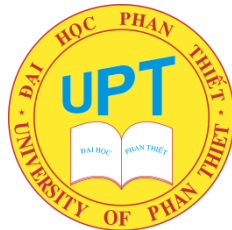


BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



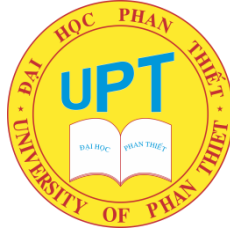
NGUYỄN VĂN DỰ

**CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN
CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG
NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM -
CHI NHÁNH HÀM THUẬN NAM BÌNH THUẬN**

**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
----------



NGUYỄN VĂN DỰ

**CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN
CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG
NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM -
CHI NHÁNH HÀM THUẬN NAM BÌNH THUẬN**

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
MÃ SỐ: 8340101

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

NGƯỜI HƯỚNG DẪN
PGS.TS ĐÌNH PHI HỒ - PGS.TS NGUYỄN TRUNG VẤN

Lâm Đồng - 2026

LỜI CẢM ƠN

Đề án tốt nghiệp này được hoàn thành không chỉ từ sự nỗ lực của bản thân tôi, mà còn nhờ vào sự hướng dẫn, hỗ trợ và động viên quý báu của quý Thầy Cô, cơ quan, gia đình, bạn bè và đồng nghiệp trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu.

Trước hết, tôi xin bày tỏ sự kính trọng và lòng biết ơn sâu sắc đến PGS.TS Đinh Phi Hổ và PGS.TS Nguyễn Trung Văn. Quý Thầy đã tận tình hướng dẫn, định hướng nghiên cứu và đưa ra nhiều góp ý thiết thực giúp tôi hoàn thiện đề án từ giai đoạn hình thành ý tưởng, xây dựng đề cương, lựa chọn tài liệu tham khảo đến quá trình chỉnh sửa và hoàn thiện nội dung cuối cùng.

Tôi xin trân trọng cảm ơn quý Thầy Cô Trường Đại học Phan Thiết đã tận tâm giảng dạy, cung cấp cho tôi nền tảng kiến thức chuyên môn, phương pháp nghiên cứu và những kinh nghiệm thực tiễn cần thiết trong suốt thời gian học tập tại trường. Những kiến thức và sự chỉ dẫn của quý Thầy Cô là cơ sở quan trọng giúp tôi thực hiện đề án này.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo cùng toàn thể cán bộ, nhân viên Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận đã nhiệt tình hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong quá trình tìm hiểu thực tế, thu thập thông tin và số liệu phục vụ cho nghiên cứu.

Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến gia đình, bạn bè và đồng nghiệp đã luôn ở bên động viên, chia sẻ và hỗ trợ tôi trong quá trình học tập cũng như trong thời gian thực hiện Đề án tốt nghiệp.

Dù đã nghiêm túc và cố gắng trong quá trình thực hiện, đề án vẫn khó tránh khỏi những hạn chế do thời gian, kinh nghiệm và năng lực nghiên cứu còn có giới hạn. Tôi kính mong nhận được những ý kiến nhận xét, góp ý của quý Thầy Cô và các Anh/Chị để đề án được tiếp tục hoàn thiện hơn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

LỜI CAM ĐOAN

Tôi tên là Nguyễn Văn Dữ, học viên cao học chuyên ngành Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Phan Thiết. Tôi xin cam đoan rằng Đề án tốt nghiệp với đề tài: **“Các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Hàm Thuận Nam Bình Thuận”** là kết quả nghiên cứu do chính tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của giảng viên hướng dẫn.

Các nội dung, số liệu, kết quả nghiên cứu và nhận xét trong Đề án được thu thập, xử lý và trình bày một cách trung thực, khách quan và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác. Những tài liệu, số liệu và thông tin tham khảo sử dụng trong nghiên cứu đều được trích dẫn nguồn đầy đủ theo quy định.

Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm trước Nhà trường và pháp luật 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

Nguyễn Văn Dữ

TÓM TẮT

Tên đề tài: Các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Hàm Thuận Nam Bình Thuận

Nội dung: Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định và đo lường mức độ tác động của các yếu tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Trên cơ sở tổng quan lý thuyết và các nghiên cứu liên quan, mô hình nghiên cứu đề xuất gồm năm yếu tố độc lập: lãi suất và biểu phí, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng và sự thuận tiện; biến phụ thuộc là quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.

Kết quả nghiên cứu cho thấy có bốn yếu tố tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, được sắp xếp theo mức độ tác động giảm dần gồm: sự thuận tiện ($\beta = 0,301$), thủ tục và quy trình vay vốn ($\beta = 0,277$), chất lượng dịch vụ ($\beta = 0,253$) và thương hiệu ngân hàng ($\beta = 0,154$). Yếu tố lãi suất và biểu phí chưa có ý nghĩa thống kê trong mô hình nghiên cứu.

Trên cơ sở kết quả phân tích, đề án đề xuất các giải pháp nhằm gia tăng khả năng khách hàng lựa chọn vay vốn tại Chi nhánh, tập trung vào nâng cao sự thuận tiện trong tiếp cận dịch vụ, đơn giản hóa thủ tục và quy trình vay vốn, cải thiện chất lượng phục vụ và củng cố uy tín thương hiệu Agribank tại địa phương. Việc triển khai các giải pháp này được kỳ vọng góp phần mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng và hỗ trợ phát triển hoạt động tín dụng cá nhân của Chi nhánh.

Từ khóa: cho vay khách hàng cá nhân; quyết định vay vốn; chất lượng dịch vụ; thủ tục vay vốn; sự thuận tiện; thương hiệu ngân hàng; Agribank.

ABSTRACT

Title: Factors Influencing the Loan Borrowing Decision of Individual Customers at the Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development – Ham Thuan Nam Branch, Binh Thuan Province

Content: This study aims to identify and measure the effects of factors influencing individual customers' loan decisions at Agribank Ham Thuan Nam – Binh Thuan Branch. Based on relevant theories and previous studies, the proposed research model includes five independent factors: interest rates and fees, lending procedures and processes, service quality, bank brand, and convenience. The dependent variable is individual customers' loan decision.

The findings indicate that four factors have positive and statistically significant effects on individual customers' loan decisions. In descending order of influence, these factors are convenience ($\beta = 0.301$), lending procedures and processes ($\beta = 0.277$), service quality ($\beta = 0.253$), and bank brand ($\beta = 0.154$). Interest rates and fees were not statistically significant in the research model.

Based on the empirical findings, the study proposes several solutions to strengthen customers' willingness to select the Branch for borrowing. The proposed solutions focus on improving service accessibility, simplifying lending procedures and processes, enhancing service quality, and reinforcing Agribank's brand reputation in the local market. The implementation of these solutions is expected to improve customer access and support the development of individual lending activities at the Branch.

Keywords: individual customer lending; loan decision; service quality; lending procedures; convenience; bank brand; Agribank.

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

LỜI CAM ĐOAN

TÓM TẮT

ABSTRACT

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC BẢNG

DANH MỤC HÌNH

PHẦN I: 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	4
4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu	4
4.1 Đối tượng nghiên cứu	4
4.2 Phạm vi nghiên cứu	5
5. Ý nghĩa của đề tài	6
6. Bố cục của Đề án	6
PHẦN II: 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 Ngân hàng thương mại	7
1.1.2 Hoạt động cấp tín dụng đối với khách hàng cá nhân	8
1.1.3 Tầm quan trọng của cho vay cá nhân	8
1.1.4 Đặc điểm hoạt động cho vay cá nhân	9
1.1.5 Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân	10
1.1.5.1 Khái niệm	10
1.1.5.2 Các bước hình thành lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân	11
1.1.5.3 Những yếu tố chi phối hành vi lựa chọn vay vốn của khách hàng	11
1.2 Các học thuyết nền	12
1.2.1 Thuyết hành động hợp lý	12
1.2.2 Lý thuyết dự định hành vi trong phân tích quyết định vay vốn	13
1.2.3 Tiếp cận lý thuyết về chất lượng dịch vụ	13
1.3 Tổng quan các nghiên cứu liên quan	14
1.3.1 Nghiên cứu trong nước	14
1.3.2 Nghiên cứu ngoài nước	16
1.4 Mô hình nghiên cứu	17
1.5 Thang đo nghiên cứu	22
1.6 Phương pháp chọn mẫu, quy mô mẫu	25
1.7 Dữ liệu thu thập, công cụ xử lý dữ liệu	27
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	27
CHƯƠNG 2: THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN VÀ KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH HÀM THUẬN NAM – BÌNH THUẬN	29

2.1 Sơ lược về Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận	29
2.2 Thực trạng cho vay cá nhân giai đoạn 2023–2025	30
2.2.1 Quy mô	30
2.2.2 Cơ cấu dư nợ khách hàng cá nhân theo thời hạn vay	31
2.2.3 Cơ cấu dư nợ cho vay khách hàng cá nhân theo mục đích sử dụng vốn	32
2.2.4 Chất lượng tín dụng	33
2.2.5 Hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân	34
2.3 Phân tích kết quả nghiên cứu định lượng từ dữ liệu khảo sát	35
2.3.1 Mô tả mẫu nghiên cứu	35
2.3.2 Phân tích Cronbach's Alpha	39
2.3.3 Phân tích EFA	43
2.3.3.1 Phân tích EFA cho các biến độc lập	43
2.3.3.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc	46
2.3.4 Phân tích hồi quy	47
2.3.4.1 Hệ số hồi quy	47
2.3.4.2 Đánh giá sự phù hợp của mô hình	48
2.3.4.3 Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết	49
2.3.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu	52
2.3.5 Thảo luận kết quả hồi quy	53
TÓM TẮT CHƯƠNG 2	57
CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP	58
3.1 Định hướng gia tăng quyết định lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân	58
3.2 Đề xuất giải pháp	58

3.3.1 Nâng cao sự thuận tiện trong tiếp cận và sử dụng dịch vụ vay vốn.....	58
3.3.2 Đơn giản hóa thủ tục và rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ vay vốn	60
3.3.3 Nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực phục vụ khách hàng	61
3.3.4 củng cố thương hiệu Agribank gắn với uy tín và sự tin cậy tại địa phương.....	63
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	64
PHẦN III: KẾT LUẬN NGHIÊN CỨU VÀ KIẾN NGHỊ THỰC TIỄN	66
1. Kết luận.....	66
2. Kiến nghị.....	67
2.1 Đối với Agribank cấp trên	67
2.2 Kiến nghị về cơ chế điều hành tín dụng và phối hợp quản lý tại địa phương	67
3. Giới hạn nghiên cứu và định hướng nghiên cứu tiếp theo.....	68
3.1 Hạn chế của đề tài.....	68
3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo.....	69
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Diễn giải
1	NH	Ngân hàng
2	NHTM	Ngân hàng thương mại
3	LSCP	Lãi suất và biểu phí
4	TTQT	Thủ tục và quy trình vay vốn
5	CLDV	Chất lượng dịch vụ
6	TH	Thương hiệu ngân hàng
7	STT	Sự thuận tiện
8	QDVV	Quyết định vay vốn
9	EFA	Phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis)
10	KMO	Chỉ số đánh giá mức độ phù hợp của phân tích nhân tố
11	ANOVA	Phân tích phương sai (Analysis of Variance)
12	SPSS	Phần mềm xử lý dữ liệu thống kê
13	VIF	Hệ số phóng đại phương sai (Variance Inflation Factor)
14	Sig.	Mức ý nghĩa thống kê (Significance level)
15	BIDV	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam
16	Agribank	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam
17	CBTD	Cán bộ tín dụng
18	KH	Khách hàng
19	KHCN	Khách hàng cá nhân
20	WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1 Thang đo nghiên cứu	23
Bảng 2.1. Quy mô cho vay cá nhân giai đoạn 2023 – 2025	30
Bảng 2.2. Cơ cấu dư nợ theo thời hạn giai đoạn 2023 – 2025.....	31
Bảng 2.3. Cơ cấu dư nợ cho vay khách hàng cá nhân theo mục đích sử dụng vốn giai đoạn 2023 – 2025	32
Bảng 2.4. Chất lượng tín dụng cá nhân giai đoạn 2023 – 2025	33
Bảng 2.5. Hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân giai đoạn 2023 – 2025.....	34
Bảng 2.6 Kết quả Cronbach's Alpha	40
Bảng 2.7 Kiểm định mức độ phù hợp dữ liệu EFA cho các biến độc lập.....	43
Bảng 2.8 Mức độ giải thích phương sai của các nhân tố độc lập	43
Bảng 2.9 Ma trận nhân tố sau xoay của nhóm biến độc lập	45
Bảng 2.10 Kiểm định mức độ phù hợp dữ liệu EFA cho biến phụ thuộc.....	46
Bảng 2.11 Mức độ giải thích phương sai của nhân tố phụ thuộc.....	46
Bảng 2.12 Ma trận nhân tố của biến quyết định vay vốn.....	47
Bảng 2.13 Kết quả hệ số hồi quy	48
Bảng 2.14 Mức độ phù hợp mô hình	49
Bảng 2.15 Kết quả ANOVA trong hồi quy.....	49
Bảng 2.16 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu.....	52

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu lý thuyết	21
Hình 2.1 Phân bố mẫu nghiên cứu theo giới tính	35
Hình 2.2 Phân bố mẫu nghiên cứu theo độ tuổi.....	36
Hình 2.3 Phân bố mẫu nghiên cứu theo trình độ học vấn.....	37
Hình 2.4 Phân bố mẫu nghiên cứu theo nghề nghiệp	38
Hình 2.5 Phân bố mẫu nghiên cứu theo thu nhập bình quân hàng tháng	39
Hình 2.6 Biểu đồ Histogram	50
Hình 2.7 Đồ thị Kiểm định Park	51

PHẦN I: MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng trên thị trường tài chính – ngân hàng, cho vay khách hàng cá nhân đã trở thành một trong những lĩnh vực quan trọng trong chiến lược phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ của các ngân hàng thương mại. Hoạt động này không chỉ tạo nguồn thu từ lãi vay mà còn góp phần mở rộng cơ sở khách hàng, đa dạng hóa danh mục tín dụng và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng trên địa bàn hoạt động. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế và mức sống của người dân, nhu cầu vay vốn của khách hàng cá nhân ngày càng đa dạng, bao gồm vay phục vụ sản xuất nông nghiệp, kinh doanh hộ gia đình, tiêu dùng, xây dựng và sửa chữa nhà ở, đầu tư phương tiện phục vụ sinh hoạt, cùng các nhu cầu tài chính hợp pháp khác. Đặc biệt, tại khu vực nông nghiệp, nông thôn, tín dụng cá nhân có vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ người dân duy trì và mở rộng sản xuất, ổn định đời sống, cải thiện thu nhập và hạn chế sự phụ thuộc vào các nguồn tín dụng không chính thức.

Là ngân hàng có định hướng hoạt động gắn liền với lĩnh vực nông nghiệp, nông dân và nông thôn, Agribank giữ vai trò quan trọng trong việc cung ứng vốn cho cá nhân, hộ gia đình, hộ sản xuất và các chủ thể kinh tế quy mô nhỏ tại địa phương. Tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, nhu cầu vay vốn của khách hàng cá nhân chủ yếu phát sinh từ hoạt động sản xuất nông nghiệp, kinh doanh nhỏ lẻ, lao động tự do, xây dựng và sửa chữa nhà ở, cũng như các nhu cầu tiêu dùng phục vụ đời sống. Trong thời gian qua, Chi nhánh đã góp phần đáp ứng nhu cầu vốn của người dân, duy trì quan hệ với khách hàng truyền thống và hỗ trợ sự phát triển kinh tế – xã hội trên địa bàn. Tuy nhiên, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân hiện đang chịu áp lực cạnh tranh ngày càng lớn. Khách hàng có nhiều cơ hội tiếp cận các ngân hàng thương mại, công ty tài chính và các kênh cung ứng vốn khác nhau. Vì vậy, quyết định vay vốn không còn chỉ phụ thuộc vào nhu cầu tài chính hoặc khả năng được cấp tín dụng, mà còn chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố

như lãi suất và các khoản chi phí liên quan, mức độ đơn giản của thủ tục, thời gian xử lý hồ sơ, chất lượng phục vụ, năng lực tư vấn của nhân viên, uy tín ngân hàng, mức độ thuận tiện trong giao dịch và trải nghiệm của khách hàng trong suốt quá trình vay vốn. Khách hàng có xu hướng cân nhắc, so sánh và đánh giá nhiều tiêu chí trước khi quyết định lựa chọn ngân hàng.

Đối với Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, việc nhận diện chính xác các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân có ý nghĩa đặc biệt quan trọng. Nếu Chi nhánh chưa hiểu đầy đủ nhu cầu, kỳ vọng và tiêu chí lựa chọn của khách hàng, các chính sách tín dụng, quy trình phục vụ và hoạt động chăm sóc khách hàng có thể chưa đáp ứng đúng yêu cầu thực tế. Ngược lại, việc xác định được yếu tố nào có tác động mạnh, yếu tố nào chưa tạo được ảnh hưởng rõ rệt sẽ giúp Chi nhánh ưu tiên nguồn lực và xây dựng giải pháp phù hợp hơn, thay vì điều chỉnh hoạt động cho vay chủ yếu dựa trên kinh nghiệm hoặc nhận định chủ quan.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu đề cập đến hành vi lựa chọn ngân hàng, quyết định sử dụng dịch vụ tín dụng và quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, kết quả nghiên cứu có thể khác nhau tùy theo đặc điểm địa bàn, nhóm khách hàng, điều kiện kinh tế và bối cảnh hoạt động của từng ngân hàng. Các kết quả được thực hiện tại khu vực đô thị hoặc tại những ngân hàng có nhóm khách hàng và định hướng hoạt động khác chưa chắc phản ánh đầy đủ đặc điểm của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Khách hàng tại địa bàn này chủ yếu gắn với nông nghiệp, kinh doanh hộ gia đình và hoạt động kinh tế quy mô nhỏ, do đó nhu cầu vay vốn, khả năng tiếp cận tín dụng và tiêu chí lựa chọn ngân hàng có những đặc điểm riêng. Đây là khoảng trống thực tiễn cần được nghiên cứu bằng dữ liệu cụ thể tại Chi nhánh. Việc nghiên cứu các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân không chỉ giúp Chi nhánh nhận diện những điểm mạnh và hạn chế trong hoạt động cho vay, mà còn tạo cơ sở khoa học để hoàn thiện sản phẩm tín dụng, cải tiến thủ tục và quy trình xử lý hồ sơ, nâng cao chất

lượng tư vấn, thái độ phục vụ, mức độ minh bạch và trải nghiệm giao dịch của khách hàng. Kết quả nghiên cứu cũng là căn cứ để Chi nhánh nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng, củng cố quan hệ tín dụng, duy trì khách hàng hiện hữu và nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân trong thời gian tới.

Xuất phát từ những lý do trên, đề án **“Các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hàm Thuận Nam Bình Thuận”** được lựa chọn thực hiện. Đề án có ý nghĩa thực tiễn trong việc cung cấp bằng chứng về mức độ tác động của từng yếu tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, qua đó đề xuất các giải pháp phù hợp với đặc điểm khách hàng và điều kiện hoạt động thực tế của Chi nhánh.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1 Mục tiêu tổng quát

Xác định và đo lường mức độ tác động của các yếu tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận; trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nhằm gia tăng khả năng khách hàng lựa chọn vay vốn tại Chi nhánh.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Thứ nhất, hệ thống hóa cơ sở lý luận về quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân và các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn.

Thứ hai, phân tích thực tiễn hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận trong giai đoạn 2023–2025, làm cơ sở nhận diện bối cảnh nghiên cứu.

Thứ ba, xác định các yếu tố tác động và đo lường mức độ tác động của từng yếu tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

Thứ tư, đề xuất các giải pháp quản trị phù hợp nhằm tác động tích cực đến quyết định lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân tại Chi nhánh.

3. Câu hỏi nghiên cứu

Thứ nhất, thực tiễn hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận trong giai đoạn 2023–2025 có những đặc điểm nổi bật nào?

Thứ hai, những yếu tố nào tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận?

Thứ ba, mức độ và chiều tác động của từng yếu tố đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Chi nhánh như thế nào?

Thứ tư, Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận cần triển khai những giải pháp nào để gia tăng khả năng khách hàng cá nhân lựa chọn vay vốn tại Chi nhánh?

4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

4.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề án là các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

Đối tượng khảo sát là khách hàng cá nhân đang vay vốn hoặc đã từng vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Đây là những khách hàng đã trực tiếp tiếp cận và trải nghiệm các nội dung liên quan đến lãi suất và biểu phí, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng và sự thuận tiện trong quá trình giao dịch. Nghiên cứu không khảo sát khách hàng mới chỉ có nhu cầu tìm hiểu nhưng chưa từng thực hiện thủ tục vay vốn tại Chi nhánh, do nhóm khách hàng này chưa có đầy đủ trải nghiệm thực tế để đánh giá toàn diện các nội dung của thang đo. Việc giới hạn đối tượng khảo sát giúp bảo đảm người trả lời

có cơ sở thực tế khi đưa ra nhận định và hạn chế sự không đồng nhất về mức độ trải nghiệm dịch vụ tín dụng trong mẫu nghiên cứu.

4.2 Phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu được giới hạn trong bối cảnh hoạt động tín dụng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, nơi đề án lựa chọn làm địa bàn khảo sát và phân tích thực tiễn.

Nguồn dữ liệu phục vụ nghiên cứu được tiếp cận theo hai nhóm. Nguồn dữ liệu thứ cấp được khai thác nhằm phản ánh kết quả triển khai cho vay khách hàng cá nhân tại Chi nhánh trong giai đoạn 2023–2025. Nhóm dữ liệu sơ cấp được thu thập từ khảo sát khách hàng cá nhân nhằm phục vụ kiểm định mô hình và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn.

Về nội dung, nghiên cứu tập trung phân tích quyết định lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận và năm nhóm yếu tố có khả năng tác động đến quyết định này, gồm: lãi suất và biểu phí, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng và sự thuận tiện. Các chỉ tiêu phản ánh quy mô, cơ cấu, chất lượng và kết quả cho vay khách hàng cá nhân trong giai đoạn 2023–2025 được sử dụng để mô tả bối cảnh thực tiễn của Chi nhánh, không phải là biến phụ thuộc hoặc trọng tâm kiểm định của mô hình nghiên cứu. Về đối tượng khảo sát, nghiên cứu tập trung vào khách hàng cá nhân đang vay vốn hoặc đã từng vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Những khách hàng chưa từng vay vốn tại Chi nhánh không thuộc phạm vi khảo sát chính thức vì chưa trải nghiệm đầy đủ quá trình tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, xét duyệt, giải ngân và thực hiện nghĩa vụ trả nợ. Cách xác định phạm vi này giúp các đánh giá về lãi suất và biểu phí, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng và sự thuận tiện được hình thành trên cơ sở trải nghiệm thực tế của khách hàng.

5. Ý nghĩa của đề tài

Về phương diện khoa học, đề tài góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân và làm rõ mối quan hệ giữa lãi suất và biểu phí, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng, sự thuận tiện với quyết định lựa chọn vay vốn. Kết quả nghiên cứu bổ sung bằng chứng thực nghiệm trong bối cảnh một chi nhánh ngân hàng hoạt động chủ yếu tại khu vực nông nghiệp, nông thôn.

Về phương diện thực tiễn, kết quả nghiên cứu giúp Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận nhận diện các yếu tố thực sự tác động đến quyết định vay vốn và mức độ tác động của từng yếu tố. Đây là căn cứ để Chi nhánh ưu tiên nguồn lực, điều chỉnh quy trình phục vụ, nâng cao sự thuận tiện, cải thiện chất lượng tương tác với khách hàng và củng cố uy tín thương hiệu. Qua đó, Chi nhánh có thể gia tăng khả năng được khách hàng lựa chọn khi phát sinh nhu cầu vay vốn và hỗ trợ phát triển hoạt động tín dụng cá nhân theo hướng phù hợp hơn với nhu cầu thị trường.

