đông Đồng Nai. Do đó, giả thuyết H5 được đề xuất theo cách sau:

Giả thuyết H5: *Chất lượng dịch vụ tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.*

(vi) Lãi suất cho vay

Lãi suất và các chi phí liên quan là các yếu tố tài chính trực tiếp ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của khách hàng và mức độ chấp nhận khoản vay. Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh (2022) phát hiện ra rằng một yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng cá nhân ở Sóc Trăng là lãi suất vay. Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021) phát hiện ra rằng một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng đối với việc vay vốn tại Vietcombank Đông Đồng Nai là lãi suất. Ngoài ra, các nghiên cứu từ nước ngoài như Subedi và Joshi (2025), Sitaula (2025) và Dhakal (2024) cho

thấy lãi suất là yếu tố quan trọng khiến khách hàng quyết định vay vốn. Vì vậy, giả thuyết H6 được đưa ra như sau:

Giả thuyết H6: *Cảm nhận về tính hợp lý, minh bạch và cạnh tranh của lãi suất, chi phí vay tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.*

1.5. Thang đo nghiên cứu

Hệ thống thang đo trong đề tài được xây dựng trên cơ sở tham khảo các công trình có liên quan, sau đó được rà soát và điều chỉnh nhằm phản ánh phù hợp đặc điểm của nhóm khách hàng cá nhân vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi thông qua nghiên cứu định tính với cán bộ ngân hàng và khách hàng cá nhân.

Kết quả tham vấn cho thấy sáu nhân tố trong mô hình nghiên cứu được đánh giá là phù hợp với bối cảnh cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Người tham gia cho rằng quyết định lựa chọn vay vốn của khách hàng không chỉ phụ thuộc vào nhu cầu tài chính mà còn chịu ảnh hưởng bởi lãi suất, mức độ thuận tiện của thủ tục, uy tín ngân hàng, năng lực tư vấn của nhân viên, hoạt động chăm sóc khách hàng và chất lượng dịch vụ trong suốt quá trình vay vốn. Tuy nhiên, một số phát biểu trong thang đo ban đầu cần được điều chỉnh để bảo đảm tính rõ ràng và hạn chế sự trùng lặp. Các nội dung liên quan đến thủ tục vay vốn được điều chỉnh theo hướng nhấn mạnh mức độ rõ ràng, dễ thực hiện và thời gian xử lý. Nhóm phát biểu về năng lực nhân viên được tập trung vào kiến thức chuyên môn, khả năng tư vấn và thái độ phục vụ. Nhóm chính sách chăm sóc khách hàng được phân biệt với chất lượng dịch vụ thông qua các hoạt động chủ động hỗ trợ, duy trì liên hệ và giải quyết các vấn đề phát sinh trước, trong và sau giải ngân. Đối với lãi suất, người tham gia đề nghị làm rõ không chỉ mức lãi suất mà còn tính minh bạch, khả năng cạnh tranh và các khoản phí liên quan.

Trên cơ sở ý kiến tham vấn, một số biến quan sát được điều chỉnh về cách diễn đạt nhưng vẫn giữ nguyên nội dung và bản chất khái niệm. Kết quả điều chỉnh được tổng hợp tại Bảng 1.2.

Bảng 1.2 Thang đo dùng trong nghiên cứu

Thang đo	Mã hóa	Nội dung biến quan sát	Nguồn tham khảo
Thủ tục vay vốn (TT)	TT1	Hồ sơ vay vốn được hướng dẫn rõ ràng.	Subedi và Joshi (2025); Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh (2022); Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021); Nguyễn Giác Trí (2023)
	TT2	Thủ tục vay vốn tại ngân hàng tương đối đơn giản.	
	TT3	Thời gian xét duyệt hồ sơ vay vốn nhanh chóng.	
	TT4	Quy trình giải ngân thuận tiện cho khách hàng.	
	TT5	Các điều kiện vay vốn được trình bày rõ ràng, dễ hiểu.	
Uy tín ngân hàng (TH)	TH1	Ngân hàng có uy tín trên thị trường.	Devlin (2005); Nguyễn Giác Trí (2023); Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023); Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021)
	TH2	Tôi cảm thấy an tâm khi vay vốn tại ngân hàng.	
	TH3	Ngân hàng thực hiện đúng các cam kết với khách hàng.	
	TH4	Thông tin và chính sách vay vốn của ngân hàng minh bạch.	
Năng lực và thái độ nhân viên (NV)	NV1	Nhân viên có kiến thức chuyên môn tốt về sản phẩm vay vốn.	Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh (2022); Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023); Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021)
	NV2	Nhân viên tư vấn đầy đủ, dễ hiểu và phù hợp với nhu cầu khách hàng.	
	NV3	Nhân viên phục vụ nhiệt tình, lịch sự và tôn trọng khách hàng.	

Chính sách chăm sóc khách hàng (CSKH)	CSKH1	Ngân hàng thường xuyên hỗ trợ khách hàng trong quá trình vay vốn.	Parasuraman và cộng sự (1988); Nguyễn Tiến Lên và cộng sự (2020); Võ Ngọc Anh Thư và cộng sự (2022); Subedi và Joshi (2025)
	CSKH2	Ngân hàng có chính sách ưu đãi phù hợp cho khách hàng vay vốn.	
	CSKH3	Khách hàng nhận được sự quan tâm và hỗ trợ khi cần thiết.	
	CSKH4	Ngân hàng xử lý phản hồi, thắc mắc của khách hàng nhanh chóng.	
Chất lượng dịch vụ (CLDV)	CLDV1	Ngân hàng cung cấp dịch vụ vay vốn đúng cam kết.	Zeithaml và cộng sự (1996); Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023); Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021)
	CLDV2	Nhân viên hỗ trợ khách hàng kịp thời trong quá trình vay vốn.	
	CLDV3	Tôi hài lòng với chất lượng phục vụ của ngân hàng.	
	CLDV4	Không gian giao dịch của ngân hàng chuyên nghiệp và thuận tiện.	
	CLDV5	Dịch vụ vay vốn của ngân hàng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.	
Lãi suất cho vay hợp lý (LS)	LS1	Lãi suất vay vốn tại ngân hàng ở mức hợp lý.	Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trịnh (2022); Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023); Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021)
	LS2	Mức lãi suất phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng.	
	LS3	Chính sách lãi suất của ngân hàng có tính cạnh tranh.	
	LS4	Các khoản phí liên quan đến vay vốn được công khai, minh bạch.	

Quyết định vay vốn (QD)	QD1	Tôi lựa chọn Sacombank – Phòng giao dịch La Gi khi có nhu cầu vay vốn.	Subedi và Joshi (2025); Nguyễn Giác Trí (2023); Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021); Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023)
	QD2	Tôi sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong tương lai.	
	QD3	Tôi sẵn sàng giới thiệu Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cho người khác khi có nhu cầu vay vốn.	

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính

1.6. Phương pháp chọn mẫu, cỡ mẫu nghiên cứu

1.6.1. Phương pháp chọn mẫu

Mẫu nghiên cứu được thu thập từ khách hàng của Sacombank - Phòng giao dịch La Gi. Đối tượng khảo sát là những khách hàng có khả năng tiếp cận trực tiếp tại điểm giao dịch hoặc đã từng có quan hệ vay vốn với ngân hàng, điều này cho phép phương pháp này phù hợp với đặc điểm của đề tài.

Khách hàng tham gia cuộc khảo sát được lựa chọn dựa trên các tiêu chuẩn sau: khách hàng cá nhân đã và đang vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Trong suốt quá trình khảo sát, những người tham gia được cung cấp một giải thích rõ ràng về mục đích của nghiên cứu và họ được đảm bảo rằng thông tin thu thập được sử dụng chỉ với mục đích học thuật.

1.6.2. Cỡ mẫu nghiên cứu

Theo Hair và cộng sự (2010), đối với phân tích EFA, cỡ mẫu tối thiểu nên đạt 50 quan sát; mức 100 quan sát được xem là phù hợp, trong khi quy mô khoảng 200 quan sát trở lên thường giúp kết quả phân tích ổn định hơn. Cỡ mẫu tối thiểu được xác định dựa trên số biến quan sát trong mô hình. Nghiên cứu có 28 biến đo lường, gồm 25 biến thuộc sáu nhân tố độc lập và 3 biến thuộc biến phụ thuộc. Theo tỷ lệ 5 quan sát cho mỗi biến, quy mô mẫu tối thiểu cần đạt là 140 quan sát. Để tăng độ tin cậy của dữ liệu và dự phòng các bảng trả lời không hợp lệ, nghiên cứu tiến hành khảo

sát 250 khách hàng đã từng vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Sau quá trình kiểm tra, sàng lọc và loại bỏ các phiếu không đạt yêu cầu, có 224 phiếu hợp lệ được sử dụng cho phân tích chính thức.

1.7. Dữ liệu nghiên cứu

1.7.1. Dữ liệu thứ cấp

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ báo cáo kết quả kinh doanh, báo cáo dư nợ, cơ cấu tín dụng, nợ quá hạn và các tài liệu nội bộ của Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong giai đoạn 2023 – 2025. Các chỉ tiêu gồm tổng dư nợ, dư nợ khách hàng cá nhân, doanh số cho vay, cơ cấu dư nợ theo mục đích và thời hạn vay, nợ quá hạn và tỷ lệ nợ quá hạn.

1.7.2. Dữ liệu sơ cấp

Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng bảng hỏi có cấu trúc đối với khách hàng cá nhân đang vay hoặc đã từng vay tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Khảo sát được thực hiện từ ngày 01/03/2026 đến ngày 31/03/2026, theo hình thức trực tiếp.

Tổng cộng 250 bảng hỏi được phát ra, thu về 229 bảng. Sau khi sàng lọc, 224 bảng hỏi hợp lệ được sử dụng để phân tích. Có 26 bảng hỏi bị loại, gồm: 11 phiếu bỏ trống nhiều câu hỏi; 5 phiếu trả lời cùng một mức; 3 phiếu không đúng đối tượng; 4 phiếu có câu trả lời thiếu nhất quán; và 4 phiếu không hoàn thành thông tin bắt buộc. Dữ liệu hợp lệ được mã hóa, làm sạch và xử lý bằng SPSS thông qua thống kê mô tả, Cronbach's Alpha, EFA, hồi quy tuyến tính và kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm khách hàng.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã xác lập cơ sở lý luận và hướng tiếp cận nghiên cứu về quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Chương này làm rõ các khái niệm chính về ngân hàng thương mại, cho vay khách hàng cá nhân và hành vi lựa chọn dịch vụ tín dụng. Trên cơ sở các lý thuyết liên quan và kết quả nghiên cứu trước, đề tài xây dựng mô hình gồm sáu yếu tố ảnh hưởng: thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ và lãi suất cho vay hợp lý. Đồng thời, chương cũng trình bày thang đo, cỡ mẫu, nguồn dữ liệu và phương pháp phân tích, tạo nền tảng cho việc đánh giá thực trạng và kiểm định mô hình ở các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SACOMBANK – PHÒNG GIAO DỊCH LA GI

2.1 Tổng quan về Sacombank – Phòng giao dịch La Gi

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển

Sacombank – Phòng giao dịch La Gi là đơn vị trực thuộc Sacombank Chi nhánh Bình Thuận, được thành lập nhằm đáp ứng nhu cầu giao dịch tài chính – ngân hàng của khách hàng cá nhân và hộ kinh doanh trên địa bàn thị xã La Gi và khu vực lân cận. Phòng giao dịch có địa chỉ tại số 25 Thống Nhất, phường Phước Hội, thị xã La Gi để mở rộng quy mô giao dịch và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

Trong quá trình hoạt động, Sacombank – PGD La Gi từng bước mở rộng quy mô tín dụng, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ và phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ. Sacombank – Phòng giao dịch La Gi đang triển khai đa dạng nghiệp vụ ngân hàng, bao gồm nhận tiền gửi, cấp tín dụng cho khách hàng cá nhân, cung cấp dịch vụ thanh toán, thẻ, chuyển tiền và ngân hàng điện tử. Trong các hoạt động này, cho vay khách hàng cá nhân giữ vai trò chủ lực do chiếm tỷ trọng đáng kể trong danh mục tín dụng của đơn vị.

Về cơ cấu tổ chức, Sacombank – PGD La Gi hiện có 19 nhân sự, gồm trưởng phòng, phó phòng, nhân viên dịch vụ khách hàng, nhân viên quỹ, nhân viên quản lý tài sản, chuyên viên khách hàng và nhân viên bảo vệ.

2.1.2 Kết quả hoạt động kinh doanh

Trong giai đoạn 2023–2025, tổng nguồn vốn huy động của Sacombank – Phòng giao dịch La Gi có sự biến động. Năm 2024, nguồn vốn huy động giảm 1,31% so với năm 2023, từ 919.000 triệu đồng xuống còn 907.000 triệu đồng. Đến năm 2025, chỉ tiêu này tăng 9,37%, đạt 992.000 triệu đồng. Trong khi đó, tổng dư nợ tăng liên tục, từ 722.000 triệu đồng năm 2023 lên 758.000 triệu đồng năm 2024 và 862.000 triệu đồng năm 2025, tương ứng với mức tăng 4,99% và 13,72%.

Bảng 2.1. Kết quả kinh doanh của Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	2025	2024/2023 (%)	2025/2024 (%)
Tổng nguồn vốn huy động	Triệu đồng	919	907	992	-1,31	9,37
Tổng dư nợ	Triệu đồng	722	758	862	4,99	13,72
Chi phí	Triệu đồng	18.64	19.622	18.817	5,27	-4,10
Lợi nhuận	Triệu đồng	32.67	38.215	24.187	16,97	-36,71
Dư nợ cho vay KHCN	Triệu đồng	627	681	766	8,61	12,48
Tỷ trọng dư nợ KHCN/tổng dư nợ	%	86,84	89,84	88,86	Tăng 3,00 điểm %	Giảm 0,98 điểm %

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Sacombank – PGD La Gi giai đoạn 2023 – 2025

Dư nợ cho vay khách hàng cá nhân cũng tăng từ 627.000 triệu đồng năm 2023 lên 681.000 triệu đồng năm 2024 và đạt 766.000 triệu đồng năm 2025. Tốc độ tăng trưởng tương ứng đạt 8,61% và 12,48%. Tỷ trọng dư nợ khách hàng cá nhân trong tổng dư nợ tăng từ 86,84% năm 2023 lên 89,84% năm 2024, sau đó giảm nhẹ còn 88,86% năm 2025. Mặc dù giảm 0,98 điểm phần trăm so với năm 2024, tỷ trọng này vẫn duy trì ở mức cao, cho thấy cho vay khách hàng cá nhân tiếp tục là phân khúc tín dụng chủ đạo của đơn vị.

Lợi nhuận tăng 16,97% trong năm 2024 nhưng giảm 36,71% trong năm 2025, từ 38.215 triệu đồng xuống còn 24.187 triệu đồng. Trong khi chi phí năm 2025 giảm 4,10%, lợi nhuận vẫn suy giảm đáng kể. Kết quả này cho thấy hiệu quả kinh doanh của đơn vị có dấu hiệu giảm và cần được phân tích thêm trong mối liên hệ với chất lượng tín dụng, nợ quá hạn và thu nhập từ hoạt động cho vay.

2.2. Thực trạng cho vay cá nhân của Sacombank – PGD La Gi

2.2.1. Quy mô cho vay cá nhân

Dư nợ cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi tăng liên tục trong giai đoạn nghiên cứu. Năm 2024, dư nợ đạt 681.000 triệu đồng, tăng 8,61% so với năm 2023. Năm 2025, dư nợ tiếp tục tăng 12,48%, đạt 766.000 triệu đồng. Mức tăng này cao hơn tốc độ tăng tổng dư nợ của đơn vị trong cả hai năm, cho thấy hoạt động cho vay khách hàng cá nhân được ưu tiên phát triển.

Tỷ trọng dư nợ khách hàng cá nhân luôn chiếm trên 86% tổng dư nợ và đạt mức cao nhất là 89,84% vào năm 2024. Điều này khẳng định vai trò trọng tâm của phân khúc khách hàng cá nhân trong cơ cấu tín dụng của PGD. Tuy nhiên, mức độ tập trung cao cũng đặt ra yêu cầu tăng cường kiểm soát chất lượng tín dụng và lựa chọn khách hàng phù hợp nhằm hạn chế rủi ro.

Bảng 2.2. Quy mô dư nợ cho vay khách hàng cá nhân giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	2025	2024/2023 (%)	2025/2024 (%)
Tổng dư nợ	Triệu đồng	722	758	862	4,99	13,72
Dư nợ cho vay KHCN	Triệu đồng	627	681	766	8,61	12,48
Tỷ trọng dư nợ KHCN/tổng dư nợ	%	86,84	89,84	88,86	Tăng 3,00 điểm %	Giảm 0,98 điểm %

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Sacombank – PGD La Gi giai đoạn 2023 – 2025

2.2.2. Cơ cấu cho vay

❖ Theo mục đích vay

Cơ cấu cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – PGD La Gi tập trung chủ yếu vào nhóm vay phục vụ sản xuất kinh doanh cá thể. Tỷ trọng nhóm này tăng từ 70,94% năm 2023 lên 80,24% năm 2025. Điều này phản ánh đặc điểm kinh tế địa phương với nhu cầu vốn lớn từ hộ kinh doanh, tiểu thương và cá nhân sản xuất nhỏ lẻ.

Trong khi đó, các khoản vay phục vụ tiêu dùng như vay mua nhà, sửa chữa nhà hoặc vay mua xe chiếm tỷ trọng thấp hơn. Điều này cho thấy danh mục tín dụng khách hàng cá nhân của đơn vị vẫn thiên về vốn lưu động và hoạt động kinh doanh ngắn hạn.

Bảng 2.3. Cơ cấu cho vay cá nhân theo mục đích vay giai đoạn 2023 – 2025

Mục đích vay	2023 (triệu đồng)	Tỷ trọng 2023 (%)	2024 (triệu đồng)	Tỷ trọng 2024 (%)	2025 (triệu đồng)	Tỷ trọng 2025 (%)
Vay tiêu dùng	71.303	11,37	46.687	6,85	15.15	1,97
Vay mua, xây dựng, sửa chữa nhà ở	31.036	4,94	37.995	5,57	38.3	5,00
Vay mua xe	14.107	2,24	16.005	2,35	19.15	2,50
Vay sản xuất, kinh doanh cá thể	450.651	71,87	483.169	70,94	614.71	80,24
Vay cầm cố/thế chấp GTCG, tài sản	20.716	3,30	34.833	5,11	40.22	5,25
Vay mục đích khác	39.187	6,24	62.311	9,14	53.62	7,00
Tổng cộng	627	100,00	681	100,00	766	100,00

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Sacombank – PGD La Gi giai đoạn 2023 – 2025

❖ **Theo thời hạn vay**

Trong cơ cấu cho vay khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi, dư nợ ngắn hạn chiếm ưu thế rõ rệt và luôn duy trì ở mức trên 92% tổng dư nợ của phân khúc này. Điều này cho thấy đơn vị chủ yếu tập trung vào các khoản vay bổ sung vốn lưu động, phục vụ kinh doanh nhỏ lẻ và tiêu dùng ngắn hạn.

