

Các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng đối với Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - Phòng giao dịch Đức Linh

VÕ KHẮC THƯỜNG*
ĐINH HOÀNG ANH TUẤN**
HÀ DUY THANH***

Tóm tắt

Bài viết nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng đối với Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - Phòng Giao dịch (PGD) Đức Linh. Thông qua khảo sát 242 khách hàng tại các điểm giao dịch của Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh, kết quả nghiên cứu đã chỉ ra 5 nhân tố có ảnh hưởng cùng chiều với Lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ của Ngân hàng theo thứ tự giảm dần, đó là: Phương tiện hữu hình; Niềm tin; Sự tin cậy; Chi phí chuyển đổi và Sự đảm bảo.

Từ khóa: lòng trung thành, Ngân hàng Bưu điện Liên Việt, Phòng giao dịch Đức Linh, khách hàng

Summary

This article aims to study factors affecting customer loyalty to Lien Viet Post Joint Stock Commercial Bank - Duc Linh Transaction Office. Through a survey of 242 customers at the transaction points of Duc Linh Transaction Office, it points out 5 factors creating positive influences on customers loyalty, arranged in descending order of impact, which are Tangibles; Belief; Reliability; Switching costs and Assurance.

Keywords: loyalty, Lien Viet Post Joint Stock Commercial Bank, Duc Linh Transaction Office, customer

GIỚI THIỆU

Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh là đơn vị hạch toán độc lập trực thuộc Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Bình Thuận. Những năm qua, PGD Đức Linh đã đóng góp một phần không nhỏ cho sự phát triển kinh tế của ngành, của địa phương. Tuy nhiên, sự phát triển của ngành ngân hàng khiến cho từng đơn vị, trong đó có PGD Đức Linh gặp không ít thách thức. Thực tế đó đòi hỏi phía PGD Đức Linh phải quan tâm nghiên cứu sự hài lòng, cũng như lòng trung thành của khách hàng, nhằm mục tiêu duy trì thị phần và thu hút thêm khách hàng mới, từ đó, góp phần gia tăng hiệu quả hoạt động của PGD Đức Linh.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Để thực hiện nghiên cứu, nhóm tác giả đã sơ lược các lý thuyết có liên quan đến đề tài nghiên cứu, như: khái

niệm về lòng trung thành của khách hàng, vai trò của khách hàng trung thành đối với doanh nghiệp, các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng và các kết quả nghiên cứu trước đây có liên quan đến mục tiêu nghiên cứu đề tài của các tác giả, như: Beerli và cộng sự (2004); Bilal Afsar và cộng sự (2010); Beh Yin Yee, T. M. Faziharudean (2010); Lê Mỹ Linh và Hồ Huy Tựu (2014); Nguyễn Thị An Bình (2016); Nguyễn Thanh Trúc và cộng sự (2020); Bùi Vĩnh Thanh và Trần Hữu Ái (2020); Nguyễn Đình Thọ (2011)...

Trên cơ sở đó, nhóm tác giả tiến hành đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 7 biến độc lập là các yếu tố thành phần của Chất lượng dịch vụ, gồm: Phương tiện hữu hình (HH); Sự tin cậy (TC); Mức độ đáp ứng (DU); Sự đảm bảo (DB); Sự đồng cảm (DC); Chi phí chuyển đổi (CPCD) và Niềm tin (NT) tác động đến

* PGS, TS., ** ThS., Trường Đại học Phan Thiết

*** Ngân hàng Bưu điện Liên Việt

Ngày nhận bài: 29/10/2021; Ngày phản biện: 05/11/2021; Ngày duyệt đăng: 12/11/2021

Lòng trung thành (LTT) của khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ tại Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh. Mô hình nghiên cứu đề xuất như Hình.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua khảo sát bằng bảng hỏi đối với 250 khách hàng tại các điểm giao dịch của Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh trong thời gian từ tháng 8-10/2021. Kết quả thu về 242 phiếu hợp lệ được đưa vào sử dụng trong phân tích.

Dữ liệu sau khi thu thập được tiến hành làm sạch, xử lý, mã hóa và thực hiện các bước phân tích thông qua kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), kiểm định tương quan, phân tích hồi quy và kiểm định sự khác biệt để tìm ra các yếu tố chính ảnh hưởng đến Lòng trung thành của khách hàng (*Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế*).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kiểm định Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha ở Bảng 1 cho thấy, giá trị Alpha của các thang đo đều > 0.6 , đạt yêu cầu của kiểm định. Các biến quan sát: TC4, DU1, DC5 và CPCD2 có hệ số tương quan biến - tổng lần lượt bằng: 0.208; 0.249; 0.297 và 0.245 đều < 0.3 , nên sẽ bị loại khỏi các thang đo: Sự tin cậy; Mức độ đáp ứng; Sự đồng cảm; Chi phí chuyển đổi.