6. Bố cục của Đề án

Đề án được trình bày theo ba phần chính, trong đó nội dung trọng tâm được triển khai thành ba chương:

Phần I: MỞ ĐẦU

Phần II: NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

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

Chương 2: Thực tiễn hoạt động cho vay khách hàng cá nhân và kiểm định mô hình nghiên cứu tại Agribank chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận

Chương 3: Định hướng và giải pháp

Phần III: KẾT LUẬN NGHIÊN CỨU VÀ KIẾN NGHỊ THỰC TIỄN

PHẦN II: NỘI DUNG

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

1.1 Cơ sở lý luận

1.1.1 Ngân hàng thương mại

Xét trên phương diện vận hành của nền kinh tế, ngân hàng thương mại là nơi tập hợp, quản lý và phân bổ các nguồn tiền trong xã hội. Các khoản tiền chưa được sử dụng từ cá nhân, doanh nghiệp và tổ chức được ngân hàng tiếp nhận, sau đó chuyển thành vốn tín dụng hoặc các dịch vụ tài chính phục vụ cho nhu cầu sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng và đầu tư. Thông qua quá trình này, nguồn vốn không bị ứ đọng mà được đưa đến những khu vực có nhu cầu sử dụng, qua đó hỗ trợ hoạt động giao dịch, mở rộng sản xuất và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Vì vậy, vai trò của ngân hàng thương mại không chỉ thể hiện ở hoạt động nhận tiền gửi và cho vay, mà còn ở khả năng làm cho nguồn lực tài chính được khai thác và luân chuyển hiệu quả hơn. Theo Rose và Hudgins (2013), ngân hàng thương mại có thể được hiểu là định chế thực hiện nhiều chức năng tài chính phục vụ nền kinh tế, từ tiếp nhận nguồn tiền của khách hàng, tài trợ vốn cho các chủ thể có nhu cầu đến tổ chức các phương tiện thanh toán.

Trong quá trình cấp tín dụng, lợi thế về thông tin thường nghiêng về phía người vay, bởi họ hiểu rõ hơn ngân hàng về mục đích sử dụng khoản tiền, nguồn thu nhập dự kiến và khả năng thực hiện nghĩa vụ trả nợ. Sự chênh lệch thông tin này làm cho việc phê duyệt khoản vay không thể chỉ căn cứ vào lãi suất. Theo Stiglitz và Weiss (1981), trong điều kiện thông tin giữa các bên không đồng đều, ngân hàng cần sàng lọc hồ sơ dựa trên nhiều khía cạnh, bao gồm nguồn trả nợ, mức độ an toàn của phương án vay, giá trị bảo đảm và đặc điểm tài chính của khách hàng. Vì vậy, tín dụng ngân hàng phải được vận hành như một quy trình kiểm soát liên tục, bắt đầu từ khâu thẩm định hồ sơ, tiếp nối bằng giám sát quá trình sử dụng vốn và kết thúc bằng việc quản lý khả năng thu hồi nợ.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gia tăng giữa các ngân hàng, ngân hàng thương mại không chỉ tập trung vào mục tiêu tăng trưởng tín dụng mà còn phải nâng cao chất lượng phục vụ, đơn giản hóa quy trình, đa dạng hóa sản phẩm và xây dựng hình ảnh thương hiệu uy tín nhằm thu hút và duy trì khách hàng.

1.1.2 Hoạt động cấp tín dụng đối với khách hàng cá nhân

Cho vay khách hàng cá nhân là một loại tín dụng mà ngân hàng cung cấp cho một cá nhân hoặc hộ gia đình một số tiền để họ sử dụng cho các mục đích hợp pháp như tiêu dùng, sản xuất nông nghiệp, kinh doanh hộ gia đình, sửa chữa nhà ở, mua sắm tài sản.

Khác với cho vay khách hàng doanh nghiệp, cho vay khách hàng cá nhân thường có giá trị khoản vay nhỏ hơn, số lượng khách hàng lớn hơn, mục đích vay đa dạng hơn và thông tin tài chính của khách hàng đôi khi không đầy đủ hoặc chưa được chuẩn hóa. Vì vậy, ngân hàng cần xây dựng quy trình thẩm định phù hợp, vừa bảo đảm kiểm soát rủi ro, vừa tạo điều kiện thuận lợi để khách hàng tiếp cận vốn.

Ở góc độ hoạt động ngân hàng, cho vay cá nhân giúp ngân hàng thương mại tiếp cận sâu hơn với khu vực dân cư và hộ gia đình, thay vì chỉ tập trung vào khách hàng doanh nghiệp. Mảng tín dụng này tạo điều kiện để ngân hàng khai thác nhiều nhu cầu tài chính khác nhau như bổ sung vốn sản xuất, kinh doanh nhỏ, mua sắm, sửa chữa nhà ở hoặc phục vụ đời sống. Khi số lượng khách hàng cá nhân được mở rộng, ngân hàng có thêm cơ hội phát triển các dịch vụ đi kèm, tăng nguồn thu và phân bổ danh mục cho vay theo hướng linh hoạt hơn. Đối với những địa phương có nền kinh tế dựa nhiều vào nông nghiệp, nông thôn và kinh tế hộ, vốn vay cá nhân còn là nguồn lực quan trọng giúp người dân duy trì sinh kế, mở rộng hoạt động sản xuất và từng bước cải thiện thu nhập.

1.1.3 Tầm quan trọng của cho vay cá nhân

Xét ở cấp độ ngân hàng, tín dụng cá nhân giúp mở rộng hoạt động kinh doanh sang khu vực dân cư và hộ gia đình, qua đó tạo thêm nguồn thu từ nhiều

khoản vay có quy mô vừa và nhỏ. Khi phục vụ nhóm khách hàng này, ngân hàng không chỉ thu được lãi từ hoạt động cấp tín dụng mà còn có điều kiện phát triển hệ sinh thái dịch vụ đi kèm, chẳng hạn như tài khoản giao dịch, thanh toán số, thẻ, bảo hiểm liên kết và các tiện ích tài chính khác. Việc duy trì quan hệ thường xuyên với khách hàng cá nhân cũng giúp ngân hàng hiểu rõ hơn nhu cầu tài chính của từng nhóm khách hàng, từ đó nâng cao khả năng phục vụ, tăng mức độ gắn bó và củng cố vị thế cạnh tranh trên địa bàn hoạt động.

Đối với khách hàng cá nhân, tín dụng ngân hàng tạo thêm nguồn lực tài chính để họ chủ động xử lý các nhu cầu phát sinh trong đời sống và hoạt động kinh tế hộ gia đình. Khoản vay có thể được dùng cho nhiều mục đích khác nhau như bổ sung vốn sản xuất, phát triển buôn bán nhỏ, mua sắm phương tiện hoặc tài sản thiết yếu, sửa chữa nhà cửa, trang trải chi phí giáo dục, chăm sóc sức khỏe và các khoản chi tiêu chính đáng khác. Nhờ nguồn vốn này, khách hàng có điều kiện ổn định tài chính, mở rộng cơ hội tạo thu nhập và cải thiện đời sống gia đình.

Đối với Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân không chỉ mang ý nghĩa kinh doanh mà còn gắn liền với vai trò phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và kinh tế địa phương.

1.1.4 Đặc điểm hoạt động cho vay cá nhân

Việc cho vay có một số đặc điểm cơ bản sau:

Thứ nhất, số lượng khách hàng vay thường lớn. Điều này đòi hỏi ngân hàng phải có quy trình quản lý hồ sơ khoa học, khả năng xử lý giao dịch nhanh và đội ngũ nhân viên đủ năng lực để phục vụ nhiều nhóm khách hàng khác nhau.

Thứ hai, khách hàng cá nhân có nhiều mục đích khác nhau để yêu cầu sự hỗ trợ tài chính. Khách hàng có thể vay tiền để sản xuất nông nghiệp, kinh doanh hộ gia đình, mua hàng hóa, sửa chữa nhà ở, mua xe cộ hoặc giải quyết các nhu cầu tài chính cá nhân khác.

Thứ ba, khả năng trả nợ của khách hàng cá nhân phụ thuộc nhiều vào thu nhập, nghề nghiệp, tài sản, mùa vụ sản xuất và điều kiện kinh tế gia đình. Đối với khách hàng khu vực nông nghiệp, thu nhập có thể mang tính thời vụ, chịu ảnh hưởng bởi thời tiết, giá cả nông sản và biến động thị trường.

Thứ tư, quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân không chỉ chịu ảnh hưởng bởi yếu tố tài chính như lãi suất, phí vay mà còn chịu tác động bởi các yếu tố phi tài chính như thủ tục vay vốn, thái độ phục vụ của nhân viên, uy tín thương hiệu ngân hàng, sự thuận tiện trong giao dịch và mức độ tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng.

Những đặc điểm trên cho thấy hoạt động cho vay khách hàng cá nhân cần được tiếp cận không chỉ dưới góc độ quản trị tín dụng mà còn dưới góc độ hành vi khách hàng và chất lượng dịch vụ.

1.1.5 Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân

1.1.5.1 Khái niệm

Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân là quá trình khách hàng nhận diện nhu cầu tài chính, tìm kiếm thông tin, đánh giá các phương án vay vốn và lựa chọn ngân hàng phù hợp để thực hiện giao dịch tín dụng. Quyết định này phản ánh sự cân nhắc của khách hàng giữa nhu cầu sử dụng vốn, chi phí vay, điều kiện vay, khả năng trả nợ và mức độ tin tưởng đối với ngân hàng.

Dưới góc độ hành vi khách hàng, quyết định vay vốn có thể được xem là một dạng hành vi lựa chọn dịch vụ tài chính. Khách hàng không chỉ lựa chọn một khoản vay mà còn lựa chọn ngân hàng cung cấp dịch vụ, lựa chọn quy trình giao dịch và chấp nhận một mối quan hệ tín dụng kéo dài trong một khoảng thời gian nhất định. Do đó, quyết định vay vốn thường chịu tác động bởi cả yếu tố lý tính và cảm tính.

1.1.5.2 Các bước hình thành lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân

Việc lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân thường được hình thành qua nhiều bước liên tiếp. Trước hết, khách hàng phát sinh nhu cầu tài chính; tiếp đó, họ tìm hiểu thông tin về các sản phẩm vay, so sánh điều kiện giữa các lựa chọn, quyết định có vay hay không và cuối cùng đánh giá lại trải nghiệm sau khi sử dụng dịch vụ tín dụng.

Ở bước khởi đầu, khách hàng tự đánh giá tình trạng tài chính hiện tại và nhận ra khoảng thiếu hụt vốn cần được bổ sung. Nhu cầu này có thể bắt nguồn từ các vấn đề tài chính, hoạt động kinh doanh, sản xuất, tiêu dùng, sửa chữa nhà ở, đầu tư tài sản hoặc các tình huống khác trong cuộc sống.

Khi có nhu cầu vay vốn, khách hàng thường tìm hiểu thông tin từ cán bộ ngân hàng, người quen, khách hàng đã từng vay, kênh truyền thông hoặc kinh nghiệm giao dịch trước đây. Các nội dung được quan tâm chủ yếu gồm lãi suất, phí vay, điều kiện vay, thời hạn trả nợ, tài sản bảo đảm và quy trình xử lý hồ sơ.

Sau khi thu thập thông tin, khách hàng sẽ so sánh giữa các ngân hàng hoặc các gói vay khác nhau. Quyết định lựa chọn thường phụ thuộc vào chi phí vay, mức độ đơn giản của thủ tục, thời gian giải quyết hồ sơ, thái độ phục vụ, uy tín ngân hàng và sự thuận tiện khi giao dịch. Sau khi vay, trải nghiệm trong quá trình giải ngân, trả nợ và nhận hỗ trợ sẽ ảnh hưởng đến khả năng khách hàng tiếp tục vay hoặc chuyển sang ngân hàng khác trong tương lai.

1.1.5.3 Những yếu tố chi phối hành vi lựa chọn vay vốn của khách hàng

Lãi suất, biểu phí, chi phí vay, thời hạn vay và phương thức trả nợ là một trong những yếu tố tài chính. Đây là những thành phần có ảnh hưởng trực tiếp đến gánh nặng tài chính của khách hàng và khả năng trả nợ của họ. Khách hàng sẽ có nhiều cơ hội chọn ngân hàng hơn khi họ thấy lãi suất hợp lý, phí vay minh bạch và chi phí vay phù hợp với khả năng tài chính của họ.

Nhóm yếu tố phi tài chính bao gồm thủ tục vay vốn, chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ của nhân viên, uy tín thương hiệu ngân hàng, sự thuận tiện về địa điểm giao dịch, thời gian làm việc và khả năng hỗ trợ khách hàng. Trong nhiều trường hợp, khách hàng không chỉ quan tâm đến chi phí vay mà còn đánh giá trải nghiệm tổng thể khi giao dịch với ngân hàng.

1.2 Các học thuyết nền

1.2.1 Thuyết hành động hợp lý

Lý thuyết hành động hợp lý của Fishbein và Ajzen (1975) giải thích hành vi con người thông qua mối liên hệ giữa niềm tin, thái độ, ý định và hành động. Theo lý thuyết này, trước khi thực hiện một hành vi, cá nhân thường hình thành ý định đối với hành vi đó. Ý định này chịu tác động chủ yếu từ hai yếu tố: cách cá nhân đánh giá hành vi và sự tác động từ những người có ảnh hưởng xung quanh.

Trong đó, thái độ thể hiện mức độ đồng tình hay không đồng tình của cá nhân đối với việc thực hiện hành vi. Chuẩn chủ quan phản ánh cảm nhận của cá nhân về sự kỳ vọng, ủng hộ hoặc áp lực từ gia đình, bạn bè, đồng nghiệp và cộng đồng.

Thông qua lý thuyết, khách hàng cá nhân có thể hình thành quyết định vay vốn khi họ có thái độ tích cực đối với ngân hàng và chịu ảnh hưởng từ người thân, bạn bè hoặc cộng đồng địa phương. Chẳng hạn, nếu khách hàng nhận thấy Agribank là ngân hàng uy tín, lãi suất phù hợp, nhân viên hỗ trợ tốt và được nhiều người xung quanh tin tưởng, họ sẽ có xu hướng lựa chọn vay vốn tại ngân hàng.

Trong thực tế, quyết định vay vốn ngân hàng còn chịu ảnh hưởng bởi nhiều điều kiện khách quan như khả năng tài chính, hồ sơ vay, tài sản bảo đảm, quy định tín dụng và quy trình xét duyệt của ngân hàng.

1.2.2 Lý thuyết dự định hành vi trong phân tích quyết định vay vốn

Ajzen (1991) cho rằng hành vi cá nhân được hình thành từ sự kết hợp giữa đánh giá của chủ thể đối với hành vi, ảnh hưởng xã hội và mức độ kiểm soát mà cá nhân cảm nhận khi thực hiện hành vi đó. So với thuyết hành vi hợp lý, điểm phát triển quan trọng của mô hình này là đưa thêm yếu tố nhận thức kiểm soát hành vi, nhằm phản ánh khả năng cá nhân cảm nhận về điều kiện, nguồn lực và sự thuận lợi khi thực hiện một hành động. Theo cách tiếp cận này, ý định thực hiện hành vi của cá nhân được hình thành từ sự đánh giá của họ đối với hành vi, tác động từ những người xung quanh và cảm nhận về khả năng kiểm soát khi thực hiện hành vi đó.

Đối với quyết định vay vốn ngân hàng, yếu tố này phản ánh việc khách hàng tự đánh giá mức độ sẵn sàng của mình về hồ sơ pháp lý, năng lực tài chính, tài sản bảo đảm, thu nhập hoàn trả và khả năng quản lý khoản vay sau khi giải ngân. Khi khách hàng cho rằng việc tiếp cận khoản vay không quá phức tạp và bản thân có thể kiểm soát được các yêu cầu đi kèm, xu hướng lựa chọn vay vốn sẽ trở nên rõ ràng hơn.

Thuyết hành vi có kế hoạch phù hợp với nghiên cứu này vì quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân không chỉ phụ thuộc vào nhu cầu vay mà còn chịu ảnh hưởng bởi cảm nhận của khách hàng về khả năng tiếp cận khoản vay. Các yếu tố như thủ tục vay vốn, sự hướng dẫn của nhân viên, tính minh bạch của lãi suất và sự thuận tiện trong giao dịch đều có thể tác động đến nhận thức kiểm soát hành vi của khách hàng.

1.2.3 Tiếp cận lý thuyết về chất lượng dịch vụ

Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988), SERVQUAL là mô hình dùng để xem xét chất lượng dịch vụ thông qua sự khác biệt giữa điều khách hàng mong đợi trước khi sử dụng dịch vụ và mức độ họ cảm nhận sau khi trải nghiệm. Cách tiếp cận này cho thấy chất lượng dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào bản thân dịch vụ được cung cấp, mà còn gắn với kỳ vọng ban đầu của khách hàng. Mô hình

SERVQUAL thường được xem xét trên năm khía cạnh, gồm: sự tin cậy trong cung ứng dịch vụ, khả năng phản hồi kịp thời, năng lực và thái độ phục vụ, mức độ quan tâm đến khách hàng và các yếu tố hữu hình như cơ sở vật chất, trang thiết bị, hình ảnh giao dịch.

Trong lĩnh vực ngân hàng, chất lượng dịch vụ có vai trò đặc biệt quan trọng vì sản phẩm ngân hàng mang tính vô hình, khó đánh giá trước khi sử dụng và đòi hỏi mức độ tin cậy cao. Đối với hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, chất lượng dịch vụ thể hiện qua thái độ phục vụ của nhân viên, khả năng tư vấn rõ ràng, sự chính xác trong xử lý hồ sơ, mức độ hỗ trợ khách hàng và khả năng giải quyết kịp thời các vướng mắc phát sinh.

Điều này cho thấy trong bối cảnh ngân hàng hiện đại, chất lượng phục vụ và sự thuận tiện trong tiếp cận dịch vụ ngày càng trở thành yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến cảm nhận và quyết định của khách hàng.

1.3 Tổng quan các nghiên cứu liên quan

1.3.1 Nghiên cứu trong nước

Nguyễn Giác Trí (2023) xem xét quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn của khách hàng cá nhân tại thành phố Cao Lãnh trong giai đoạn chịu tác động của đại dịch COVID-19. Nghiên cứu tập trung vào nhóm khách hàng cá nhân sinh sống trên địa bàn thành phố Cao Lãnh, nhằm nhận diện những yếu tố chi phối việc lựa chọn ngân hàng để vay vốn. Trong nghiên cứu này, quyết định chọn ngân hàng để vay vốn được xem là kết quả cần giải thích. Các yếu tố được đưa vào xem xét gồm chất lượng phục vụ của nhân viên, chi phí khoản vay, hình ảnh thương hiệu, mức độ thuận tiện, tác động từ nhóm tham khảo và yếu tố công nghệ. Tác giả khảo sát 300 khách hàng, thu về 298 phiếu hợp lệ. Kết quả phân tích ghi nhận rằng toàn bộ sáu nhóm nhân tố trong mô hình đều góp phần giải thích sự lựa chọn ngân hàng vay vốn của khách hàng cá nhân.

Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trinh (2022) tiếp cận vấn đề vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân trong phạm vi các ngân hàng thương mại tại tỉnh Sóc Trăng. Nghiên cứu tập trung làm rõ cách các đặc điểm thuộc về ngân hàng có thể chi phối sự lựa chọn vay vốn của khách hàng. Mẫu khảo sát được thực hiện với nhóm khách hàng cá nhân đã từng vay hoặc có nhu cầu tiếp cận khoản vay tiêu dùng trên địa bàn tỉnh. Mô hình nghiên cứu xác định quyết định vay vốn là biến phụ thuộc, còn các yếu tố lãi suất, thương hiệu ngân hàng, quy trình vay, nhân viên và chất lượng dịch vụ là các biến độc lập. Kết quả nghiên cứu cho thấy trong các nhân tố được xem xét, thương hiệu ngân hàng giữ vai trò nổi bật nhất đối với lựa chọn vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân. Tiếp theo là sự đơn giản của thủ tục, năng lực phục vụ của nhân viên, chất lượng dịch vụ và cuối cùng là mức lãi suất vay.

Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023) nghiên cứu quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn của khách hàng cá nhân tại VietinBank Vũng Tàu. Nghiên cứu hướng đến việc nhận diện các yếu tố thuộc về ngân hàng có ảnh hưởng đến quá trình khách hàng cân nhắc và lựa chọn khoản vay. Dữ liệu khảo sát được thu thập từ 403 khách hàng trên 18 tuổi đã từng sử dụng dịch vụ vay vốn tại VietinBank Vũng Tàu. Kết quả nghiên cứu cho thấy quyết định vay vốn của khách hàng chịu tác động bởi nhiều yếu tố, nổi bật là uy tín thương hiệu, chất lượng phục vụ, chi phí vay, chính sách tín dụng, đội ngũ nhân viên và hoạt động tiếp thị.

Trong nghiên cứu tại Agribank Chi nhánh Cà Mau, Nguyễn Tiến Lên và cộng sự (2020) tập trung làm rõ các yếu tố chi phối lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu khảo sát từ 250 khách hàng đang giao dịch tại chi nhánh. Kết quả phân tích cho thấy quyết định vay vốn chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố thuộc về chính sách cho vay, chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng. Trong đó, các yếu tố liên quan đến cách thức ngân hàng thiết kế chính sách tín dụng và phục vụ khách hàng được xem là có ý nghĩa nổi bật.

Ở một bối cảnh khác, Bùi Văn Thủy và cộng sự (2021) xem xét hành vi lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân tại Vietcombank Đông Đồng Nai với mẫu khảo sát 341 khách hàng. Nghiên cứu cho thấy quyết định vay vốn không hình thành từ một yếu tố riêng lẻ, mà chịu tác động đồng thời của nhiều khía cạnh như chất lượng phục vụ, hình ảnh ngân hàng, chi phí vay, sự thuận tiện, tác động xã hội, nhân viên ngân hàng và thủ tục vay vốn. Kết quả này gợi ý rằng khách hàng cá nhân thường cân nhắc tổng hợp cả yếu tố tài chính và phi tài chính trước khi lựa chọn ngân hàng để vay vốn.

1.3.2 Nghiên cứu ngoài nước

Subedi và Joshi (2025) tiếp cận hành vi vay vốn của khách hàng trong bối cảnh hệ thống ngân hàng thương mại tại Nepal, qua đó làm rõ những yếu tố được khách hàng cân nhắc khi lựa chọn khoản vay. Nghiên cứu được triển khai trên nhóm khách hàng có trải nghiệm hoặc mối liên hệ trực tiếp với hoạt động cấp tín dụng cá nhân của ngân hàng. Trong mô hình phân tích, các tác giả xem xét nhiều khía cạnh gắn với quyết định vay, bao gồm mức lãi suất, yêu cầu tiếp cận khoản vay, phương án hoàn trả định kỳ, chất lượng phục vụ, mức độ hài lòng của khách hàng và sự gắn kết trong quan hệ giữa ngân hàng với người vay. Kết quả cho thấy các yếu tố liên quan đến chi phí vay, điều kiện tín dụng, thời hạn trả nợ, chất lượng dịch vụ và quan hệ khách hàng đều ảnh hưởng đến quyết định vay vốn. Trong đó, chất lượng dịch vụ và lãi suất là hai yếu tố có vai trò nổi bật, phản ánh sự quan tâm đồng thời của khách hàng đối với chi phí tài chính và trải nghiệm phục vụ trong quá trình vay vốn.

Akhundov (2024) xem xét hành vi lựa chọn ngân hàng của khách hàng trong bối cảnh thị trường tài chính tại Azerbaijan. Nghiên cứu hướng đến việc làm rõ những yếu tố khiến khách hàng lựa chọn một ngân hàng khi sử dụng các dịch vụ tài chính, trong đó có dịch vụ tín dụng. Kết quả này nhấn mạnh vai trò của chất lượng phục vụ, uy tín ngân hàng, sự thuận tiện và hiệu quả xử lý giao dịch trong hành vi lựa chọn dịch vụ tài chính của khách hàng.