Ngược lại, dư nợ trung và dài hạn còn khá thấp, phản ánh việc phát triển các sản phẩm vay mua nhà, đầu tư tài sản hoặc vay tiêu dùng dài hạn vẫn còn hạn chế.

Bảng 2.4. Cơ cấu cho vay cá nhân theo thời hạn vay giai đoạn 2023 – 2025

Thời hạn vay	2023 (triệu đồng)	Tỷ trọng 2023 (%)	2024 (triệu đồng)	Tỷ trọng 2024 (%)	2025 (triệu đồng)	Tỷ trọng 2025 (%)
Ngắn hạn	580.455	92,57	635.465	93,31	717.581	93,67
Trung dài hạn	46.545	7,43	45.537	6,69	48.419	6,33
Tổng cộng	627	100,00	681	100,00	766	100,00

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Sacombank – PGD La Gi giai đoạn 2023 – 2025

2.2.3. Chất lượng cho vay khách hàng cá nhân

Mặc dù dư nợ cho vay khách hàng cá nhân tăng tương đối ổn định, chất lượng tín dụng có dấu hiệu suy giảm rõ rệt. Nợ quá hạn tăng từ 6.255 triệu đồng năm 2023 lên 16.766 triệu đồng năm 2024 và 36.840 triệu đồng năm 2025, tương ứng với mức tăng 168,04% và 119,73%. Tỷ lệ nợ quá hạn tăng từ khoảng 1,00% lên 2,46% và 4,81%, cho thấy tốc độ gia tăng nợ quá hạn cao hơn đáng kể so với tốc độ tăng dư nợ.

Bảng 2.5. Chỉ tiêu phản ánh chất lượng cho vay cá nhân giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	2025	2024/2023 (%)	2025/2024 (%)
Dư nợ cho vay KHCH	Triệu đồng	627	681	766	8,61	12,48
Nợ quá hạn KHCH	Triệu đồng	6.255	16.766	36.84	168,04	119,73
Tỷ lệ nợ quá hạn KHCH	%	1,00	2,46	4,81	Tăng 1,46 điểm %	Tăng 2,35 điểm %

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	2025	2024/2023 (%)	2025/2024 (%)
Nợ xấu KHCN	Triệu đồng	Chưa có dữ liệu	Chưa có dữ liệu	Chưa có dữ liệu	—	—
Tỷ lệ nợ xấu KHCN	%	Chưa có dữ liệu	Chưa có dữ liệu	Chưa có dữ liệu	—	—
Dự phòng rủi ro tín dụng liên quan KHCN	Triệu đồng	625	2.553	6.897	308,48	170,15

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Sacombank – PGD La Gi giai đoạn 2023 – 2025

Dự phòng rủi ro tín dụng liên quan đến khách hàng cá nhân cũng tăng từ 625 triệu đồng năm 2023 lên 2.553 triệu đồng năm 2024 và 6.897 triệu đồng năm 2025. Xu hướng này phản ánh áp lực rủi ro tín dụng ngày càng lớn và có thể là một trong những nguyên nhân ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của đơn vị trong năm 2025. Vì vậy, PGD cần chú trọng hơn đến công tác thẩm định, giám sát sau giải ngân, cảnh báo sớm và quản lý khách hàng có dấu hiệu suy giảm khả năng trả nợ.

2.3 Kết quả phân tích dữ liệu định lượng

2.3.1 Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu khảo sát 250 khách hàng cá nhân có liên quan đến hoạt động vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong thời gian 30 ngày theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Sau khi kiểm tra mức độ đầy đủ và tính hợp lệ của bảng trả lời, 26 phiếu bị loại do không đáp ứng yêu cầu nghiên cứu. Do đó, dữ liệu cuối cùng sử dụng cho phân tích định lượng gồm 224 phiếu hợp lệ.

Bảng 2.6 Kết quả thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Tiêu chí	Phân loại	Tần số	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	95	42,4
	Nữ	129	57,6
Độ tuổi	Dưới 25 tuổi	46	20,5
	Từ 25 – dưới 40 tuổi	135	60,3
	Từ 40 tuổi trở lên	43	19,2
Trình độ học vấn	Phổ thông trở xuống	47	21,0
	Trung cấp/Cao đẳng	88	39,3
	Đại học	72	32,1
	Trên đại học	17	7,6
Thu nhập	Dưới 5 triệu đồng	62	27,7
	Từ 5 – dưới 10 triệu đồng	103	46,0
	Từ 10 – dưới 15 triệu đồng	51	22,8
	Từ 15 triệu đồng trở lên	8	3,6

Nguồn: Tính toán của tác giả

Về giới tính, trong 224 khách hàng được đưa vào phân tích, nữ giới chiếm tỷ lệ cao hơn với 129 người, tương ứng 57,6%; nam giới có 95 người, chiếm 42,4%. Cơ cấu này cho thấy nhóm khách hàng nữ xuất hiện nhiều hơn trong mẫu khảo sát về hoạt động vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Về độ tuổi, khách hàng từ 25 đến dưới 40 tuổi là nhóm nổi bật nhất, chiếm 60,3% với 135 người. Đây là nhóm đang ở giai đoạn lao động, tạo lập tài sản và mở rộng hoạt động kinh tế cá nhân nên nhu cầu vay vốn thường cao hơn. Nhóm dưới 25 tuổi chiếm 20,5%, còn nhóm từ 40 tuổi trở lên chiếm 19,2%.

Về học vấn, khách hàng có trình độ Trung cấp/Cao đẳng chiếm tỷ lệ cao nhất trong mẫu khảo sát, đạt 39,3%; tiếp đến là nhóm Đại học với 32,1%. Hai nhóm còn lại gồm phổ thông trở xuống và trên đại học lần lượt chiếm 21,0% và 7,6%. Kết quả

này phản ánh mẫu nghiên cứu chủ yếu gồm những khách hàng có khả năng tiếp cận, hiểu và đánh giá các thông tin cơ bản liên quan đến khoản vay ngân hàng.

Cơ cấu mẫu theo thu nhập cho thấy phần lớn khách hàng tập trung ở nhóm thu nhập từ 5 đến dưới 10 triệu đồng/tháng, chiếm 46,0%. Nhóm dưới 5 triệu đồng chiếm 27,7%, còn nhóm từ 10 đến dưới 15 triệu đồng đạt 22,8%. Tỷ lệ khách hàng có thu nhập từ 15 triệu đồng/tháng trở lên khá thấp, chỉ chiếm 3,6% trong tổng mẫu khảo sát. Như vậy, mẫu khảo sát tập trung chủ yếu ở nhóm khách hàng có thu nhập thấp và trung bình, phù hợp với đặc điểm dân cư và điều kiện kinh tế tại địa bàn La Gi.

2.3.2 Phân tích Cronbach's Alpha

Bảng 2.7 trình bày kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's Alpha. Các hệ số Alpha đều cao hơn 0,6, cho thấy hệ thống thang đo đáp ứng yêu cầu tối thiểu về độ tin cậy theo Hair và cộng sự (2010). Trong đó, thang đo Uy tín ngân hàng có giá trị thấp nhất với $\alpha = 0,743$, nhưng vẫn nằm trong ngưỡng chấp nhận; trong khi thang đo Thủ tục vay vốn đạt giá trị cao nhất với $\alpha = 0,900$.

Bảng 2.7 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
Thủ tục vay vốn ($\alpha = 0,900$)				
TT1	13,969	16,721	0,732	0,882
TT2	14,031	15,717	0,781	0,871
TT3	14,076	15,748	0,761	0,875
TT4	14,103	15,967	0,747	0,878
TT5	13,946	16,544	0,735	0,881
Uy tín ngân hàng ($\alpha = 0,743$)				
TH1	11,263	3,370	0,545	0,680
TH2	11,339	3,373	0,530	0,688

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
TH3	11,500	3,417	0,482	0,716
TH4	11,353	3,234	0,592	0,653
Năng lực và thái độ nhân viên ($\alpha = 0,858$)				
NV1	8,147	2,485	0,782	0,754
NV2	8,045	2,958	0,735	0,802
NV3	8,219	2,898	0,688	0,841
Chính sách chăm sóc khách hàng ($\alpha = 0,757$) – Lần 01				
CSKH1	10,371	7,714	0,694	0,631
CSKH2	10,335	7,112	0,707	0,612
CSKH3	11,094	9,027	0,271	0,867
CSKH4	10,415	7,957	0,641	0,659
Chính sách chăm sóc khách hàng ($\alpha = 0,867$) – Lần 02				
CSKH1	7,393	4,401	0,757	0,806
CSKH2	7,357	4,051	0,731	0,832
CSKH4	7,438	4,382	0,759	0,804
Chất lượng dịch vụ ($\alpha = 0,871$)				
CLDV1	15,415	11,248	0,630	0,860
CLDV2	15,241	10,946	0,678	0,849
CLDV3	15,674	9,503	0,705	0,847
CLDV4	15,138	10,676	0,734	0,836
CLDV5	15,156	10,437	0,766	0,828
Lãi suất cho vay ($\alpha = 0,836$)				
LS1	11,746	3,805	0,731	0,773
LS2	11,763	3,563	0,654	0,799

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
LS3	11,835	3,654	0,629	0,810
LS4	11,920	3,402	0,674	0,791
Quyết định vay vốn ($\alpha = 0,855$)				
QD1	7,027	1,255	0,712	0,818
QD2	6,571	1,439	0,681	0,839
QD3	6,813	1,337	0,799	0,733

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả Cronbach's Alpha cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy cần thiết khi hệ số Alpha lớn hơn 0,6. Trong các thang đo, Thủ tục vay vốn có độ tin cậy cao nhất với $\alpha = 0,900$, trong khi Uy tín ngân hàng có hệ số thấp nhất là $\alpha = 0,743$ nhưng vẫn nằm trong giới hạn chấp nhận. Đối với thang đo Chính sách chăm sóc khách hàng, biến CSKH3 không đáp ứng yêu cầu do hệ số tương quan biến – tổng chỉ đạt 0,271. Bên cạnh đó, Alpha của thang đo tăng lên 0,867 khi loại CSKH3. Do đó, biến này được loại khỏi thang đo trước khi chuyển sang phân tích EFA.

Biến CSKH3 “Khách hàng nhận được sự quan tâm và hỗ trợ khi cần thiết” có hệ số tương quan biến – tổng thấp hơn ngưỡng chấp nhận, cho thấy biến này không biến động đồng nhất với các biến còn lại của thang đo Chính sách chăm sóc khách hàng. Về mặt nội dung, phát biểu CSKH3 có tính khái quát cao vì chưa xác định rõ khách hàng được hỗ trợ trong giai đoạn nào, về vấn đề gì và theo hình thức nào. Do đó, mỗi người trả lời có thể hiểu “khi cần thiết” theo một tình huống khác nhau. Khách hàng chưa từng phát sinh khó khăn trong quá trình vay có thể không có đủ trải nghiệm để đánh giá và có xu hướng lựa chọn mức trung lập. Ngược lại, khách hàng từng cần hỗ trợ có thể đánh giá dựa trên những tình huống riêng như bổ sung hồ sơ, thay đổi kỳ trả nợ, giải đáp lãi suất hoặc hỗ trợ sau giải ngân. Sự khác biệt về tình huống trải nghiệm làm mức đánh giá đối với CSKH3 phân tán và không đồng nhất với các phát

biểu còn lại. Ngoài ra, nội dung CSKH3 có mức độ trùng lặp nhất định với CSKH1 về hỗ trợ trong quá trình vay và CSKH4 về xử lý phản hồi, thắc mắc. Trong khi CSKH1 và CSKH4 thể hiện những hành vi cụ thể của ngân hàng, CSKH3 chỉ phản ánh cảm nhận chung về sự quan tâm. Sự thiếu cụ thể và trùng lặp nội dung có thể là nguyên nhân làm CSKH3 không đại diện tốt cho khái niệm chính sách chăm sóc khách hàng. Vì vậy, việc loại biến CSKH3 không chỉ phù hợp về tiêu chuẩn thống kê mà còn có thể được giải thích từ đặc điểm nội dung của phát biểu.

2.3.3 Phân tích EFA

2.3.3.1 Phân tích EFA cho các biến độc lập

Ở bước rà soát độ tin cậy thang đo, biến CSKH3 thuộc nhóm Chính sách chăm sóc khách hàng không đạt tiêu chuẩn giữ lại nên được loại khỏi bộ biến đo lường. Sau điều chỉnh này, tập biến còn lại của các nhân tố độc lập được sử dụng để kiểm tra cấu trúc nhân tố, qua đó đánh giá mức độ tập hợp của các biến quan sát theo từng thành phần nghiên cứu.

Kết quả xử lý dữ liệu cho thấy chỉ số KMO đạt 0,869, cao hơn mức tối thiểu cần thiết là 0,5. Đồng thời, phép kiểm Bartlett có giá trị Sig. = 0,000, thấp hơn ngưỡng 0,05. Với kết quả này, có thể khẳng định dữ liệu khảo sát đáp ứng điều kiện về mức độ tương quan giữa các biến quan sát; ma trận tương quan đủ ý nghĩa để tiến hành rút trích nhân tố. Do đó, phân tích EFA đối với nhóm nhân tố độc lập được thực hiện ở bước tiếp theo nhằm xác định cấu trúc thang đo sau khi đã loại biến không đạt yêu cầu.

Bảng 2.8 Kiểm định Barlett, KMO – Biến độc lập

<i>Hệ số KMO</i>		0,869
<i>Kiểm định Barlett</i>	<i>Approx, Chi-Square</i>	2741,893
	<i>df</i>	276
	<i>Sig</i>	0,000

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả rút trích nhân tố ghi nhận 06 thành phần có giá trị Eigenvalue vượt ngưỡng 1. Sáu thành phần này tạo ra tỷ lệ phương sai tích lũy 70,147%, cao hơn mức tối thiểu 50% thường được sử dụng trong phân tích EFA. Điều này cho thấy phần lớn thông tin từ các biến quan sát đã được tóm lược trong cấu trúc 06 nhân tố. Trên cơ sở đó, cấu trúc thang đo của nhóm biến độc lập được xem là ổn định và có thể tiếp tục sử dụng trong các phân tích định lượng kế tiếp.

Bảng 2.9 Tổng phương sai trích của các nhân tố độc lập

Nhân tố	Giá trị riêng ban đầu			Tổng phương sai trích			Tổng phương sai sau xoay		
	Tổng	% phương sai	% tích lũy	Tổng	% phương sai	% tích lũy	Tổng	% phương sai	% tích lũy
1	7,241	30,171	30,171	7,241	30,171	30,171	3,664	15,265	15,265
2	2,429	10,121	40,292	2,429	10,121	40,292	3,416	14,232	29,497
3	2,235	9,310	49,603	2,235	9,310	49,603	2,799	11,665	41,162
4	2,161	9,005	58,607	2,161	9,005	58,607	2,336	9,734	50,896
5	1,486	6,191	64,798	1,486	6,191	64,798	2,315	9,646	60,542
6	1,284	5,349	70,147	1,284	5,349	70,147	2,305	9,605	70,147
7	0,729	3,036	73,184						
.	.	.	.						
.	.	.	.						
23	0,212	0,882	99,237						
24	0,183	0,763	100,000						

Nguồn: Tính toán của tác giả

Ma trận nhân tố sau xoay cho thấy các chỉ báo đo lường đều có trọng số tải vượt ngưỡng 0,5, phản ánh mức độ liên kết tốt giữa từng biến quan sát và nhân tố đại diện. Kết quả phân nhóm hình thành 06 cụm nhân tố riêng biệt, tương thích với cấu

trúc lý thuyết được xây dựng trong nghiên cứu. Thành phần cụ thể của từng nhóm nhân tố được trình bày như sau:

Nhân tố 1 gồm 05 biến quan sát TT2, TT5, TT3, TT4, TT1, giải thích cho yếu tố Thủ tục vay vốn.

Nhân tố 2 gồm 05 biến quan sát CLDV5, CLDV4, CLDV1, CLDV3, CLDV2, giải thích cho yếu tố Chất lượng dịch vụ.

Nhân tố 3 gồm 04 biến quan sát LS1, LS2, LS4, LS3, giải thích cho yếu tố Lãi suất.

Nhân tố 4 gồm 03 biến quan sát NV3, NV1, NV2, giải thích cho yếu tố Năng lực và thái độ nhân viên.

Nhân tố 5 gồm 04 biến quan sát TH4, TH1, TH2, TH3, giải thích cho yếu tố Uy tín ngân hàng.

Nhân tố 6 gồm 03 biến quan sát CSKH4, CSKH1, CSKH2, giải thích cho yếu tố Chính sách chăm sóc khách hàng.

Bảng 2.10 Ma trận xoay nhân tố - Biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố 1	Nhân tố 2	Nhân tố 3	Nhân tố 4	Nhân tố 5	Nhân tố 6
TT2	0,844					
TT5	0,803					
TT3	0,795					
TT4	0,775					
TT1	0,757					
CLDV5		0,842				
CLDV4		0,800				
CLDV1		0,783				
CLDV3		0,766				
CLDV2		0,739				
LS1			0,831			
LS2			0,792			
LS4			0,781			
LS3			0,717			

Biến quan sát	Nhân tố 1	Nhân tố 2	Nhân tố 3	Nhân tố 4	Nhân tố 5	Nhân tố 6
NV3				0,851		
NV1				0,840		
NV2				0,820		
TH4					0,778	
TH1					0,762	
TH2					0,736	
TH3					0,708	
CSKH4						0,857
CSKH1						0,804
CSKH2						0,778

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.3.2 Phân tích EFA cho biến phụ thuộc

Đối với thang đo Quyết định vay vốn, chỉ số KMO đạt 0,705, cao hơn ngưỡng tối thiểu 0,5. Đồng thời, kiểm định Bartlett ghi nhận $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$. Kết quả này phản ánh dữ liệu đo lường biến phụ thuộc có đủ mức liên hệ nội tại để tiến hành rút trích nhân tố. Vì vậy, nhóm biến quan sát QD được tiếp tục sử dụng trong EFA nhằm xác định nhân tố đại diện cho quyết định vay vốn của khách hàng.

