

Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cho vay doanh nghiệp nhỏ và vừa tại BIDV Chi nhánh Ninh Thuận

Vũ TRỊC PHÚC*
PHẠM LÊ MINH CHÂU**

Tóm tắt

Nghiên cứu nhằm xác định và đánh giá mức độ tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cho vay doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Ninh Thuận (sau đây gọi tắt là BIDV Ninh Thuận). Trên cơ sở khảo sát 176 DNNVV, kết quả nghiên cứu xác định được 6 nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cho vay đối với DNNVV tại BIDV Ninh Thuận, đó là: Mức độ đáp ứng của ngân hàng; Sự đồng cảm; Trách nhiệm xã hội; Năng lực phục vụ của nhân viên ngân hàng; Phương tiện hữu hình; Sự tin cậy.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ cho vay, doanh nghiệp nhỏ và vừa, BIDV chi nhánh Ninh Thuận

Summary

This study aims to identify and assess factors affecting the quality of lending services for SMEs at Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam - Ninh Thuan Branch (hereinafter referred to as BIDV Ninh Thuan). From a survey of 176 SMEs, it points out six determinants which are Responsiveness; Empathy; Social responsibility; Assurance; Tangibles; Reliability.

Keywords: quality of lending services, SMEs, BIDV Ninh Thuan

GIỚI THIỆU

Những năm gần đây, số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập trên địa bàn tỉnh Ninh Thuận tăng nhanh, bình quân tăng 11%/năm. Cộng đồng DNNVV đã đóng góp đáng kể vào tăng trưởng chung của Tỉnh và tăng nguồn thu ngân sách cho địa phương. Tuy nhiên, trong thời gian qua, dịch bệnh Covid-19 và thiên tai lũ lụt xảy ra khiến các DNNVV của Tỉnh gặp nhiều khó khăn, thị trường và doanh thu giảm sút, sản xuất và kinh doanh không ổn định. Trước thực trạng trên, Ninh Thuận đã có nhiều giải pháp nhằm hỗ trợ, tháo gỡ khó khăn cho các doanh nghiệp này, đặc biệt là các giải pháp hỗ trợ tín dụng. Chính vì vậy, việc tìm hiểu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cho vay DNNVV ở BIDV Ninh Thuận sẽ giúp nâng cao chất lượng dịch

vụ tín dụng của Ngân hàng, từ đó, giúp các DNNVV trong Tỉnh sản xuất, kinh doanh ổn định và phát triển.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Có khá nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước về đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng. Guo và cộng sự (2008) đã xây dựng mô hình các nhân tố ảnh hưởng tới cảm nhận của khách hàng doanh nghiệp về các dịch vụ của ngân hàng thương mại Trung Quốc với 7 thành phần: Thông tin; Tin cậy; Đồng cảm; Trang thiết bị; Nguồn nhân lực; Tiếp cận; Công nghệ. Thông qua việc khảo sát 259 khách hàng doanh nghiệp đang sử dụng dịch vụ ngân hàng của các ngân hàng thương mại Trung Quốc, kết quả nghiên cứu cho thấy, có 4 nhân tố ảnh hưởng tới cảm nhận của khách hàng doanh nghiệp, đó là: Thông tin; Tin cậy; Công nghệ; Nguồn nhân lực.

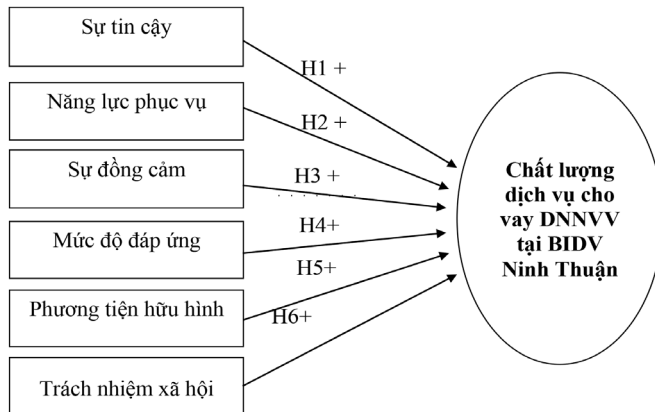
Kumar và cộng sự (2010) đã đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách hàng về