Faizah và cộng sự (2014) thực hiện nghiên cứu tại Malaysia nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng khoản vay cá nhân. Mô hình nghiên cứu xem xét các yếu tố niềm tin của khách hàng, tính minh bạch của sản phẩm tín dụng, chi phí vay và ảnh hưởng xã hội. Kết quả cho thấy quyết định vay vốn chịu ảnh hưởng của chi phí vay, niềm tin, sự minh bạch của sản phẩm tín dụng và tác động xã hội. Nghiên cứu này cho thấy niềm tin và chi phí vay là hai yếu tố quan trọng trong quá trình khách hàng cân nhắc lựa chọn khoản vay cá nhân.

Shafinar Ismail và cộng sự (2013) xem xét quyết định vay của khách hàng cá nhân trong bối cảnh thị trường ngân hàng Malaysia. Nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của các yếu tố thuộc về nhận thức cá nhân, mức độ hiểu biết tài chính và ảnh hưởng từ môi trường xã hội trong quá trình khách hàng cân nhắc sử dụng khoản vay. Các yếu tố được đưa vào mô hình gồm kiến thức tài chính, nhận thức của khách hàng, ảnh hưởng từ gia đình và hoạt động truyền thông của ngân hàng. Nghiên cứu nhấn mạnh rằng ngoài chi phí và chất lượng dịch vụ, khả năng hiểu biết tài chính, nhận thức cá nhân và ảnh hưởng xã hội cũng là những yếu tố cần được xem xét khi phân tích hành vi vay vốn của khách hàng.

Frangos và cộng sự (2012) tiếp cận vấn đề lựa chọn khoản vay ngân hàng của khách hàng cá nhân trong bối cảnh thị trường Hy Lạp. Các yếu tố được xem xét gồm chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng, uy tín ngân hàng và một số đặc điểm nhân khẩu học. Kết quả cho thấy chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, uy tín ngân hàng và đặc điểm nhân khẩu học đều có vai trò nhất định trong quyết định vay vốn. Trong đó, sự tin cậy và chất lượng phục vụ là những yếu tố nổi bật, cho thấy trải nghiệm dịch vụ và niềm tin đối với ngân hàng có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động tín dụng cá nhân.

1.4 Mô hình nghiên cứu

Trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước, có thể nhận thấy quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân là hành vi lựa chọn dịch vụ tài chính chịu tác động bởi nhiều yếu tố khác nhau. Các nghiên cứu nước ngoài của Subedi

và Joshi (2025), Dhakal (2024), Akhundov (2024), Faizah và cộng sự (2014), Shafinar Ismail và cộng sự (2013), Frangos và cộng sự (2012) cho thấy khách hàng cá nhân khi lựa chọn vay vốn thường cân nhắc các yếu tố như lãi suất, chi phí vay, điều kiện vay, thời hạn trả nợ, chất lượng dịch vụ, uy tín ngân hàng, niềm tin khách hàng và sự thuận tiện trong giao dịch. Nghiên cứu trong nước của Nguyễn Giác Trí (2023), Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trinh (2022), Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023) và Agribank Chi nhánh Cà Mau cũng chỉ ra rằng lãi suất và chi phí vay, quy trình vay, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng, chính sách tín dụng, nhân viên và sự thuận tiện

Đề tài này đề xuất một mô hình nghiên cứu dựa trên cơ sở kế thừa có chọn lọc và xem xét hoạt động cho vay của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Mô hình nghiên cứu của đề án được hình thành trên cơ sở tổng hợp lý thuyết và các công trình liên quan, trong đó tập trung vào năm nhóm yếu tố chính:

(i) Lãi suất và biểu phí

Khách hàng phải trả chi phí tài chính khi sử dụng vốn vay của ngân hàng thông qua lãi suất và biểu phí. Đối với khách hàng cá nhân, chi phí vay có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng trả nợ, mức độ chấp nhận khoản vay và quyết định lựa chọn ngân hàng. Khi khách hàng cảm nhận lãi suất hợp lý, biểu phí minh bạch và tổng chi phí vay phù hợp với khả năng tài chính, khả năng lựa chọn vay vốn tại ngân hàng sẽ cao hơn. Các nghiên cứu nước ngoài như Subedi và Joshi (2025), Dhakal (2024), Faizah và cộng sự (2014) đều ghi nhận vai trò của lãi suất, chi phí vay hoặc khoản trả góp đối với quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân. Chi phí vay vốn hợp lý và lãi suất là hai yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng cá nhân tại Cao Lãnh để vay vốn tại Việt Nam, theo Nguyễn Giác Trí (2023). Nghiên cứu của Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trinh (2022), Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023), và Vietcombank Đông Đồng Nai đã chứng minh rằng các yếu tố

như lãi suất, chi phí lãi suất và chi phí đi vay ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng để vay vốn.

Giả thuyết H1: Lãi suất và biểu phí có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

(ii) Thủ tục và quy trình

Thủ tục và quy trình vay vốn phản ánh mức độ rõ ràng, đơn giản, minh bạch và thuận tiện trong quá trình khách hàng tiếp cận khoản vay. Một quy trình vay vốn được hướng dẫn cụ thể, hồ sơ dễ thực hiện, thời gian xử lý nhanh và điều kiện vay rõ ràng sẽ giúp khách hàng giảm chi phí thời gian, hạn chế tâm lý e ngại và gia tăng khả năng lựa chọn ngân hàng. Ở các nghiên cứu nước ngoài, Subedi và Joshi (2025) cho thấy điều kiện vay vốn và thời hạn trả nợ có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng. Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trinh (2022) phát hiện ra rằng thủ tục vay là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng cá nhân tại Sóc Trăng để vay tiền. Nghiên cứu của Vietcombank Đông Đồng Nai chỉ ra rằng thủ tục vay vốn là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng để vay vốn, trong khi nghiên cứu của Agribank Chi nhánh Cà Mau cho thấy chính sách cho vay là yếu tố có tác động mạnh nhất đến quyết định của khách hàng để vay vốn.

Giả thuyết H2: Thủ tục và quy trình vay vốn có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

(iii) Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ trong hoạt động cho vay thể hiện qua thái độ phục vụ, năng lực tư vấn, sự chính xác trong xử lý hồ sơ, khả năng giải đáp thắc mắc và mức độ hỗ trợ khách hàng của nhân viên ngân hàng. Do sản phẩm tín dụng thường có

tính phức tạp, khách hàng cần được tư vấn đầy đủ về lãi suất, thời hạn vay, phương thức trả nợ, điều kiện vay, hồ sơ và các nghĩa vụ tài chính liên quan. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023), từ Agribank Chi nhánh Cà Mau và Vietcombank Đông Đồng Nai, chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng khi lựa chọn vay vốn ở Việt Nam.

Giả thuyết H3: Chất lượng dịch vụ có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

(iv) Thương hiệu ngân hàng

Thương hiệu ngân hàng thể hiện uy tín, hình ảnh, mức độ tin cậy và cảm nhận an toàn của khách hàng khi giao dịch với ngân hàng. Vì khách hàng thường phải duy trì quan hệ tín dụng với ngân hàng trong một khoảng thời gian nhất định, thương hiệu đóng một vai trò quan trọng trong hoạt động vay vốn. Do đó, khách hàng có xu hướng ưu tiên lựa chọn những ngân hàng có uy tín, minh bạch, hoạt động ổn định và tạo được niềm tin tại địa phương. Các nghiên cứu nước ngoài của Akhundov (2024), Faizah và cộng sự (2014), Frangos và cộng sự (2012) cho thấy uy tín ngân hàng, niềm tin khách hàng và tính minh bạch của sản phẩm tín dụng có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn. Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023) và nghiên cứu tại Vietcombank Đông Đồng Nai cũng ghi nhận thương hiệu, hình ảnh hoặc danh tiếng ngân hàng có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn.

Giả thuyết H4: Thương hiệu ngân hàng có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

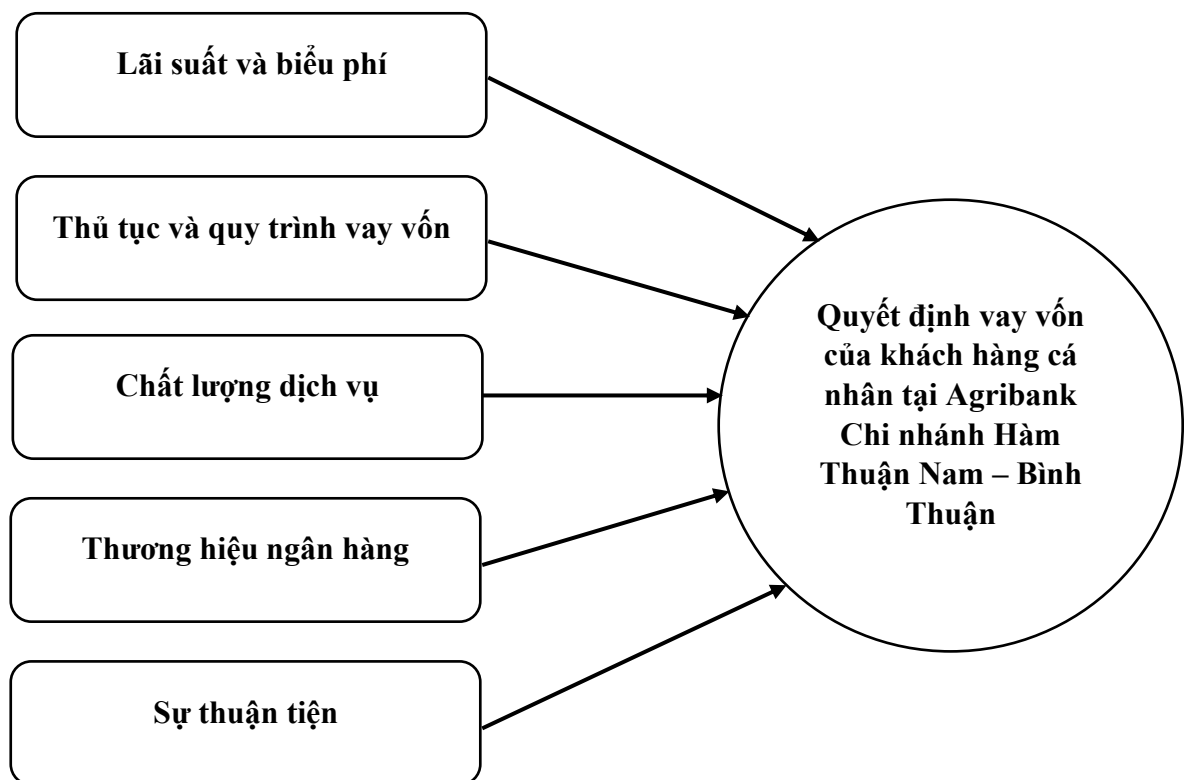
(v) Sự thuận tiện

Trong hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, sự thuận tiện thể hiện qua vị trí điểm giao dịch, thời gian làm việc, khả năng liên hệ với ngân hàng, mạng lưới

phục vụ, tốc độ xử lý giao dịch và khả năng hỗ trợ khách hàng khi phát sinh nhu cầu. Đối với khách hàng tại địa bàn cấp huyện như Hàm Thuận Nam, sự thuận tiện càng có ý nghĩa quan trọng vì khách hàng thường ưu tiên ngân hàng gần nơi cư trú, dễ liên hệ với cán bộ tín dụng và thuận lợi trong quá trình vay, giải ngân và trả nợ. Nghiên cứu nước ngoài của Akhundov (2024) cho thấy mạng lưới ATM, khả năng đổi mới dịch vụ và tốc độ xử lý hồ sơ có ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ tín dụng của khách hàng. Theo nghiên cứu được thực hiện tại Vietcombank Đông Đồng Nai, sự thuận tiện là yếu tố quan trọng nhất khiến khách hàng chọn vay vốn.

Giả thuyết H5: Sự thuận tiện có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

Khung mô hình đề xuất của nghiên cứu được thể hiện trong hình dưới đây:



Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu lý thuyết

1.5 Thang đo nghiên cứu

Các thang đo trong nghiên cứu được xây dựng trên cơ sở kế thừa có chọn lọc từ các nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến quyết định vay vốn và hành vi lựa chọn ngân hàng của khách hàng cá nhân, như nghiên cứu của Subedi và Joshi (2025), Dhakal (2024), Akhundov (2024), Faizah và cộng sự (2014), Frangos và cộng sự (2012), Nguyễn Giác Trí (2023), Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trinh (2022), Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023). Trên cơ sở các thang đo kế thừa, nghiên cứu tiến hành hiệu chỉnh nội dung biến quan sát cho phù hợp với bối cảnh khách hàng cá nhân vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Các biến quan sát được rà soát và điều chỉnh dựa trên góp ý của nhóm chuyên gia am hiểu hoạt động tín dụng cá nhân tại Chi nhánh, gồm lãnh đạo phụ trách nghiệp vụ và cán bộ trực tiếp xử lý hồ sơ vay. Phương pháp thảo luận chuyên gia được lựa chọn do các chuyên gia có nhiều kinh nghiệm trong hoạt động tín dụng ngân hàng và nghiên cứu về hành vi khách hàng. Ý kiến của chuyên gia được sử dụng để đánh giá mức độ phù hợp của từng biến quan sát, điều chỉnh cách diễn đạt nhằm bảo đảm tính dễ hiểu, phù hợp với bối cảnh Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Nghiên cứu tiến hành tham vấn 15 chuyên gia theo hình thức phỏng vấn bán cấu trúc kết hợp góp ý trực tiếp đối với bảng câu hỏi dự thảo. Các chuyên gia được lựa chọn trên cơ sở đáp ứng một hoặc nhiều tiêu chí sau: có ít nhất 05 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực tín dụng ngân hàng hoặc quản lý khách hàng cá nhân; đang giữ vị trí quản lý hoặc chuyên viên có nhiều kinh nghiệm tại Agribank hoặc các tổ chức tín dụng; có trình độ từ đại học trở lên và am hiểu hoạt động cho vay khách hàng cá nhân; có kinh nghiệm tham gia nghiên cứu, giảng dạy hoặc tư vấn trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng; đồng ý tham gia góp ý bảng câu hỏi và mô hình nghiên cứu. Sau khi tổng hợp ý kiến, các nội dung được chỉnh sửa, bổ sung và hoàn thiện để hình thành bảng câu hỏi chính thức phục vụ nghiên cứu định lượng.

Sau quá trình góp ý và điều chỉnh, nghiên cứu đã sử dụng các thang đo chính thức gồm sáu nhân tố và 24 biến quan sát, được đo bằng thang đo Likert 5.

Bảng 1.1 Thang đo nghiên cứu

Nhân tố	Mã hóa	Biến quan sát	Nguồn kế thừa
Lãi suất và biểu phí	LSCP1	Lãi suất vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam ở mức hợp lý.	Subedi và Joshi (2025); Nguyễn Giác Trí (2023); Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trinh (2022); Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023)
	LSCP2	Các khoản phí vay vốn được Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam công khai, minh bạch.	
	LSCP3	Chi phí vay vốn phù hợp với khả năng tài chính của tôi.	
	LSCP4	Chính sách lãi suất của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam có tính cạnh tranh.	
Thủ tục và quy trình vay vốn	TTQT1	Hồ sơ vay vốn được Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam hướng dẫn rõ ràng.	Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trinh (2022)
	TTQT2	Thủ tục vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam đơn giản và dễ thực hiện.	
	TTQT3	Thời gian xử lý hồ sơ vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam nhanh chóng.	
	TTQT4	Quy trình vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam thuận tiện cho khách hàng.	
Chất lượng dịch vụ	CLDV1	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam phục vụ nhiệt tình và lịch sự.	Subedi và Joshi (2025); Dhakal (2024); Frangos và cộng sự
	CLDV2	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi	

Nhân tố	Mã hóa	Biến quan sát	Nguồn kế thừa
		nhánh Hàm Thuận Nam tư vấn rõ ràng và dễ hiểu.	(2012); Nguyễn Giác Trí (2023); Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023)
	CLDV3	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam xử lý hồ sơ chính xác.	
	CLDV4	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi gặp khó khăn.	
	CLDV5	Tôi hài lòng với chất lượng phục vụ của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam.	
Thương hiệu ngân hàng	TH1	Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam là ngân hàng có uy tín trên địa bàn.	Akhundov (2024); Faizah và cộng sự (2014); Frangos và cộng sự (2012); Nguyễn Giác Trí (2023)
	TH2	Tôi tin tưởng vào hoạt động của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam.	
	TH3	Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam tạo cảm giác an toàn khi vay vốn.	
	TH4	Thương hiệu Agribank ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của tôi.	
Sự thuận tiện	STT1	Vị trí giao dịch của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam thuận tiện cho tôi.	Akhundov (2024); Nguyễn Giác Trí (2023); Bùi Văn Thủy và cộng sự
	STT2	Thời gian làm việc của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam phù hợp với nhu cầu giao dịch của tôi.	
	STT3	Tôi dễ dàng liên hệ với Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam khi cần hỗ trợ.	
	STT4	Các giao dịch với Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam được thực hiện nhanh	

Nhân tố	Mã hóa	Biến quan sát	Nguồn kế thừa
		chóng và thuận tiện.	
Quyết định vay vốn	QDVV1	Tôi ưu tiên lựa chọn Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam khi có nhu cầu vay vốn.	Subedi và Joshi (2025); Dhakal (2024); Nguyễn Giác Trí (2023); Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trịnh (2022)
	QDVV2	Tôi sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam trong tương lai.	
	QDVV3	Tôi sẽ giới thiệu dịch vụ vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam cho người khác.	

Nguồn: Kết quả tham khảo ý kiến chuyên gia

1.6 Phương pháp chọn mẫu, quy mô mẫu

Phương pháp chọn mẫu:

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện có kiểm soát. Đối tượng khảo sát là khách hàng cá nhân đang vay vốn hoặc đã từng vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Người trả lời được tiếp cận trực tiếp tại Chi nhánh và các điểm giao dịch có liên quan, trên cơ sở đáp ứng tiêu chí đã có trải nghiệm thực tế đối với dịch vụ vay vốn. Do không thể xây dựng đầy đủ khung chọn mẫu của toàn bộ khách hàng cá nhân nên nghiên cứu không áp dụng phương pháp chọn mẫu xác suất. Tuy nhiên, để hạn chế sai lệch, nghiên cứu sử dụng câu hỏi sàng lọc và chỉ lựa chọn những khách hàng phù hợp với đối tượng nghiên cứu.

Quy trình khảo sát được thực hiện qua các bước: xây dựng bảng câu hỏi dựa trên mô hình và thang đo nghiên cứu; khảo sát thử để điều chỉnh cách diễn đạt; triển khai khảo sát chính thức; thu hồi, kiểm tra, sàng lọc và mã hóa dữ liệu trước khi phân tích bằng phần mềm SPSS. Trong quá trình khảo sát chính thức, nghiên cứu phát ra 250 bảng hỏi và thu về 247 bảng, đạt tỷ lệ thu hồi 98,8%. Sau khi kiểm tra

và sàng lọc, 18 bảng hỏi bị loại do không đáp ứng yêu cầu về tính đầy đủ và độ tin cậy của thông tin. Kết quả còn lại 229 bảng hỏi hợp lệ được sử dụng cho các phân tích tiếp theo, tương ứng tỷ lệ hợp lệ 92,7% trên tổng số phiếu thu về và 91,6% trên tổng số phiếu phát ra. Các bảng hỏi bị loại khi thuộc một trong các trường hợp sau: người trả lời không thuộc đối tượng khảo sát; bỏ trống nhiều nội dung quan trọng; lựa chọn cùng một phương án cho hầu hết hoặc toàn bộ thang đo; có câu trả lời thiếu nhất quán; hoặc có dấu hiệu hoàn thành bảng hỏi thiếu nghiêm túc.

Với 229 quan sát hợp lệ, quy mô mẫu đáp ứng yêu cầu tối thiểu đối với các phân tích Cronbach's Alpha, EFA và hồi quy đa biến. Tuy nhiên, do nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện nên mẫu chưa thể đại diện hoàn toàn cho toàn bộ khách hàng cá nhân của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Kết quả nghiên cứu chủ yếu phản ánh nhận định của nhóm khách hàng được tiếp cận trong thời gian và phạm vi khảo sát.

Quy mô mẫu nghiên cứu:

Theo Hair et al. (2010), cỡ mẫu tối thiểu để thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA là năm mươi quan sát; mức độ phù hợp là một trăm quan sát trở lên; và mức độ tốt là khoảng hai trăm quan sát. Ngoài ra, các tác giả đề xuất rằng mỗi biến phải có ít nhất năm quan sát. Trong cuộc điều tra này, thang đo bao gồm 24 biến quan sát; 21 biến quan sát được sử dụng để đánh giá năm yếu tố độc lập và ba biến quan sát được sử dụng để đánh giá các biến phụ thuộc. Do đó, kích thước mẫu tối thiểu là 120 quan sát ($n = 24 \times 5$).

Tuy nhiên, để bảo đảm độ tin cậy của dữ liệu, hạn chế các sai lệch có thể phát sinh trong quá trình khảo sát và nâng cao tính ổn định của kết quả phân tích, nghiên cứu dự kiến khảo sát 250 khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Quy mô mẫu này lớn hơn mức tối thiểu cần thiết và phù hợp để thực hiện các phân tích thống kê tiếp theo như Cronbach's Alpha, EFA, phân tích tương quan Pearson và hồi quy tuyến tính đa biến.

1.7 Dữ liệu thu thập, công cụ xử lý dữ liệu

Dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu là dữ liệu sơ cấp, được thu thập thông qua khảo sát bằng bảng câu hỏi đối với 250 khách hàng cá nhân đã, đang hoặc có nhu cầu vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Thời gian khảo sát chính thức được thực hiện từ tháng 04 đến tháng 05 năm 2026 tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Địa điểm khảo sát là Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, nơi khách hàng đến giao dịch hoặc thực hiện các thủ tục liên quan đến vay vốn.

Sau khi thu thập, dữ liệu khảo sát được làm sạch, mã hóa và phân tích trên SPSS. Các bước xử lý gồm thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích EFA, kiểm tra tương quan và hồi quy tuyến tính đa biến.

Quá trình khảo sát được thực hiện theo bốn bước.

Bước 1: Xây dựng bảng câu hỏi trên cơ sở mô hình nghiên cứu, kết quả nghiên cứu định tính và ý kiến chuyên gia.

Bước 2: Khảo sát thử nhằm kiểm tra mức độ dễ hiểu của câu hỏi, hiệu chỉnh cách diễn đạt và hoàn thiện bảng câu hỏi chính thức.

Bước 3: Tiến hành khảo sát chính thức đối với khách hàng cá nhân đang vay vốn hoặc đã từng vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Người trả lời được giải thích mục đích nghiên cứu và cam kết bảo mật thông tin trước khi trả lời.

Bước 4: Thu hồi bảng hỏi, kiểm tra tính đầy đủ của thông tin, loại bỏ các phiếu không đạt yêu cầu, mã hóa dữ liệu và nhập liệu để phân tích bằng phần mềm SPSS.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Nội dung chương 1 tập trung làm rõ hành vi vay vốn cá nhân trong ngân hàng thương mại, đồng thời đề xuất mô hình gồm năm nhân tố: lãi suất và biểu phí, thủ tục vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng và sự thuận tiện. Ngoài

ra, chương cũng trình bày giả thuyết nghiên cứu, thang đo, mẫu khảo sát và quy trình xử lý dữ liệu làm nền tảng cho phân tích ở Chương 2. Để phù hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, các thang đo được lấy từ các nghiên cứu trước và được sửa đổi bằng cách tham khảo ý kiến của các chuyên gia. Đây là cơ sở cho chương tiếp theo thực hiện phân tích thực trạng, xử lý dữ liệu khảo sát và kiểm tra mô hình nghiên cứu đã đề xuất.