Bảng 2.11 Kết quả kiểm định Barlett, KMO - Biến phụ thuộc

<i>Hệ số KMO</i>		0,705
<i>Kiểm định Barlett</i>	<i>Approx, Chi-Square</i>	316,799
	<i>df</i>	3
	<i>Sig,</i>	0,000

Nguồn: Tính toán của tác giả

Với giá trị riêng ban đầu đạt 2,337, cao hơn ngưỡng 1, thang đo Quyết định vay vốn được xác lập dưới dạng một thành phần duy nhất. Thành phần này ghi nhận tỷ lệ phương sai tích lũy 77,892%, vượt mức tham chiếu 50%. Kết quả trên cho thấy phần lớn thông tin của các biến quan sát QD đã được tóm lược trong một nhân tố đại

diện, qua đó bảo đảm cơ sở sử dụng thang đo Quyết định vay vốn trong các phân tích định lượng tiếp theo.

Bảng 2.12 Tổng phương sai trích của của thang đo Quyết định vay vốn

Nhân tố	Giá trị riêng ban đầu	% phương sai	% tích lũy	Tổng bình phương tải sau trích	% phương sai sau trích	% tích lũy sau trích
1	2,337	77,892	77,892	2,337	77,892	77,892
2	0,420	14,000	91,892			
3	0,243	8,108	100,000			

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả EFA đối với thang đo Quyết định vay vốn ghi nhận hệ số tải của QD3, QD1 và QD2 lần lượt là 0,918; 0,873 và 0,855. Các giá trị này đều ở mức cao, cho thấy ba biến quan sát có sự hội tụ rõ ràng vào cùng một nhân tố và phù hợp để đo lường biến phụ thuộc của mô hình.

Bảng 2.13 Ma trận xoay nhân tố - Biến phụ thuộc

	Nhân tố
	1
QD3	0,918
QD1	0,873
QD2	0,855

Nguồn: Tính toán của tác giả

Như vậy, biến phụ thuộc Quyết định vay vốn được rút trích thành một nhân tố duy nhất, phù hợp để sử dụng trong các bước phân tích tiếp theo.

2.3.4 Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy giúp làm rõ nhân tố nào có tác động có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn, đồng thời xác định mức độ ảnh hưởng tương đối của từng nhân tố trong mô hình nghiên cứu.

Mô hình hồi quy được trình bày như sau:

$$F_QD = \beta_0 + \beta_1 F_TT + \beta_2 F_TH + \beta_3 F_NV + \beta_4 F_CSKH + \beta_5 F_CLDV + \beta_6 F_LS + e_i$$

Trong đó:

F_QD: Quyết định vay vốn

F_TT: Thủ tục vay vốn;

F_TH: Uy tín ngân hàng;

F_NV: Năng lực và thái độ nhân viên;

F_CSKH: Chính sách chăm sóc khách hàng;

F_CLDV: Chất lượng dịch vụ;

F_LS: Lãi suất cho vay;

β_0 : Hằng số;

$\beta_1 - \beta_6$: Hệ số hồi quy;

e_i : Sai số.

2.3.4.1 Đánh giá độ phù hợp mô hình

Kết quả xử lý dữ liệu ghi nhận giá trị F đạt 81,077, với Sig. = 0,000, thấp hơn ngưỡng 0,05. Như vậy, mô hình hồi quy bội được xây dựng có ý nghĩa ở mức thống kê 5%, đồng thời có đủ cơ sở để sử dụng trong việc xem xét mối quan hệ giữa các nhân tố độc lập và quyết định vay vốn của khách hàng.

Bảng 2.14 Phân tích ANOVA

ANOVA ^a						
Mô hình		Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig.
1	Hồi qui	48,296	6	8,049	81,077	0,000
	Phần dư	21,544	217	0,099		
	Tổng	69,839	223			
a. Biến phụ thuộc: QD – Quyết định vay vốn						
b. Biến độc lập: F_LS, F_TH, F_CLDV, F_CSKH, F_NV, F_TT						

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả cho thấy R^2 hiệu chỉnh = 0,683, nghĩa là 06 nhân tố độc lập giải thích được 68,3% sự thay đổi trong quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Bảng 2.15 Tóm tắt kết quả mô hình hồi quy

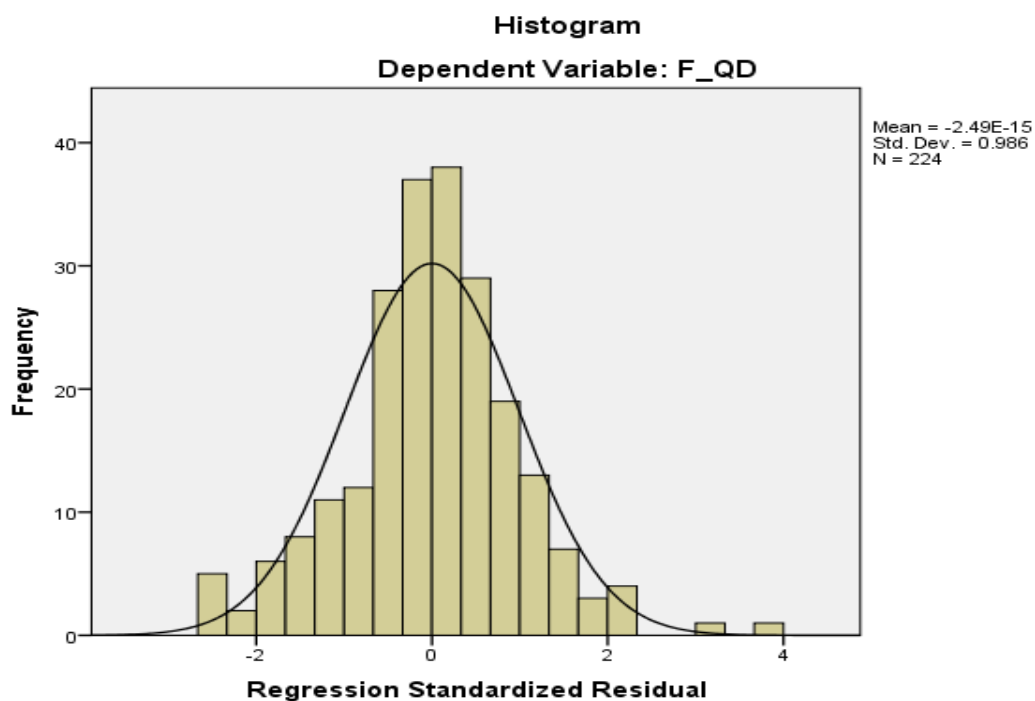
Model Summary ^b					
Mô hình	R	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước tính	Durbin-Watson
1	0,832 ^a	0,692	0,683	0,31509	1,502
a. Biến phụ thuộc: QD – Quyết định vay vốn					
b. Biến độc lập: F_LS, F_TH, F_CLDV, F_CSKH, F_NV, F_TT					

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.4.2 Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết

❖ *Rà soát đặc điểm phân phối của sai số ước lượng:*

Đặc điểm phân phối của phần dư được đánh giá dựa trên kết quả thống kê mô tả kết hợp với quan sát biểu đồ Histogram và Normal P-P Plot. Giá trị trung bình của phần dư đạt -2,49E-15, gần bằng 0, trong khi độ lệch chuẩn phần dư chuẩn hóa đạt 0,986, gần với giá trị 1. Kết quả này cho thấy phần dư của mô hình phân bố tương đối phù hợp với giả định chuẩn. Bên cạnh đó, biểu đồ Histogram thể hiện dạng phân bố khá cân đối quanh tâm phân phối, không xuất hiện độ lệch bất thường. Vì vậy, có thể nhận định rằng phần dư của mô hình không sai lệch đáng kể so với phân phối chuẩn, qua đó đáp ứng điều kiện cần thiết cho phân tích hồi quy tuyến tính bội.



Hình 2.1 Biểu đồ Histogram

Nguồn: Tính toán của tác giả

❖ ***Đánh giá hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình hồi quy***

Kết quả tại Bảng 2.16 cho thấy các giá trị Tolerance đều nằm trên mức 0,1. Đối với chỉ số VIF, giá trị ghi nhận thấp nhất là 1,036 và cao nhất là 1,577. Vì vậy, các biến giải thích trong mô hình có thể được giữ lại để phân tích tác động đến quyết định vay vốn mà không gây lo ngại đáng kể về sai lệch ước lượng do cộng tuyến.

Bảng 2.16 Kiểm tra hiện tượng cộng tuyến

Biến độc lập	Tolerance	VIF
Thủ tục vay vốn	0,634	1,577
Uy tín ngân hàng	0,966	1,036
Năng lực và thái độ nhân viên	0,770	1,299
Chính sách chăm sóc khách hàng	0,659	1,518
Chất lượng dịch vụ	0,772	1,295
Lãi suất cho vay	0,731	1,369

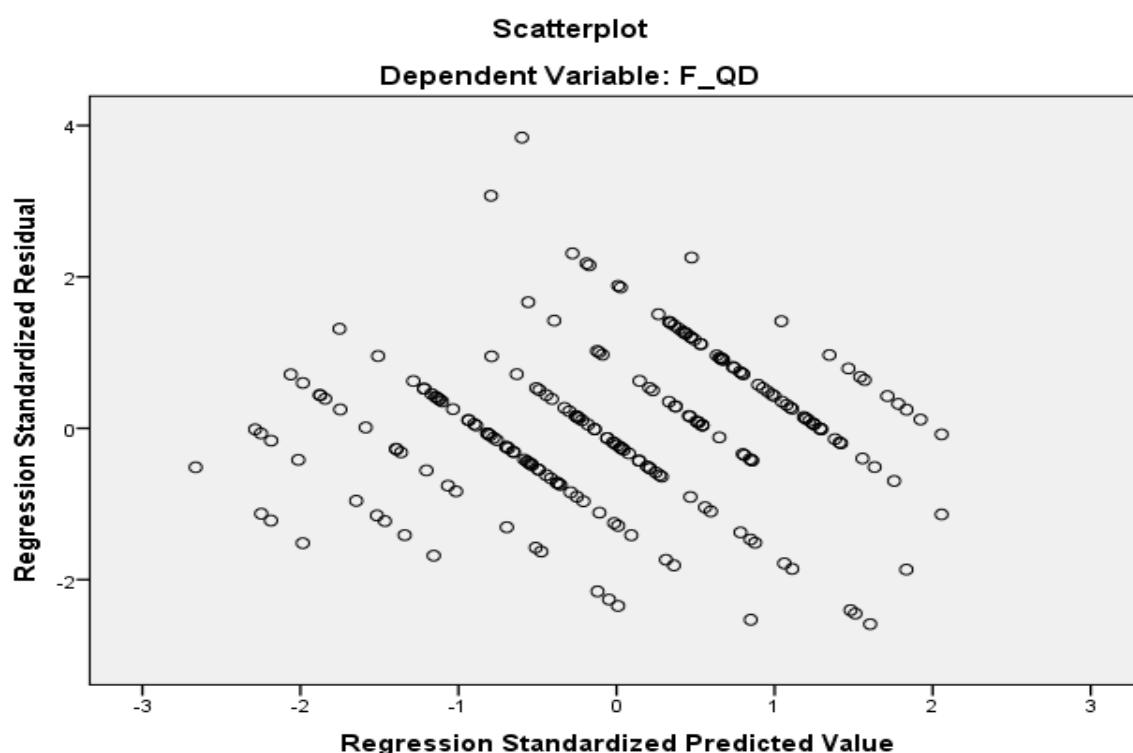
Nguồn: Tính toán của tác giả

❖ **Rà soát giả định độc lập của phần dư:**

Tính độc lập của sai số ước lượng được xem xét dựa trên chỉ số Durbin-Watson trong Bảng 2.15. Kết quả ghi nhận giá trị Durbin-Watson đạt 1,502. Mức giá trị này nằm trong giới hạn có thể chấp nhận đối với mô hình hồi quy, cho thấy phần dư không biểu hiện sự phụ thuộc có hệ thống đáng kể. Do đó, giả định về tính độc lập của sai số được bảo đảm ở mức phù hợp, qua đó hỗ trợ việc tiếp tục diễn giải kết quả hồi quy tuyến tính bội.

❖ **Đánh giá sự ổn định của sai số ước lượng:**

Quan sát đồ thị cho thấy các điểm dữ liệu xuất hiện rải rác quanh đường tham chiếu tại mức 0, không tập trung thành một mô thức có quy luật như lan rộng dần, thu hẹp dần hoặc dịch chuyển theo một hướng nhất định. Điều này cho thấy sai số ước lượng không biến động có hệ thống theo giá trị dự báo. Vì vậy, giả định về độ ổn định của phương sai phần dư được xem là đáp ứng trong mô hình hồi quy.



Hình 2.2 Biểu đồ P-P plot

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.4.3 Phân tích hệ số hồi quy

Kết quả Bảng 2.17 cho thấy trong 06 nhân tố độc lập, có 04 nhân tố ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi, gồm: thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, chất lượng dịch vụ và lãi suất cho vay với Sig. đều nhỏ hơn 0,05. Lãi suất cho vay là yếu tố nổi bật nhất trong mô hình hồi quy khi có Beta = 0,560 và Sig. = 0,000; tiếp theo là thủ tục vay vốn với Beta = 0,200, Sig. = 0,000; năng lực và thái độ nhân viên với Beta = 0,174, Sig. = 0,000; và chất lượng dịch vụ với Beta = 0,101, Sig. = 0,019. Ngược lại, hai nhân tố uy tín ngân hàng và chính sách chăm sóc khách hàng chưa có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn do Sig. lần lượt là 0,324 và 0,348, đều lớn hơn 0,05. Vì vậy, 2 nhân tố này không cho thấy sự ảnh hưởng tuyến tính đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Bảng 2.17 Kết quả hệ số hồi quy

Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.
		B	Độ lệch chuẩn	Beta		
1	Hằng số	0,012	0,196		0,062	0,950
	F_TT	0,113	0,027	0,200	4,229	0,000
	F_TH	0,036	0,037	0,038	0,988	0,324
	F_NV	0,121	0,030	0,174	4,048	0,000
	F_CSKH	0,024	0,026	0,044	0,940	0,348
	F_CLDV	0,071	0,030	0,101	2,355	0,019
	F_LS	0,509	0,040	0,560	12,702	0,000
a. Dependent Variable: PTNNL						

Nguồn: Tính toán của tác giả

Từ kết quả hồi quy, phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa được viết như sau:

$$F_QD = 0,200F_TT + 0,174F_NV + 0,101F_CLDV + 0,560F_LS$$

Trong đó:

F_QD: Quyết định vay vốn

F_TT: Thủ tục vay vốn;

F_CLDV: Chất lượng dịch vụ;

F_LS: Lãi suất cho vay.

2.3.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở kết quả hồi quy đã phân tích ở các nội dung trước, nghiên cứu tiếp tục đối chiếu từng giả thuyết với mức ý nghĩa thống kê và chiều tác động của các nhân tố. Việc tổng hợp này nhằm xác định giả thuyết nào được chấp nhận hoặc bác bỏ trong bối cảnh nghiên cứu tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Nội dung chi tiết được trình bày tại Bảng 2.18.

Bảng 2.18 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Nội dung giả thuyết	Mức ý nghĩa	Mức độ ảnh hưởng	Kết luận
H1	Thủ tục vay vốn rõ ràng, đơn giản và thuận tiện tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.	0,000	0,200	Chấp nhận
H2	Uy tín ngân hàng tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.	0,324	0,038	Bác bỏ
H3	Năng lực chuyên môn và thái độ phục vụ của nhân viên tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.	0,000	0,174	Chấp nhận

Giả thuyết	Nội dung giả thuyết	Mức ý nghĩa	Mức độ ảnh hưởng	Kết luận
H4	Chính sách chăm sóc khách hàng tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.	0,348	0,044	Bác bỏ
H5	Chất lượng dịch vụ tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.	0,019	0,101	Chấp nhận
H6	Cảm nhận về tính hợp lý, minh bạch và cạnh tranh của lãi suất, chi phí vay tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.	0,000	0,560	Chấp nhận

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.5 Phân tích sự khác biệt

Nghiên cứu tiếp tục thực hiện phân tích sự khác biệt nhằm xem xét liệu quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi có khác biệt theo các đặc điểm nhân khẩu học hay không.

2.3.5.1 Phân tích sự khác biệt theo giới tính

Đối với tiêu chí giới tính, mẫu khảo sát được chia thành hai nhóm để so sánh mức độ quyết định vay vốn. Kết quả tại Bảng 2.19 cho thấy Sig. của Levene đạt 0,094, cao hơn mức 0,05. Vì vậy, việc diễn giải kết quả được thực hiện theo trường hợp phương sai giữa hai nhóm không có khác biệt đáng kể.

Ở kết quả so sánh trung bình, giá trị Sig. hai phía đạt 0,778, vượt ngưỡng ý nghĩa 0,05. Điều này cho thấy mức độ quyết định vay vốn giữa hai nhóm giới tính không có chênh lệch đủ lớn về mặt thống kê. Nói cách khác, trong mẫu khảo sát này, giới tính chưa phải là đặc điểm tạo ra sự khác biệt đáng kể đối với quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Như vậy, với dữ liệu khảo sát thu thập được, có thể kết luận rằng không có sự khác biệt về quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi theo giới tính.

Bảng 2.19 Kết quả kiểm định sự khác biệt về quyết định vay vốn theo giới tính

Biến phụ thuộc	Giả định phương sai	F	Sig. Levene	t	df	Sig. (2-tailed)	Chênh lệch trung bình
QD	Phương sai đồng nhất	2,827	0,094	-0,282	222	0,778	-0,02138
	Phương sai không đồng nhất			-0,274	179,986	0,784	-0,02138

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.5.2 Phân tích sự khác biệt theo độ tuổi

Với tiêu chí độ tuổi, mẫu khảo sát được phân thành các nhóm tuổi khác nhau để so sánh mức độ quyết định vay vốn của khách hàng. Do tiêu chí này gồm nhiều hơn hai nhóm, phương pháp ANOVA được lựa chọn nhằm xác định liệu sự khác nhau về tuổi có tạo ra chênh lệch đáng kể trong quyết định vay vốn hay không.

Bảng 2.20 Kiểm định Levene về sự đồng nhất phương sai giữa các nhóm tuổi

Biến phụ thuộc	Kiểm định Levene	df1	df2	Sig.
QD	1,591	2	221	0,206

Nguồn: Tính toán của tác giả

Trước khi diễn giải kết quả ANOVA, nghiên cứu xem xét chỉ số Levene để đánh giá mức độ ổn định về phương sai giữa các nhóm tuổi. Kết quả tại Bảng 2.20 ghi nhận Sig. = 0,206, cao hơn ngưỡng 0,05. Điều này cho thấy chưa xuất hiện dấu

hiệu khác biệt đáng kể về độ phân tán giữa các nhóm tuổi. Vì vậy, dữ liệu đáp ứng điều kiện cần thiết để tiếp tục đọc và diễn giải kết quả ANOVA.