* TS., Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng

** Ngân hàng BIDV Chi nhánh Ninh Thuận

Ngày nhận bài: 07/10/2021; Ngày phản biện: 02/11/2021; Ngày duyệt đăng: 10/11/2021

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

chất lượng dịch vụ ngân hàng với 6 thành phần: Phương tiện hữu hình; Tin cậy; Đáp ứng; Năng lực phục vụ; Đồng cảm; Thuận tiện bao gồm 26 biến quan sát. Tiếp đó, nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát 308 khách hàng tại các chi nhánh ngân hàng khác nhau tại Kuala Lumpur. Kết quả cho thấy, có 4 nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ ngân hàng, đó là: Phương tiện hữu hình; Tin cậy; Năng lực phục vụ; Thuận tiện.

Shanka (2012) sử dụng mô hình SERVPERF để tiến hành nghiên cứu đo lường chất lượng dịch vụ các ngân hàng tư nhân ở Ethiopia, đồng thời điều tra mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ với sự hài lòng, sự trung thành của khách hàng. Thông qua khảo sát 245 khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng ở TP. Hawassa, kết quả chỉ ra mối tương quan tích cực giữa các nhân tố của chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Theo đó, Sự đồng cảm và Đáp ứng đóng vai trò quan trọng nhất trong việc gia tăng sự hài lòng của khách hàng, tiếp theo là Phương tiện hữu hình; Đảm bảo và cuối cùng là Tin cậy.

Ở trong nước, Lê Đức Toàn và Trần Thị Châu Hà (2020) sử dụng mô hình SERVQUAL và mô hình SERVPERF để nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng của SCB chi nhánh Đà Nẵng. Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 306 khách hàng đang sử dụng dịch vụ cho vay tiêu dùng tại SCB. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 nhân tố ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng là: (1) Tính hữu hình; (2) Tính đảm bảo; (3) Độ tin cậy; (4) Tính đồng cảm và đáp ứng; (5) Tính thuận tiện; (6) Giá cả.

Phạm Xuân Thành (2017) đã tiến hành khảo sát 350 khách hàng đang sinh sống tại tỉnh Đồng Tháp nhằm đánh giá ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ của Vietinbank Chi nhánh Đồng Tháp. Nghiên cứu nhằm xác định một số nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ của Vietinbank Chi nhánh Đồng Tháp. Kết quả tìm thấy 4 nhân tố, bao gồm: (1) Tin cậy; (2) Cảm thông; (3) Hữu hình; (4) Thông tin sản phẩm quyết định đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ ngân hàng.

Mô hình nghiên cứu đề xuất và phương pháp nghiên cứu

Từ nghiên cứu tổng hợp và phân tích cơ sở lý luận và những nghiên cứu liên quan trước, kết hợp quá trình thảo luận chuyên gia trong điều kiện thực tiễn tại BIDV Ninh Thuận, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu lý thuyết như Hình.

Các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

H1: Sự tin cậy có tác động cùng chiều đến Chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng DNNVV tại BIDV Ninh Thuận

H2: Năng lực phục vụ của nhân viên ngân hàng có tác động cùng chiều đến Chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng DNNVV tại BIDV Ninh Thuận

H3: Sự đồng cảm của ngân hàng có tác động cùng chiều đến Chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng DNNVV tại BIDV Ninh Thuận

H4: Mức độ đáp ứng có tác động cùng chiều đến Chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng DNNVV tại BIDV Ninh Thuận

H5: Phương tiện hữu hình có tác động cùng chiều đến Chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng DNNVV tại BIDV Ninh Thuận

H6: Trách nhiệm xã hội của ngân hàng có tác động cùng chiều đến Chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng DNNVV tại BIDV Ninh Thuận

Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu khảo sát của nghiên cứu được thu thập thông qua khảo sát trực tuyến từ ngày 25/8/2021 đến ngày 25/9/2021. Quá trình thực hiện nghiên cứu đã có 190 bảng câu hỏi khảo sát theo hình thức trực tuyến thông qua các ứng dụng mạng xã hội, hoặc thư điện tử được gửi tới các đối tượng là các DNNVV đang có giao dịch tín dụng tại ngân hàng, có số dư nợ tại ngân hàng đến thời điểm ngày 25/9/2021 tại BIDV Ninh Thuận. Nhóm tác giả thu được 176 bảng trả lời hợp lệ được xử lý trên phần mềm SPSS 20.0 (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy, các biến quan sát các của các nhân tố đều có hệ số tương quan tổng biến ≥ 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha ≥ 0.6 , nên đạt yêu cầu về độ tin cậy và phù hợp (Bảng 1).