CHƯƠNG 2: THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN VÀ KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH HÀM THUẬN NAM – BÌNH THUẬN

2.1 Sơ lược về Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận

Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận là đơn vị thành viên trong hệ thống Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam, hoạt động trên địa bàn có đặc trưng kinh tế gắn với nông nghiệp, nông thôn, hộ sản xuất và các hoạt động kinh doanh nhỏ lẻ. Trong quá trình hoạt động, chi nhánh giữ vai trò cung ứng vốn và dịch vụ tài chính cho khách hàng cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế tại địa phương. Địa bàn phục vụ của chi nhánh gồm Hàm Thuận Nam, Tân Lập, Tân Thành và Hàm Kiệm sau sáp nhập hành chính. Đây là khu vực có nhu cầu vốn tương đối đa dạng, nhưng tập trung chủ yếu vào sản xuất nông nghiệp, thương mại nhỏ, tiêu dùng hộ gia đình và các hoạt động sinh kế nông thôn. Vì vậy, cho vay khách hàng cá nhân giữ vị trí quan trọng trong hoạt động kinh doanh của chi nhánh, vừa tạo nguồn thu chủ yếu từ tín dụng, vừa góp phần thực hiện vai trò dẫn vốn cho phát triển kinh tế địa phương.

Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận thực hiện tất cả các nhiệm vụ cơ bản của một ngân hàng thương mại về chức năng hoạt động. Ngoài hoạt động tín dụng, chi nhánh còn thanh toán, chuyển tiền, thu hộ, chi hộ, sử dụng thẻ ATM, ngân hàng điện tử và dịch vụ tài chính hỗ trợ khách hàng. Đặc biệt, với đặc thù của Agribank, chi nhánh còn tham gia triển khai các chính sách tín dụng ưu tiên phục vụ khu vực nông nghiệp, nông thôn và các nhóm khách hàng có nhu cầu vốn phục vụ sản xuất, kinh doanh và đời sống.

Chi nhánh có mô hình tổ chức tương đối tinh gọn với ban giám đốc và các phòng nghiệp vụ chủ chốt. Trong lĩnh vực cho vay, Phòng Tín dụng trực tiếp thực hiện các nhiệm vụ như phát triển khách hàng, nhận hồ sơ vay vốn, thẩm định, giải

ngân, giám sát khoản vay và thu hồi nợ. Phòng Kế toán Ngân quỹ phụ trách nghiệp vụ thu – chi, kiểm soát tiền mặt, quản lý quỹ tiền tệ và phối hợp xử lý các giao dịch tài chính phát sinh trong hoạt động thường ngày của Chi nhánh.

2.2 Thực trạng cho vay cá nhân giai đoạn 2023–2025

2.2.1 Quy mô

Quy mô cho vay khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận giai đoạn 2023 – 2025 có xu hướng tăng trưởng rõ nét. Năm 2023, doanh số cho vay của khách hàng cá nhân tăng từ 1.824.096 triệu đồng lên 1.912.525 triệu đồng và đạt 2.264.724 triệu đồng vào năm 2024. Doanh số cho vay sẽ tăng mạnh lên 18,42% vào năm 2025 sau khi đạt 4,85% vào năm 2024. Kết quả này cho thấy nhu cầu tín dụng cá nhân trên địa bàn tiếp tục mở rộng, đồng thời phản ánh nỗ lực của chi nhánh trong việc duy trì và phát triển phân khúc khách hàng cá nhân.

Bảng 2.1. Quy mô cho vay cá nhân giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	2025	2024/2023 (%)	2025/2024 (%)
Doanh số cho vay KHCN	Triệu đồng	1.824.096	1.912.525	2.264.724	4,85	18,42
Doanh số thu nợ KHCN	Triệu đồng	1.663.499	1.776.675	2.068.044	6,80	16,40
Dư nợ cho vay KHCN cuối năm	Triệu đồng	1.719.310	1.855.160	2.051.841	7,90	10,60
Số lượng khách hàng vay vốn	Khách hàng	4.172	4.654	4.856	11,55	4,34

Nguồn: Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận năm 2023, 2024, 2025

Song song với doanh số cho vay, doanh số thu nợ khách hàng cá nhân cũng tăng liên tục từ 1.663.499 triệu đồng năm 2023 lên 1.776.675 triệu đồng năm 2024 và đạt 2.068.044 triệu đồng năm 2025. Điều này cho thấy hoạt động thu hồi vốn của chi nhánh vẫn được duy trì tương đối ổn định trong điều kiện quy mô cho vay mở rộng. Dư nợ cho vay khách hàng cá nhân cuối năm tăng từ 1.719.310 triệu đồng lên 2.051.841 triệu đồng trong giai đoạn 2023 – 2025; số lượng khách hàng vay vốn cũng tăng từ 4.172 khách hàng lên 4.856 khách hàng. Như vậy, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân không chỉ tăng về quy mô vốn mà còn mở rộng về số lượng khách hàng, góp phần củng cố vai trò của chi nhánh trong việc cung ứng tín dụng cho dân cư địa phương.

2.2.2 Cơ cấu dư nợ khách hàng cá nhân theo thời hạn vay

Năm 2023, dư nợ ngắn hạn đạt 1.173.538 triệu đồng, chiếm 68,26% tổng dư nợ khách hàng cá nhân; năm 2024 tăng lên 1.316.016 triệu đồng, chiếm 70,94%; và năm 2025 đạt 1.523.604 triệu đồng, chiếm 74,26%. Tỷ trọng dư nợ ngắn hạn tăng liên tục cho thấy chi nhánh đang ưu tiên các khoản vay có vòng quay vốn nhanh, phù hợp với nhu cầu sản xuất nông nghiệp, bổ sung vốn lưu động và tiêu dùng ngắn hạn của khách hàng cá nhân trên địa bàn.

Bảng 2.2. Cơ cấu dư nợ theo thời hạn giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	2023 (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	2024 (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	2025 (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)
Dư nợ ngắn hạn	1.173.538	68,26	1.316.016	70,94	1.523.604	74,26
Dư nợ trung hạn	428.768	24,94	398.28	21,47	387.064	18,86
Dư nợ dài hạn	91.617	5,33	94.51	5,09	111.947	5,46
Tổng dư nợ KHCN cuối năm	1.719.310	100,00	1.855.160	100,00	2.051.841	100,00

Nguồn: Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận năm 2023, 2024, 2025

Ngược lại, dư nợ trung hạn có xu hướng giảm từ 428.768 triệu đồng năm 2023 xuống còn 387.064 triệu đồng năm 2025; tỷ trọng giảm từ 24,94% xuống còn 18,86%. Dư nợ dài hạn tuy tăng nhẹ từ 91.617 triệu đồng lên 111.947 triệu đồng, nhưng tỷ trọng vẫn duy trì ở mức thấp, chỉ khoảng 5% tổng dư nợ khách hàng cá nhân. Cơ cấu này phản ánh đặc thù tín dụng tại địa bàn Hàm Thuận Nam, nơi phần lớn khách hàng cá nhân vay vốn phục vụ chu kỳ sản xuất ngắn hạn, kinh doanh nhỏ lẻ và nhu cầu đời sống trước mắt. Tuy nhiên, tỷ trọng cho vay trung và dài hạn còn thấp cũng cho thấy chi nhánh chưa khai thác mạnh các nhu cầu vốn phục vụ đầu tư mở rộng sản xuất, cải tạo tài sản, phát triển mô hình kinh doanh hoặc cải thiện nhà ở trong dài hạn.

2.2.3 Cơ cấu dư nợ cho vay khách hàng cá nhân theo mục đích sử dụng vốn

Xét theo mục đích sử dụng vốn, dư nợ cho vay nông nghiệp, nông thôn chiếm tỷ trọng áp đảo trong tổng dư nợ khách hàng cá nhân tại chi nhánh. Năm 2023, dư nợ cho vay nông nghiệp, nông thôn đạt 1.222.516 triệu đồng, chiếm 71,11%; năm 2024 tăng lên 1.505.302 triệu đồng, chiếm 81,14%; và năm 2025 đạt 1.735.769 triệu đồng, chiếm 84,60%. Kết quả này cho thấy định hướng tín dụng của chi nhánh gắn chặt với vai trò truyền thống của Agribank trong phục vụ khu vực nông nghiệp, nông thôn và kinh tế hộ gia đình.

Bảng 2.3. Cơ cấu dư nợ cho vay khách hàng cá nhân theo mục đích sử dụng vốn giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	2023 (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	2024 (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	2025 (Triệu đồng)	Tỷ trọng (%)
Vay nông nghiệp, nông thôn	1.222.516	71,11	1.505.302	81,14	1.735.769	84,60
Vay sản xuất kinh doanh	359.206	20,89	195.232	10,52	160.594	7,83

Vay tiêu dùng	112.2	6,53	108.272	5,84	126.252	6,15
Vay mục đích khác	48.872	2,84	73.4	3,96	73.477	3,58
Tổng dư nợ KHCN cuối năm	1.719.310	100,00	1.855.160	100,00	2.051.841	100,00

Nguồn: Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận năm 2023, 2024, 2025

2.2.4 Chất lượng tín dụng

Giai đoạn 2023–2025, tình hình nợ quá hạn của khách hàng cá nhân tại chi nhánh có sự biến động qua các năm, cho thấy cần tiếp tục theo dõi chặt chẽ chất lượng khoản vay và khả năng trả nợ của khách hàng. Năm 2023, nợ quá hạn là 8.019 triệu đồng, tăng lên 13.631 triệu đồng năm 2024, sau đó giảm còn 9.349 triệu đồng năm 2025. Tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ lần lượt là 0,47%, 0,73% và 0,46%. Mặc dù nợ quá hạn tăng trong năm 2024, nhưng đến năm 2025 đã được kéo giảm, cho thấy công tác thu hồi và kiểm soát nợ có sự cải thiện.

Bảng 2.4. Chất lượng tín dụng cá nhân giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	2025
Nợ quá hạn cho vay KHCN	Triệu đồng	8.019	13.631	9.349
Tỷ lệ nợ quá hạn/Tổng dư nợ	%	0,47	0,73	0,46
Nợ xấu cho vay KHCN	Triệu đồng	3.46	3.007	6.12
Tỷ lệ nợ xấu/Tổng dư nợ	%	0,20	0,16	0,30
Dự phòng rủi ro tín dụng cho vay cá nhân	Triệu đồng	10.519	5.626	7.844

Nguồn: Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận năm 2023, 2024, 2025

Đối với nợ xấu, số liệu cho thấy nợ xấu giảm từ 3.460 triệu đồng năm 2023 xuống 3.007 triệu đồng năm 2024, nhưng tăng lên 6.120 triệu đồng năm 2025. Tỷ lệ nợ xấu tương ứng là 0,20%, 0,16% và 0,30%. Mặc dù tỷ lệ nợ xấu vẫn ở mức thấp, xu hướng tăng trong năm 2025 là dấu hiệu cần lưu ý, đặc biệt trong bối cảnh dư nợ cá nhân tiếp tục mở rộng và danh mục tín dụng tập trung nhiều vào lĩnh vực nông

nghiệp. Dự phòng rủi ro tín dụng cho vay cá nhân cũng biến động theo chất lượng tín dụng, từ 10.519 triệu đồng năm 2023 giảm xuống 5.626 triệu đồng năm 2024, sau đó tăng lên 7.844 triệu đồng năm 2025. Điều này cho thấy chi nhánh đã có sự điều chỉnh dự phòng phù hợp hơn với mức độ rủi ro phát sinh. Nhìn chung, chất lượng tín dụng cho vay khách hàng cá nhân tại chi nhánh vẫn được kiểm soát tương đối an toàn, nhưng diễn biến nợ xấu năm 2025 cho thấy cần tiếp tục tăng cường thẩm định, kiểm tra sau vay và quản lý danh mục tín dụng tập trung.

2.2.5 Hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân

Trong giai đoạn 2023–2025, tỷ lệ thu nợ trên doanh số cho vay duy trì ở mức cao, lần lượt là 91,19%, 92,90% và 91,32%. Điều này cho thấy khả năng thu hồi vốn tín dụng của chi nhánh tương đối ổn định, dù quy mô cho vay tiếp tục tăng qua các năm.

Bảng 2.5. Hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân giai đoạn 2023 – 2025

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	2025
Doanh số cho vay KHCN	Triệu đồng	1.824.096	1.912.525	2.264.724
Doanh số thu nợ KHCN	Triệu đồng	1.663.499	1.776.675	2.068.044
Tỷ lệ thu nợ/Doanh số cho vay	%	91,19	92,90	91,32
Thu nhập lãi từ cho vay KHCN	Triệu đồng	169.451	171.852	172.698
Dư nợ cho vay KHCN cuối năm	Triệu đồng	1.719.310	1.855.160	2.051.841
Tỷ lệ thu nhập lãi/Dư nợ bình quân cuối năm	%	9,86	9,26	8,42

Nguồn: Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận năm 2023, 2024, 2025

Thu nhập lãi từ cho vay khách hàng cá nhân tăng nhẹ từ 169.451 triệu đồng năm 2023 lên 171.852 triệu đồng năm 2024 và 172.698 triệu đồng năm 2025. Tỷ lệ thu nhập lãi trên dư nợ cuối năm giảm từ 9,86% năm 2023 xuống 9,26% năm 2024 và còn 8,42% năm 2025. Điều này cho thấy hiệu quả sinh lời của hoạt động cho vay khách hàng cá nhân chưa tăng tương xứng với mức độ mở rộng tín dụng.

2.3 Phân tích kết quả nghiên cứu định lượng từ dữ liệu khảo sát

2.3.1 Mô tả mẫu nghiên cứu

Đối tượng tham gia khảo sát chính thức là khách hàng cá nhân đang vay vốn hoặc đã từng vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Trước khi phát bảng hỏi, nghiên cứu sử dụng câu hỏi sàng lọc nhằm loại những người chưa từng phát sinh quan hệ vay vốn tại Chi nhánh. Sau quá trình thu thập và sàng lọc, nghiên cứu thu được 229 phiếu hợp lệ để đưa vào phân tích. Tất cả người trả lời trong mẫu chính thức đều đã có trải nghiệm thực tế đối với dịch vụ vay vốn tại Chi nhánh. Vì vậy, các đánh giá về lãi suất và biểu phí, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng, sự thuận tiện và quyết định vay vốn được hình thành trên cơ sở trải nghiệm thực tế thay vì chỉ dựa trên nhận thức hoặc thông tin tìm hiểu ban đầu. Do mẫu nghiên cứu đã được kiểm soát ngay từ tiêu chí lựa chọn và không bao gồm khách hàng chưa từng vay vốn, nghiên cứu không thực hiện so sánh giữa nhóm khách hàng có trải nghiệm và nhóm chưa có trải nghiệm vay vốn.

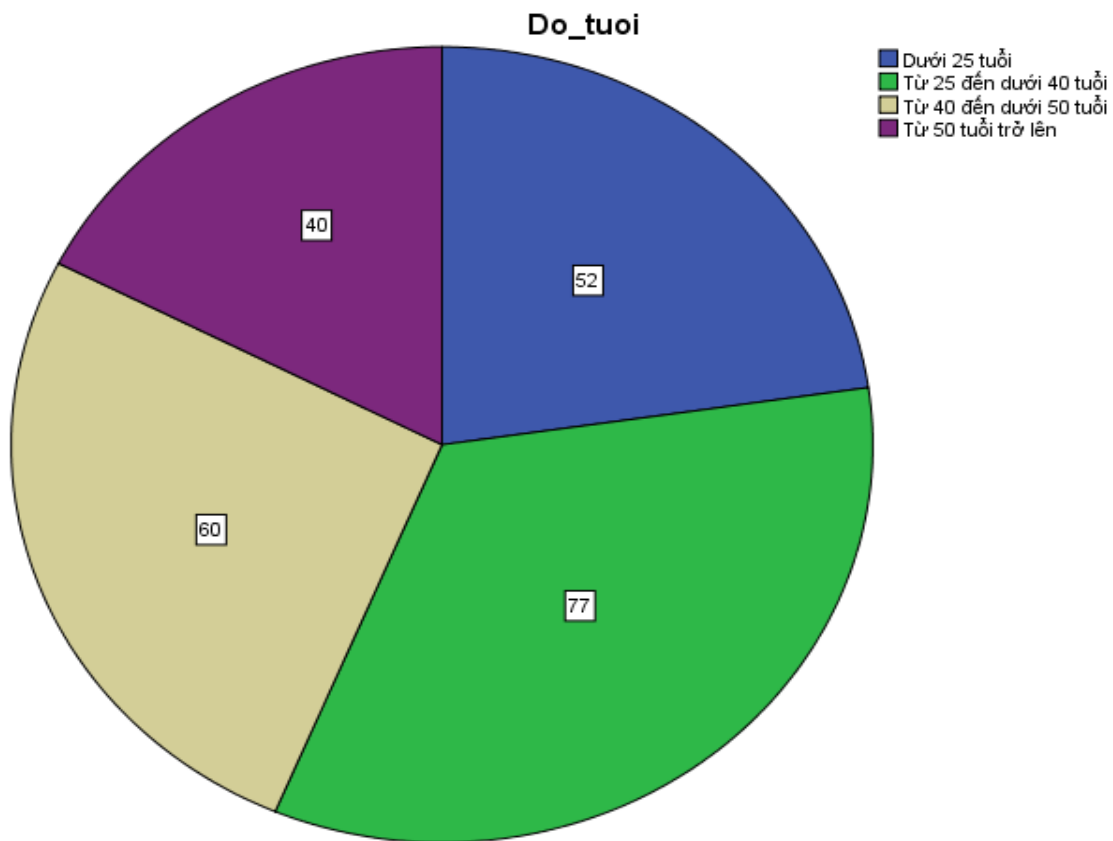
Xét theo giới tính, trong 229 khách hàng tham gia khảo sát, nam giới chiếm tỷ lệ cao hơn với 132 người, tương đương 57,6%; nữ giới có 97 người, tương đương 42,4%. Kết quả này cho thấy nhóm khách hàng nam chiếm tỷ lệ cao hơn trong mẫu nghiên cứu, tuy nhiên mức chênh lệch giữa hai nhóm giới tính không quá lớn.



Hình 2.1 Phân bố mẫu nghiên cứu theo giới tính

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Về độ tuổi, nhóm khách hàng từ 25 đến dưới 40 tuổi chiếm tỷ trọng lớn nhất trong mẫu khảo sát, với 77 người, tương ứng 33,6%. Điều này cho thấy nhóm khách hàng trong độ tuổi lao động ổn định là nhóm có nhu cầu hoặc mức độ quan tâm cao hơn đối với hoạt động vay vốn tại chi nhánh. Tiếp theo là nhóm từ 40 đến dưới 50 tuổi với 60 người, chiếm 26,2%; nhóm dưới 25 tuổi có 52 người, chiếm 22,7%; và nhóm từ 50 tuổi trở lên có 40 người, chiếm 17,5%. Điều này cho thấy phần lớn khách hàng khảo sát nằm trong độ tuổi lao động, có nhu cầu vay vốn để sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng hoặc cải thiện điều kiện sống.

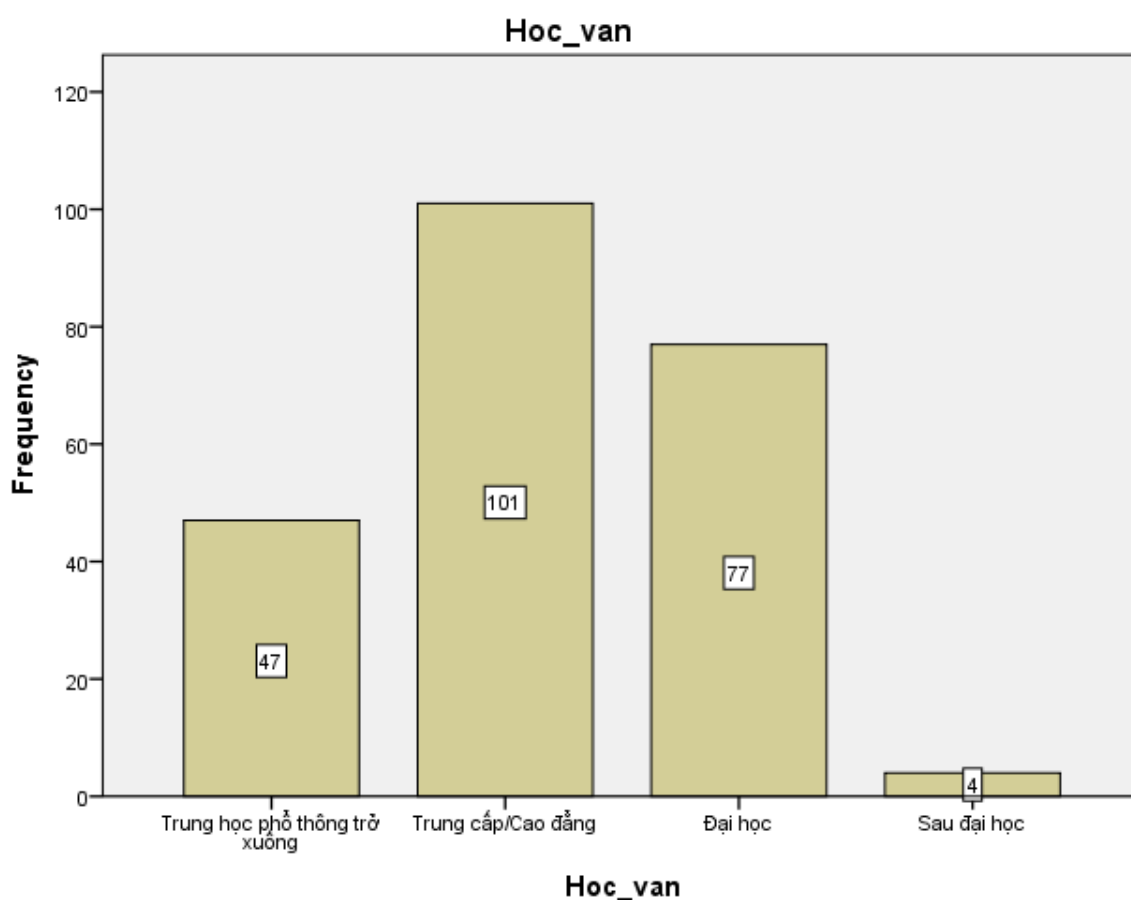


Hình 2.2 Phân bố mẫu nghiên cứu theo độ tuổi

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Theo tiêu chí học vấn, khách hàng thuộc nhóm trung cấp/cao đẳng chiếm ưu thế trong mẫu khảo sát, với 101 trường hợp, tương đương 44,1%. Kết quả này cho

thấy nhóm khách hàng có trình độ đào tạo nghề và chuyên môn ứng dụng là nhóm tham gia khảo sát nhiều nhất, phản ánh đặc điểm khá phù hợp với cơ cấu khách hàng cá nhân có nhu cầu vay vốn tại địa phương. Các nhóm còn lại có tỷ lệ thấp hơn, gồm khách hàng trình độ đại học với 77 người, tương đương 33,6%; trình độ trung học phổ thông trở xuống với 47 người, tương đương 20,5%; và sau đại học với 4 người, tương đương 1,7%.