Dữ liệu tại Bảng 2.21 ghi nhận giá trị F đạt 0,908 và Sig. = 0,405. Do mức Sig. này cao hơn 0,05 nên sự chênh lệch về quyết định vay vốn giữa các nhóm tuổi chưa đủ lớn để được xem là có ý nghĩa thống kê. Nói cách khác, trong phạm vi mẫu khảo sát, độ tuổi chưa tạo ra khác biệt rõ rệt đối với quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.

Bảng 2.21 Kiểm định ANOVA theo độ tuổi

QD	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Giữa các nhóm	0,569	2	0,284	0,908	0,405
Trong các nhóm	69,270	221	0,313		
Tổng	69,839	223			

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.5.3 Phân tích sự khác biệt theo trình độ học vấn

Với tiêu chí trình độ học vấn, khách hàng trong mẫu khảo sát được phân thành nhiều nhóm để đối chiếu mức độ quyết định vay vốn. Do biến phân nhóm này có trên hai nhóm, nghiên cứu lựa chọn ANOVA nhằm xác định liệu sự khác nhau về học vấn có tạo ra chênh lệch đáng kể trong quyết định vay vốn hay không. Trước khi xem xét kết quả ANOVA, điều kiện về sự tương đương phương sai giữa các nhóm được kiểm tra thông qua chỉ số Levene. Kết quả tại Bảng 2.22 ghi nhận Sig. = 0,975, cao hơn mức 0,05. Điều này cho thấy độ phân tán của biến Quyết định vay vốn giữa các nhóm trình độ học vấn không có khác biệt đáng kể. Với kết quả này, điều kiện về phương sai giữa các nhóm được xem là phù hợp, qua đó cho phép tiếp tục xem xét kết quả ANOVA.

Bảng 2.22 Kiểm định Levene về sự đồng nhất phương sai giữa các nhóm trình độ

Biến phụ thuộc	Kiểm định Levene	df1	df2	Sig.
QD	0,072	3	220	0,975

Nguồn: Tính toán của tác giả

Số liệu tại Bảng 2.23 cho thấy mức Sig. của phép so sánh giữa các nhóm học vẫn là 0,392, cao hơn mức ý nghĩa 0,05; đồng thời giá trị F đạt 1,004. Với kết quả này, sự khác nhau về điểm trung bình quyết định vay vốn giữa các nhóm trình độ học vẫn chưa đủ mạnh để tạo nên khác biệt đáng kể trong mẫu nghiên cứu. Vì vậy, có thể nhận định rằng trình độ học vẫn không làm thay đổi rõ rệt quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Bảng 2.23 Kết quả ANOVA về quyết định vay vốn theo trình độ học vấn

QD	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Giữa các nhóm	0,943	3	0,314	1,004	0,392
Trong các nhóm	68,896	220	0,313		
Tổng	69,839	223			

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.5.4 Phân tích sự khác biệt theo thu nhập

Khía cạnh thu nhập được đưa vào phân tích như một tiêu chí phân nhóm khách hàng, nhằm xem xét liệu mức thu nhập khác nhau có gắn với sự thay đổi trong quyết định vay vốn hay không. Do khách hàng được chia thành nhiều nhóm thu nhập, phép ANOVA được lựa chọn để thực hiện so sánh giữa các nhóm.

Trước khi đọc kết quả so sánh, nghiên cứu rà soát mức độ tương đương về độ phân tán của biến Quyết định vay vốn giữa các nhóm thu nhập. Số liệu tại Bảng 2.24 ghi nhận mức ý nghĩa Levene là 0,358, vượt ngưỡng 0,05. Kết quả này cho thấy độ

dao động của biến phụ thuộc giữa các nhóm thu nhập không có khác biệt đáng kể. Vì vậy, điều kiện nền tảng để tiếp tục phân tích ANOVA được đáp ứng.

Bảng 2.24 Kiểm định Levene về sự đồng nhất phương sai giữa các nhóm thu nhập

Biến phụ thuộc	Kiểm định Levene	df1	df2	Sig.
QD	1,080	3	220	0,358

Nguồn: Tính toán của tác giả

Ở phép so sánh theo nhóm thu nhập, giá trị Sig. ghi nhận tại Bảng 2.25 là 0,087, cao hơn mức ý nghĩa 0,05; giá trị F tương ứng đạt 2,220. Với kết quả này, chênh lệch về quyết định vay vốn giữa các nhóm thu nhập chưa vượt ngưỡng ý nghĩa thống kê. Nói cách khác, trong dữ liệu khảo sát hiện có, thu nhập chưa tạo ra sự phân hóa rõ rệt đối với quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.

Bảng 2.25 Kiểm định ANOVA theo thu nhập

QD	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Giữa các nhóm	2,052	3	0,684	2,220	0,087
Trong các nhóm	67,788	220	0,308		
Tổng	69,839	223			

Nguồn: Tính toán của tác giả

2.3.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu

Trong sáu yếu tố được đưa vào mô hình hồi quy, có bốn yếu tố đạt mức ý nghĩa thống kê và thể hiện chiều tác động thuận đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Các yếu tố này gồm lãi suất cho vay, thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, cùng với chất lượng dịch vụ. Trong đó, lãi suất cho vay là nhân tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo lần lượt là thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, chất lượng dịch vụ. Hai nhân

tổ uy tín ngân hàng và chính sách chăm sóc khách hàng chưa cho thấy ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn trong phạm vi mẫu khảo sát.

Đối với nhân tố lãi suất cho vay, kết quả hồi quy cho thấy đây là nhân tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi với hệ số Beta chuẩn hóa $\beta = 0,560$ và $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$. Điều này cho thấy khi khách hàng đánh giá lãi suất cho vay càng phù hợp, cạnh tranh và tương xứng với khả năng tài chính thì quyết định vay vốn tại ngân hàng càng có xu hướng gia tăng. Trong hoạt động tín dụng cá nhân, lãi suất là yếu tố khách hàng thường quan tâm đầu tiên vì ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí vay, số tiền phải trả định kỳ và khả năng duy trì khoản vay trong suốt thời hạn tín dụng. Kết quả này có sự tương đồng với các nghiên cứu của Subedi và Joshi (2025), Sitaula (2025), Dhakal (2024), Nguyễn Giác Trí (2023), Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh (2022), Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023), Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021), Hoàng Thị Anh Thư (2017) khi các tác giả đều ghi nhận lãi suất cho vay là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân. Điều này cho thấy trong bối cảnh ngân hàng, chi phí vay vẫn là yếu tố có tính quyết định cao, đặc biệt đối với nhóm khách hàng cá nhân vốn nhạy cảm với khả năng trả nợ và tổng chi phí khoản vay.

Yếu tố thủ tục vay vốn ghi nhận hệ số Beta chuẩn hóa đạt 0,200, với $\text{Sig.} = 0,000$, thấp hơn mức ý nghĩa 0,05. Kết quả này cho thấy thủ tục vay vốn có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng. Nói cách khác, khi quy trình vay được đánh giá thuận tiện, dễ thực hiện và ít gây trở ngại hơn, khả năng khách hàng lựa chọn vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cũng có xu hướng gia tăng. Kết quả này phản ánh rằng quy trình vay vốn càng đơn giản, hồ sơ càng dễ chuẩn bị, thời gian xét duyệt càng nhanh và thông tin hướng dẫn càng rõ ràng thì khách hàng càng có xu hướng lựa chọn vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu của Sitaula (2025), Dhakal (2024), Nguyễn Giác Trí (2023), Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh (2022), Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021),

Nguyễn Thị Ngọc Diệp và Nguyễn Quốc Huy (2016). Điều này có thể được giải thích bởi khách hàng cá nhân thường mong muốn quy trình vay vốn rõ ràng, nhanh chóng, ít phức tạp và tiết kiệm thời gian. Khi thủ tục vay được đơn giản hóa và hướng dẫn đầy đủ, khách hàng sẽ cảm thấy thuận tiện hơn, từ đó gia tăng khả năng lựa chọn ngân hàng để vay vốn.

Đối với nhân tố năng lực và thái độ nhân viên, kết quả hồi quy cho thấy nhân tố này có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn với hệ số Beta chuẩn hóa $\beta = 0,174$ và $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$. Khi nhân viên có kiến thức chuyên môn tốt, tư vấn rõ ràng, thái độ thân thiện, nhiệt tình và xử lý hồ sơ chuyên nghiệp, khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm hơn khi đưa ra quyết định vay. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Nguyễn Giác Trí (2023), Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh (2022), Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023), Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021), Nguyễn Thị Ngọc Diệp và Nguyễn Quốc Huy (2016), Hoàng Thị Anh Thư (2017). Các nghiên cứu này đều nhấn mạnh vai trò của nhân viên ngân hàng trong quá trình khách hàng tiếp cận, đánh giá và lựa chọn dịch vụ tín dụng. Đối với sản phẩm vay vốn, khách hàng thường cần được giải thích kỹ về lãi suất, hạn mức vay, thời hạn vay, hồ sơ pháp lý và nghĩa vụ trả nợ. Vì vậy, năng lực chuyên môn và thái độ phục vụ của nhân viên có thể góp phần tạo dựng niềm tin, giảm bớt lo ngại và thúc đẩy quyết định vay vốn của khách hàng.

Chất lượng dịch vụ cũng là một yếu tố có tác động thuận đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân. Kết quả hồi quy ghi nhận hệ số Beta chuẩn hóa của yếu tố này đạt 0,101, với $\text{Sig.} = 0,019$, thấp hơn mức ý nghĩa 0,05. Điều này cho thấy khi khách hàng đánh giá tốt hơn về quá trình phục vụ, mức độ hỗ trợ, sự thuận tiện trong giao dịch và trải nghiệm dịch vụ tại ngân hàng, xu hướng lựa chọn vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi sẽ tăng lên. Mặc dù mức độ ảnh hưởng thấp hơn so với các nhân tố còn lại, kết quả này vẫn cho thấy chất lượng dịch vụ là yếu tố có ý nghĩa trong việc hình thành quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân. Kết quả này phù hợp với hầu hết các nghiên cứu trước, cụ thể là Subedi và Joshi (2025), Sitaula (2025), Dhakal (2024), Nguyễn Anh Thư và Bùi Văn Trinh (2022), Nguyễn Thị Ánh

Hoa (2023), Nguyễn Tiến Lên và cộng sự (2020), Bùi Văn Thụy và cộng sự (2021), Võ Ngọc Anh Thư và cộng sự (2022), Nguyễn Thị Ngọc Diệp và Nguyễn Quốc Huy (2016), Hoàng Thị Anh Thư (2017). Sự tương đồng này cho thấy chất lượng dịch vụ là một yếu tố có tính phổ biến trong các nghiên cứu về hành vi lựa chọn ngân hàng và quyết định vay vốn. Trong thực tế, chất lượng dịch vụ được thể hiện qua sự thuận tiện trong giao dịch, tốc độ phục vụ, khả năng đáp ứng nhu cầu, sự chính xác trong xử lý hồ sơ và trải nghiệm tổng thể của khách hàng.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã cho thấy có 04 nhân tố ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn, bao gồm: lãi suất cho vay, thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, chất lượng dịch vụ. Trong đó, lãi suất cho vay là nhân tố có tác động mạnh nhất với hệ số Beta chuẩn hóa $\beta = 0,560$, tiếp theo là thủ tục vay vốn với $\beta = 0,200$, năng lực và thái độ nhân viên với $\beta = 0,174$ và chất lượng dịch vụ với $\beta = 0,101$. Hai nhân tố uy tín ngân hàng và chính sách chăm sóc khách hàng chưa cho thấy ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn trong phạm vi mẫu nghiên cứu. Nhìn chung, kết quả nghiên cứu khẳng định rằng khách hàng cá nhân khi lựa chọn vay vốn chủ yếu quan tâm đến các yếu tố trực tiếp liên quan đến chi phí vay, sự thuận tiện của quy trình, chất lượng tư vấn của nhân viên và trải nghiệm dịch vụ. Những phát hiện này là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao khả năng thu hút khách hàng cá nhân vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong thời gian tới.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP

3.1 Định hướng

Trong bối cảnh cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại ngày càng gia tăng, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần định hướng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân theo hướng cạnh tranh về lãi suất, thuận tiện về thủ tục, chuyên nghiệp trong tư vấn và nâng cao chất lượng dịch vụ. Đây là những nội dung trọng tâm phù hợp với kết quả nghiên cứu, khi 04 nhân tố có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn gồm: lãi suất cho vay, thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, chất lượng dịch vụ.

Trước hết, phòng giao dịch cần lấy khách hàng làm trung tâm trong toàn bộ quá trình cho vay, từ tư vấn, tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, giải ngân đến hỗ trợ sau vay. Mỗi điểm tiếp xúc với khách hàng cần được tổ chức chuyên nghiệp, rõ ràng và thuận tiện nhằm tạo niềm tin và thúc đẩy quyết định vay vốn.

Thứ hai, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm vay thông qua chính sách lãi suất minh bạch, hợp lý và linh hoạt theo từng nhóm khách hàng. Việc tư vấn rõ về mức lãi suất, cách tính lãi, thời gian ưu đãi và tổng chi phí vay sẽ giúp khách hàng yên tâm hơn khi lựa chọn khoản vay.

Thứ ba, quy trình vay vốn cần tiếp tục được cải tiến theo hướng đơn giản, nhanh chóng nhưng vẫn bảo đảm kiểm soát rủi ro. Hồ sơ vay cần được hướng dẫn rõ ngay từ đầu, thời gian xử lý cần được rút ngắn và tiến độ hồ sơ cần được cập nhật kịp thời cho khách hàng.

Thứ tư, cần tái chuẩn hóa năng lực phục vụ của đội ngũ nhân viên theo ba trọng tâm: am hiểu nghiệp vụ tín dụng, tư vấn đúng nhu cầu khách hàng và duy trì phong cách giao tiếp chuyên nghiệp. Nhân viên có năng lực, tận tình và chuyên nghiệp sẽ giúp khách hàng hiểu rõ sản phẩm vay, giảm bớt lo ngại và tăng mức độ tin tưởng đối với ngân hàng.

Cuối cùng, chất lượng dịch vụ cần được cải thiện đồng bộ trước, trong và sau khi giải ngân. Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần chú trọng tốc độ phục vụ, sự

chính xác của thông tin, khả năng hỗ trợ khách hàng và trải nghiệm tổng thể trong quá trình vay vốn.

3.2 Các giải pháp

3.2.1 Căn cứ đề xuất giải pháp

Kết quả hồi quy cho thấy bốn nhân tố tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn, gồm lãi suất và chi phí vay hợp lý ($\beta = 0,560$), thủ tục vay vốn ($\beta = 0,200$), năng lực và thái độ nhân viên ($\beta = 0,174$) và chất lượng dịch vụ ($\beta = 0,101$). Vì vậy, các giải pháp được ưu tiên theo thứ tự tác động trên. Chính sách chăm sóc khách hàng và uy tín ngân hàng không có ý nghĩa thống kê nhưng vẫn được xem là điều kiện hỗ trợ thu hút và duy trì khách hàng.

Giai đoạn 2023–2025, dư nợ khách hàng cá nhân tăng nhưng nợ quá hạn và tỷ lệ nợ quá hạn cũng gia tăng. Đồng thời, dư nợ tập trung chủ yếu ở các khoản vay ngắn hạn. Thực trạng này đặt ra yêu cầu vừa nâng cao khả năng thu hút khách hàng, vừa kiểm soát chất lượng tín dụng, đa dạng hóa kỳ hạn và lựa chọn đúng nhóm khách hàng mục tiêu.

Sacombank – Phòng giao dịch La Gi có lợi thế về thương hiệu, mạng lưới, cơ sở khách hàng hiện hữu và đội ngũ nhân viên am hiểu địa bàn. Tuy nhiên, đơn vị còn chịu áp lực từ sự gia tăng nợ quá hạn, cạnh tranh lãi suất, yêu cầu rút ngắn thủ tục và kỳ vọng ngày càng cao của khách hàng. Vì vậy, giải pháp cần tập trung vào minh bạch chi phí, xử lý hồ sơ nhanh, tư vấn theo dòng tiền và duy trì hỗ trợ sau giải ngân.

Trên cơ sở cơ cấu dư nợ, đặc điểm kinh tế địa phương và kết quả khảo sát, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi nên ưu tiên ba nhóm: hộ kinh doanh, tiểu thương và cá nhân sản xuất kinh doanh có nhu cầu vốn lưu động; người có thu nhập ổn định và nhu cầu vay trung – dài hạn; khách hàng hiện hữu có lịch sử tín dụng tốt. Việc phân khúc không dựa riêng vào giới tính, độ tuổi, học vấn hoặc thu nhập vì kết quả kiểm định không ghi nhận sự khác biệt có ý nghĩa thống kê theo các đặc điểm này.

3.2.2 Các giải pháp thực hiện

3.2.2.1 Hoàn thiện lãi suất và minh bạch chi phí vay

Trước hết, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần tăng cường tính minh bạch trong tư vấn lãi suất. Khi tiếp xúc với khách hàng, nhân viên tín dụng cần giải thích rõ mức lãi suất đang áp dụng, thời gian ưu đãi, lãi suất sau ưu đãi, cách tính lãi theo dư nợ giảm dần hoặc phương thức khác, các khoản phí liên quan và tổng nghĩa vụ tài chính mà khách hàng phải thực hiện. Việc cung cấp thông tin đầy đủ sẽ giúp khách hàng hiểu rõ chi phí khoản vay, hạn chế tâm lý lo ngại về các chi phí phát sinh và nâng cao sự tin tưởng khi quyết định vay vốn.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần tư vấn cho khách hàng trên cơ sở tổng chi phí khoản vay thay vì chỉ nhấn mạnh mức lãi suất ban đầu. Trong thực tế, nhiều khách hàng có thể bị thu hút bởi mức lãi suất ưu đãi ngắn hạn nhưng chưa đánh giá đầy đủ lãi suất sau ưu đãi, phí trả nợ trước hạn, phí hồ sơ hoặc các chi phí khác. Vì vậy, nhân viên cần hỗ trợ khách hàng so sánh các phương án vay khác nhau để lựa chọn phương án phù hợp với khả năng tài chính.

Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cũng cần đề xuất áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt theo từng nhóm khách hàng và mục đích vay. Đối với khách hàng có lịch sử tín dụng tốt, thu nhập ổn định, tài sản bảo đảm rõ ràng hoặc có quan hệ giao dịch lâu dài với Sacombank, ngân hàng có thể xem xét áp dụng mức lãi suất ưu đãi hơn trong phạm vi chính sách cho phép. Đối với khách hàng vay mua nhà, sửa chữa nhà, vay tiêu dùng hoặc vay phục vụ sản xuất kinh doanh nhỏ, cần thiết kế phương án lãi suất phù hợp với đặc điểm dòng tiền và khả năng trả nợ của từng nhóm khách hàng.