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích EFA các biến độc lập

Kết quả cho thấy, hệ số KMO = 0.721 thỏa mãn điều kiện $0.5 \leq KMO \leq 1$. Như vậy, phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu thực tế.

Kiểm định tính tương quan giữa các biến cho thấy, kết quả kiểm định Bartlett có Sig. = $0.000 \leq 0.05$. Như vậy, các biến quan sát có tương quan tuyến tính trong mỗi nhân tố.

Ngoài ra, phương sai trích > 50% thỏa mãn điều kiện phân tích, Eigenvalues = $1.331 > 1$. Có thể kết luận, 68.293% thay đổi của mỗi nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát của các nhân tố.

Phân tích EFA biến phụ thuộc

Hệ số tải nhân tố đều > 0.5 và hệ số KMO = 0.682 (nằm trong khoảng 0.5-1). Kết quả cho thấy, 3 biến quan sát của biến phụ thuộc vẫn thỏa mãn các điều kiện để tiếp tục thực hiện các bước phân tích tiếp theo.

Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan cho thấy, các biến độc lập đều có tương quan dương và có ý nghĩa ở mức 0.01 với biến phụ thuộc. Điều này cho thấy, các giả thuyết ban đầu là phù hợp. Hệ số tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc (CLDV) tương đối cao, với hệ số cao nhất là: Mức độ đáp ứng (DU) (0.492), tiếp đến theo thứ tự giảm dần là: Sự đồng cảm (SDC) (0.376); Trách nhiệm xã hội (TNXH) (0.283); Năng lực phục vụ (NL) (0.28); Phương tiện hữu hình (PTHH) (0.213); Sự tin cậy (STC) (0.067). Do đó, ta có thể kết luận rằng, các biến độc lập có tác động tích cực đến Chất lượng dịch vụ của BIDV Ninh Thuận.

Phân tích kết quả hồi quy

Số liệu ở Bảng 2 cho thấy, hệ số Sig. của các biến độc lập đều < 0.05, các biến độc lập (SDC, STC, TNXH, PTHH, NL, DU) tương quan có ý nghĩa thống kê với biến phụ thuộc CLDV với mức độ tin cậy 95%.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, R^2 điều chỉnh = 0.577 (kiểm định F, có hệ số Sig. ≤ 0.05). Như vậy có thể kết luận, 57.7% thay đổi của biến CLDV được giải thích bởi các biến độc lập và đảm bảo có ý nghĩa trên 95%.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, tất cả các biến độc lập đều có hệ số VIF < 10. Như vậy, mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

BẢNG 1: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH THANG ĐO

Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Sự tin cậy (STC); Cronbach's Alpha = 0.830		
STC1	0.509	0.837
STC2	0.780	0.750
STC3	0.735	0.767
STC4	0.602	0.804
STC5	0.549	0.817
Mức độ đáp ứng (DU); Cronbach's Alpha = 0.883		
DU1	0.754	0.846
DU2	0.769	0.840
DU3	0.727	0.856
DU4	0.730	0.855
Năng lực phục vụ (NL); Cronbach's Alpha = 0.822		
NL1	0.615	0.789
NL2	0.640	0.778
NL3	0.644	0.776
NL4	0.680	0.759
Sự đồng cảm (SDC); Cronbach's Alpha = 0.865		
SDC1	0.646	0.846
SDC2	0.692	0.835
SDC3	0.728	0.826
SDC4	0.674	0.839
SDC5	0.689	0.836
Phương tiện hữu hình (PTHH); Cronbach's Alpha = 0.823		
PTHH1	0.589	0.802
PTHH2	0.639	0.780
PTHH3	0.634	0.782
PTHH4	0.725	0.738
Trách nhiệm xã hội (TNXH); Cronbach's Alpha = 0.829		
TNXH1	0.658	0.786
TNXH2	0.718	0.769
TNXH3	0.691	0.776
TNXH4	0.689	0.778
TNXH5	0.402	0.857
Chất lượng dịch vụ (CLDV); Cronbach's Alpha = 0.837		
CLDV1	0.714	0.759
CLDV2	0.665	0.808
CLDV3	0.721	0.755