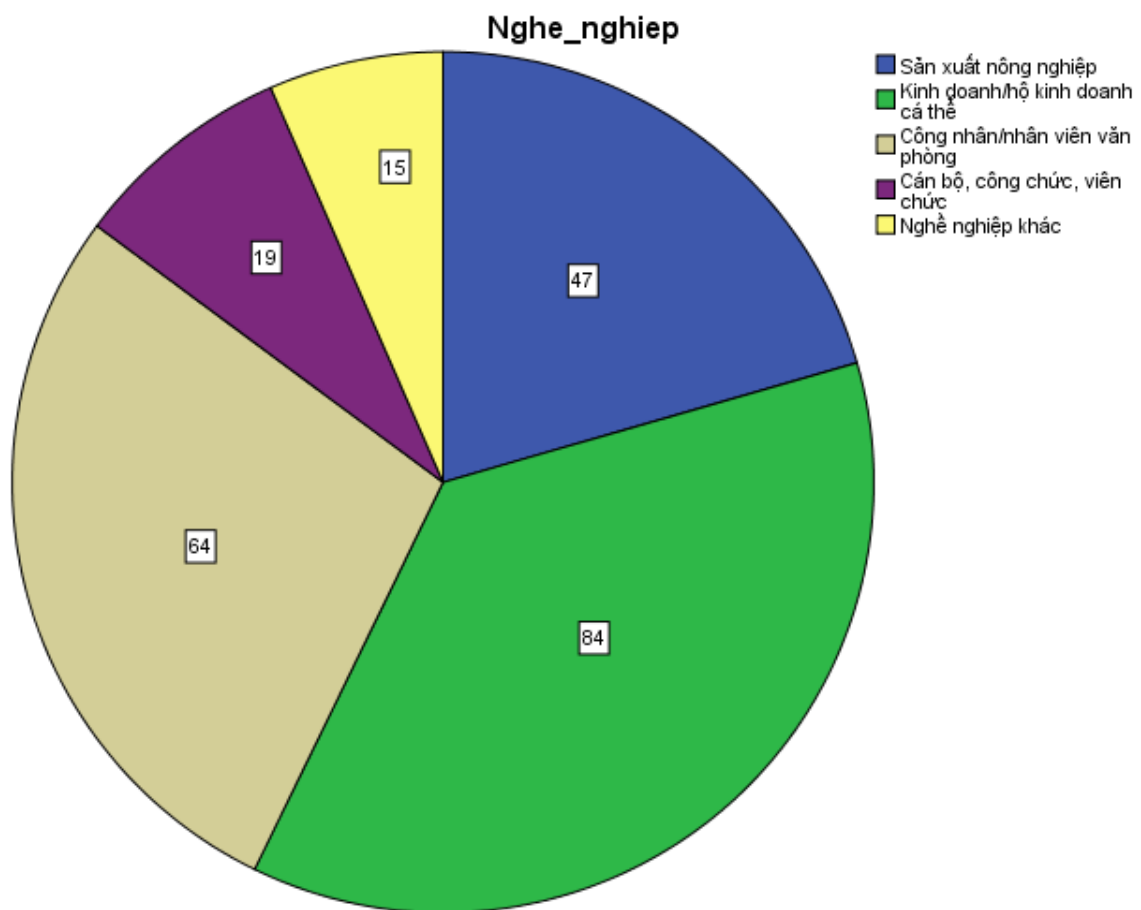


Hình 2.3 Phân bố mẫu nghiên cứu theo trình độ học vấn

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Về nghề nghiệp, nhóm kinh doanh/hộ kinh doanh cá thể chiếm tỷ lệ cao nhất với 84 người, tương ứng 36,7%. Tiếp theo là nhóm công nhân/nhân viên văn phòng với 64 người, chiếm 27,9%; nhóm sản xuất nông nghiệp có 47 người, chiếm 20,5%;

nhóm cán bộ, công chức, viên chức có 19 người, chiếm 8,3%; và nhóm nghề nghiệp khác có 15 người, chiếm 6,6%. Kết quả này cho thấy khách hàng vay vốn tại chi nhánh chủ yếu là nhóm kinh doanh hộ gia đình, lao động hưởng lương và sản xuất nông nghiệp, phù hợp với đặc điểm kinh tế địa phương.

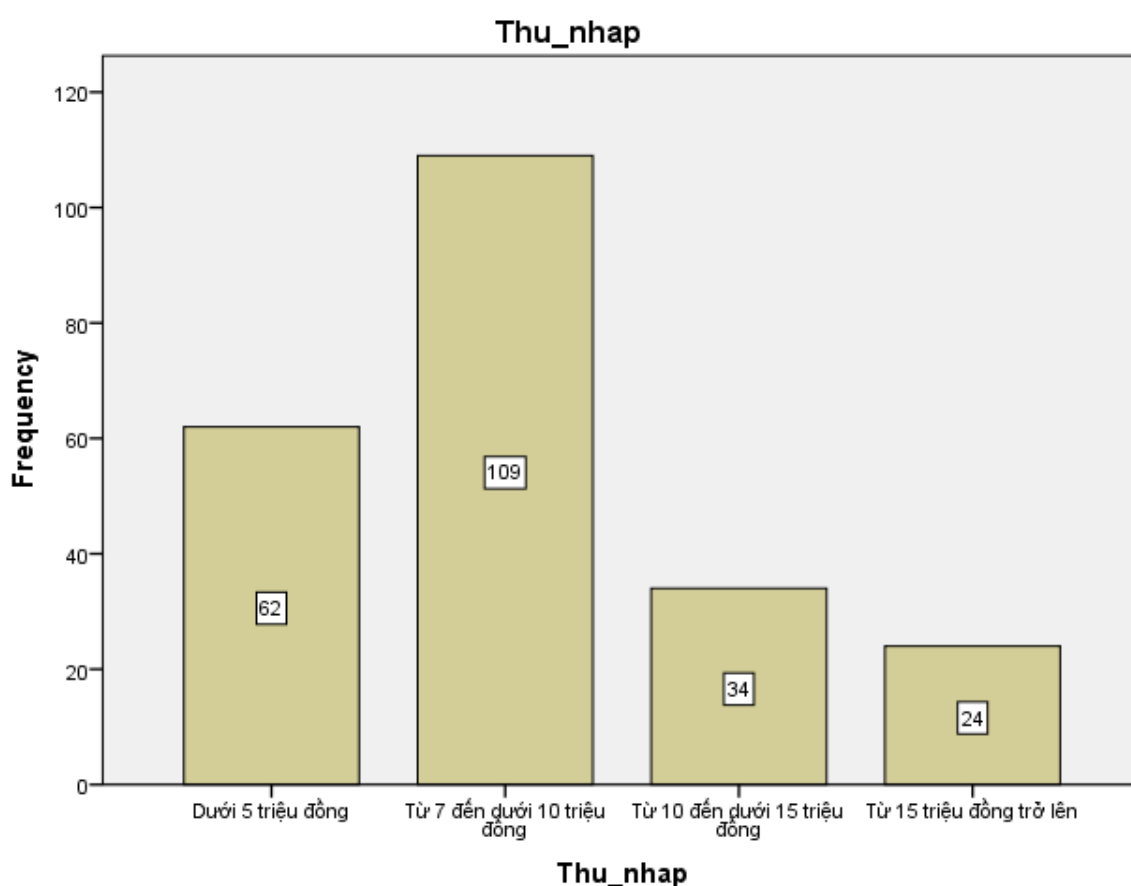


Hình 2.4 Phân bố mẫu nghiên cứu theo nghề nghiệp

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Cơ cấu mẫu theo thu nhập cho thấy nhóm khách hàng có thu nhập từ 7 đến dưới 10 triệu đồng/tháng chiếm ưu thế, với 109 người, tương đương 47,6% tổng số khảo sát. Nhóm thu nhập dưới 5 triệu đồng/tháng đứng thứ hai với 62 người, chiếm 27,1%. Hai nhóm còn lại có tỷ lệ thấp hơn, gồm nhóm từ 10 đến dưới 15 triệu đồng/tháng với 34 người, chiếm 14,8%, và nhóm từ 15 triệu đồng/tháng trở lên với

24 người, chiếm 10,5%. Kết quả này cho thấy phần lớn khách hàng tham gia khảo sát thuộc nhóm thu nhập trung bình, phản ánh đặc điểm phù hợp với nhóm khách hàng cá nhân có nhu cầu vay vốn phục vụ tiêu dùng, sản xuất, kinh doanh nhỏ hoặc các nhu cầu tài chính hộ gia đình.



Hình 2.5 Phân bố mẫu nghiên cứu theo thu nhập bình quân hàng tháng

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

2.3.2 Phân tích Cronbach's Alpha

Độ tin cậy của thang đo được kiểm tra bằng Cronbach's Alpha trước khi thực hiện EFA. Kết quả sàng lọc cho thấy ba biến LSCP2, CLDV3 và TH3 không đáp ứng yêu cầu về tương quan biến – tổng nên được loại khỏi mô hình đo lường. Sau điều chỉnh, các thang đo đều có hệ số Alpha đạt từ 0,752 đến 0,872, cao hơn ngưỡng chấp nhận 0,6. Cụ thể, lãi suất và biểu phí đạt 0,752; thủ tục và quy trình

vay vốn đạt 0,818; chất lượng dịch vụ đạt 0,872; thương hiệu ngân hàng đạt 0,847; sự thuận tiện đạt 0,851; và quyết định vay vốn đạt 0,865. Như vậy, hệ thống biến quan sát còn lại bảo đảm độ tin cậy cần thiết và phù hợp để tiếp tục phân tích nhân tố khám phá. Kết quả chi tiết được thể hiện tại Bảng 2.6.

Bảng 2.6 Kết quả Cronbach's Alpha

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
Lãi suất và biểu phí – LSCP ($\alpha = 0,687$) – Lần 01				
LSCP1	11,799	4,074	0,565	0,558
LSCP2	11,869	4,877	0,269	0,752
LSCP3	11,655	4,183	0,588	0,549
LSCP4	11,707	4,348	0,495	0,606
Lãi suất và biểu phí – LSCP ($\alpha = 0,752$) – Lần 02				
LSCP1	7,991	2,360	0,586	0,663
LSCP3	7,847	2,437	0,619	0,627
LSCP4	7,900	2,512	0,539	0,717
Thủ tục và quy trình vay vốn – TTQT ($\alpha = 0,818$)				
TTQT1	11,895	2,928	0,672	0,755
TTQT2	11,978	3,346	0,603	0,787
TTQT3	11,817	3,247	0,653	0,765
TTQT4	11,956	2,998	0,634	0,774
Chất lượng dịch vụ – CLDV ($\alpha = 0,781$) – Lần 01				
CLDV1	13,983	11,719	0,704	0,688
CLDV2	14,009	11,816	0,693	0,692
CLDV3	14,052	16,383	0,117	0,872

CLDV4	13,891	11,659	0,723	0,681
CLDV5	13,865	12,565	0,627	0,717
Chất lượng dịch vụ – CLDV ($\alpha = 0,872$) – Lần 02				
CLDV1	10,585	9,551	0,719	0,840
CLDV2	10,611	9,563	0,721	0,839
CLDV4	10,493	9,251	0,783	0,814
CLDV5	10,467	10,066	0,684	0,853
Thương hiệu ngân hàng – TH ($\alpha = 0,720$) – Lần 01				
TH1	11,275	5,560	0,659	0,574
TH2	11,349	5,965	0,564	0,629
TH3	11,930	6,188	0,251	0,847
TH4	11,258	5,543	0,680	0,564
Thương hiệu ngân hàng – TH ($\alpha = 0,847$) – Lần 02				
TH1	7,934	2,798	0,772	0,729
TH2	8,009	3,088	0,668	0,830
TH4	7,917	2,997	0,704	0,796
Sự thuận tiện – STT ($\alpha = 0,851$)				
STT1	12,266	5,679	0,611	0,844
STT2	11,895	5,594	0,680	0,815
STT3	11,987	5,434	0,721	0,798
STT4	11,930	5,004	0,756	0,781
Quyết định vay vốn – QDVV ($\alpha = 0,865$)				
QDVV1	6,576	1,500	0,689	0,857
QDVV2	6,830	1,414	0,798	0,762
QDVV3	7,031	1,302	0,749	0,807

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Biến LSCP2 bị loại khỏi thang đo lãi suất và biểu phí do hệ số tương quan biến – tổng chỉ đạt 0,269, thấp hơn ngưỡng chấp nhận 0,30. Đồng thời, sau khi loại

biến này, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo tăng từ mức ban đầu lên 0,752, cho thấy độ tin cậy nội tại của thang đo được cải thiện. Về mặt thực tiễn, LSCP2 phản ánh một khía cạnh của chi phí vay vốn mà khách hàng vẫn quan tâm khi lựa chọn ngân hàng. Tuy nhiên, trong bối cảnh Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, khách hàng chủ yếu là hộ sản xuất, hộ kinh doanh và cá nhân tại khu vực nông nghiệp, nông thôn. Quyết định vay vốn của nhóm khách hàng này thường chịu ảnh hưởng nhiều hơn bởi khả năng tiếp cận vốn, thủ tục vay và sự thuận tiện trong giao dịch, trong khi sự khác biệt về lãi suất và biểu phí giữa các ngân hàng không lớn. Do đó, biến LSCP2 chưa phản ánh đồng nhất với các biến còn lại trong cùng thang đo. Việc loại LSCP2 không làm thay đổi bản chất của thang đo lãi suất và biểu phí vì các biến quan sát còn lại vẫn phản ánh đầy đủ các nội dung cốt lõi liên quan đến mức lãi suất, chi phí vay và tính minh bạch của các khoản phí. Tuy nhiên, phạm vi phản ánh của thang đo có phần thu hẹp và đây là điểm cần được lưu ý khi diễn giải kết quả nghiên cứu.

Biến CLDV3 có hệ số tương quan biến – tổng bằng 0,117, thấp hơn đáng kể so với ngưỡng chấp nhận 0,30. Sau khi loại biến này, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo chất lượng dịch vụ tăng lên 0,872, thể hiện mức độ nhất quán nội tại của thang đo được cải thiện rõ rệt. Nguyên nhân có thể xuất phát từ việc nội dung của CLDV3 chưa phản ánh cùng một khía cạnh với các biến quan sát còn lại hoặc được khách hàng hiểu theo nhiều cách khác nhau trong quá trình trả lời. Điều này làm giảm mức độ tương quan giữa CLDV3 với toàn bộ thang đo. Việc loại CLDV3 không ảnh hưởng đáng kể đến giá trị nội dung của thang đo vì các biến còn lại vẫn bao quát các thành phần quan trọng của chất lượng dịch vụ như năng lực phục vụ, thái độ nhân viên, khả năng hỗ trợ và mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng.

Biến TH3 có hệ số tương quan biến – tổng đạt 0,251, thấp hơn ngưỡng 0,30 nên không đáp ứng yêu cầu về độ tin cậy của thang đo. Sau khi loại biến này, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo thương hiệu tăng lên 0,847, cho thấy mức độ nhất quán của thang đo được cải thiện. Mặc dù TH3 có ý nghĩa thực tiễn trong việc phản

ánh mức độ thực hiện cam kết của ngân hàng đối với khách hàng, nhưng kết quả khảo sát cho thấy khách hàng chưa có sự đánh giá thống nhất đối với nội dung này. Điều này có thể do mức độ tiếp xúc và trải nghiệm của mỗi khách hàng với các cam kết dịch vụ của ngân hàng khác nhau. Việc loại TH3 không làm thay đổi nội hàm của thang đo thương hiệu vì các biến còn lại vẫn phản ánh đầy đủ các khía cạnh cốt lõi của thương hiệu ngân hàng, bao gồm uy tín, mức độ tin cậy và hình ảnh của Agribank trong nhận thức của khách hàng.

2.3.3 Phân tích EFA

2.3.3.1 Phân tích EFA cho các biến độc lập

Kết quả kiểm định tiền đề cho EFA đối với các biến độc lập cho thấy bộ dữ liệu có mức độ thích hợp cần thiết. Chỉ số KMO đạt 0,848, vượt mức khuyến nghị 0,5, phản ánh các biến quan sát có đủ sự liên kết để tiến hành rút trích nhân tố. Đồng thời, kiểm định Bartlett cho giá trị Sig. = 0,000, nhỏ hơn 0,05, chứng tỏ ma trận tương quan không phải là ma trận đơn vị. Như vậy, dữ liệu đáp ứng yêu cầu để tiếp tục phân tích nhân tố khám phá đối với nhóm biến độc lập.

Bảng 2.7 Kiểm định mức độ phù hợp dữ liệu EFA cho các biến độc lập

<i>Hệ số KMO</i>		0,848
<i>Kiểm định Barlett</i>	<i>Approx, Chi-Square</i>	1836,918
	<i>df</i>	153
	<i>Sig</i>	0,000

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Kết quả EFA cho thấy dữ liệu được gom thành 5 nhóm nhân tố với Eigenvalue đạt 1,400, đáp ứng điều kiện lớn hơn 1. Tổng phương sai trích đạt 70,497%, vượt mức yêu cầu 50%, cho thấy các nhân tố rút trích có khả năng đại diện tốt cho dữ liệu nghiên cứu và giải thích được phần lớn sự biến thiên của các biến quan sát.

Bảng 2.8 Mức độ giải thích phương sai của các nhân tố độc lập

Total Variance Explained									
Nhân tố	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	5,677	31,538	31,538	5,677	31,538	31,538	2,900	16,109	16,109
2	2,291	12,725	44,263	2,291	12,725	44,263	2,782	15,457	31,567
3	1,693	9,406	53,669	1,693	9,406	53,669	2,641	14,670	46,237
4	1,629	9,051	62,720	1,629	9,051	62,720	2,324	12,911	59,148
5	1,400	7,777	70,497	1,400	7,777	70,497	2,043	11,349	70,497
6	0,639	3,550	74,047						
.	.	.	.						
.	.	.	.						
.	.	.	.						
.	.	.	.						
17	0,247	1,375	98,748						
18	0,225	1,252	100,000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Sau khi thực hiện rút trích nhân tố bằng phương pháp Principal Component Analysis và xoay Varimax, các biến quan sát được sắp xếp vào 5 nhóm nhân tố riêng biệt. Kết quả tải nhân tố dao động từ 0,717 đến 0,885, đều vượt ngưỡng 0,5.

Điều này cho thấy các biến quan sát có mức độ liên kết tốt với nhân tố tương ứng và đáp ứng yêu cầu của phân tích EFA.

Bảng 2.9 Ma trận nhân tố sau xoay của nhóm biến độc lập

	Component				
	1	2	3	4	5
CLDV4	0,854				
CLDV2	0,817				
CLDV1	0,802				
CLDV5	0,784				
STT4		0,841			
STT3		0,832			
STT2		0,776			
STT1		0,717			
TTQT1			0,798		
TTQT3			0,794		
TTQT4			0,779		
TTQT2			0,758		
TH1				0,885	
TH4				0,838	
TH2				0,789	
LSCP3					0,834
LSCP4					0,768
LSCP1					0,750

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

2.3.3.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc

Đối với thang đo quyết định vay vốn, kết quả kiểm định điều kiện EFA cho thấy dữ liệu có thể sử dụng để rút trích nhân tố. Cụ thể, chỉ số KMO đạt 0,718, cao hơn mức tối thiểu 0,5, phản ánh mức độ thích hợp của mẫu nghiên cứu. Bên cạnh đó, kiểm định Bartlett có $\text{Sig.} = 0,000 < 0,05$, cho thấy giữa các biến quan sát tồn tại mối liên hệ thống kê cần thiết. Vì vậy, thang đo biến phụ thuộc đáp ứng yêu cầu để tiếp tục phân tích nhân tố khám phá.

Bảng 2.10 Kiểm định mức độ phù hợp dữ liệu EFA cho biến phụ thuộc

<i>Hệ số KMO</i>		0,718
<i>Kiểm định Barlett</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	340,975
	<i>df</i>	3
	<i>Sig.</i>	0,000

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Kết quả giải thích phương sai cho thấy phân tích nhân tố khám phá rút ra một nhân tố từ ba biến quan sát của thang đo quyết định vay vốn khi giá trị Eigenvalue = 2,368, lớn hơn 1. Tổng phương sai trích đạt 78,937%, cao hơn mức 50% cần thiết. Điều này chứng minh rằng thang đo biến phụ thuộc có mức độ hội tụ cao có thể giải thích 78,937% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 2.11 Mức độ giải thích phương sai của nhân tố phụ thuộc

Total Variance Explained						
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,368	78,937	78,937	2,368	78,937	78,937
2	0,395	13,180	92,117			
3	0,236	7,883	100,000			

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Kết quả ma trận nhân tố cho thấy hệ số tải nhân tố của QDVV2 là 0,916, QDVV3 là 0,892 và QDVV1 là 0,856. Các hệ số tải này đều cao, chứng tỏ rằng các biến quan sát có khả năng phản ánh nhân tố phụ thuộc một cách hiệu quả.

Bảng 2.12 Ma trận nhân tố của biến quyết định vay vốn

Component Matrix^a	
	Component
	1
QDVV2	0,916
QDVV3	0,892
QDVV1	0,856
Extraction Method: Principal Component Analysis.	
a. 1 components extracted.	

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

2.3.4 Phân tích hồi quy

2.3.4.1 Hệ số hồi quy

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy trong 5 biến độc lập đưa vào mô hình, có 4 biến có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, gồm: Thủ tục và quy trình vay vốn, Chất lượng dịch vụ, Thương hiệu ngân hàng và Sự thuận tiện. Riêng biến lãi suất và biểu phí có giá trị Sig. = 0,243 > 0,05 nên chưa đủ cơ sở kết luận yếu tố này có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân trong mô hình nghiên cứu.

Bảng 2.13 Kết quả hệ số hồi quy

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,278	0,228		1,220	0,224		
	LSCP	0,047	0,040	0,060	1,170	0,243	0,805	1,242
	TTQT	0,278	0,051	0,277	5,437	0,000	0,824	1,213
	CLDV	0,143	0,030	0,253	4,743	0,000	0,755	1,325
	TH	0,106	0,036	0,154	2,951	0,004	0,790	1,266
	STT	0,228	0,041	0,301	5,618	0,000	0,746	1,341
a. Dependent Variable: QDVV								

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Với hệ số Beta chuẩn hóa là 0,301, sự thuận tiện là yếu tố có tác động mạnh nhất đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, theo kết quả được trình bày trong Bảng 2.13. Thủ tục vay vốn với Beta = 0,277, chất lượng dịch vụ với Beta = 0,253 và thương hiệu ngân hàng với Beta = 0,154 tiếp theo. Các yếu tố này đều có hệ số Beta dương và Sig. < 0,05, cho thấy các nhân tố này đều tác động tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng.

Tuy nhiên, biểu phí và biên lãi suất có hệ số Beta = 0,060 và Sig. = 0,243, lớn hơn 0,05. Kết quả này cho thấy yếu tố lãi suất và biểu phí chưa đủ cơ sở thống kê để khẳng định có tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng tại Chi nhánh.

2.3.4.2 Đánh giá sự phù hợp của mô hình

Kết quả phân tích cho thấy R² hiệu chỉnh = 0,511. Điều này cho thấy rằng các biến độc lập trong mô hình đóng góp 51,1% sự thay đổi trong quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

Bảng 2.14 Mức độ phù hợp mô hình

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,723 ^a	0,522	0,511	0,40095	1,780
a. Predictors: (Constant), STT, LSCP, TTQT, TH, CLDV					
b. Dependent Variable: QDVV					

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Kiểm định ANOVA cho mô hình hồi quy ghi nhận $F = 48,718$ và $\text{Sig.} = 0,000$, thấp hơn mức ý nghĩa 5%. Kết quả này cho thấy sự kết hợp của các biến độc lập trong mô hình có khả năng giải thích biến động của quyết định vay vốn, thay vì chỉ phản ánh sự dao động ngẫu nhiên của dữ liệu. Vì vậy, mô hình hồi quy được xem là đạt yêu cầu về ý nghĩa tổng thể và có thể tiếp tục sử dụng để diễn giải mức độ tác động của các yếu tố trong nghiên cứu.