Ngoài ra, phòng giao dịch cần thường xuyên cập nhật mặt bằng lãi suất cho vay của các ngân hàng khác trên địa bàn La Gi và khu vực lân cận. Việc theo dõi này giúp Sacombank có cơ sở để điều chỉnh chính sách tư vấn phù hợp và tăng khả năng cạnh tranh. Trong trường hợp lãi suất của Sacombank không phải là mức thấp nhất trên thị trường, nhân viên cần làm rõ các giá trị bổ sung mà khách hàng nhận được,

chẳng hạn như thủ tục rõ ràng, thời gian xử lý nhanh, phương án trả nợ linh hoạt, đội ngũ tư vấn chuyên nghiệp và dịch vụ hỗ trợ sau vay.

Ngoài ra, thay vì tư vấn một phương án vay chung, nhân viên cần căn cứ vào thu nhập, chi phí sinh hoạt, mục đích vay và khả năng tài chính của khách hàng để đề xuất thời hạn vay, kỳ hạn trả nợ và số tiền trả nợ phù hợp. Đối với khách hàng có thu nhập không ổn định theo tháng, ngân hàng cần tư vấn kỹ hơn về mức vay an toàn nhằm hạn chế áp lực tài chính và giảm rủi ro phát sinh nợ quá hạn.

Điểm khác biệt của giải pháp là không chỉ giới thiệu mức lãi suất ưu đãi mà cung cấp bảng minh họa toàn bộ lãi suất, phí và số tiền phải trả trong từng giai đoạn. Phòng giao dịch tổng hợp phản hồi của khách hàng, đánh giá mức độ cạnh tranh và đề xuất Chi nhánh Bình Thuận hoặc Hội sở xem xét chính sách phù hợp. Hiệu quả thực hiện được đánh giá thông qua tỷ lệ khách hàng được cung cấp bảng minh họa chi phí, tỷ lệ khách hàng xác nhận đã hiểu lãi suất và phí, tỷ lệ hồ sơ không phát sinh khiếu nại về chi phí vay và tỷ lệ chuyển đổi từ tư vấn thành hồ sơ.

3.2.2.2 Đơn giản hóa thủ tục và rút ngắn thời gian xử lý

Kết quả nghiên cứu cho thấy bên cạnh chi phí vay, khách hàng còn đặc biệt quan tâm đến sự thuận tiện, rõ ràng và nhanh chóng trong quá trình tiếp cận khoản vay. Một quy trình vay vốn phức tạp, nhiều giấy tờ, thời gian xử lý kéo dài hoặc thiếu hướng dẫn cụ thể có thể làm khách hàng trì hoãn quyết định vay hoặc chuyển sang ngân hàng khác.

Trước hết, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần chuẩn hóa quy trình tư vấn và tiếp nhận hồ sơ vay vốn. Ngay từ giai đoạn đầu, nhân viên cần thông tin rõ cho khách hàng về điều kiện vay, hồ sơ cần chuẩn bị, thời gian xử lý dự kiến, quy trình thẩm định, phương thức giải ngân và nghĩa vụ trả nợ. Việc hướng dẫn đầy đủ ngay từ đầu sẽ giúp khách hàng chủ động chuẩn bị hồ sơ, hạn chế tình trạng bổ sung giấy tờ nhiều lần và giảm thời gian xử lý hồ sơ.

Phòng giao dịch nên xây dựng danh mục hồ sơ vay vốn cụ thể theo từng sản phẩm vay. Chẳng hạn, đối với vay tiêu dùng, vay mua nhà, vay sửa chữa nhà, vay

mua xe hoặc vay kinh doanh, ngân hàng cần có checklist hồ sơ riêng, trình bày ngắn gọn, dễ hiểu và dễ sử dụng. Danh mục này có thể được cung cấp bằng bản giấy tại quầy giao dịch hoặc gửi qua Zalo, email cho khách hàng. Khi khách hàng nắm rõ các giấy tờ cần chuẩn bị, quá trình hoàn thiện hồ sơ sẽ thuận lợi hơn và tạo cảm giác chuyên nghiệp trong phục vụ.

Bên cạnh đó, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần rút ngắn thời gian phản hồi kết quả sơ bộ cho khách hàng. Đối với những hồ sơ đáp ứng điều kiện cơ bản, nhân viên cần thông báo thời gian xử lý dự kiến và thường xuyên cập nhật tiến độ cho khách hàng. Việc chủ động phản hồi giúp khách hàng cảm thấy được quan tâm, đồng thời giảm tâm lý chờ đợi không chắc chắn. Trong trường hợp hồ sơ chưa đủ điều kiện, nhân viên cũng cần giải thích rõ lý do và hướng dẫn khách hàng điều chỉnh, bổ sung hoặc lựa chọn phương án vay phù hợp hơn.

Bên cạnh việc cải thiện quy trình tại quầy, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần đẩy mạnh số hóa các bước tiếp nhận, theo dõi và phản hồi hồ sơ vay nhằm rút ngắn thời gian xử lý, giảm sai sót thủ công và tạo sự thuận tiện hơn cho khách hàng. Một số nội dung có thể triển khai gồm: tiếp nhận thông tin khách hàng ban đầu qua biểu mẫu điện tử, lưu trữ hồ sơ trên hệ thống, gửi danh mục hồ sơ cần bổ sung qua kênh trực tuyến, nhắc lịch hoàn thiện hồ sơ và cập nhật tiến độ xử lý qua tin nhắn hoặc ứng dụng ngân hàng. Việc ứng dụng công nghệ sẽ giúp giảm thời gian giao dịch trực tiếp, hạn chế sai sót trong quá trình tiếp nhận hồ sơ và nâng cao sự thuận tiện cho khách hàng.

Ngoài ra, phòng giao dịch cần phân công nhân viên phụ trách hồ sơ rõ ràng. Mỗi khách hàng vay vốn nên có một nhân viên đầu mối theo dõi xuyên suốt quá trình từ tư vấn, tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, hoàn thiện chứng từ đến giải ngân. Cách làm này giúp thông tin cung cấp cho khách hàng được thống nhất, tránh tình trạng khách hàng phải liên hệ nhiều người nhưng không nhận được câu trả lời rõ ràng.

Để nâng cao hiệu quả thực hiện, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cũng cần rà soát định kỳ các bước trong quy trình vay vốn để phát hiện những khâu còn

chậm hoặc gây khó khăn cho khách hàng. Những bước không cần thiết cần được đề xuất đơn giản hóa trong phạm vi quy định của Sacombank và pháp luật. Đồng thời, các biểu mẫu, hướng dẫn và thông tin sản phẩm vay cần được cập nhật thường xuyên để bảo đảm khách hàng tiếp cận thông tin chính xác.

Giải pháp được triển khai theo mô hình “một đầu mối – một checklist – một lịch theo dõi”, giúp khách hàng không phải liên hệ nhiều nhân viên hoặc bổ sung hồ sơ nhiều lần. Kết quả thực hiện được đo lường bằng thời gian phản hồi sơ bộ, tỷ lệ hồ sơ phải bổ sung, số lần khách hàng phải đến phòng giao dịch, thời gian trung bình từ tiếp nhận hồ sơ đến giải ngân và mức độ hài lòng của khách hàng đối với thủ tục vay.

3.2.2.3 Nâng cao năng lực và thái độ nhân viên

Trước hết, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần thường xuyên đào tạo nghiệp vụ tín dụng cá nhân cho đội ngũ nhân viên. Nội dung đào tạo cần tập trung vào đặc điểm các sản phẩm vay, quy trình cho vay, điều kiện phê duyệt, quy định về tài sản bảo đảm, phương thức tính lãi, quản lý hồ sơ tín dụng và kiểm soát rủi ro. Khi nhân viên nắm vững chuyên môn, việc tư vấn sẽ chính xác, rõ ràng và nhất quán hơn, từ đó giúp khách hàng yên tâm hơn khi lựa chọn vay vốn.

Ngoài việc cập nhật kiến thức chuyên môn, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần trang bị cho nhân viên năng lực tư vấn theo từng hồ sơ khách hàng, đặc biệt là kỹ năng phân tích nhu cầu vay, khả năng trả nợ và phương án tài chính phù hợp. Nhân viên không chỉ giới thiệu sản phẩm vay mà còn cần biết cách phân tích nhu cầu, khả năng trả nợ, nguồn thu nhập và mục đích sử dụng vốn của khách hàng. Trên cơ sở đó, nhân viên có thể đề xuất phương án vay phù hợp thay vì tư vấn theo một mẫu chung cho tất cả khách hàng.

Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần xây dựng phong cách phục vụ nhất quán cho nhân viên tín dụng, trong đó nhấn mạnh sự lịch thiệp, chủ động lắng nghe, phản hồi đúng hẹn và hỗ trợ khách hàng rõ ràng trong từng bước của quá trình vay vốn. Nhân viên cần thể hiện sự lịch sự, nhiệt tình, tôn trọng, chủ động hỗ trợ và đúng

hẹn trong mọi giai đoạn của quá trình vay vốn. Đối với khách hàng cá nhân, đặc biệt là những khách hàng vay lần đầu, thái độ thân thiện và cách giải thích dễ hiểu của nhân viên có thể giúp giảm bớt tâm lý lo lắng và tạo thiện cảm đối với ngân hàng.

Ngoài ra, phòng giao dịch cần xây dựng chuẩn mực giao tiếp và phục vụ khách hàng đối với đội ngũ nhân viên tín dụng. Chuẩn mực này cần thể hiện rõ yêu cầu về thời gian phản hồi khách hàng, cách thức tư vấn, quy trình tiếp nhận thắc mắc, thái độ khi xử lý hồ sơ và trách nhiệm theo dõi khách hàng sau khi giải ngân. Khi các chuẩn mực phục vụ được thực hiện đồng bộ, khách hàng sẽ nhận được trải nghiệm nhất quán và chuyên nghiệp hơn.

Một nội dung quan trọng khác là cần gắn kết quả đánh giá nhân viên với chất lượng phục vụ khách hàng. Bên cạnh các chỉ tiêu về dư nợ, số lượng hồ sơ giải ngân hoặc doanh số cho vay, phòng giao dịch cần xem xét thêm các tiêu chí như mức độ hài lòng của khách hàng, thời gian phản hồi, tỷ lệ hồ sơ xử lý đúng hạn, tỷ lệ khách hàng quay lại và phản hồi của khách hàng sau giao dịch. Cách đánh giá này sẽ khuyến khích nhân viên chú trọng cả hiệu quả kinh doanh lẫn chất lượng phục vụ.

Thêm vào đó, các tình huống thực tế như xử lý khách hàng còn băn khoăn về lãi suất, khách hàng thiếu hồ sơ, khách hàng có dòng tiền không ổn định hoặc khách hàng so sánh với ngân hàng khác cần được đưa vào trao đổi để nhân viên nâng cao kỹ năng xử lý. Đây là hình thức đào tạo thực tiễn, giúp đội ngũ nhân viên cải thiện năng lực tư vấn một cách nhanh chóng và phù hợp với tình hình thực tế tại địa bàn.

Điểm khác biệt là nhân viên không chỉ hướng dẫn hồ sơ mà còn tư vấn số tiền vay, kỳ hạn và phương án trả nợ phù hợp với dòng tiền của khách hàng. Hiệu quả giải pháp được đánh giá thông qua điểm kiểm tra kiến thức sản phẩm, tỷ lệ khách hàng đánh giá nội dung tư vấn rõ ràng, tỷ lệ hồ sơ sai hoặc thiếu do tư vấn, tỷ lệ hồ sơ xử lý đúng hạn và tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ.

3.2.2.4 Nâng cao chất lượng dịch vụ

Mặc dù mức độ tác động của nhân tố chất lượng dịch vụ thấp hơn so với lãi suất, thủ tục vay vốn và năng lực nhân viên, chất lượng dịch vụ vẫn là yếu tố quan

trọng góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng và tạo sự khác biệt trong cạnh tranh giữa các ngân hàng.

Trước hết, không gian giao dịch cần được bố trí sạch sẽ, thuận tiện, chuyên nghiệp và tạo cảm giác thân thiện cho khách hàng. Khu vực tư vấn tín dụng nên bảo đảm sự riêng tư tương đối để khách hàng có thể trao đổi thoải mái về nhu cầu vay vốn, thu nhập, tài sản và kế hoạch tài chính cá nhân. Một không gian giao dịch chuyên nghiệp sẽ góp phần tạo ấn tượng tốt và nâng cao niềm tin của khách hàng.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần cải thiện tốc độ phục vụ khách hàng. Các yêu cầu liên quan đến tư vấn khoản vay, kiểm tra hồ sơ, cập nhật lãi suất, lịch trả nợ hoặc tiến độ giải ngân cần được xử lý nhanh chóng và chính xác.

Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cũng cần bảo đảm tính chính xác và nhất quán trong thông tin cung cấp cho khách hàng. Các thông tin về lãi suất, phí, điều kiện vay, hồ sơ, thời hạn xử lý và nghĩa vụ trả nợ cần được truyền đạt thống nhất giữa các nhân viên và các kênh thông tin của ngân hàng. Nếu thông tin thiếu nhất quán, khách hàng có thể nghi ngờ tính minh bạch của ngân hàng và trì hoãn quyết định vay vốn.

Ngoài ra, đối với mỗi khách hàng, nhân viên cần xác định rõ mục đích vay, khả năng tài chính, kỳ vọng về thời hạn vay và mức trả nợ mong muốn. Trên cơ sở đó, ngân hàng cần tư vấn sản phẩm vay phù hợp, tránh tình trạng giới thiệu sản phẩm không đúng nhu cầu hoặc gây áp lực cho khách hàng. Khi khách hàng cảm nhận dịch vụ được thiết kế phù hợp với mình, họ sẽ có xu hướng đánh giá cao chất lượng dịch vụ và dễ đưa ra quyết định vay hơn.

Một giải pháp cần thiết khác là tăng cường đo lường mức độ hài lòng của khách hàng sau giao dịch. Phòng giao dịch có thể thực hiện khảo sát ngắn qua điện thoại, Zalo hoặc phiếu đánh giá tại quầy để ghi nhận ý kiến của khách hàng về quy trình vay, thái độ nhân viên, thời gian xử lý hồ sơ và chất lượng hỗ trợ. Những phản hồi này cần được tổng hợp định kỳ để xác định các điểm còn hạn chế và kịp thời điều chỉnh. Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cũng cần chú trọng dịch vụ hỗ trợ sau

giải ngân. Sau khi khoản vay được giải ngân, nhân viên nên tiếp tục duy trì liên hệ với khách hàng để nhắc lịch trả nợ, hỗ trợ giải đáp thắc mắc và tư vấn phương án tài chính phù hợp khi khách hàng có nhu cầu.

Điểm khác biệt là chất lượng dịch vụ được quản lý xuyên suốt từ tư vấn, tiếp nhận hồ sơ, xét duyệt đến giải ngân, thay vì chỉ tập trung tại quầy giao dịch. Kết quả thực hiện được theo dõi thông qua thời gian phản hồi khách hàng, thời gian xử lý phản ánh, tỷ lệ phản ánh được giải quyết đúng hạn, điểm hài lòng sau giao dịch và tỷ lệ khách hàng sẵn sàng giới thiệu Sacombank cho người khác.

3.2.3 Kế hoạch triển khai giải pháp

Việc triển khai các giải pháp tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi được thực hiện theo bốn giai đoạn.

Giai đoạn chuẩn bị, Phòng giao dịch rà soát quy trình cho vay hiện hành, xác định các khâu gây chậm trễ và xây dựng các công cụ hỗ trợ gồm bảng minh họa chi phí vay, checklist hồ sơ theo từng sản phẩm, mẫu theo dõi tiến độ và tiêu chuẩn phản hồi khách hàng. Đồng thời, đơn vị xác định số liệu nền để làm căn cứ thiết lập KPI cho từng giải pháp.

Giai đoạn thí điểm, Phòng giao dịch áp dụng mô hình “một đầu mối – một checklist – một lịch theo dõi” đối với một số nhóm khách hàng và sản phẩm vay phù hợp. Nhân viên được tập huấn về giải thích lãi suất, tư vấn theo dòng tiền, chăm sóc sau giải ngân và xử lý phản ánh. Kết quả thí điểm được ghi nhận thông qua thời gian xử lý hồ sơ, tỷ lệ hồ sơ phải bổ sung và phản hồi của khách hàng.

Giai đoạn triển khai đồng bộ, các giải pháp được áp dụng cho toàn bộ hoạt động cho vay khách hàng cá nhân. Phòng giao dịch đồng thời đẩy mạnh chăm sóc khách hàng hiện hữu, tiếp cận các phân khúc trọng tâm và truyền thông các giá trị khác biệt gồm minh bạch chi phí, thủ tục thuận tiện, tư vấn phù hợp và hỗ trợ xuyên suốt khoản vay.

Giai đoạn đánh giá và điều chỉnh, Trưởng Phòng giao dịch định kỳ tổng hợp kết quả KPI, đối chiếu với mục tiêu và xác định nguyên nhân của những nội dung

chưa đạt. Các vấn đề thuộc thẩm quyền được điều chỉnh trực tiếp; những nội dung liên quan đến lãi suất, phí, điều kiện tín dụng hoặc quy trình chung được báo cáo Chi nhánh Bình Thuận hoặc Hội sở xem xét.

3.2.4 Điều kiện thực hiện

Để các giải pháp đạt hiệu quả, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần bảo đảm các điều kiện sau:

Thứ nhất, sự chỉ đạo và phối hợp. Trưởng Phòng giao dịch cần phân công rõ trách nhiệm cho từng bộ phận, đồng thời duy trì sự phối hợp với Chi nhánh Bình Thuận và Hội sở đối với những nội dung vượt thẩm quyền.

Thứ hai, nguồn nhân lực. Nhân viên tín dụng và dịch vụ khách hàng cần được đào tạo định kỳ về sản phẩm vay, cách giải thích lãi suất, tư vấn theo dòng tiền, kỹ năng giao tiếp và xử lý phản ánh.

Thứ ba, quy trình và công nghệ. Phòng giao dịch cần chuẩn hóa biểu mẫu, checklist hồ sơ, thời gian phản hồi và cơ chế theo dõi tiến độ; đồng thời tận dụng Zalo, email và hệ thống ngân hàng để trao đổi thông tin với khách hàng.