Phân tích EFA

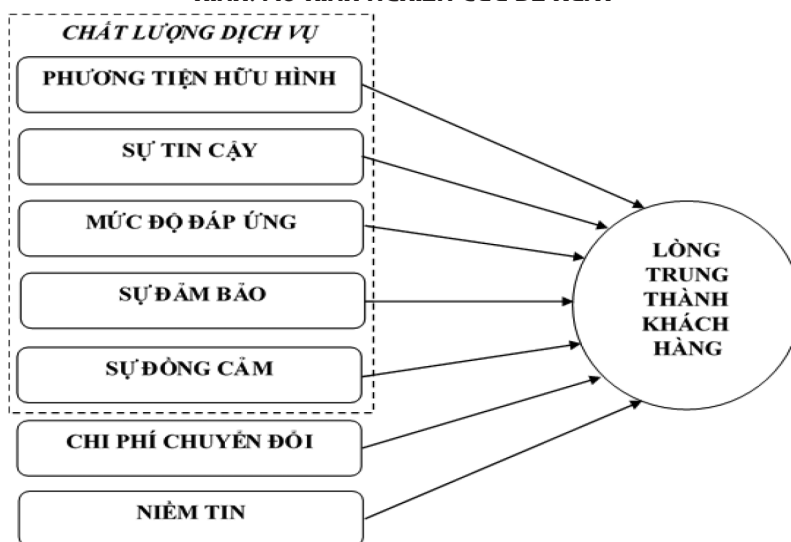
Phân tích EFA cho biến độc lập

Thực hiện phân tích EFA cho các tất cả các biến quan sát còn lại của các yếu tố độc lập sau khi loại bỏ các biến quan sát TC4, DU1, DC5 và CPCD2 cho kết quả là: hệ số KMO là $0.708 > 0.5$ và kiểm định Barlett có mức ý nghĩa Sig. = $0.000 < 0.05$ cho thấy, phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát và các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể (Bảng 2).

Với phép xoay Varimax, phân tích EFA rút trích được 7 nhân tố tại giá trị Eigenvalues bằng 1.334, với tổng phương sai trích là 68.811% ($> 50\%$) cho thấy, các nhân tố được trích có thể giải thích 68.811% sự biến thiên của dữ liệu và đạt yêu cầu của kiểm định EFA.

Kết quả phân tích EFA cho các biến độc lập ở Bảng 3 cho thấy, các biến quan sát trong 7 nhân tố được trích đều có hệ số tải nhân tố > 0.5 và đạt yêu cầu khi phân tích EFA.

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

BẢNG 1: KIỂM ĐỊNH CRONBACH'S ALPHA

Thang đo	Biến quan sát	Hệ số Alpha tổng	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Phương tiện hữu hình	HH1	0.704	9.992	7.776	0.523	0.622
	HH2		10.335	7.975	0.449	0.666
	HH3		10.521	7.080	0.571	0.587
	HH4		10.806	8.232	0.420	0.683
Sự tin cậy	TC1	0.775	12.025	2.365	0.613	0.702
	TC2		12.099	2.438	0.573	0.723
	TC3		12.099	2.505	0.649	0.689
	TC5		12.037	2.501	0.491	0.768
Mức độ đáp ứng	DU2	0.826	7.496	3.263	0.691	0.752
	DU3		7.492	3.338	0.675	0.769
	DU4		7.558	3.609	0.686	0.760
Sự đảm bảo	DB1	0.814	11.244	2.700	0.652	0.760
	DB2		11.471	2.424	0.610	0.783
	DB3		11.364	2.606	0.644	0.762
	DB4		11.355	2.620	0.641	0.763
Sự đồng cảm	DC1	0.861	11.343	7.795	0.693	0.829
	DC2		11.132	7.426	0.730	0.814
	DC3		11.207	7.451	0.747	0.807
	DC4		11.256	7.619	0.663	0.842
Chi phí chuyển đổi	CPCD1	0.883	8.008	1.502	0.863	0.752
	CPCD3		8.004	1.539	0.837	0.777
	CPCD4		8.029	1.754	0.632	0.955
Niềm tin	NT1	0.851	7.388	3.044	0.565	0.924
	NT2		7.566	2.014	0.825	0.684
	NT3		7.541	2.000	0.813	0.698
Lòng trung thành	LTT1	0.878	7.810	2.022	0.744	0.845
	LTT2		7.843	1.809	0.784	0.812
	LTT3		7.793	2.065	0.771	0.824