Bảng 2.15 Kết quả ANOVA trong hồi quy

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39,160	5	7,832	48,718	0,000 ^b
	Residual	35,850	223	0,161		
	Total	75,009	228			
a. Dependent Variable: QDVV						
b. Predictors: (Constant), STT, LSCP, TTQT, TH, CLDV						

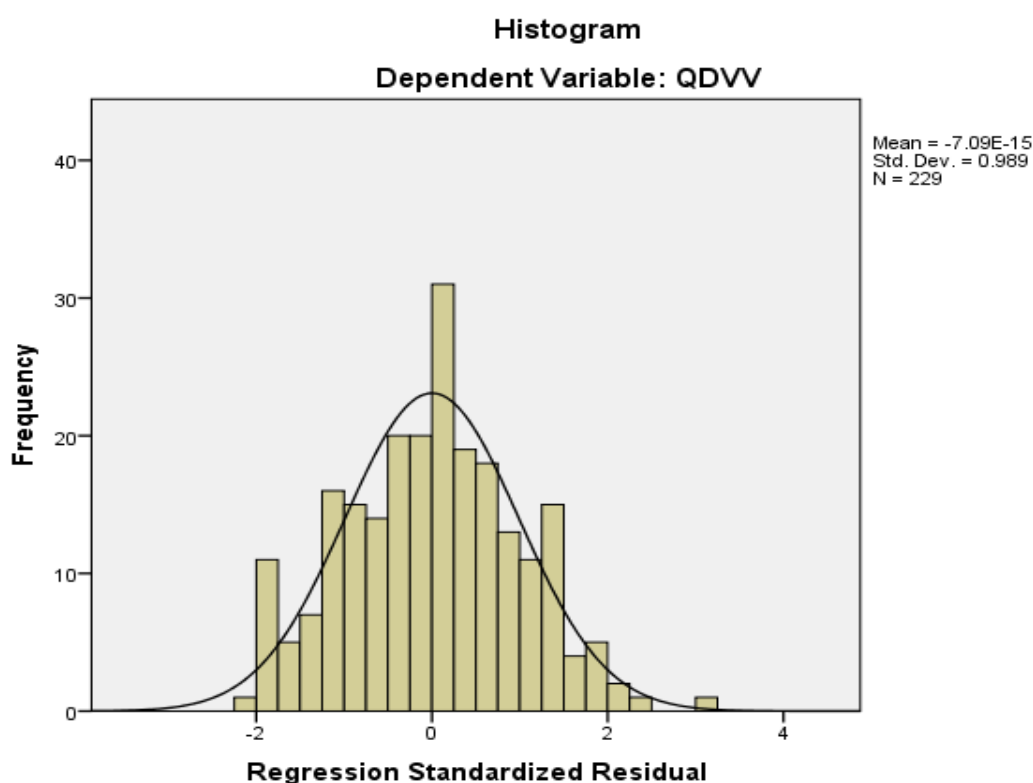
Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

2.3.4.3 Dò tìm các vi phạm giả định cần thiết

Kiểm định về phân phối chuẩn của phần dư

Việc kiểm tra dạng phân phối của phần dư được thực hiện thông qua biểu đồ Histogram đối với phần dư chuẩn hóa. Kết quả quan sát cho thấy các giá trị phần dư phân bố tương đối cân đối quanh điểm trung tâm, với giá trị trung bình xấp xỉ 0 và độ lệch chuẩn khoảng 0,989. Như vậy, phân phối phần dư không thể hiện sự sai

lệch lớn so với dạng chuẩn. Do đó, giả định về phân phối chuẩn của phần dư được xem là đáp ứng, qua đó bảo đảm điều kiện cần thiết để tiếp tục sử dụng mô hình hồi quy trong việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.



Hình 2.6 Biểu đồ Histogram

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

+ Kiểm tra đa cộng tuyến

Kết quả kiểm định cho thấy các biến độc lập trong mô hình có chỉ số VIF thấp, dao động từ 1,213 đến 1,341. Đồng thời, giá trị dung sai đều lớn hơn 0,1. Như vậy, mức độ liên hệ giữa các biến độc lập không đủ lớn để gây sai lệch nghiêm trọng trong ước lượng hồi quy. Mô hình vì thế đáp ứng yêu cầu về đa cộng tuyến và có thể tiếp tục sử dụng để phân tích tác động của các nhân tố.

+ Kiểm tra tính độc lập của phần dư

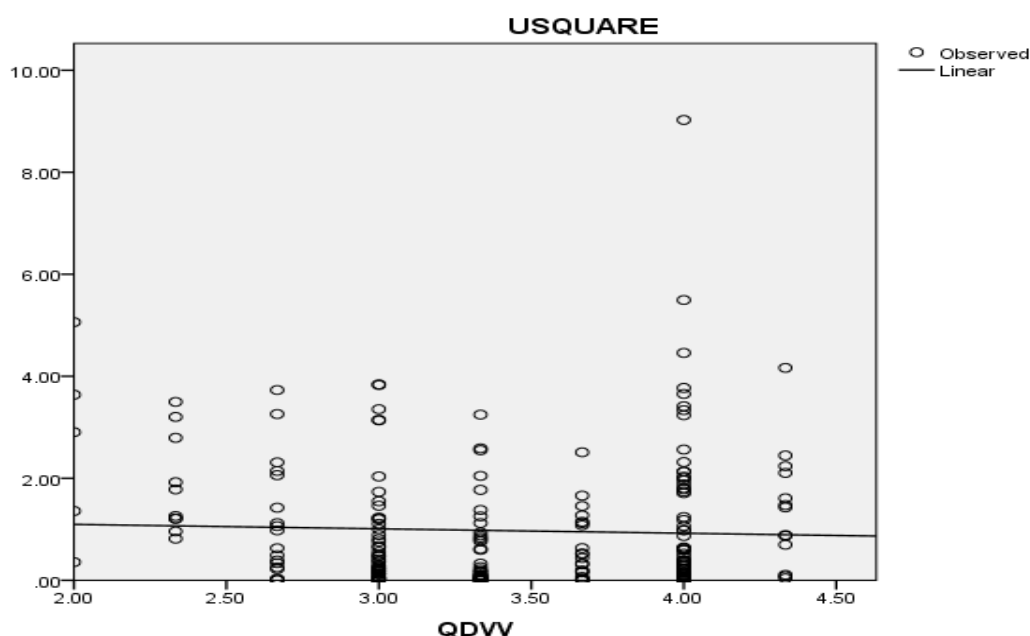
Giá trị Durbin–Watson đạt 1,780, nằm trong khoảng cho phép. Kết quả này cho thấy phần dư của mô hình không có dấu hiệu tự tương quan đáng kể. Do đó, giả

định về tính độc lập của sai số được bảo đảm, tạo cơ sở phù hợp để diễn giải kết quả hồi quy tuyến tính.

Kiểm tra giả định về sự ổn định của phương sai sai số

Giả định về phương sai sai số được xem xét thông qua kiểm định Park. Kết quả hồi quy phụ trợ cho giá trị Sig. = 0,548, lớn hơn 0,05, nên chưa có bằng chứng cho thấy mô hình vi phạm hiện tượng phương sai thay đổi. Điều này chứng minh rằng chưa có bằng chứng thống kê để kết luận rằng mô hình có hiện tượng phương sai phân dư thay đổi.

Bên cạnh đó, quan sát đồ thị kiểm định Park cho thấy các điểm dữ liệu phân bố tương đối ngẫu nhiên, không tạo thành dạng hình mẫu rõ rệt. Vì vậy, có thể kết luận rằng giả định phương sai phân dư không đổi được bảo đảm, mô hình hồi quy phù hợp để sử dụng trong việc phân tích và diễn giải các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.



Hình 2.7 Đồ thị Kiểm định Park

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

Trên cơ sở phân tích trên, kết quả hồi quy có độ tin cậy và phù hợp để giải thích mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đối với quyết định vay vốn của khách hàng của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy tại Bảng 2.15, có 4 yếu tố có tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, gồm: sự thuận tiện, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ và thương hiệu ngân hàng. Đối với lãi suất và biểu phí, kết quả hồi quy chưa đủ cơ sở để khẳng định vai trò của yếu tố này trong mô hình, do giá trị Sig. đạt 0,243, cao hơn ngưỡng 0,05. Trên cơ sở các hệ số có ý nghĩa thống kê, mô hình hồi quy chuẩn hóa được biểu diễn như sau:

$$\text{QDVV} = 0,301\text{STT} + 0,277\text{TTQT} + 0,253\text{CLDV} + 0,154\text{TH}$$

Trong đó:

QDVV: Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận;

STT: Sự thuận tiện;

TTQT: Thủ tục và quy trình vay vốn;

CLDV: Chất lượng dịch vụ;

TH: Thương hiệu ngân hàng.

2.3.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra những nhận xét sau đây về giả thuyết nghiên cứu:

Bảng 2.16 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Nội dung	Mức ý nghĩa	Kết luận
H1	Lãi suất và biểu phí có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.	0,243	Bác bỏ

Giả thuyết	Nội dung	Mức ý nghĩa	Kết luận
H2	Thủ tục và quy trình vay vốn có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.	0,000	Chấp nhận
H3	Chất lượng dịch vụ có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.	0,000	Chấp nhận
H4	Thương hiệu ngân hàng có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.	0,004	Chấp nhận
H5	Sự thuận tiện có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.	0,000	Chấp nhận

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ dữ liệu khảo sát và kết quả phân tích trên SPSS.

2.3.5 Thảo luận kết quả hồi quy

Yếu tố lãi suất và biểu phí không có ý nghĩa thống kê trong mô hình do giá trị Sig. = 0,243 > 0,05. Xét theo hệ số Beta chuẩn hóa, mức độ tác động của các yếu tố được sắp xếp theo thứ tự giảm dần như sau: sự thuận tiện với $\beta = 0,301$; thủ tục và quy trình vay vốn với $\beta = 0,277$; chất lượng dịch vụ với $\beta = 0,253$; và thương hiệu ngân hàng với $\beta = 0,154$. Kết quả này cho thấy quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại chi nhánh chịu tác động mạnh hơn bởi các yếu tố liên quan đến trải nghiệm giao dịch, khả năng tiếp cận dịch vụ và quy trình phục vụ, thay vì chỉ phụ thuộc vào yếu tố chi phí vay vốn.

Căn cứ hệ số $\beta = 0,301$, sự thuận tiện là biến có mức ảnh hưởng nổi bật nhất trong mô hình hồi quy, cho thấy khả năng tiếp cận và giao dịch dễ dàng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy khách hàng cá nhân lựa chọn vay vốn. Thang đo sự thuận tiện phản ánh các nội dung như vị trí giao dịch thuận lợi, thời gian làm việc

phù hợp, khả năng liên hệ dễ dàng với ngân hàng và các giao dịch được thực hiện nhanh chóng. Kết quả này cho thấy khi sự thuận tiện tăng lên, khả năng khách hàng lựa chọn vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận cũng tăng theo. Điều này phù hợp với đặc điểm khách hàng cá nhân tại địa bàn cấp huyện, nơi nhiều khách hàng là hộ kinh doanh cá thể, người sản xuất nông nghiệp hoặc người lao động có nhu cầu giao dịch nhanh, dễ tiếp cận và tiết kiệm thời gian. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu nước ngoài của Akhundov (2024), khi tốc độ xử lý hồ sơ, mạng lưới giao dịch và khả năng tiếp cận dịch vụ được xác định là những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng của khách hàng cá nhân. Đồng thời, kết quả cũng phù hợp với các nghiên cứu trong nước của Nguyễn Giác Trí (2023) và Bùi Văn Thủy và cộng sự, khi sự thuận tiện được ghi nhận là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng hoặc quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.

Đối với yếu tố thủ tục và quy trình vay vốn, kết quả hồi quy cho thấy yếu tố này có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn với hệ số $\beta = 0,277$, đứng thứ hai trong mô hình. Điều này cho thấy khách hàng cá nhân đánh giá cao việc hồ sơ vay vốn được hướng dẫn rõ ràng, thủ tục đơn giản, thời gian xử lý nhanh và quy trình vay vốn thuận tiện. Trong thực tế, đối với khách hàng cá nhân, đặc biệt là nhóm khách hàng vay vốn phục vụ sản xuất, kinh doanh hộ gia đình hoặc tiêu dùng, quy trình vay vốn càng rõ ràng và dễ thực hiện thì khả năng quyết định vay vốn càng cao. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Subedi và Joshi (2025), khi điều kiện vay vốn và thời hạn trả nợ được xác định là các yếu tố có liên quan đến quyết định vay vốn của khách hàng. Tại Việt Nam, kết quả cũng phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trịnh (2022), trong đó thủ tục vay là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân. Ngoài ra, nghiên cứu tại Agribank Chi nhánh Cà Mau cũng cho thấy chính sách cho vay là yếu tố có tác động mạnh đến quyết định vay vốn, qua đó củng cố

thêm vai trò của thủ tục, điều kiện và quy trình tín dụng trong hành vi vay vốn của khách hàng cá nhân.

Ở biến chất lượng dịch vụ, hệ số β đạt 0,253, cho thấy khi khách hàng đánh giá tích cực hơn về thái độ phục vụ, khả năng tư vấn và mức độ hỗ trợ của ngân hàng thì xu hướng lựa chọn vay vốn cũng tăng lên. Thái độ phục vụ nhiệt tình, lịch sự của nhân viên; khả năng tư vấn rõ ràng, dễ hiểu; sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi gặp khó khăn và mức độ hài lòng của khách hàng là những dấu hiệu của chất lượng dịch vụ trong nghiên cứu này. Trong hoạt động tín dụng cá nhân, khách hàng thường cần được giải thích cụ thể về hồ sơ vay, điều kiện vay, lãi suất, thời hạn trả nợ và các nghĩa vụ tài chính liên quan. Vì vậy, sự chuyên nghiệp, tận tình và rõ ràng trong tư vấn của nhân viên ngân hàng có vai trò quan trọng trong việc tạo niềm tin và thúc đẩy quyết định vay vốn. Kết quả này tương đồng với các nghiên cứu nước ngoài của Subedi và Joshi (2025), Dhakal (2024), Frangos và cộng sự (2012), khi chất lượng dịch vụ, sự tin cậy và sự hài lòng được xác định là những yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn. Trong nước, kết quả cũng phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023), nghiên cứu tại Agribank Chi nhánh Cà Mau và nghiên cứu tại Vietcombank Đông Đồng Nai, khi chất lượng dịch vụ được ghi nhận là yếu tố có tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.

Đối với yếu tố thương hiệu ngân hàng, hệ số β đạt 0,154, cho thấy uy tín, hình ảnh và mức độ tin cậy đối với Agribank có ảnh hưởng tích cực đến lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân, dù mức tác động thấp hơn so với các yếu tố còn lại trong mô hình. Yếu tố thương hiệu vẫn có giá trị thống kê trong mô hình, mặc dù chúng có mức độ ảnh hưởng thấp hơn so với chất lượng dịch vụ, thuận tiện và thủ tục vay vốn. Điều này cho thấy uy tín, mức độ tin tưởng và hình ảnh của Agribank trên địa bàn vẫn là cơ sở quan trọng giúp khách hàng an tâm khi lựa chọn vay vốn. Với đặc thù là ngân hàng có mạng lưới rộng, gắn bó lâu dài với khu vực nông nghiệp, nông thôn và hộ gia đình, Agribank có lợi thế nhất định về độ nhận diện và sự tin cậy đối với khách hàng địa phương. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu

của Faizah và cộng sự (2014), Frangos và cộng sự (2012) trong việc nhấn mạnh vai trò của niềm tin, uy tín ngân hàng và tính minh bạch trong quyết định vay vốn. Ở Việt Nam, kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Nguyễn Giác Trí (2023), Nguyễn Anh Tú và Bùi Văn Trịnh (2022), Nguyễn Thị Ánh Hoa (2023) và nghiên cứu tại Vietcombank Đông Đồng Nai, khi thương hiệu, hình ảnh hoặc danh tiếng ngân hàng đều được ghi nhận là yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân.

Kết quả nghiên cứu cho thấy yếu tố lãi suất và biểu phí không có tác động có ý nghĩa thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Điều này cho thấy giả thuyết về tác động của lãi suất và biểu phí không được chấp nhận trong bối cảnh nghiên cứu. Một nguyên nhân có thể xuất phát từ đặc điểm khách hàng của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Phần lớn khách hàng là hộ sản xuất nông nghiệp, hộ kinh doanh cá thể và người dân khu vực nông thôn. Đối với nhóm khách hàng này, khả năng tiếp cận nguồn vốn, điều kiện vay, thủ tục giải quyết hồ sơ và sự thuận tiện trong giao dịch thường được quan tâm nhiều hơn sự chênh lệch nhỏ về lãi suất giữa các ngân hàng. Bên cạnh đó, chính sách lãi suất đối với hoạt động cho vay nông nghiệp, nông thôn của Agribank chịu sự điều tiết và tương đối ổn định, khiến khách hàng ít xem đây là yếu tố quyết định khi lựa chọn ngân hàng vay vốn.

Ngoài ra, nhiều khách hàng cá nhân tại Chi nhánh có quan hệ tín dụng lâu dài với Agribank. Trong quá trình giao dịch, khách hàng thường hình thành sự tin tưởng đối với ngân hàng thông qua kinh nghiệm vay vốn trước đây, sự am hiểu của cán bộ tín dụng về hoạt động sản xuất, khả năng hỗ trợ hồ sơ và tốc độ giải quyết nhu cầu vay vốn. Vì vậy, quyết định tiếp tục lựa chọn Agribank có xu hướng chịu ảnh hưởng nhiều hơn bởi sự thuận tiện và chất lượng phục vụ so với yếu tố lãi suất và biểu phí. Một nguyên nhân khác cần được xem xét là việc biến quan sát LSCP2 không đáp ứng yêu cầu về độ tin cậy và bị loại khỏi thang đo trong giai đoạn kiểm định Cronbach's Alpha. Mặc dù việc loại biến giúp nâng cao độ tin cậy thống kê của

thang đo, nhưng cũng có thể làm giảm phạm vi phản ánh của khái niệm lãi suất và biểu phí. Do đó, thang đo sau hiệu chỉnh chủ yếu phản ánh các nội dung còn lại liên quan đến chi phí vay vốn, trong khi một số khía cạnh mà khách hàng quan tâm có thể chưa được đo lường đầy đủ. Đây cũng là một nguyên nhân có thể làm cho yếu tố lãi suất và biểu phí chưa thể hiện được tác động có ý nghĩa thống kê trong mô hình nghiên cứu. Kết quả này khác với một số nghiên cứu trước đây khi cho rằng lãi suất là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định vay vốn. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cũng phù hợp với các nghiên cứu được thực hiện trong bối cảnh khách hàng ưu tiên khả năng tiếp cận vốn, sự thuận tiện và chất lượng dịch vụ hơn là mức chênh lệch lãi suất giữa các ngân hàng. Điều này cho thấy vai trò của lãi suất có thể thay đổi tùy thuộc vào đặc điểm khách hàng, chính sách tín dụng và bối cảnh thị trường tại từng địa phương.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Nội dung Chương 2 tập trung đánh giá tình hình cho vay khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận giai đoạn 2023–2025 và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn vay vốn. Kết quả cho thấy hoạt động cho vay cá nhân có xu hướng phát triển, khi dư nợ, doanh số cho vay và lượng khách hàng vay đều tăng qua các năm. Tuy nhiên, cơ cấu tín dụng vẫn tập trung nhiều vào lĩnh vực nông nghiệp, hiệu quả sinh lời có dấu hiệu giảm và nợ xấu có xu hướng tăng trở lại, đặt ra yêu cầu cần nâng cao chất lượng tín dụng và kiểm soát rủi ro chặt chẽ hơn. Trên cơ sở dữ liệu khảo sát từ 229 khách hàng cá nhân, kết quả phân tích hồi quy cho thấy có bốn yếu tố tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn, bao gồm: sự thuận tiện, thủ tục và quy trình vay vốn, chất lượng dịch vụ và thương hiệu ngân hàng. Trong đó, sự thuận tiện là yếu tố có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất.

CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP

3.1 Định hướng gia tăng quyết định lựa chọn vay vốn của khách hàng cá nhân

Trong giai đoạn đến năm 2030, Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận cần định hướng hoạt động tín dụng cá nhân theo hướng lấy khách hàng làm trung tâm, trong đó ưu tiên cải thiện các yếu tố đã được chứng minh có tác động đến quyết định vay vốn. Trọng tâm không chỉ là mở rộng quy mô tín dụng, mà trước hết là nâng cao khả năng tiếp cận dịch vụ, giảm trở ngại trong quá trình hoàn thiện hồ sơ, cải thiện chất lượng phục vụ và củng cố niềm tin của khách hàng đối với thương hiệu Agribank.

Căn cứ vào mức độ tác động của các yếu tố trong mô hình, Chi nhánh cần ưu tiên nâng cao sự thuận tiện, tiếp đến là hoàn thiện thủ tục và quy trình vay vốn, nâng cao chất lượng dịch vụ và củng cố thương hiệu ngân hàng. Các giải pháp cần được thiết kế phù hợp với đặc điểm khách hàng tại khu vực nông nghiệp, nông thôn, trong đó phần lớn khách hàng có nhu cầu được hướng dẫn trực tiếp, thời gian giao dịch linh hoạt và sự hỗ trợ xuyên suốt trong quá trình vay vốn.

Việc thực hiện các định hướng này nhằm gia tăng khả năng khách hàng lựa chọn, tiếp tục sử dụng và giới thiệu dịch vụ vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Sự phát triển về quy mô và hiệu quả hoạt động cho vay được xem là kết quả quản trị kỳ vọng từ việc cải thiện quyết định lựa chọn của khách hàng, không phải là biến nghiên cứu trực tiếp của đề án.

3.2 Đề xuất giải pháp

3.3.1 Nâng cao sự thuận tiện trong tiếp cận và sử dụng dịch vụ vay vốn

Tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, yếu tố quan trọng nhất định quyết định vay vốn của khách hàng là mức độ dễ dàng mà họ có thể tiếp cận. Kết quả này cho thấy khách hàng không chỉ quan tâm đến khả năng được ngân hàng cấp vốn, mà còn chú trọng đến mức độ dễ dàng trong quá trình tiếp cận dịch vụ, liên hệ với cán bộ phụ trách, chuẩn bị hồ sơ, thực hiện giao dịch, giải ngân và

theo dõi khoản vay. Vì vậy, chi nhánh cần xem việc nâng cao sự thuận tiện là giải pháp ưu tiên nhằm cải thiện trải nghiệm vay vốn và gia tăng khả năng lựa chọn Agribank của khách hàng cá nhân.

Để nâng cao sự thuận tiện, chi nhánh cần tăng cường khả năng tiếp cận dịch vụ cho khách hàng ngay từ giai đoạn trước khi nộp hồ sơ vay vốn. Đối với khách hàng tại địa bàn cấp huyện, việc phải di chuyển nhiều lần đến ngân hàng, chờ đợi giao dịch hoặc bổ sung hồ sơ nhiều lần có thể làm giảm mức độ sẵn sàng vay vốn. Do đó, chi nhánh nên tổ chức hoạt động tư vấn trước thông qua điện thoại, Zalo, email hoặc các kênh liên hệ trực tuyến. Cán bộ tín dụng cần hướng dẫn cụ thể cho khách hàng về điều kiện vay, danh mục hồ sơ cần chuẩn bị, thời gian xử lý và các bước thực hiện để khách hàng chủ động hơn trước khi đến ngân hàng.

Ngoài ra, chi nhánh phải thiết lập một phương tiện để cán bộ tín dụng và khách hàng có thể liên lạc nhanh chóng. Mỗi nhóm khách hàng hoặc từng địa bàn nên có cán bộ phụ trách rõ ràng, cung cấp thông tin liên hệ cụ thể để khách hàng dễ dàng trao đổi khi cần hỗ trợ. Cách làm này đặc biệt phù hợp với khách hàng sản xuất nông nghiệp, hộ kinh doanh cá thể và những khách hàng có thời gian giao dịch hạn chế. Khi khách hàng có thể liên hệ nhanh, nhận được phản hồi kịp thời và được hướng dẫn rõ ràng, cảm nhận về sự thuận tiện trong quá trình vay vốn sẽ được nâng cao.

Chi nhánh cũng cần cải thiện tốc độ phục vụ tại điểm giao dịch. Các nghiệp vụ liên quan đến vay vốn như tiếp nhận hồ sơ, bổ sung giấy tờ, ký hợp đồng, giải ngân, thanh toán nợ và xác nhận thông tin khoản vay cần được bố trí theo quy trình hợp lý, tránh để khách hàng chờ đợi lâu hoặc phải đi lại nhiều lần. Chi nhánh có thể áp dụng hình thức đặt lịch hẹn trước đối với khách hàng vay vốn, phân luồng khách hàng tín dụng và chuẩn bị trước các biểu mẫu cần thiết nhằm rút ngắn thời gian giao dịch tại quầy.

Ngoài ra, việc hỗ trợ khách hàng vay vốn bằng công nghệ cũng cần được đẩy mạnh hơn. Chi nhánh có thể triển khai các hình thức nhắc lịch trả nợ tự động, thông

báo tình trạng xử lý hồ sơ, hướng dẫn hồ sơ vay qua kênh trực tuyến và hỗ trợ khách hàng tra cứu thông tin khoản vay. Những giải pháp này không chỉ giúp khách hàng cảm thấy việc giao dịch với ngân hàng trở nên dễ dàng hơn, mà còn góp phần giảm áp lực xử lý trực tiếp tại quầy, nâng cao hiệu quả phục vụ và củng cố hình ảnh Agribank là ngân hàng gần gũi, thuận tiện và đồng hành với khách hàng địa phương.