Thứ tư, dữ liệu và cơ chế đánh giá. Đơn vị cần thiết lập dữ liệu nền cho từng KPI, theo dõi định kỳ và phân tích nguyên nhân khi kết quả chưa đạt yêu cầu. KPI phải phản ánh đồng thời hiệu quả kinh doanh, chất lượng phục vụ và mức độ hài lòng của khách hàng.

Thứ năm, nguồn lực tài chính. Kinh phí cần được bố trí cho đào tạo, truyền thông, khảo sát khách hàng và hoàn thiện công cụ hỗ trợ tư vấn. Việc sử dụng nguồn lực phải phù hợp với quy mô hoạt động và khả năng phê duyệt của Sacombank.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Từ các phát hiện thực nghiệm về hành vi vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi, Chương 3 tập trung xây dựng các nhóm giải pháp nhằm gia tăng mức độ sẵn sàng lựa chọn sản phẩm vay của khách hàng. Các nội dung đề xuất được định hướng theo những nhân tố có tác động thực sự trong mô hình nghiên cứu, qua đó bảo đảm tính phù hợp giữa kết quả phân tích và giải pháp quản trị đưa ra. Các giải pháp được xây dựng dựa trên bốn nhân tố có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê trong mô hình nghiên cứu, bao gồm: lãi suất cho vay, thủ tục vay vốn, năng lực và thái độ nhân viên, chất lượng dịch vụ.

PHẦN 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Nghiên cứu tập trung làm rõ tình hình triển khai hoạt động tín dụng đối với khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi, đồng thời nhận diện các yếu tố có khả năng chi phối quyết định vay vốn của nhóm khách hàng này. Trên cơ sở tổng quan lý thuyết, kế thừa các nghiên cứu trước và kết quả khảo sát khách hàng, đề tài đã xây dựng mô hình nghiên cứu gồm 06 yếu tố: thủ tục vay vốn, uy tín ngân hàng, năng lực và thái độ nhân viên, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng dịch vụ và lãi suất cho vay.

Dữ liệu hồi quy cho thấy trong các nhân tố đưa vào mô hình, có bốn nhân tố đạt mức ý nghĩa thống kê và tác động theo chiều thuận đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Trong đó, lãi suất cho vay là yếu tố có tác động mạnh nhất với hệ số Beta chuẩn hóa $\beta = 0,560$; tiếp theo là thủ tục vay vốn với $\beta = 0,200$; năng lực và thái độ nhân viên với $\beta = 0,174$; và chất lượng dịch vụ với $\beta = 0,101$. Bên cạnh đó, hai yếu tố uy tín ngân hàng và chính sách chăm sóc khách hàng chưa cho thấy ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn trong phạm vi mẫu nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu khẳng định rằng quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi chịu ảnh hưởng chủ yếu bởi các yếu tố trực tiếp gắn với khoản vay và quá trình giao dịch. Khách hàng quan tâm nhiều nhất đến mức lãi suất, sự thuận tiện của thủ tục, năng lực tư vấn của nhân viên và chất lượng dịch vụ. Đây là cơ sở quan trọng để Sacombank – Phòng giao dịch La Gi xây dựng các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao khả năng thu hút khách hàng cá nhân vay vốn trong thời gian tới.

2. Kiến nghị

2.1 Kiến nghị đối với Sacombank – Phòng giao dịch La Gi

Thứ nhất, đối với lãi suất cho vay, Phòng giao dịch cần tăng cường tính minh bạch trong quá trình tư vấn lãi suất cho khách hàng. Nhân viên cần giải thích rõ mức

lãi suất áp dụng, thời gian ưu đãi, cách tính lãi, các khoản phí liên quan và tổng chi phí khoản vay.

Thứ hai, đối với thủ tục vay vốn, Phòng giao dịch cần tiếp tục cải tiến quy trình theo hướng đơn giản, rõ ràng và tiết kiệm thời gian cho khách hàng. Cần chuẩn hóa danh mục hồ sơ theo từng sản phẩm vay, hướng dẫn khách hàng đầy đủ ngay từ đầu và hạn chế tình trạng bổ sung hồ sơ nhiều lần. Đồng thời, Phòng giao dịch cần rút ngắn thời gian phản hồi, cập nhật tiến độ xử lý hồ sơ và phân công nhân viên phụ trách cụ thể đối với từng khách hàng vay vốn.

Thứ ba, đối với năng lực và thái độ nhân viên, Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cần chú trọng đào tạo đội ngũ nhân viên về nghiệp vụ tín dụng cá nhân, kỹ năng tư vấn tài chính, kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống.

Thứ tư, đối với chất lượng dịch vụ, Phòng giao dịch cần nâng cao trải nghiệm khách hàng trong toàn bộ quá trình trước vay, trong khi vay và sau giải ngân. Cần cải thiện tốc độ phục vụ, tính chính xác của thông tin, sự thuận tiện trong giao dịch và khả năng hỗ trợ khách hàng sau khi khoản vay được giải ngân.

2.2 Kiến nghị đối với Sacombank Chi nhánh Bình Thuận

Sacombank Chi nhánh Bình Thuận cần hỗ trợ Phòng giao dịch La Gi trong việc triển khai các chính sách tín dụng cá nhân phù hợp với đặc điểm khách hàng trên địa bàn. Chi nhánh cần thường xuyên cập nhật chính sách lãi suất, chương trình ưu đãi, quy trình thẩm định và các sản phẩm vay mới để Phòng giao dịch có cơ sở tư vấn hiệu quả cho khách hàng.

Bên cạnh đó, nội dung đào tạo cần tập trung vào nghiệp vụ cho vay khách hàng cá nhân, kỹ năng tư vấn, kỹ năng chăm sóc khách hàng và kiểm soát rủi ro tín dụng. Việc đào tạo thường xuyên sẽ giúp nâng cao chất lượng nhân sự, bảo đảm quá trình tư vấn và xử lý hồ sơ vay được thực hiện thống nhất, chính xác và chuyên nghiệp.

Ngoài ra, Chi nhánh cần hỗ trợ Phòng giao dịch trong việc ứng dụng công nghệ vào quản lý hồ sơ vay, theo dõi tiến độ xử lý và chăm sóc khách hàng sau giải ngân.

2.3 Kiến nghị đối với Hội sở Sacombank

Hội sở Sacombank cần tiếp tục hoàn thiện chính sách sản phẩm cho vay, các sản phẩm vay cần được thiết kế dựa trên nhu cầu thực tế như vay tiêu dùng, vay mua nhà, vay sửa chữa nhà, vay mua phương tiện, vay sản xuất kinh doanh cá thể và các khoản vay phục vụ đời sống.

Đối với chính sách lãi suất, Hội sở cần xây dựng các gói lãi suất cạnh tranh, minh bạch và linh hoạt theo từng thời kỳ, từng mục đích vay và từng nhóm khách hàng.

Bên cạnh đó, Hội sở cần đẩy mạnh chuyển đổi số trong hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, đặc biệt ở các khâu đăng ký vay, tra cứu tiến độ hồ sơ, nhắc lịch trả nợ và quản lý thông tin khách hàng.

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

Thứ nhất, phạm vi nghiên cứu chỉ được thực hiện tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi nên kết quả có thể chưa đại diện đầy đủ cho toàn bộ hệ thống Sacombank hoặc các ngân hàng thương mại khác. Thứ hai, nghiên cứu sử dụng dữ liệu cắt ngang nên kết quả chỉ phản ánh nhận định của khách hàng tại thời điểm khảo sát. Vì vậy, nghiên cứu chưa theo dõi được sự dịch chuyển trong nhu cầu, thái độ và quyết định vay vốn của khách hàng khi điều kiện lãi suất, thu nhập hoặc chính sách tín dụng thay đổi qua từng giai đoạn. Thứ ba, mô hình nghiên cứu mới xem xét 06 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn, trong khi trên thực tế hành vi vay vốn của khách hàng cá nhân có thể còn chịu tác động bởi các yếu tố khác.

Ở các hướng nghiên cứu sau, phạm vi thu thập dữ liệu nên được triển khai tại nhiều đơn vị khác trong hệ thống Sacombank thay vì chỉ tập trung tại Phòng giao dịch La Gi. Cách tiếp cận này sẽ giúp kết quả phản ánh đa dạng hơn đặc điểm khách hàng ở từng địa bàn, đồng thời nâng cao mức độ đại diện của các kết luận nghiên cứu. Bên

cạnh đó, các nghiên cứu sau có thể bổ sung thêm các yếu tố mới như niềm tin khách hàng, cảm nhận rủi ro, khả năng tài chính cá nhân, trải nghiệm ngân hàng số hoặc ảnh hưởng xã hội để làm rõ hơn hành vi vay vốn của khách hàng cá nhân trong bối cảnh ngân hàng bán lẻ hiện đại.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

- Bùi, V. T., Võ, B. Q. C., & Nguyễn, K. L. (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Đông Đồng Nai. *Tạp chí Công Thương*, 25, 354–359.
- Đinh, P. H. (2017). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế & viết luận văn Thạc sĩ*. Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Đinh, P. H. (2019). *Nghiên cứu định lượng trong kinh tế và viết bài báo khoa học*. Nhà xuất bản Tài chính.
- Hoàng, T. A. T. (2017). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Huế. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ*, 20(Q3), 96–103.
- Nguyễn, G. T. (2023). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng để vay vốn của khách hàng cá nhân trên địa bàn thành phố Cao Lãnh trong bối cảnh dịch COVID-19. *TNU Journal of Science and Technology*, 228(08), 150–157. <https://doi.org/10.34238/tnu-jst.7426>
- Nguyễn, T. A. H. (2023). Yếu tố quyết định chọn ngân hàng để vay vốn của khách hàng cá nhân tại VietinBank Vũng Tàu. *Tạp chí Tài chính*, 797, 209–211.
- Nguyễn, T. L., Huỳnh, Q. D., & Nguyễn, H. Q. (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Cà Mau. *Tạp chí Công Thương*, 23, 382–387.
- Nguyễn, T. N. D., & Nguyễn, Q. H. (2016). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn ngân hàng của khách hàng cá nhân tại thành phố Biên Hòa. *Tạp chí Khoa học Lạc Hồng*, 5, 25–30.
- Nguyễn, T. T., & Bùi, V. T. (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Sóc Trăng. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*.

Võ, N. A. T., Kim, H. T. N., & Diệp, T. T. (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các công ty tài chính trên địa bàn thành phố Trà Vinh. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Trà Vinh*, 11(48), 24–32.

Tài liệu tiếng Anh

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)

Almossawi, M. (2001). Bank selection criteria employed by college students in Bahrain: An empirical analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 19(3), 115–125. <https://doi.org/10.1108/02652320110388540>

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Levine, R. (2007). Finance, inequality and the poor. *Journal of Economic Growth*, 12(1), 27–49. <https://doi.org/10.1007/s10887-007-9010-6>

Berger, A. N., & Udell, G. F. (2006). A more complete conceptual framework for SME finance. *Journal of Banking & Finance*, 30(11), 2945–2966. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.05.008>

Dehnert, M., & Schumann, J. (2022). Uncovering the digitalization impact on consumer decision-making for checking accounts in banking. *Electronic Markets*, 32, 1503–1528. <https://doi.org/10.1007/s12525-022-00524-4>

Devlin, J. F. (2005). A detailed study of financial services choice criteria. *Journal of Consumer Marketing*, 22(2), 108–118. <https://doi.org/10.1108/07363760510589222>

DeYoung, R., Lang, W. W., & Nolle, D. L. (2007). How the Internet affects output and performance at community banks. *Journal of Banking & Finance*, 31(4), 1033–1060. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2006.10.003>

Dhakal, K. (2024). *Factors affecting loan purchasing decision of customers in Kathmandu Valley* [Master's thesis, Shanker Dev Campus]. Tribhuvan University Central Library.

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An*

introduction to theory and research. Addison-Wesley.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.

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.

Sitaula, R. (2025). *Factors affecting customer decision to acquire bank loans in Kathmandu Valley* [Master's thesis, Shanker Dev Campus]. Tribhuvan University Central Library.

Subedi, K. D., & Joshi, A. (2025). Factors influencing customers' borrowing decisions in commercial banks. *Nepalese Journal of Management Research*, 5(1), 47–56. <https://doi.org/10.3126/njmgtr.v5i1.75871>

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1 - DÀN BÀI THẢO LUẬN NHÓM

Kính chào Quý Anh/Chị!

Tôi là Đinh Văn Thành, học viên Chương trình đào tạo Thạc sĩ ngành Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Phan Thiết. Hiện nay, tôi đang thực hiện Đề án tốt nghiệp với đề tài: *“Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Phòng giao dịch La Gi”*.

Buổi tham khảo ý kiến chuyên gia được thực hiện nhằm ghi nhận các nhận xét, góp ý của Quý Anh/Chị về mô hình nghiên cứu, các yếu tố ảnh hưởng và nội dung thang đo dự kiến sử dụng trong khảo sát khách hàng cá nhân. Mọi ý kiến đóng góp của Quý Anh/Chị chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu học thuật và hoàn thiện Đề án tốt nghiệp.

Xin trân trọng cảm ơn Quý Anh/Chị!

NỘI DUNG THẢO LUẬN:

I. Ý kiến về mô hình nghiên cứu

Câu hỏi 1: Theo Anh/Chị, những nhân tố nào có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn của khách hàng cá nhân tại địa bàn La Gi?

.....

Câu hỏi 2: Theo Anh/Chị, các yếu tố sau có phù hợp để nghiên cứu ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi hay không?

- (i) Thủ tục vay vốn
- (ii) Uy tín ngân hàng
- (iii) Năng lực và thái độ nhân viên
- (iv) Chính sách chăm sóc khách hàng

(v) Chất lượng dịch vụ

(vi) Lãi suất cho vay

.....

II. Ý kiến về nội dung thang đo

Câu hỏi 3: Các phát biểu về thủ tục vay vốn đã phản ánh đầy đủ mức độ rõ ràng của hồ sơ, điều kiện vay, thời gian xử lý và giải ngân chưa?

.....

Câu hỏi 4: Uy tín ngân hàng nên được khách hàng đánh giá thông qua những biểu hiện cụ thể nào?

.....

Câu hỏi 5: Các phát biểu về năng lực và thái độ nhân viên có phản ánh rõ kiến thức chuyên môn, khả năng tư vấn và thái độ phục vụ không?

.....

Câu hỏi 2: Nội dung về năng lực và thái độ nhân viên có trùng lặp với chất lượng dịch vụ không? Nếu có, cần điều chỉnh như thế nào?

.....

Câu hỏi 6: Chính sách chăm sóc khách hàng tại ngân hàng được thể hiện thông qua những hoạt động nào trước, trong và sau khi giải ngân?

.....

Câu hỏi 7: Các phát biểu về chất lượng dịch vụ có phản ánh được mức độ thực hiện cam kết, khả năng đáp ứng và chất lượng trải nghiệm của khách hàng không?

.....

Câu hỏi 8: Các phát biểu về lãi suất và phí vay có rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với cách khách hàng đánh giá chi phí vay vốn không?

.....

Câu hỏi 2: Có phát biểu nào quá dài, khó hiểu, mang nhiều ý hoặc có thể khiến khách hàng diễn giải theo nhiều cách khác nhau không?

.....

Câu hỏi 9: Theo Ông/Bà, nội dung nào trong bảng câu hỏi cần được sửa đổi, bổ sung hoặc loại bỏ?

Thang đo	Biến quan sát	Nội dung biến quan sát	Nguồn tham khảo
Thủ tục vay vốn (TT)	TT1	Hồ sơ vay vốn được hướng dẫn rõ ràng.	Parasuraman et al. (1988); Gerrard & Cunningham (2001); Hedayatnia & Eshghi (2011)
	TT2	Thủ tục vay vốn đơn giản.	
	TT3	Thời gian xét duyệt hồ sơ vay vốn nhanh chóng.	
	TT4	Quy trình giải ngân thuận tiện.	
	TT5	Các điều kiện vay vốn được trình bày rõ ràng, dễ hiểu.	
Uy tín ngân hàng (TH)	TH1	Ngân hàng có uy tín trên thị trường.	Almossawi (2001); Gerrard & Cunningham (2001); Devlin (2005)
	TH2	Tôi cảm thấy an tâm khi vay vốn tại ngân hàng.	
	TH3	Ngân hàng thực hiện đúng các cam kết với khách hàng.	
	TH4	Thông tin và chính sách vay vốn của ngân hàng minh bạch.	

Năng lực và thái độ nhân viên (NV)	NV1	Nhân viên có kiến thức chuyên môn tốt về sản phẩm vay vốn.	Parasuraman et al. (1988); Almosawi (2001); Gerrard & Cunningham (2001)
	NV2	Nhân viên tư vấn đầy đủ, dễ hiểu và phù hợp với nhu cầu khách hàng.	
	NV3	Nhân viên phục vụ nhiệt tình, lịch sự và tôn trọng khách hàng.	
Chính sách chăm sóc khách hàng (CSKH)	CSKH1	Ngân hàng thường xuyên hỗ trợ khách hàng trong quá trình vay vốn.	Zeithaml et al. (1996); Parasuraman et al. (1988)
	CSKH2	Ngân hàng có chính sách ưu đãi phù hợp cho khách hàng vay vốn.	
	CSKH3	Khách hàng nhận được sự quan tâm và hỗ trợ khi cần thiết.	
	CSKH4	Ngân hàng xử lý phản hồi, thắc mắc của khách hàng nhanh chóng.	
Chất lượng dịch vụ (CLDV)	CLDV1	Ngân hàng cung cấp dịch vụ vay vốn đúng cam kết.	Grönroos (1984); Parasuraman et al. (1988); Zeithaml et al. (1996)
	CLDV2	Nhân viên hỗ trợ khách hàng kịp thời trong quá trình vay vốn.	
	CLDV3	Tôi hài lòng với chất lượng phục vụ của ngân hàng.	
	CLDV4	Không gian giao dịch của ngân hàng chuyên nghiệp và thuận tiện.	
	CLDV5	Dịch vụ vay vốn của ngân hàng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.	
Lãi suất cho vay hợp lý (LS)	LS1	Lãi suất vay vốn tại ngân hàng ở mức hợp lý.	Almosawi (2001); Devlin (2005); Hedayatnia & Eshghi (2011)
	LS2	Mức lãi suất phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng.	

	LS3	Chính sách lãi suất của ngân hàng có tính cạnh tranh.	
	LS4	Các khoản phí liên quan đến vay vốn được công khai, minh bạch.	
Quyết định vay vốn (QD)	QD1	Tôi lựa chọn ngân hàng khi có nhu cầu vay vốn.	Zeithaml et al. (1996); Devlin (2005)
	QD2	Tôi sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại ngân hàng trong tương lai.	
	QD3	Tôi sẵn sàng giới thiệu ngân hàng cho người khác khi có nhu cầu vay vốn.	