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

Hệ số KMO		0.708
Kiểm định Barlett	Chi-Square	2706.247
	Df	300
	Sig.	0.000

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

BẢNG 3: PHÂN TÍCH EFA CHO CÁC BIẾN ĐỘC LẬP

Biến quan sát	Nhân tố						
	01	02	03	04	05	06	07
DC3	0.863						
DC2	0.857						
DC1	0.830						
DC4	0.804						
DB1		0.802					
DB4		0.792					
DB3		0.787					
DB2		0.755					
CPCD1			0.949				
CPCD3			0.937				
CPCD4			0.797				
TC3				0.827			
TC1				0.776			
TC2				0.749			
TC5				0.687			
NT2					0.923		
NT3					0.920		
NT1					0.766		
DU3						0.864	
DU4						0.855	
DU2						0.850	
HH1							0.795
HH3							0.765
HH2							0.706
HH4							0.593

BẢNG 4: KIỂM ĐỊNH BARLETT VÀ KMO CHO BIẾN PHỤ THUỘC

Hệ số KMO		0.741
Kiểm định Bartlett	Chi-square	380.689
	Df	3
	Sig.	0.000

BẢNG 5: PHÂN TÍCH EFA CHO BIẾN PHỤ THUỘC

Biến quan sát	Nhân tố	
	01	
LTT2		0.907
LTT3		0.900
LTT1		0.885

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

Phân tích EFA cho biến phụ thuộc

Thực hiện phân tích EFA các biến quan sát của yếu tố phụ thuộc - Lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh cho thấy, hệ số KMO là 0.745 > 0.5 và kiểm định Barlett có Sig. = 0.000 (< 0.05) (Bảng 4). Theo đó, phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát.

Với phép xoay Varimax, kết quả phân tích rút trích được một nhân tố tại giá trị Eigenvalue = 2.416, với tổng phương sai trích khi phân tích EFA của biến phụ thuộc là 80.538% (> 50%) cho thấy, các nhân tố được trích có thể giải thích 80.538% sự biến thiên của dữ liệu.

Kết quả phân tích EFA cho biến phụ thuộc ở Bảng 5 cho thấy, các biến quan sát trong nhân tố được trích

gồm 3 biến: LTT2, LTT3 và LTT1 (Hệ số tải của biến quan sát đều > 0.8) của biến phụ thuộc Lòng trung thành của khách hàng cá nhân có giá trị là trung bình của 3 biến quan sát trên và ký hiệu là “LTT”.

Như vậy, phân tích EFA cho thấy, các biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình đều đạt giá trị hội tụ và giá trị phân biệt có thể chấp nhận được, đủ điều kiện để tiến hành phân tích các bước tiếp theo.

Phân tích hồi quy

Kết quả phân tích hồi quy Bảng 6 cho thấy, mức ý nghĩa (giá trị Sig.) của biến Mức độ đáp ứng (MDDU) và Sự đồng cảm (SDC) lần lượt là 0.651 và 0.730 > 0.05. Do đó, ở độ tin cậy 95%, hai biến này không cho thấy có mối quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc Lòng trung thành của khách hàng. Các biến độc lập còn lại bao gồm: Phương tiện hữu hình (PTHH), Sự tin cậy (STC), Sự đảm bảo (SDB), Chi phí chuyển đổi (CPCD) và Niềm tin (NT) đều cho thấy có mối quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc (Sig. < 0.05).

Kết quả kiểm định độ phù hợp của mô hình hồi quy cho thấy, mức độ phù hợp của mô hình đạt 64.6% (Hệ số R² hiệu chỉnh = 0.646) hay các yếu tố độc lập giải thích được 64.6% sự biến thiên trong dữ liệu của biến phụ thuộc - Lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ tại Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh.

Từ kết quả phân tích trên, phương trình hồi quy tuyến tính của nghiên cứu có dạng như sau:

$$LTT = -2.083 + 0.448 PTHH + 0.246 STC + 0.204 SDB + 0.248 CPCD + 0.396 NT + ei$$

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 nhân tố ảnh hưởng đến Lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ của Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh, đó là: Phương tiện hữu hình ($\beta = 0.448$), Niềm tin ($\beta = 0.396$), Sự tin cậy ($\beta = 0.246$), Chi phí chuyển đổi ($\beta = 0.224$) và Sự đảm bảo ($\beta = 0.204$). Trong đó, nhân tố Phương tiện hữu hình có ảnh hưởng mạnh nhất.