3.3.2 Đơn giản hóa thủ tục và rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ vay vốn

Kết quả nghiên cứu cho thấy khách hàng rất quan tâm đến sự rõ ràng của hồ sơ, tính đơn giản của thủ tục, tốc độ xử lý và mức độ thuận tiện trong toàn bộ quá trình vay vốn. Vì vậy, chi nhánh cần tiếp tục hoàn thiện quy trình cho vay theo hướng dễ hiểu, minh bạch, giảm bớt các bước gây phiền hà và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho khách hàng khi tiếp cận nguồn vốn ngân hàng.

Để nâng cao hiệu quả thực hiện, chi nhánh cần chuẩn hóa danh mục hồ sơ vay vốn theo từng nhóm khách hàng và từng mục đích vay cụ thể. Đối với khách hàng vay sản xuất nông nghiệp, vay kinh doanh hộ gia đình, vay tiêu dùng hoặc vay sửa chữa nhà ở, cần xây dựng danh mục hồ sơ riêng, ngắn gọn, dễ hiểu và phù hợp với đặc điểm của từng nhóm khách hàng. Danh mục hồ sơ này nên được cung cấp ngay từ bước tư vấn ban đầu để khách hàng nắm rõ các giấy tờ cần chuẩn bị, qua đó hạn chế tình trạng phải bổ sung hồ sơ nhiều lần, làm kéo dài thời gian xử lý và gây tâm lý e ngại cho người vay.

Bên cạnh đó, chi nhánh cần chú trọng rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ vay vốn. Đối với những khách hàng có lịch sử tín dụng tốt, đã từng vay và trả nợ đúng hạn, hoặc các khoản vay có hồ sơ rõ ràng, chi nhánh có thể áp dụng quy trình xử lý nhanh hơn nhưng vẫn phải bảo đảm nguyên tắc kiểm soát rủi ro. Các khâu tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, phê duyệt và giải ngân cần được phân công trách nhiệm cụ thể cho từng bộ phận, từng cán bộ phụ trách nhằm hạn chế tình trạng hồ sơ bị chậm do luân chuyển nội bộ hoặc thiếu sự phối hợp giữa các khâu trong quy trình.

Ngoài việc cải thiện quy trình, chi nhánh cũng cần làm cho quá trình vay vốn trở nên rõ ràng hơn. Cán bộ tín dụng phải cung cấp cho khách hàng thông tin chi tiết về các yếu tố sau: điều kiện vay, thời hạn, lãi suất, phương thức trả nợ, tài sản bảo đảm, quyền lợi và nghĩa vụ của người vay. Khi khách hàng được cung cấp thông tin đầy đủ, dễ hiểu và chính xác, họ sẽ có cơ sở để cân nhắc khả năng tài chính, chủ động trong kế hoạch trả nợ và yên tâm hơn khi quyết định vay vốn tại ngân hàng.

Đồng thời, chi nhánh nên xây dựng bộ hướng dẫn vay vốn cá nhân đơn giản, dễ sử dụng và phù hợp với nhiều nhóm khách hàng khác nhau. Bộ hướng dẫn này có thể bao gồm quy trình vay vốn theo từng bước, danh mục hồ sơ cần chuẩn bị, các câu hỏi thường gặp và những lưu ý quan trọng trong quá trình vay vốn. Nội dung cần được trình bày bằng ngôn ngữ ngắn gọn, dễ hiểu, phù hợp với khách hàng ở khu vực nông thôn, hộ kinh doanh cá thể và người lao động phổ thông. Việc xây dựng bộ hướng dẫn này không chỉ giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận thông tin, mà còn góp phần giảm áp lực tư vấn lặp lại cho cán bộ tín dụng, nâng cao tính chuyên nghiệp trong phục vụ và giảm tâm lý e ngại của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tín dụng ngân hàng.

3.3.3 Nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực phục vụ khách hàng

Trong hoạt động cho vay, khách hàng thường cần được tư vấn đầy đủ về hồ sơ, điều kiện vay, lãi suất, thời hạn vay, phương thức trả nợ và các nghĩa vụ tài chính liên quan. Khi khách hàng được hướng dẫn rõ ràng, phục vụ tận tình và cảm thấy được hỗ trợ trong suốt quá trình vay vốn, họ sẽ có xu hướng tin tưởng ngân hàng hơn và dễ dàng đưa ra quyết định vay.

Để nâng cao chất lượng dịch vụ, chi nhánh cần chú trọng đào tạo kỹ năng tư vấn tín dụng cho cán bộ, nhân viên một cách thường xuyên và có hệ thống. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kiến thức sản phẩm vay, kỹ năng giải thích điều kiện vay, kỹ năng hướng dẫn hồ sơ, kỹ năng giao tiếp với khách hàng và kỹ năng xử lý các tình huống phát sinh trong quá trình tư vấn. Đối với khách hàng cá nhân tại khu

vực nông nghiệp – nông thôn, cán bộ tín dụng cần sử dụng cách diễn đạt rõ ràng, dễ hiểu, gần gũi và phù hợp với trình độ nhận thức tài chính của từng nhóm khách hàng. Việc tư vấn không chỉ cần đúng quy định, mà còn phải giúp khách hàng hiểu được bản chất của khoản vay, nghĩa vụ trả nợ và những vấn đề cần lưu ý trong quá trình sử dụng vốn.

Bên cạnh việc nâng cao kỹ năng tư vấn, cán bộ tín dụng cần chủ động hỗ trợ khách hàng lựa chọn phương án vay phù hợp với khả năng tài chính. Hoạt động tư vấn không nên chỉ dừng lại ở việc tiếp nhận nhu cầu vay vốn, mà cần giúp khách hàng xác định số tiền vay hợp lý, thời hạn vay phù hợp, phương thức trả nợ khả thi và kế hoạch sử dụng vốn hiệu quả. Về phía khách hàng, phương án vay phù hợp sẽ giúp giảm áp lực trả nợ, hạn chế rủi ro mất cân đối tài chính và tạo sự yên tâm trong quá trình vay vốn. Về phía ngân hàng, việc tư vấn đúng ngay từ đầu sẽ góp phần nâng cao chất lượng tín dụng, giảm nguy cơ phát sinh nợ quá hạn và duy trì quan hệ tín dụng bền vững với khách hàng.

Nhân viên cần thể hiện sự nhiệt tình, lịch sự, tôn trọng và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng từ khâu tư vấn ban đầu, tiếp nhận hồ sơ, thẩm định, giải ngân đến theo dõi sau vay. Đối với những khách hàng chưa hiểu rõ quy trình hoặc còn thiếu giấy tờ, cán bộ phụ trách cần hướng dẫn cụ thể, dễ hiểu và có trách nhiệm, tránh để khách hàng phải tự tìm hiểu hoặc đi lại nhiều lần. Thái độ phục vụ chuyên nghiệp không chỉ giúp khách hàng cảm thấy thuận tiện hơn khi vay vốn, mà còn góp phần xây dựng hình ảnh ngân hàng thân thiện, đáng tin cậy và gần gũi với người dân địa phương.

Ngoài ra, công tác chăm sóc khách hàng sau giải ngân của chi nhánh phải được tăng cường. Cán bộ tín dụng nên thường xuyên nhắc lịch trả nợ, theo dõi tình hình sử dụng vốn, kịp thời hỗ trợ khách hàng khi gặp khó khăn và tư vấn điều chỉnh kế hoạch tài chính khi cần thiết. Hoạt động chăm sóc sau vay không chỉ thể hiện trách nhiệm của ngân hàng đối với khách hàng, mà còn giúp phát hiện sớm các rủi ro có thể phát sinh trong quá trình sử dụng vốn. Khi được quan tâm và hỗ trợ

thường xuyên, khách hàng sẽ có xu hướng duy trì quan hệ lâu dài với ngân hàng, tiếp tục vay vốn trong những lần tiếp theo và giới thiệu dịch vụ cho người thân, bạn bè hoặc các hộ kinh doanh khác trên địa bàn.

3.3.4 Củng cố thương hiệu Agribank gắn với uy tín và sự tin cậy tại địa phương

Mặc dù mức độ tác động thấp hơn so với sự thuận tiện, thủ tục vay vốn và chất lượng dịch vụ, thương hiệu vẫn giữ vai trò quan trọng trong lĩnh vực tín dụng. Khi lựa chọn ngân hàng để vay vốn, khách hàng thường có xu hướng ưu tiên những ngân hàng có uy tín, hoạt động ổn định, thông tin rõ ràng và tạo được cảm giác an toàn trong quá trình giao dịch. Vì vậy, việc củng cố thương hiệu Agribank gắn với sự tin cậy tại địa phương là giải pháp cần thiết nhằm nâng cao khả năng thu hút và duy trì khách hàng vay vốn cá nhân.

Chi nhánh cần tiếp tục xây dựng hình ảnh Agribank là ngân hàng gần gũi, đáng tin cậy và luôn đồng hành với người dân địa phương. Với đặc thù là ngân hàng có vai trò quan trọng trong khu vực nông nghiệp, nông thôn, Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận cần phát huy lợi thế am hiểu địa bàn, am hiểu đặc điểm khách hàng và có mối quan hệ gắn bó với hộ gia đình, hộ kinh doanh cá thể, người lao động và người sản xuất nông nghiệp. Hình ảnh ngân hàng không chỉ được thể hiện qua quy mô hoạt động hay hệ thống sản phẩm, mà còn thông qua sự tận tâm trong phục vụ, khả năng hỗ trợ khách hàng kịp thời và sự hiện diện thường xuyên trong các hoạt động phát triển kinh tế – xã hội tại địa phương.

Bên cạnh đó, chi nhánh cần nâng cao tính minh bạch trong quá trình cung cấp thông tin cho khách hàng. Các nội dung liên quan đến sản phẩm vay, điều kiện vay, lãi suất, biểu phí, thời hạn trả nợ, phương thức trả nợ và nghĩa vụ của khách hàng cần được truyền đạt rõ ràng, thống nhất và dễ hiểu. Khi khách hàng được tiếp cận thông tin đầy đủ và chính xác, họ sẽ cảm thấy an tâm hơn khi quyết định vay vốn. Sự minh bạch cũng góp phần hạn chế những hiểu nhầm trong quá trình giao

dịch, đồng thời củng cố hình ảnh Agribank là ngân hàng chuyên nghiệp, có trách nhiệm và đáng tin cậy.

Hoạt động truyền thông về các sản phẩm cho vay cá nhân cũng cần được đẩy mạnh theo hướng phù hợp với nhu cầu thực tế của người dân địa phương. Nội dung truyền thông nên tập trung vào những nhóm khách hàng chủ yếu như hộ sản xuất nông nghiệp, hộ kinh doanh cá thể, người lao động có thu nhập ổn định và khách hàng có nhu cầu vay tiêu dùng hợp pháp. Các thông tin truyền thông cần ngắn gọn, dễ hiểu, nhấn mạnh lợi ích của sản phẩm vay, điều kiện tiếp cận vốn và sự hỗ trợ của ngân hàng trong quá trình vay vốn. Chi nhánh có thể kết hợp nhiều kênh truyền thông như bảng thông tin tại điểm giao dịch, tư vấn trực tiếp, phối hợp với chính quyền địa phương, hội đoàn thể, tổ vay vốn hoặc sử dụng các kênh trực tuyến phù hợp để tăng khả năng tiếp cận khách hàng.

Ngoài việc thu hút khách hàng mới, chi nhánh cần chú trọng duy trì quan hệ lâu dài với những khách hàng vay vốn tốt. Đối với các khách hàng trả nợ đúng hạn, có lịch sử tín dụng tích cực và thường xuyên giao dịch với ngân hàng, chi nhánh nên có cơ chế chăm sóc phù hợp như tư vấn ưu tiên, hỗ trợ nhanh trong các lần vay tiếp theo hoặc chủ động giới thiệu các sản phẩm tín dụng phù hợp với nhu cầu mới của khách hàng. Những trải nghiệm tích cực này không chỉ giúp nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng, mà còn góp phần lan tỏa uy tín thương hiệu Agribank thông qua hình thức giới thiệu truyền miệng trong cộng đồng địa phương.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trên cơ sở kết quả của nghiên cứu được đưa ra trong Chương 2, Chương 3 đưa ra các đề xuất để cải thiện quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Các giải pháp được xây dựng theo mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố, gồm: nâng cao sự thuận tiện trong tiếp cận và sử dụng dịch vụ vay vốn; hoàn thiện thủ tục và quy trình vay vốn theo hướng rõ

ràng, đơn giản và nhanh chóng; nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực tư vấn của nhân viên; củng cố thương hiệu Agribank gắn với uy tín và sự tin cậy tại địa phương. Các giải pháp này có ý nghĩa thực tiễn trong việc cải thiện trải nghiệm vay vốn, rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ, nâng cao chất lượng phục vụ và gia tăng niềm tin của khách hàng cá nhân đối với Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận.

PHẦN III: KẾT LUẬN NGHIÊN CỨU VÀ KIẾN NGHỊ THỰC TIỄN

1. Kết luận

Trên cơ sở tổng quan lý thuyết, kế thừa các nghiên cứu trong và ngoài nước, đồng thời tham khảo ý kiến chuyên gia, nghiên cứu đề xuất mô hình gồm 05 yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, bao gồm: Lãi suất và biểu phí, Thủ tục và quy trình vay vốn, Chất lượng dịch vụ, Thương hiệu ngân hàng và Sự thuận tiện.

Nghiên cứu được thực hiện trên cơ sở phối hợp giữa tiếp cận định tính và định lượng. Trong đó, phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua phương pháp tham khảo ý kiến chuyên gia nhằm giúp tác giả hiệu chỉnh thang đo đo lường cho các biến trong mô hình; Phương pháp định lượng được thực hiện thông qua phân tích dữ liệu thu thập từ khảo sát 250 khách hàng cá nhân đã, đang hoặc có nhu cầu vay vốn tại chi nhánh. Sau quá trình kiểm tra và sàng lọc dữ liệu, 229 phiếu khảo sát được coi là phù hợp để phân tích. Kết quả cho thấy bốn trong số năm yếu tố có ảnh hưởng cùng chiều và thống kê đến quyết định vay vốn của khách hàng của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Theo mức độ tác động giảm dần, các yếu tố gồm: Sự thuận tiện với $\beta = 0,301$; Thủ tục và quy trình vay vốn với $\beta = 0,277$; Chất lượng dịch vụ với $\beta = 0,253$; và Thương hiệu ngân hàng với $\beta = 0,154$.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, đề tài đã đề xuất các nhóm giải pháp theo thứ tự mức độ tác động của các yếu tố, bao gồm: nâng cao sự thuận tiện trong tiếp cận và sử dụng dịch vụ vay vốn; hoàn thiện thủ tục và quy trình vay vốn theo hướng rõ ràng, đơn giản và nhanh chóng; nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực tư vấn của nhân viên; củng cố thương hiệu Agribank gắn với uy tín và sự tin cậy tại địa phương. Các giải pháp này có ý nghĩa thực tiễn trong việc giúp chi nhánh nâng cao khả năng thu hút khách hàng cá nhân, cải thiện chất lượng phục vụ và phát triển hoạt động cho vay theo hướng hiệu quả, an toàn và bền vững.

2. Kiến nghị

2.1 Đối với Agribank cấp trên

Agribank cấp trên cần tiếp tục hoàn thiện chính sách tín dụng cá nhân theo hướng linh hoạt, phù hợp với đặc điểm từng địa bàn, nhất là các chi nhánh hoạt động tại khu vực nông nghiệp, nông thôn và kinh tế hộ gia đình. Các sản phẩm vay cần được thiết kế phù hợp với chu kỳ sản xuất, đặc điểm thu nhập, dòng tiền trả nợ và nhu cầu vốn thực tế của khách hàng cá nhân.

Bên cạnh đó, Agribank cấp trên cần tăng cường hỗ trợ chi nhánh trong việc ứng dụng công nghệ vào quy trình cho vay. Các công cụ như quản lý hồ sơ điện tử, tra cứu tình trạng khoản vay, nhắc lịch trả nợ tự động, chấm điểm tín dụng khách hàng và hỗ trợ khách hàng qua kênh trực tuyến sẽ giúp nâng cao sự thuận tiện, rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ và cải thiện trải nghiệm vay vốn của khách hàng.

Agribank cấp trên cũng cần thúc đẩy đào tạo và bồi dưỡng cho nhân viên tín dụng tại chi nhánh. Nội dung đào tạo cần tập trung vào kỹ năng tư vấn, chăm sóc khách hàng, thẩm định khoản vay cá nhân, quản lý sau cho vay và nhận diện rủi ro tín dụng.

2.2 Kiến nghị về cơ chế điều hành tín dụng và phối hợp quản lý tại địa phương

Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục điều hành chính sách tiền tệ, tín dụng và lãi suất theo hướng ổn định, linh hoạt, tạo điều kiện để các ngân hàng thương mại mở rộng tín dụng hợp lý đối với khách hàng cá nhân, hộ gia đình và khu vực nông nghiệp – nông thôn.

Đối với chính quyền địa phương, cần tăng cường phối hợp với ngân hàng trong việc cung cấp thông tin về quy hoạch phát triển kinh tế, định hướng sản xuất, các chương trình hỗ trợ nông nghiệp, hộ kinh doanh và nhóm ngành ưu tiên trên địa bàn. Sự phối hợp này giúp ngân hàng có thêm cơ sở đánh giá phương án vay vốn, định hướng tín dụng phù hợp và hạn chế rủi ro phát sinh.

Ngoài ra, cơ quan quản lý địa phương cần đẩy mạnh tuyên truyền, nâng cao hiểu biết tài chính cho người dân, đặc biệt về sử dụng vốn đúng mục đích, nghĩa vụ trả nợ, quản lý tài chính cá nhân và phòng tránh tín dụng phi chính thức. Khi khách hàng có nhận thức tài chính tốt hơn, chất lượng sử dụng vốn vay và khả năng trả nợ cũng được cải thiện.

3. Giới hạn nghiên cứu và định hướng nghiên cứu tiếp theo

3.1 Hạn chế của đề tài

Đầu tiên và quan trọng nhất, nghiên cứu này chỉ tập trung vào khách hàng cụ thể của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Do đó, kết quả nghiên cứu chỉ bao gồm các đặc điểm cụ thể của một chi nhánh nhất định và không thể được sử dụng như một khái niệm toàn diện cho toàn bộ hệ thống của Agribank hoặc các ngân hàng thương mại khác.

Thứ hai, mô hình nghiên cứu chỉ xem xét năm yếu tố, bao gồm biểu phí và lãi suất, quy trình và thủ tục vay vốn, chất lượng dịch vụ, thương hiệu ngân hàng và sự thuận tiện. Trong thực tế, quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân còn có thể chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác như thu nhập, tài sản bảo đảm, lịch sử tín dụng, quan hệ khách hàng...

Thứ ba, dữ liệu khảo sát được thu thập tại một thời điểm nhất định nên chưa phản ánh đầy đủ sự thay đổi trong hành vi vay vốn của khách hàng theo thời gian.

Thứ tư, nghiên cứu chỉ khảo sát khách hàng cá nhân đang vay vốn hoặc đã từng vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. Cách lựa chọn này giúp bảo đảm người trả lời có trải nghiệm thực tế đối với dịch vụ tín dụng và hạn chế sự không đồng nhất về khả năng đánh giá các biến quan sát. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu chưa phản ánh quan điểm của nhóm khách hàng chưa từng vay vốn tại Chi nhánh, bao gồm những người đang cân nhắc giữa Agribank và các tổ chức tín dụng khác. Do đó, kết quả phù hợp hơn trong việc giải thích quyết định lựa chọn, tiếp tục lựa chọn và giới thiệu dịch vụ vay vốn của khách hàng đã có trải nghiệm, thay vì đại diện cho toàn bộ khách hàng tiềm năng trên địa bàn.

3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo

Để nâng cao tính khái quát của kết quả nghiên cứu, ngoài những hạn chế nêu trên, các nghiên cứu tiếp theo có thể so sánh Agribank với các ngân hàng thương mại khác trong cùng khu vực hoặc mở rộng phạm vi khảo sát sang nhiều chi nhánh khác của Agribank.

Các nghiên cứu trong tương lai cũng có thể bổ sung thêm các biến mới như thu nhập khách hàng, tài sản bảo đảm, lịch sử tín dụng, quan hệ khách hàng, mức độ hiểu biết tài chính, ảnh hưởng xã hội hoặc mức độ số hóa dịch vụ ngân hàng.

Ngoài ra, các nghiên cứu tiếp theo có thể sử dụng dữ liệu theo nhiều thời điểm khác nhau để đánh giá sự thay đổi trong quyết định vay vốn của khách hàng trước các biến động về lãi suất, thu nhập, chính sách tín dụng và điều kiện kinh tế địa phương. Điều này sẽ giúp ngân hàng xây dựng chính sách cho vay linh hoạt và phù hợp hơn với từng giai đoạn phát triển.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

- Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. (2023). *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và hoạt động cho vay khách hàng cá nhân năm 2023* [Tài liệu nội bộ].
- Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. (2024). *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và hoạt động cho vay khách hàng cá nhân năm 2024* [Tài liệu nội bộ].
- Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận. (2025). *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và hoạt động cho vay khách hàng cá nhân năm 2025* [Tài liệu nội bộ].
- Bùi, V. T., Vũ, 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, 360–366.
- Đình Phi Hồ (2017). *Phương pháp nghiên cứu kinh tế & viết luận văn Thạc sĩ*. Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- Đình Phi Hồ (2019). *Nghiên cứu định lượng trong kinh tế và viết bài báo khoa học*. Nhà xuất bản Tài chính.
- Nguyễn, A. 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 Khoa học Đại học Cần Thơ*.
- 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. Á. 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.

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)
- Akhundov, T. (2024). Factors influencing customers' bank selection decision in Azerbaijan. *ACTA VŠFS*, 18(1), 68–91. <https://doi.org/10.37355/acta-2024/1-04>
- Dhakal, K. (2024). *Factors affecting loan purchasing decision of customers in Kathmandu Valley* [Master's thesis, Tribhuvan University]. Tribhuvan University Central Library.
- Faizah, H., et al. (2014). Factors influencing customers' decision in choosing personal loan.
Ghi chú: Tài liệu này đang thiếu tên đầy đủ tác giả, tên tạp chí/hội thảo, tập, số và trang. Nên kiểm tra lại bản gốc trước khi đưa vào danh mục chính thức.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley.
- Frangos, C. C., Fragkos, K. C., Sotiropoulos, I., Manolopoulos, G., & Valvi, A. C. (2012). Factors affecting customers' decision for taking out bank loans: A case of Greek customers. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2012, Article 927167. <https://doi.org/10.5171/2012.927167>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson.
- Hammoud, J., Bizri, R. M., & El Baba, I. (2018). The impact of e-banking service quality on customer satisfaction: Evidence from the Lebanese banking sector. *SAGE Open*, 8(3), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244018790633>
- Ismail, S., Othman, R., Kamalrulzaman, S. N. H., Jahya, A., Idris, N. H., Zaitun, S., & Izren, F. (2013). Determinants of personal loans borrowing: An empirical

- study. In *2013 IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications* (pp. 586–591). IEEE.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Narteh, B. (2018). Service quality and customer satisfaction in Ghanaian retail banks: The moderating role of price. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 68–88. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2016-0118>
- 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.
- Rose, P. S., & Hudgins, S. C. (2013). *Bank management & financial services* (9th ed.). McGraw-Hill Education.
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *The American Economic Review*, 71(3), 393–410.
- 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 THAM KHẢO Ý KIẾN CHUYÊN GIA

Xin chào Anh/Chị,

Tôi là Nguyễn Văn Dự, 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 nghiên cứu về đề tài **“Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận”** nhằm phục vụ cho việc thực hiện đề án tốt nghiệp.