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác, giúp đỡ của Anh/Chị!

PHỤ LỤC 2 – KẾT QUẢ THẢO LUẬN NHÓM

2.1 Kết quả đánh giá mô hình nghiên cứu

Kết quả tham vấn cho thấy phần lớn người tham gia đều thống nhất rằng mô hình nghiên cứu đề xuất phản ánh tương đối đầy đủ các yếu tố có khả năng ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Sáu nhân tố trong mô hình được đánh giá có tính phù hợp với đặc điểm hoạt động tín dụng của đơn vị cũng như bối cảnh cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại trên địa bàn.

Đối với nhóm thủ tục vay vốn, đa số ý kiến cho rằng khách hàng thường quan tâm đến mức độ rõ ràng của hồ sơ, điều kiện vay, thời gian xử lý hồ sơ và thời gian giải ngân. Các phát biểu trong thang đo cần được diễn đạt theo hướng cụ thể, tránh sử dụng các từ mang tính định tính như "tương đối" hoặc "khá", nhằm giúp người trả lời dễ đánh giá hơn.

Đối với uy tín ngân hàng, người tham gia thống nhất rằng khách hàng thường đánh giá uy tín thông qua hình ảnh thương hiệu, khả năng thực hiện đúng cam kết, mức độ minh bạch trong quá trình giao dịch và sự tin cậy của ngân hàng. Vì vậy, các biến quan sát cần phản ánh rõ các biểu hiện cụ thể của uy tín thay vì chỉ sử dụng những nhận định mang tính khái quát.

Đối với năng lực và thái độ nhân viên, các ý kiến đều cho rằng đây là một trong những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của khách hàng trong quá trình vay vốn. Các phát biểu cần nhấn mạnh khả năng tư vấn, kiến thức chuyên môn, thái độ phục vụ, khả năng giải thích điều kiện vay và hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình thực hiện khoản vay.

Đối với chính sách chăm sóc khách hàng, nhiều ý kiến đề nghị cần phân biệt rõ với chất lượng dịch vụ. Theo đó, chính sách chăm sóc khách hàng nên phản ánh các hoạt động hỗ trợ, duy trì mối quan hệ với khách hàng trước, trong và sau khi giải ngân, trong khi chất lượng dịch vụ phản ánh mức độ đáp ứng, khả năng thực hiện đúng cam kết và trải nghiệm tổng thể của khách hàng đối với ngân hàng.

Đối với chất lượng dịch vụ, người tham gia đánh giá các nội dung trong thang đo nhìn chung phù hợp nhưng cần điều chỉnh một số cách diễn đạt nhằm hạn chế sự giao thoa với thang đo năng lực nhân viên và chính sách chăm sóc khách hàng.

Đối với lãi suất cho vay, các ý kiến thống nhất rằng khách hàng không chỉ quan tâm đến mức lãi suất mà còn chú ý đến tính minh bạch của các khoản phí, phương thức tính lãi và việc ngân hàng cung cấp đầy đủ thông tin trước khi ký kết hợp đồng tín dụng. Vì vậy, các phát biểu cần phản ánh đồng thời tính hợp lý, tính cạnh tranh và tính minh bạch của chi phí vay vốn.

2.2 Kết quả điều chỉnh thang đo

❖ Thang đo thủ tục vay vốn

Thang đo thủ tục vay vốn gồm năm biến quan sát, phản ánh việc hướng dẫn hồ sơ, mức độ đơn giản của thủ tục, thời gian xét duyệt, sự thuận tiện trong giải ngân và mức độ rõ ràng của các điều kiện vay vốn.

Kết quả tham vấn cho thấy TT1, TT3 và TT5 có nội dung rõ ràng, phù hợp với thực tế nên được giữ nguyên.

Đối với TT2, nội dung ban đầu là “Thủ tục vay vốn đơn giản”. Người tham gia cho rằng cách diễn đạt này mang tính khẳng định tuyệt đối và chưa thể hiện đầy đủ tính chất đánh giá cảm nhận của khách hàng. Do đó, phát biểu được điều chỉnh thành “Thủ tục vay vốn tại ngân hàng tương đối đơn giản”. Việc bổ sung cụm từ “tại ngân hàng” giúp xác định rõ đối tượng được đánh giá, trong khi từ “tương đối” thể hiện đây là cảm nhận của khách hàng về mức độ đơn giản của thủ tục.

Đối với TT4, nội dung ban đầu là “Quy trình giải ngân thuận tiện”. Ý kiến tham vấn cho rằng cần bổ sung đối tượng thụ hưởng sự thuận tiện để phát biểu rõ nghĩa hơn. Do đó, biến này được điều chỉnh thành “Quy trình giải ngân thuận tiện cho khách hàng”.

Như vậy, thang đo thủ tục vay vốn vẫn giữ nguyên năm biến quan sát, trong đó có hai biến được hiệu chỉnh cách diễn đạt.

❖ Thang đo uy tín ngân hàng

Thang đo uy tín ngân hàng gồm bốn biến quan sát, phản ánh uy tín của ngân hàng trên thị trường, cảm giác an tâm của khách hàng, khả năng thực hiện cam kết và tính minh bạch của thông tin, chính sách vay vốn.

Kết quả tham vấn cho thấy cả bốn phát biểu TH1, TH2, TH3 và TH4 đều rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với nội dung khái niệm. Vì vậy, không có biến quan sát nào được điều chỉnh hoặc loại bỏ.

❖ **Thang đo năng lực và thái độ nhân viên**

Thang đo năng lực và thái độ nhân viên gồm ba biến quan sát, phản ánh kiến thức chuyên môn, khả năng tư vấn và thái độ phục vụ của nhân viên.

Người tham gia đánh giá các phát biểu NV1, NV2 và NV3 đã thể hiện tương đối đầy đủ những đặc điểm khách hàng quan tâm khi tiếp xúc với nhân viên trong quá trình vay vốn. Nội dung của các phát biểu rõ ràng, không gây hiểu nhầm và không cần điều chỉnh.

Do đó, cả ba biến quan sát của thang đo năng lực và thái độ nhân viên được giữ nguyên.

❖ **Thang đo chính sách chăm sóc khách hàng**

Thang đo chính sách chăm sóc khách hàng gồm bốn biến quan sát, phản ánh hoạt động hỗ trợ trong quá trình vay vốn, chính sách ưu đãi, sự quan tâm khi khách hàng cần hỗ trợ và khả năng xử lý phản hồi, thắc mắc.

Kết quả tham vấn cho thấy các phát biểu CSKH1, CSKH2, CSKH3 và CSKH4 đều có nội dung phù hợp với hoạt động chăm sóc khách hàng vay vốn. Mặc dù CSKH1 và CSKH3 cùng đề cập đến hoạt động hỗ trợ khách hàng, người tham gia nhận định hai phát biểu vẫn phản ánh hai khía cạnh khác nhau. CSKH1 nhấn mạnh sự hỗ trợ thường xuyên trong quá trình vay vốn, trong khi CSKH3 phản ánh sự quan tâm và hỗ trợ khi khách hàng phát sinh nhu cầu.

Vì vậy, cả bốn biến quan sát được giữ nguyên để tiếp tục kiểm định trong nghiên cứu định lượng.

❖ Thang đo chất lượng dịch vụ

Thang đo chất lượng dịch vụ gồm năm biến quan sát, phản ánh khả năng cung cấp dịch vụ đúng cam kết, sự hỗ trợ kịp thời, mức độ hài lòng, không gian giao dịch và khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Kết quả tham vấn cho thấy CLDV1, CLDV2, CLDV3, CLDV4 và CLDV5 có cách diễn đạt rõ ràng và phù hợp với trải nghiệm của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ vay vốn. Mặc dù CLDV2 có liên quan đến sự hỗ trợ của nhân viên, phát biểu này được giữ lại vì tập trung vào tính kịp thời trong quá trình cung cấp dịch vụ, khác với nhóm năng lực và thái độ nhân viên vốn nhấn mạnh kiến thức, khả năng tư vấn và thái độ phục vụ.

Do đó, toàn bộ năm biến quan sát của thang đo chất lượng dịch vụ được giữ nguyên.

❖ Thang đo lãi suất cho vay hợp lý

Thang đo lãi suất cho vay hợp lý gồm bốn biến quan sát, phản ánh tính hợp lý, mức độ phù hợp với khả năng tài chính, tính cạnh tranh của chính sách lãi suất và sự minh bạch của các khoản phí liên quan.

Người tham gia đánh giá các phát biểu LS1, LS2, LS3 và LS4 đều phù hợp với những nội dung khách hàng quan tâm khi xem xét chi phí vay vốn. Các phát biểu có cách diễn đạt rõ ràng và không cần điều chỉnh.

Do đó, cả bốn biến quan sát của thang đo lãi suất cho vay hợp lý được giữ nguyên.

❖ Thang đo quyết định vay vốn

Thang đo quyết định vay vốn gồm ba biến quan sát, phản ánh việc lựa chọn ngân hàng khi phát sinh nhu cầu vay vốn, ý định tiếp tục vay trong tương lai và sự sẵn sàng giới thiệu ngân hàng cho người khác.

Trong thang đo ban đầu, các phát biểu QD1, QD2 và QD3 sử dụng cụm từ chung là “ngân hàng”. Người tham gia cho rằng cách diễn đạt này có thể khiến khách

hàng liên tưởng đến bất kỳ ngân hàng nào, trong khi đối tượng nghiên cứu cụ thể là Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.

Do đó, ba biến quan sát được điều chỉnh bằng cách thay cụm từ “ngân hàng” bằng “Sacombank – Phòng giao dịch La Gi”. Việc điều chỉnh này giúp xác định rõ đối tượng đánh giá và bảo đảm các câu trả lời phản ánh đúng quyết định của khách hàng đối với đơn vị nghiên cứu.

Nội dung sau điều chỉnh gồm:

QD1: “Tôi lựa chọn Sacombank – Phòng giao dịch La Gi khi có nhu cầu vay vốn”.

QD2: “Tôi sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong tương lai”.

QD3: “Tôi sẵn sàng giới thiệu Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cho người khác khi có nhu cầu vay vốn”.

PHỤ LỤC 3 – DANH SÁCH CHUYÊN GIA

STT	Họ và tên	Nhóm người tham gia	Chức vụ	Đơn vị
1	Hồ Duy Hùng	Cán bộ quản lý	Phó Giám đốc Chi nhánh	Sacombank
2	Võ Văn Tường	Cán bộ quản lý	Phó Giám đốc Chi nhánh, phụ trách mảng dịch vụ khách hàng	Sacombank
3	Nguyễn Mai An	Cán bộ quản lý	Trưởng phòng Khách hàng cá nhân	Sacombank
4	Nguyễn Hùng	Cán bộ quản lý	Trưởng Phòng giao dịch La Gi	Sacombank – Phòng giao dịch La Gi
5	Nguyễn Tấn Huy	Cán bộ quản lý	Phó Trưởng Phòng giao dịch La Gi	Sacombank – Phòng giao dịch La Gi
6	Nguyễn Thị Kim Châu	Khách hàng	Khách hàng có trải nghiệm vay vốn	Sacombank – Phòng giao dịch La Gi

7	Nguyễn Văn Đồng	Khách hàng		Sacombank – Phòng giao dịch La Gi
8	Nguyễn Thị Thanh Thủy	Khách hàng		Sacombank – Phòng giao dịch La Gi
9	Nguyễn Thị Kim Hiền	Khách hàng		Sacombank – Phòng giao dịch La Gi
10	Bùi Tuấn Hoanh	Khách hàng		Sacombank – Phòng giao dịch La Gi
11	Nguyễn Văn Sơn	Khách hàng		Sacombank – Phòng giao dịch La Gi

PHỤ LỤC 4 - DÀN BÀI KHẢO SÁT

Kính chào Quý Anh/Chị!

Tôi là Đinh Văn Thành, học viên Chương trình đào tạo Thạc sĩ ngành Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Phan Thiết. Hiện nay, tôi đang thực hiện Đề án tốt nghiệp với đề tài: **“Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Phòng giao dịch La Gi”**.

Phiếu khảo sát này nhằm thu thập ý kiến của Quý Anh/Chị về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi. Mọi thông tin Quý Anh/Chị cung cấp chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu học thuật và được bảo mật.

Rất mong nhận được sự hợp tác của Quý Anh/Chị.

Xin trân trọng cảm ơn!

I. Thông tin chung

Câu 1. Xin vui lòng cho biết giới tính của Anh/Chị:

☐ Nam

☐ Nữ

Câu 2. Xin vui lòng cho biết độ tuổi của Anh/Chị:

☐ Dưới 25 tuổi

☐ Từ 25 – dưới 40 tuổi

☐ Từ 40 tuổi trở lên

Câu 3. Xin vui lòng cho biết trình độ học vấn của Anh/Chị:

☐ Phổ thông trở xuống

☐ Trung cấp/Cao đẳng

☐ Đại học

☐ Trên đại học

Câu 4. Xin vui lòng cho biết thu nhập bình quân hàng tháng của Anh/Chị:

☐ Dưới 5 triệu đồng

- ☐ Từ 5 – dưới 10 triệu đồng
- ☐ Từ 10 – dưới 15 triệu đồng
- ☐ Từ 15 triệu đồng trở lên

II. Thông tin khảo sát

STT	NỘI DUNG ĐÁNH GIÁ	1. Rất không đồng ý	2. Không đồng ý	3. Bình thường	4. Đồng ý	5. Rất đồng ý
1	Hồ sơ vay vốn được hướng dẫn rõ ràng.					
2	Thủ tục vay vốn tại ngân hàng tương đối đơn giản.					
3	Thời gian xét duyệt hồ sơ vay vốn nhanh chóng.					
4	Quy trình giải ngân thuận tiện cho khách hàng.					
5	Các điều kiện vay vốn được trình bày rõ ràng, dễ hiểu.					
6	Sacombank là ngân hàng có uy tín trên thị trường.					
7	Tôi cảm thấy an tâm khi vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi.					
8	Ngân hàng thực hiện đúng các cam kết với khách hàng.					
9	Thông tin và chính sách vay vốn của ngân hàng minh bạch.					
10	Nhân viên có kiến thức chuyên môn tốt về sản phẩm vay vốn.					

11	Nhân viên tư vấn đầy đủ, dễ hiểu và phù hợp với nhu cầu khách hàng.					
12	Nhân viên phục vụ nhiệt tình, lịch sự và tôn trọng khách hàng.					
13	Ngân hàng thường xuyên hỗ trợ khách hàng trong quá trình vay vốn.					
14	Ngân hàng có chính sách ưu đãi phù hợp cho khách hàng vay vốn.					
15	Khách hàng nhận được sự quan tâm và hỗ trợ khi cần thiết.					
16	Ngân hàng xử lý phản hồi, thắc mắc của khách hàng nhanh chóng.					
17	Ngân hàng cung cấp dịch vụ vay vốn đúng cam kết.					
18	Nhân viên hỗ trợ khách hàng kịp thời trong quá trình vay vốn.					
19	Tôi hài lòng với chất lượng phục vụ của ngân hàng.					
20	Không gian giao dịch của ngân hàng chuyên nghiệp và thuận tiện.					
21	Dịch vụ vay vốn của ngân hàng đáp ứng nhu cầu của khách hàng.					
22	Lãi suất vay vốn tại ngân hàng ở mức hợp lý.					
23	Mức lãi suất phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng.					
24	Chính sách lãi suất của ngân hàng có tính cạnh tranh.					

25	Các khoản phí liên quan đến vay vốn được công khai, minh bạch.					
26	Tôi lựa chọn Sacombank – Phòng giao dịch La Gi khi có nhu cầu vay vốn.					
27	Tôi sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại Sacombank – Phòng giao dịch La Gi trong tương lai.					
28	Tôi sẵn sàng giới thiệu Sacombank – Phòng giao dịch La Gi cho người khác khi có nhu cầu vay vốn.					

Trân trọng cảm ơn sự hợp tác, giúp đỡ của Quý Anh/ Chị!

PHỤ LỤC 5 - KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

5.1 Thống kê mô tả

Statistics

		Gioitinh	Dotuoi	Hocvan	Thunhap
N	Valid	224	224	224	224
	Missing	0	0	0	0

Gioitinh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	95	42.4	42.4	42.4
	Nữ	129	57.6	57.6	100.0
	Total	224	100.0	100.0	

Dotuoi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 25 tuổi	46	20.5	20.5	20.5
	Từ 25 – dưới 40 tuổi	135	60.3	60.3	80.8
	Từ 40 tuổi trở lên	43	19.2	19.2	100.0
	Total	224	100.0	100.0	

Hocvan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Phổ thông trở xuống	47	21.0	21.0	21.0
	Trung cấp/Cao đẳng	88	39.3	39.3	60.3
	Đại học	72	32.1	32.1	92.4
	Trên đại học	17	7.6	7.6	100.0
	Total	224	100.0	100.0	

Thunhap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 5 triệu đồng	62	27.7	27.7	27.7
	Từ 5 – dưới 10 triệu đồng	103	46.0	46.0	73.7
	Từ 10 – dưới 15 triệu đồng	51	22.8	22.8	96.4
	Từ 15 triệu đồng trở lên	8	3.6	3.6	100.0
	Total	224	100.0	100.0	

5.2 Phân tích Cronbach's Alpha

5.2.1 Phân tích Cronbach's Alpha – Thang đo “Thủ tục vay vốn”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	224	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TT1	3.563	1.1107	224
TT2	3.500	1.2016	224
TT3	3.455	1.2193	224
TT4	3.429	1.2032	224
TT5	3.585	1.1332	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TT1	13.969	16.721	.732	.882
TT2	14.031	15.717	.781	.871
TT3	14.076	15.748	.761	.875
TT4	14.103	15.967	.747	.878
TT5	13.946	16.544	.735	.881

5.2.2 Phân tích Cronbach's Alpha – Thang đo “Uy tín ngân hàng”**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	224	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TH1	3.888	.7641	224
TH2	3.813	.7755	224
TH3	3.652	.8003	224
TH4	3.799	.7751	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TH1	11.263	3.370	.545	.680
TH2	11.339	3.373	.530	.688
TH3	11.500	3.417	.482	.716
TH4	11.353	3.234	.592	.653

5.2.3 Phân tích Cronbach's Alpha – Thang đo “Năng lực và thái độ nhân viên”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	224	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
NV1	4.058	.9756	224
NV2	4.161	.8529	224
NV3	3.987	.9058	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NV1	8.147	2.485	.782	.754
NV2	8.045	2.958	.735	.802
NV3	8.219	2.898	.688	.841