Hàm ý quản trị

Từ kết quả nghiên cứu trên, để duy trì lòng trung thành của khách hàng và thu hút thêm khách hàng mới, góp phần gia

BẢNG 6: BẢNG ƯỚC LƯỢNG HỆ SỐ HỒI QUY

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	T	Sig.	Kiểm tra đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Độ chấp nhận biến	VIF
1	Hằng số	-2.083	0.344		-6.059	0.000	
	PTHH	0.344	0.031	0.448	11.122	0.000	0.908
	STC	0.333	0.056	0.246	5.934	0.000	0.854
	MDDU	0.014	0.030	0.018	0.452	0.651	0.966
	SDB	0.267	0.055	0.204	4.824	0.000	0.823
	SDC	0.010	0.029	0.013	0.345	0.730	0.990
	CPCD	0.248	0.043	0.224	5.722	0.000	0.958
	NT	0.364	0.035	0.396	10.265	0.000	0.988

a. Biến phụ thuộc: LTT

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả

tăng hiệu quả hoạt động của Ngân hàng Bưu điện Liên Việt - PGD Đức Linh, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp sau:

Thứ nhất, cần nâng cao lòng trung thành của khách hàng. Ban lãnh đạo PGD Đức Linh cần ưu tiên nâng cao cơ sở vật chất, trang thiết bị của PGD.

Thứ hai, Ban lãnh đạo PGD cần quan tâm hơn nữa trong việc xây dựng thương hiệu ngân hàng vững mạnh, uy tín để tạo niềm tin cho khách hàng. Niềm tin sẽ giúp hệ thống khách hàng hiện hữu trở thành một cầu nối, hỗ trợ ngân hàng tiếp cận được nhiều khách hàng tiềm năng mới, mang lại lợi ích tối đa cho PGD Đức Linh.

Thứ ba, cần đầu tư phát triển tốt hạ tầng công nghệ thông tin, ưu tiên sử dụng các dịch vụ bảo mật tốt nhất để tạo sự tin cậy cho khách hàng.

Thứ tư, để khách hàng trung thành với ngân hàng, ngoài việc đáp ứng về chất lượng dịch vụ, các sản phẩm đi kèm cũng rất quan trọng. Khách hàng sẽ trung thành hơn nếu thấy việc thay đổi sang ngân hàng khác sẽ làm mất đi các ưu đãi mà ngân hàng hiện có đã dành cho họ, khiến họ mất nhiều thời gian, chi phí, cũng như gặp khó khăn hơn về các thủ tục, giấy tờ khi thay đổi giao dịch ở một ngân hàng mới.

Thứ năm, cần chú ý đến việc nâng cao năng lực, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên, tạo nên sự đảm bảo từ con người đến con người với khách hàng thông qua đội ngũ nhân viên của chính ngân hàng. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động xã hội
2. Nguyễn Thị An Bình (2016). *Nghiên cứu nhân tố tác động tới lòng trung thành của khách hàng trong lĩnh vực bán lẻ tại các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
3. Lê Mỹ Linh và Hồ Huy Tựu (2014). Sự hài lòng và trung thành của khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng trên địa bàn tỉnh Hậu Giang, *Tạp chí Khoa học và Xã hội nhân văn*, số 12, tháng 3/2014
4. Bùi Vĩnh Thanh và Trần Hữu Ái (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành đối với thương hiệu ngân hàng của khách hàng cá nhân gửi tiền tiết kiệm, *Tạp chí Tài chính*, số 21
5. Nguyễn Thanh Trúc, Nguyễn Thị Búp, Phạm Thị Thu Hiền, Nguyễn Thị Phúc (2020). *Các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của khách hàng cá nhân đối với tiền gửi tiết kiệm tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn TP. Trà Vinh*, truy cập từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/cac-yeu-to-anh-huong-den-long-trung-thanh-cua-khach-hang-ca-nhan-doi-voi-tien-gui-tiet-kiem-tai-cac-ngan-hang-thuong-mai-tren-dia-ban-tp-tra-vinh-68138.htm>
6. Beerli, A., Martin, J. D and Quintana, A. (2004). A model of customer loyalty in the retail banking market, *European Journal of Marketing*, 38(1-2), 253-275
7. Beh Yin Yee, T. M. Faziharudean (2010). *Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia*, Faculty of Business and Accountancy, University of Malaya, Kuala Lumpur, Malaysia
8. Bilal Afsar, Zia Ur Rehman, Jaweria Andleeb Qureshi and Asad Shahjehan (2010). Determinants of customer loyalty in the banking sector: The case of Pakistan, *African Journal of Business Management*, 4(6), 1040-1047