Qua buổi trao đổi này, tôi rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của Anh/Chị về các nội dung liên quan đến mô hình nghiên cứu, các yếu tố ảnh hưởng và thang đo dự kiến sử dụng trong đề tài. Những ý kiến đóng góp của Anh/Chị sẽ là cơ sở quan trọng giúp tôi hoàn thiện bảng khảo sát và nâng cao chất lượng nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn sự hỗ trợ của Anh/Chị.

I. Mục đích của cuộc thảo luận

Khám phá, bổ sung, điều chỉnh và khẳng định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận, đồng thời đánh giá mức độ phù hợp của các biến quan sát dùng để đo lường các yếu tố này.

II. Gợi ý thảo luận

1. Theo Anh/Chị, những yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận?

2. Ngoài những yếu tố Anh/Chị vừa nêu, theo Anh/Chị các yếu tố dưới đây có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân hay không? Vì sao?

(i) Lãi suất và biểu phí

(ii) Thủ tục và quy trình vay vốn

(iii) Chất lượng dịch vụ

(iv) Thương hiệu ngân hàng

(v) Sự thuận tiện

3. Anh/Chị vui lòng cho ý kiến đánh giá về các nội dung đo lường cho từng yếu tố dưới đây:

Thang đo “Lãi suất và biểu phí”

LSCP1. Lãi suất vay vốn hợp lý.

LSCP2. Các khoản phí vay vốn được công khai, minh bạch.

LSCP3. Chi phí vay vốn phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng.

LSCP4. Chính sách lãi suất có tính cạnh tranh.

Thang đo “Thủ tục và quy trình vay vốn”

TTQT1. Hồ sơ vay vốn rõ ràng.

TTQT2. Thủ tục vay vốn đơn giản và dễ thực hiện.

TTQT3. Thời gian xử lý hồ sơ vay vốn nhanh chóng.

TTQT4. Quy trình vay vốn thuận tiện cho khách hàng.

Thang đo “Chất lượng dịch vụ”

CLDV1. Nhân viên ngân hàng phục vụ nhiệt tình và lịch sự.

CLDV2. Nhân viên ngân hàng tư vấn rõ ràng và dễ hiểu.

CLDV3. Nhân viên ngân hàng xử lý hồ sơ chính xác.

CLDV4. Nhân viên ngân hàng sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi gặp khó khăn.

CLDV5. Khách hàng hài lòng với chất lượng phục vụ của ngân hàng.

Thang đo “Thương hiệu ngân hàng”

TH1. Ngân hàng có uy tín trên địa bàn.

TH2. Khách hàng tin tưởng vào hoạt động của ngân hàng.

TH3. Ngân hàng tạo cảm giác an toàn khi khách hàng vay vốn.

TH4. Thương hiệu ngân hàng ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng.

Thang đo “Sự thuận tiện”

STT1. Vị trí giao dịch của ngân hàng thuận tiện cho khách hàng.

STT2. Thời gian làm việc của ngân hàng phù hợp với nhu cầu giao dịch của khách hàng.

STT3. Khách hàng dễ dàng liên hệ với ngân hàng khi cần hỗ trợ.

STT4. Các giao dịch với ngân hàng được thực hiện nhanh chóng và thuận tiện.

Thang đo “Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân”

QDVV1. Khách hàng ưu tiên lựa chọn ngân hàng khi có nhu cầu vay vốn.

QDVV2. Khách hàng sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại ngân hàng trong tương lai.

QDVV3. Khách hàng sẽ giới thiệu dịch vụ vay vốn của ngân hàng cho người khác.

III. Ý kiến bổ sung

Theo Anh/Chị, các thang đo trên có cần điều chỉnh, bổ sung hoặc loại bỏ nội dung nào không?

.....

.....

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

PHỤ LỤC 2 – DANH SÁCH CHUYÊN GIA

TT	Họ và tên	Năm sinh	Chức danh/ Chức vụ	Điện thoại
1	Quách Đình Hùng	1976	Giám đốc CN	0919004292
2	Lê Đức Dũng	1976	Phó GD CN	0848000179
3	Nguyễn Đăng Vinh	1985	TP Khách Hàng	0944868388
4	Nguyễn Duy Hưng	1987	PP Khách Hàng	0384207705
5	Lê Minh Trí	1977	NV Tín dụng	0868003007
6	Ngô Văn Long	1982	NV Tín dụng	0908918825
7	Nguyễn Duy Tân	1992	NV Tín dụng	0947872823
8	Cao Xuân Hùng	1985	NV Tín dụng	0908731751
9	Bùi Minh Hoàng	1985	Phó GD CN	0888888185
10	Nguyễn Trần Quế Phương	1989	TP KT-NQ	0977135404
11	Đoàn Ngọc Nguyên Linh	1989	PP. KTNQ	0933236418

PHỤ LỤC 3 - DÀN BÀI KHẢO SÁT

Kính chào Anh/Chị,

Tôi là, 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 nghiên cứu về đề tài: **“Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận”** nhằm phục vụ cho việc học tập và thực hiện đề án tốt nghiệp.

Tôi rất mong nhận được sự hỗ trợ của Anh/Chị thông qua việc trả lời các câu hỏi khảo sát dưới đây. Mọi thông tin do Anh/Chị cung cấp chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu khoa học và được bảo mật hoàn toàn.

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

I. CÂU HỎI SÀNG LỌC

Quý khách đã từng hoặc đang vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam – Bình Thuận chưa?

☐ Có → Tiếp tục thực hiện bảng khảo sát.

☐ Chưa → Kết thúc khảo sát.

Thông tin Quý khách cung cấp chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu và được bảo mật theo quy định.

II. THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Giới tính của Anh/Chị

1. ☐ Nam

2. ☐ Nữ

2. Độ tuổi của Anh/Chị

1. ☐ Dưới 25 tuổi

2. ☐ Từ 25 đến dưới 40 tuổi

3. ☐ Từ 40 đến dưới 50 tuổi

4. ☐ Từ 50 tuổi trở lên

3. Trình độ học vấn của Anh/Chị

1. ☐ Trung học phổ thông trở xuống

2. ☐ Trung cấp/Cao đẳng

3. ☐ Đại học

4. ☐ Sau đại học

4. Nghề nghiệp hiện nay của Anh/Chị

1. ☐ Sản xuất nông nghiệp

2. ☐ Kinh doanh/hộ kinh doanh cá thể

3. ☐ Công nhân/nhân viên văn phòng

4. ☐ Cán bộ, công chức, viên chức

5. ☐ Nghề nghiệp khác

5. Thu nhập bình quân hàng tháng của Anh/Chị

1. ☐ Dưới 5 triệu đồng

2. ☐ Từ 5 đến dưới 10 triệu đồng

3. ☐ Từ 10 đến dưới 15 triệu đồng

4. ☐ Từ 15 triệu đồng trở lên

III. THÔNG TIN KHẢO SÁT

STT	NỘI DUNG ĐO LƯỜNG	1	2	3	4	5
1	Lãi suất vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam ở mức hợp lý.					
2	Các khoản phí vay vốn được Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam công khai, minh bạch.					
3	Chi phí vay vốn phù hợp với khả năng tài chính của tôi.					

4	Chính sách lãi suất của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam có tính cạnh tranh.					
5	Hồ sơ vay vốn được Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam hướng dẫn rõ ràng.					
6	Thủ tục vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam đơn giản và dễ thực hiện.					
7	Thời gian xử lý hồ sơ vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam nhanh chóng.					
8	Quy trình vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam thuận tiện cho khách hàng.					
9	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam phục vụ nhiệt tình và lịch sự.					
10	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam tư vấn rõ ràng và dễ hiểu.					
11	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam xử lý hồ sơ chính xác.					
12	Nhân viên ngân hàng Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi gặp khó khăn.					
13	Tôi hài lòng với chất lượng phục vụ của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam.					
14	Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam là ngân hàng có uy tín trên địa bàn.					
15	Tôi tin tưởng vào hoạt động của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam.					
16	Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam tạo cảm giác an toàn khi vay vốn.					
17	Thương hiệu Agribank ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của tôi.					

18	Vị trí giao dịch của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam thuận tiện cho tôi.					
19	Thời gian làm việc của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam phù hợp với nhu cầu giao dịch của tôi.					
20	Tôi dễ dàng liên hệ với Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam khi cần hỗ trợ.					
21	Các giao dịch với Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam được thực hiện nhanh chóng và thuận tiện.					
22	Tôi ưu tiên lựa chọn Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam khi có nhu cầu vay vốn.					
23	Tôi sẵn sàng tiếp tục vay vốn tại Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam trong tương lai.					
24	Tôi sẽ giới thiệu dịch vụ vay vốn của Agribank Chi nhánh Hàm Thuận Nam cho người khác.					

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

PHỤ LỤC 4 – KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

4.1. THỐNG KÊ MÔ TẢ

Statistics

		Gioi_tinh	Do_tuoi	Hoc_van	Nghe_nghiep	Thu_nhap
N	Valid	229	229	229	229	229
	Missing	0	0	0	0	0

Gioi_tinh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	132	57.6	57.6	57.6
	Nữ	97	42.4	42.4	100.0
	Total	229	100.0	100.0	

Do_tuoi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 25 tuổi	52	22.7	22.7	22.7
	Từ 25 đến dưới 40 tuổi	77	33.6	33.6	56.3
	Từ 40 đến dưới 50 tuổi	60	26.2	26.2	82.5
	Từ 50 tuổi trở lên	40	17.5	17.5	100.0
	Total	229	100.0	100.0	

Hoc_van

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Trung học phổ thông trở xuống	47	20.5	20.5	20.5
	Trung cấp/Cao đẳng	101	44.1	44.1	64.6
	Đại học	77	33.6	33.6	98.3
	Sau đại học	4	1.7	1.7	100.0

Total	229	100.0	100.0	
-------	-----	-------	-------	--

Nghe_nghiep

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sản xuất nông nghiệp	47	20.5	20.5	20.5
	Kinh doanh/hộ kinh doanh cá thể	84	36.7	36.7	57.2
	Công nhân/nhân viên văn phòng	64	27.9	27.9	85.2
	Cán bộ, công chức, viên chức	19	8.3	8.3	93.4
	Nghề nghiệp khác	15	6.6	6.6	100.0
	Total	229	100.0	100.0	

Thu_nhap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 5 triệu đồng	62	27.1	27.1	27.1
	Từ 7 đến dưới 10 triệu đồng	109	47.6	47.6	74.7
	Từ 10 đến dưới 15 triệu đồng	34	14.8	14.8	89.5
	Từ 15 triệu đồng trở lên	24	10.5	10.5	100.0
	Total	229	100.0	100.0	

4.2. PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA

4.2.1. PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA – THANG ĐO “LÃI SUẤT VÀ BIỂU PHÍ”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LSCP1	3.878	.9238	229
LSCP2	3.808	.9902	229
LSCP3	4.022	.8708	229
LSCP4	3.969	.9051	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LSCP1	11.799	4.074	.565	.558
LSCP2	11.869	4.877	.269	.752
LSCP3	11.655	4.183	.588	.549
LSCP4	11.707	4.348	.495	.606

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LSCP1	3.878	.9238	229
LSCP3	4.022	.8708	229
LSCP4	3.969	.9051	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LSCP1	7.991	2.360	.586	.663
LSCP3	7.847	2.437	.619	.627
LSCP4	7.900	2.512	.539	.717

4.2.2. PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA – THANG ĐO “THỦ TỤC VÀ QUY TRÌNH VAY VỐN”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TTQT1	3.987	.7579	229
TTQT2	3.904	.6619	229
TTQT3	4.066	.6623	229
TTQT4	3.926	.7601	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TTQT1	11.895	2.928	.672	.755
TTQT2	11.978	3.346	.603	.787
TTQT3	11.817	3.247	.653	.765
TTQT4	11.956	2.998	.634	.774

4.2.3. PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA – THANG ĐO “CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CLDV1	3.467	1.2085	229
CLDV2	3.441	1.2039	229
CLDV3	3.397	1.2119	229
CLDV4	3.559	1.1966	229
CLDV5	3.585	1.1501	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CLDV1	13.983	11.719	.704	.688
CLDV2	14.009	11.816	.693	.692
CLDV3	14.052	16.383	.117	.872
CLDV4	13.891	11.659	.723	.681
CLDV5	13.865	12.565	.627	.717

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CLDV1	3.467	1.2085	229
CLDV2	3.441	1.2039	229
CLDV4	3.559	1.1966	229
CLDV5	3.585	1.1501	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CLDV1	10.585	9.551	.719	.840
CLDV2	10.611	9.563	.721	.839
CLDV4	10.493	9.251	.783	.814
CLDV5	10.467	10.066	.684	.853

4.2.4. PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA – THANG ĐO “THƯƠNG HIỆU NGÂN HÀNG”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TH1	3.996	.9574	229
TH2	3.921	.9426	229
TH3	3.341	1.2866	229
TH4	4.013	.9435	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TH1	11.275	5.560	.659	.574
TH2	11.349	5.965	.564	.629
TH3	11.930	6.188	.251	.847
TH4	11.258	5.543	.680	.564

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TH1	3.996	.9574	229
TH2	3.921	.9426	229
TH4	4.013	.9435	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TH1	7.934	2.798	.772	.729
TH2	8.009	3.088	.668	.830
TH4	7.917	2.997	.704	.796

4.2.5. PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA – THANG ĐO “SỰ THUẬN TIỆN”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
STT1	3.760	.9172	229
STT2	4.131	.8788	229
STT3	4.039	.8852	229
STT4	4.096	.9640	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
STT1	12.266	5.679	.611	.844
STT2	11.895	5.594	.680	.815
STT3	11.987	5.434	.721	.798
STT4	11.930	5.004	.756	.781

4.2.6. PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA – THANG ĐO “QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	229	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	229	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
QDVV1	3.642	.6305	229
QDVV2	3.389	.6156	229
QDVV3	3.188	.6912	229

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QDVV1	6.576	1.500	.689	.857
QDVV2	6.830	1.414	.798	.762
QDVV3	7.031	1.302	.749	.807

4.3. PHÂN TÍCH EFA

4.3.1. PHÂN TÍCH EFA – BIẾN ĐỘC LẬP

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.848
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1836.918
	df	153
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
LSCP1	1.000	.676
LSCP3	1.000	.727
LSCP4	1.000	.635
TTQT1	1.000	.696
TTQT2	1.000	.613
TTQT3	1.000	.667
TTQT4	1.000	.645
CLDV1	1.000	.717
CLDV2	1.000	.720
CLDV4	1.000	.788
CLDV5	1.000	.681
TH1	1.000	.836
TH2	1.000	.705
TH4	1.000	.762
STT1	1.000	.613
STT2	1.000	.698
STT3	1.000	.742
STT4	1.000	.769

Extraction Method: Principal Component Analysis.

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	5.677	31.538	31.538	5.677	31.538	31.538	2.900	16.109	16.109
2	2.291	12.725	44.263	2.291	12.725	44.263	2.782	15.457	31.567
3	1.693	9.406	53.669	1.693	9.406	53.669	2.641	14.670	46.237
4	1.629	9.051	62.720	1.629	9.051	62.720	2.324	12.911	59.148
5	1.400	7.777	70.497	1.400	7.777	70.497	2.043	11.349	70.497
6	.639	3.550	74.047						
7	.549	3.048	77.095						
8	.507	2.817	79.912						
9	.487	2.708	82.621						
10	.473	2.626	85.247						
11	.440	2.446	87.692						
12	.413	2.296	89.988						
13	.382	2.120	92.108						
14	.344	1.909	94.017						
15	.332	1.846	95.863						
16	.272	1.510	97.373						
17	.247	1.375	98.748						
18	.225	1.252	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CLDV4	.648				
STT4	.641				

STT2	.636				
CLDV1	.635				
CLDV5	.620				
CLDV2	.619				
STT3	.611				
TH2	.570				
STT1	.569				
TH1	.553				
TH4					
LSCP1					
TTQT1					
TTQT2					
TTQT3					
TTQT4					
LSCP3					.593
LSCP4					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CLDV4	.854				
CLDV2	.817				
CLDV1	.802				
CLDV5	.784				
STT4		.841			
STT3		.832			
STT2		.776			
STT1		.717			
TTQT1			.798		
TTQT3			.794		
TTQT4			.779		
TTQT2			.758		

TH1				.885	
TH4				.838	
TH2				.789	
LSCP3					.834
LSCP4					.768
LSCP1					.750

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
1	.527	.513	.421	.404	.343
2	-.443	.380	.668	-.306	-.347
3	-.679	.144	-.127	.687	.173
4	-.065	-.726	.591	.115	.325
5	-.247	.211	-.105	-.507	.791

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

4.3.2. PHÂN TÍCH EFA – BIẾN PHỤ THUỘC

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.718
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	340.975
	df	3
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
QDVV1	1.000	.733
QDVV2	1.000	.839
QDVV3	1.000	.796

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	2.368	78.937	78.937	2.368	78.937	78.937
2	.395	13.180	92.117			
3	.236	7.883	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
QDVV2	.916
QDVV3	.892
QDVV1	.856

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

4.4. PHÂN TÍCH HỒI QUY

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
QDVV	3.4061	.57357	229
LSCP	3.9563	.73617	229
TTQT	3.9705	.57254	229
CLDV	3.5131	1.01190	229
TH	3.9767	.82920	229
STT	4.0066	.75797	229

Correlations

		QDVV	LSCP	TTQT	CLDV	TH	STT
Pearson Correlation	QDVV	1.000	.335	.504	.506	.419	.564
	LSCP	.335	1.000	.196	.364	.343	.252
	TTQT	.504	.196	1.000	.252	.215	.393
	CLDV	.506	.364	.252	1.000	.353	.355
	TH	.419	.343	.215	.353	1.000	.317
	STT	.564	.252	.393	.355	.317	1.000
Sig. (1-tailed)	QDVV	.	.000	.000	.000	.000	.000
	LSCP	.000	.	.001	.000	.000	.000
	TTQT	.000	.001	.	.000	.001	.000
	CLDV	.000	.000	.000	.	.000	.000
	TH	.000	.000	.001	.000	.	.000
	STT	.000	.000	.000	.000	.000	.
N	QDVV	229	229	229	229	229	229
	LSCP	229	229	229	229	229	229
	TTQT	229	229	229	229	229	229
	CLDV	229	229	229	229	229	229
	TH	229	229	229	229	229	229
	STT	229	229	229	229	229	229

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	STT, LSCP, TTQT, TH, CLDV ^b		Enter

a. Dependent Variable: QDVV

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.723 ^a	.522	.511	.40095	1.780

a. Predictors: (Constant), STT, LSCP, TTQT, TH, CLDV

b. Dependent Variable: QDVV

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.160	5	7.832	48.718	.000 ^b
	Residual	35.850	223	.161		
	Total	75.009	228			

a. Dependent Variable: QDVV

b. Predictors: (Constant), STT, LSCP, TTQT, TH, CLDV

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.278	.228		1.220	.224		
	LSCP	.047	.040	.060	1.170	.243	.805	1.242
	TTQT	.278	.051	.277	5.437	.000	.824	1.213
	CLDV	.143	.030	.253	4.743	.000	.755	1.325
	TH	.106	.036	.154	2.951	.004	.790	1.266
	STT	.228	.041	.301	5.618	.000	.746	1.341

a. Dependent Variable: QDVV

Collinearity Diagnostics^a

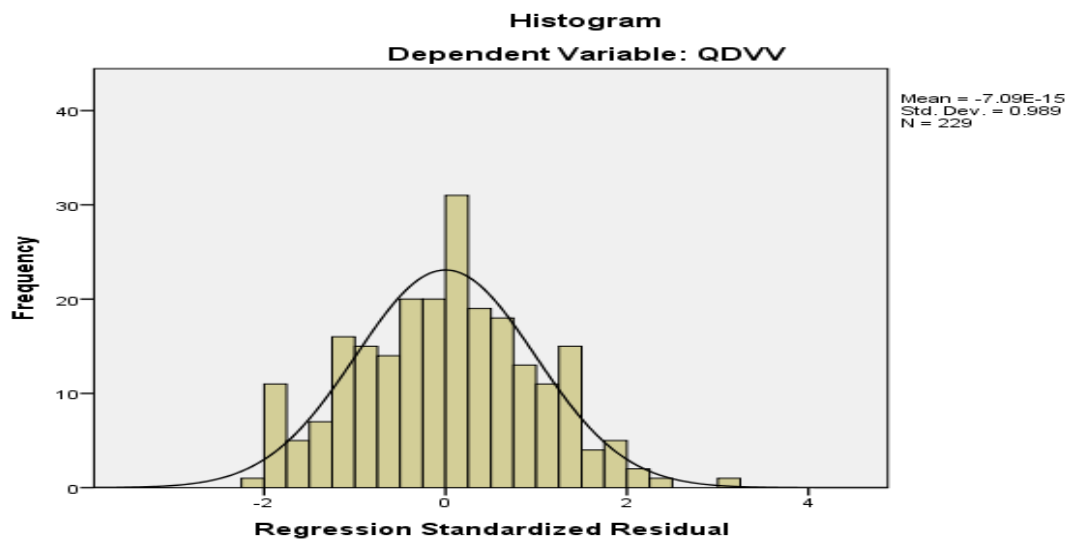
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	LSCP	TTQT	CLDV	TH	STT
1	1	5.868	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.051	10.741	.02	.00	.02	.92	.01	.01
	3	.029	14.259	.01	.07	.07	.02	.66	.18
	4	.025	15.363	.01	.63	.00	.00	.31	.17
	5	.018	18.141	.09	.21	.27	.05	.00	.64
	6	.009	25.055	.87	.09	.64	.01	.02	.00

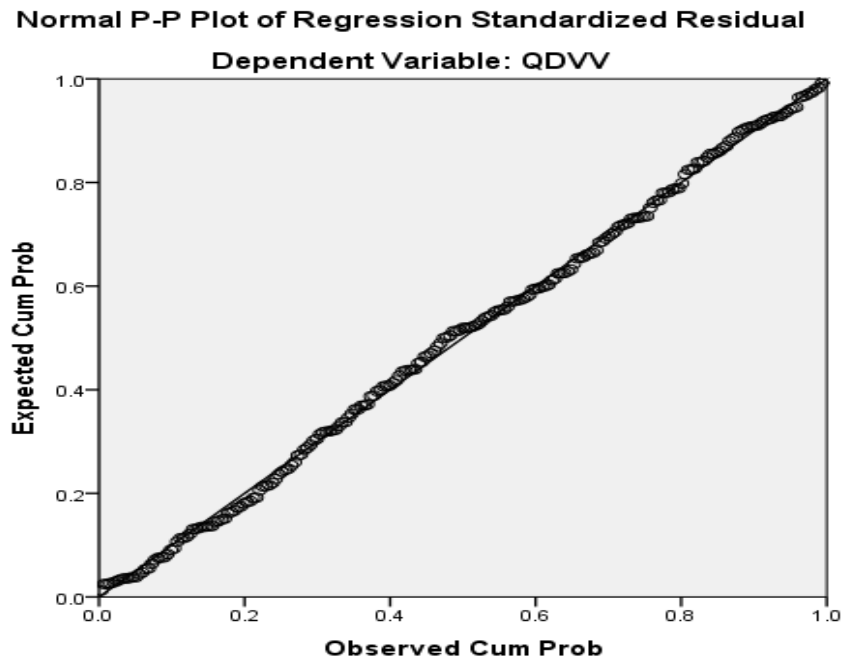
a. Dependent Variable: QDVV

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.2394	4.2536	3.4061	.41443	229
Residual	-.90208	1.20457	.00000	.39653	229
Std. Predicted Value	-2.815	2.045	.000	1.000	229
Std. Residual	-2.250	3.004	.000	.989	229

a. Dependent Variable: QDVV





Model Description

Model Name		MOD_2
Dependent Variable	1	USQUARE
Equation	1	Linear
Independent Variable		QDVV
Constant		Included
Variable Whose Values Label Observations in Plots		Unspecified

Case Processing Summary

	N
Total Cases	229
Excluded Cases ^a	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

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

Variable Processing Summary

		Variables	
		Dependent	Independent
		USQUARE	QDVV
Number of Positive Values		229	229
Number of Zeros		0	0
Number of Negative Values		0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0	0
	System-Missing	0	0

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: USQUARE

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.002	.362	1	227	.548	1.270	-.087

The independent variable is QDVV.