5.2.4 Phân tích Cronbach's Alpha – Thang đo “Chính sách chăm sóc khách hàng”

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	224	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CSKH1	3.701	1.0859	224
CSKH2	3.737	1.2006	224
CSKH3	2.978	1.3574	224
CSKH4	3.656	1.0891	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CSKH1	10.371	7.714	.694	.631
CSKH2	10.335	7.112	.707	.612
CSKH3	11.094	9.027	.271	.867
CSKH4	10.415	7.957	.641	.659

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	224	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CSKH1	3.701	1.0859	224
CSKH2	3.737	1.2006	224
CSKH4	3.656	1.0891	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CSKH1	7.393	4.401	.757	.806
CSKH2	7.357	4.051	.731	.832
CSKH4	7.438	4.382	.759	.804

5.2.5 Phân tích Cronbach's Alpha – Thang đo “Chất lượng dịch vụ”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	224	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CLDV1	3.741	.9206	224
CLDV2	3.915	.9312	224
CLDV3	3.482	1.1751	224
CLDV4	4.018	.9277	224
CLDV5	4.000	.9423	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CLDV1	15.415	11.248	.630	.860
CLDV2	15.241	10.946	.678	.849
CLDV3	15.674	9.503	.705	.847
CLDV4	15.138	10.676	.734	.836
CLDV5	15.156	10.437	.766	.828

5.2.6 Phân tích Cronbach's Alpha – Thang đo “Lãi suất”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	224	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LS1	4.009	.6492	224
LS2	3.991	.7751	224
LS3	3.920	.7651	224
LS4	3.835	.8116	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LS1	11.746	3.805	.731	.773
LS2	11.763	3.563	.654	.799
LS3	11.835	3.654	.629	.810
LS4	11.920	3.402	.674	.791

5.2.7 Phân tích Cronbach's Alpha – Thang đo “Quyết định vay vốn”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	224	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	224	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
QD1	3.179	.6857	224
QD2	3.634	.6137	224
QD3	3.393	.6043	224

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QD1	7.027	1.255	.712	.818
QD2	6.571	1.439	.681	.839
QD3	6.813	1.337	.799	.733

5.3 Phân tích nhân tố khám phá

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

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.869
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2741.893
	df	276
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
TT1	1.000	.696
TT2	1.000	.766
TT3	1.000	.723
TT4	1.000	.711
TT5	1.000	.717
TH1	1.000	.585
TH2	1.000	.576
TH3	1.000	.523
TH4	1.000	.638
NV1	1.000	.820
NV2	1.000	.777
NV3	1.000	.770
CSKH1	1.000	.791
CSKH2	1.000	.756
CSKH4	1.000	.820
CLDV1	1.000	.639
CLDV2	1.000	.637
CLDV3	1.000	.676
CLDV4	1.000	.702
CLDV5	1.000	.754
LS1	1.000	.755
LS2	1.000	.694
LS3	1.000	.630
LS4	1.000	.680

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	7.241	30.171	30.171	7.241	30.171	30.171	3.664	15.265	15.265
2	2.429	10.121	40.292	2.429	10.121	40.292	3.416	14.232	29.497
3	2.235	9.310	49.603	2.235	9.310	49.603	2.799	11.665	41.162
4	2.161	9.005	58.607	2.161	9.005	58.607	2.336	9.734	50.896
5	1.486	6.191	64.798	1.486	6.191	64.798	2.315	9.646	60.542
6	1.284	5.349	70.147	1.284	5.349	70.147	2.305	9.605	70.147
7	.729	3.036	73.184						
8	.640	2.666	75.850						
9	.616	2.568	78.417						
10	.524	2.183	80.600						
11	.488	2.032	82.632						
12	.468	1.949	84.581						
13	.433	1.806	86.387						
14	.405	1.689	88.075						
15	.393	1.638	89.713						
16	.377	1.569	91.283						
17	.326	1.360	92.642						
18	.309	1.289	93.931						
19	.303	1.263	95.194						
20	.268	1.116	96.310						
21	.262	1.093	97.403						
22	.229	.953	98.355						
23	.212	.882	99.237						

24	.183	.763	100.000						
----	------	------	---------	--	--	--	--	--	--

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
TT1	.704					
TT4	.699					
TT3	.679					
TT5	.658					
TT2	.655					
CSKH1	.650					
CSKH2	.645					
CLDV3	.597					
CLDV2	.596					
CSKH4	.591					.576
CLDV4	.581	-.580				
NV1	.562					
LS1	.556					
LS3						
LS4						
NV2						
LS2						
CLDV1		-.636				
CLDV5	.576	-.602				
TH4				.681		
TH3				.672		
TH1				.663		
TH2				.602		
NV3					-.621	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
TT2	.844					
TT5	.803					
TT3	.795					
TT4	.775					
TT1	.757					
CLDV5		.842				
CLDV4		.800				
CLDV1		.783				
CLDV3		.766				
CLDV2		.739				
LS1			.831			
LS2			.792			
LS4			.781			
LS3			.717			
NV3				.851		
NV1				.840		
NV2				.820		
TH4					.778	
TH1					.762	
TH2					.736	
TH3					.708	
CSKH4						.857
CSKH1						.804
CSKH2						.778

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	.571	.471	.412	.331	.157	.384
2	.411	-.815	.213	.035	.345	-.011
3	-.386	-.090	.628	.526	-.204	-.361
4	-.340	.197	-.074	.128	.898	-.134
5	-.020	.152	.590	-.770	.093	-.165
6	-.489	-.207	.192	-.057	.007	.823

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

5.3.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.705
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	316.799
	df
	3
	Sig.
	.000

Communalities

	Initial	Extraction
QD1	1.000	.762
QD2	1.000	.732
QD3	1.000	.843

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	2.337	77.892	77.892	2.337	77.892	77.892
2	.420	14.000	91.892			
3	.243	8.108	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
QD3	.918
QD1	.873
QD2	.855

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

5.3 Phân tích hồi quy

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
F_QD	3.4018	.55963	224
F_TT	3.5063	.99197	224
F_TH	3.7879	.58543	224
F_NV	4.0685	.80561	224
F_CSKH	3.6979	1.00150	224
F_CLDV	3.8312	.79972	224
F_LS	3.9386	.61636	224

Correlations

		F_QD	F_TT	F_TH	F_NV	F_CSKH	F_CLDV	F_LS
Pearson Correlation	F_QD	1.000	.551	.165	.518	.410	.403	.761
	F_TT	.551	1.000	.164	.317	.524	.340	.414
	F_TH	.165	.164	1.000	.124	.125	.099	.103
	F_NV	.518	.317	.124	1.000	.275	.308	.415
	F_CSKH	.410	.524	.125	.275	1.000	.411	.298
	F_CLDV	.403	.340	.099	.308	.411	1.000	.284
	F_LS	.761	.414	.103	.415	.298	.284	1.000
Sig. (1-tailed)	F_QD	.	.000	.007	.000	.000	.000	.000
	F_TT	.000	.	.007	.000	.000	.000	.000
	F_TH	.007	.007	.	.032	.031	.069	.063
	F_NV	.000	.000	.032	.	.000	.000	.000

	F_CSKH	.000	.000	.031	.000	.	.000	.000
	F_CLDV	.000	.000	.069	.000	.000	.	.000
	F_LS	.000	.000	.063	.000	.000	.000	.
N	F_QD	224	224	224	224	224	224	224
	F_TT	224	224	224	224	224	224	224
	F_TH	224	224	224	224	224	224	224
	F_NV	224	224	224	224	224	224	224
	F_CSKH	224	224	224	224	224	224	224
	F_CLDV	224	224	224	224	224	224	224
	F_LS	224	224	224	224	224	224	224

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	F_LS, F_TH, F_CLDV, F_CSKH, F_NV, F_TT ^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	.832 ^a	.692	.683	.31509	1.502

a. Predictors: (Constant), F_LS, F_TH, F_CLDV, F_CSKH, F_NV, F_TT

b. Dependent Variable: F_QD

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.296	6	8.049	81.077	.000 ^b
	Residual	21.544	217	.099		
	Total	69.839	223			

a. Dependent Variable: F_QD

b. Predictors: (Constant), F_LS, F_TH, F_CLDV, F_CSKH, F_NV, F_TT

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.012	.196		.062	.950		
	F_TT	.113	.027	.200	4.229	.000	.634	1.577
	F_TH	.036	.037	.038	.988	.324	.966	1.036
	F_NV	.121	.030	.174	4.048	.000	.770	1.299
	F_CSKH	.024	.026	.044	.940	.348	.659	1.518
	F_CLDV	.071	.030	.101	2.355	.019	.772	1.295
	F_LS	.509	.040	.560	12.702	.000	.731	1.369

a. Dependent Variable: F_QD

Collinearity Diagnostics^a

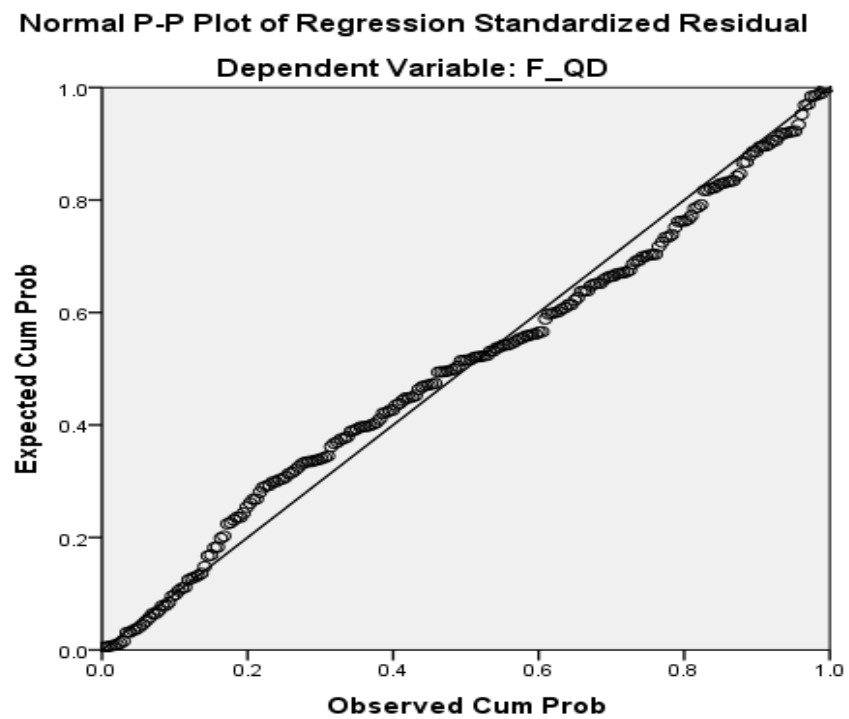
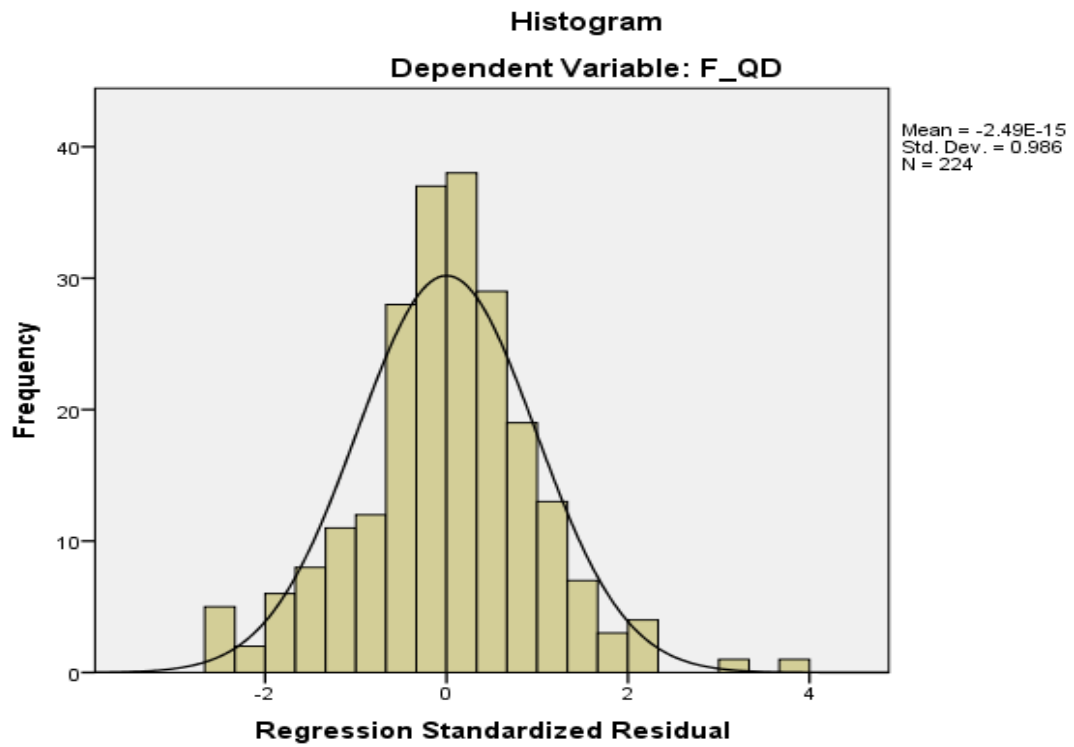
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	F_TT	F_TH	F_NV	F_CSKH	F_CLDV	F_LS
1	1	6.824	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.060	10.661	.02	.28	.05	.03	.23	.00	.01
	3	.036	13.768	.00	.55	.00	.01	.45	.15	.01
	4	.029	15.419	.02	.00	.30	.26	.11	.26	.00
	5	.026	16.217	.00	.09	.02	.39	.21	.54	.01
	6	.017	20.181	.02	.03	.19	.31	.00	.01	.65
	7	.008	28.696	.94	.04	.43	.00	.00	.03	.31

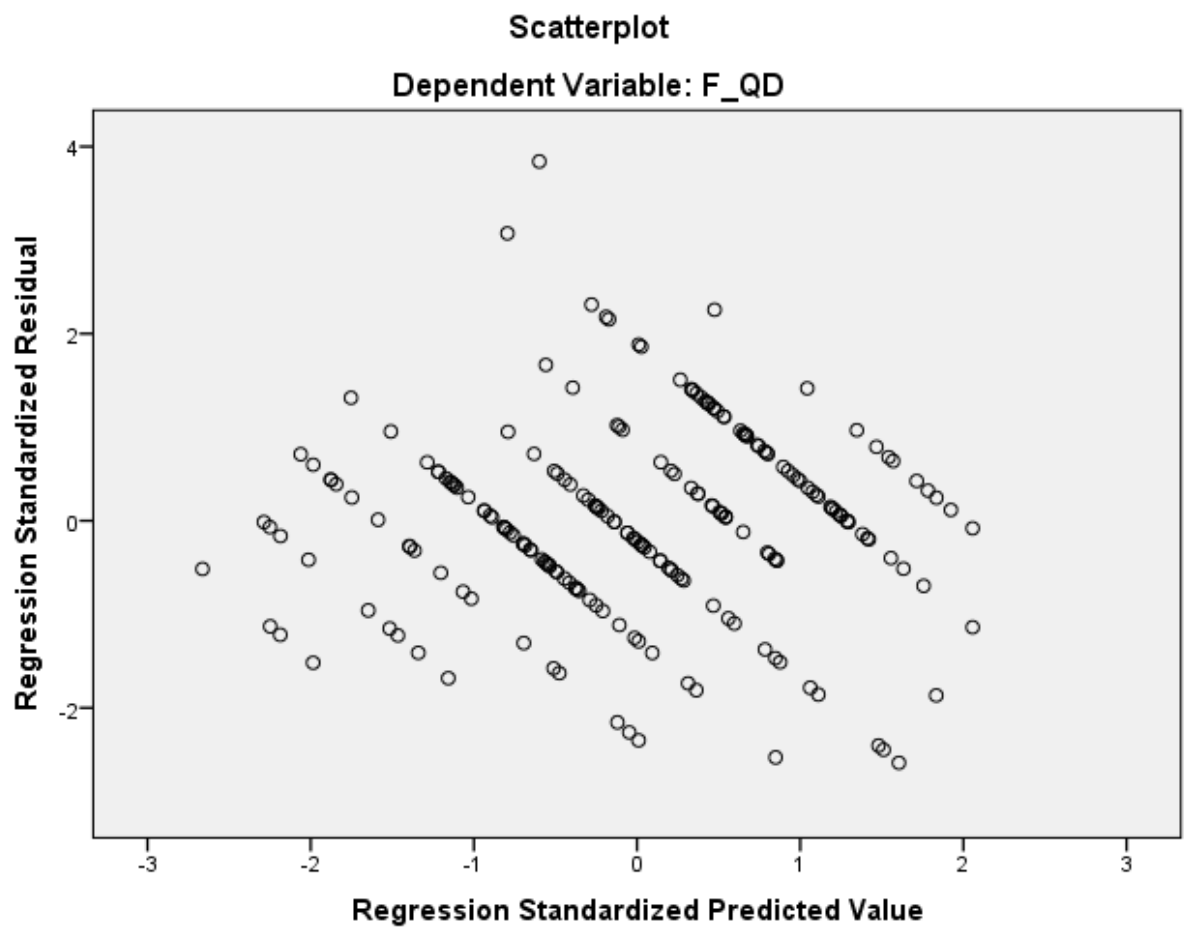
a. Dependent Variable: F_QD

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.1624	4.3587	3.4018	.46537	224
Residual	-.81526	1.21025	.00000	.31082	224
Std. Predicted Value	-2.663	2.056	.000	1.000	224
Std. Residual	-2.587	3.841	.000	.986	224

a. Dependent Variable: F_QD





5.4 Phân tích sự khác biệt

5.4.1 Phân tích sự khác biệt theo biến Giới tính

Group Statistics

	Gioitinh	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
F_QD	Nam	95	3.3895	.61819	.06342
	Nữ	129	3.4109	.51456	.04530

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
F_QD	Equal variances assumed	2.827	.094	-.282	222	.778	-.02138	.07582	-.17079	.12803
	Equal variances not assumed			-.274	179.986	.784	-.02138	.07794	-.17518	.13242

5.4.2 Phân tích sự khác biệt theo biến Độ tuổi

Test of Homogeneity of Variances

F_QD

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.591	2	221	.206

ANOVA

F_QD

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.569	2	.284	.908	.405
Within Groups	69.270	221	.313		
Total	69.839	223			

5.4.3 Phân tích sự khác biệt theo biến Trình độ học vấn

Test of Homogeneity of Variances

F_QD

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.072	3	220	.975

ANOVA

F_QD

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.943	3	.314	1.004	.392
Within Groups	68.896	220	.313		
Total	69.839	223			

5.4.4 Phân tích sự khác biệt theo biến Thu nhập

Test of Homogeneity of Variances

F_QD

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.080	3	220	.358

ANOVA

F_QD

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.052	3	.684	2.220	.087
Within Groups	67.788	220	.308		
Total	69.839	223			