BẢNG 2: TÓM TẮT KẾT QUẢ HỒI QUY

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Thống kê t	Giá trị Sig.	Độ chấp nhận	VIF
	B	Sai số chuẩn	Beta				
(Hằng số)	.016	.049	.	.000	1.000	1.000	1.000
SDC	.376	.049	.416	7.637	.000	1.000	1.000
STC	.067	.049	.087	1.357	.000	1.000	1.000
TNXH	.283	.049	.312	5.753	.000	1.000	1.000
PTHH	.213	.049	.256	4.335	.000	1.000	1.000
NL	.280	.049	.295	5.700	.000	1.000	1.000
DU	.492	.049	.513	9.999	.000	1.000	1.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bên cạnh đó, giá trị thống kê Durbin - Watson (d) = 1.911 (nằm trong khoảng 1-3), như vậy có thể kết luận, mô hình không có hiện tượng tự tương quan phần dư.

Kiểm định phân phối chuẩn của phần dư cho thấy, phân phối phần dư xấp xỉ phân phối chuẩn (trung bình Mean gần bằng 0 và độ lệch chuẩn Std. Dev. = 0.9827 (gần bằng 1). Do đó, có thể kết luận rằng giả thiết phần dư có phân phối chuẩn không bị vi phạm.

Từ phân tích hồi quy ở Bảng 2, ta có phương trình hồi quy chuẩn hóa có dạng sau:

$$CLDV = 0.416*SDC + 0.087*STC + 0.312*TNXH + 0.256*PTHH + 0.295*NL + 0.513*DU$$

KẾT LUẬN VÀ MỘT SỐ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết luận

Kết quả nghiên cứu đã xác định 6 nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cho vay DNNVV tại BIDV Ninh Thuận, được sắp xếp theo thứ tự hệ số tác động giảm dần, bao gồm: (i) Mức độ đáp ứng của ngân hàng; (ii) Sự đồng cảm; (iii) Trách nhiệm xã hội; (iv) Năng lực phục vụ của nhân viên ngân hàng; (v) Phương tiện hữu hình; (vi) Sự tin cậy.

Hàm ý quản trị

Đối với nhân tố Mức độ đáp ứng

- Tiếp tục nghiên cứu đưa thêm các dịch vụ cho vay mới, các chính sách cho vay mới theo chủ trương của Ngân hàng Nhà nước để thu hút thêm các doanh nghiệp trong lúc khó khăn, cần có nhiều sản phẩm cho vay được ban hành phù hợp với đặc điểm riêng.

- Cần điều chỉnh lãi suất cho vay đảm bảo tính hợp lý đối với những doanh nghiệp nông nghiệp, thủy sản, chăn nuôi và kinh doanh nhỏ trong thời gian vừa qua chịu ảnh hưởng nhiều của đại dịch Covid-19, vì đây là ngành nghề cần được thúc đẩy tại địa phương.

Đối với nhân tố Sự đồng cảm

- Xây dựng quy chế tổ chức tri ân khách hàng hàng năm, có thể thông qua ngày Doanh nhân Việt Nam, các dịp lễ, Tết, Ngân hàng nên có tin nhắn chúc mừng, quà hoặc các chương trình khuyến mãi tặng cho khách hàng doanh nghiệp.

- Xây dựng các quy định về khen thưởng, ghi nhận đóng góp và khen thưởng các nhân viên tích cực trong quan hệ tốt với khách hàng.

Đối với nhân tố Trách nhiệm xã hội

- Xây dựng chương trình cùng đồng hành với doanh nghiệp và người dân địa phương, với phương châm “Địa phương phát triển, xã hội phát triển và

doanh nghiệp phát triển, thì ngân hàng phát triển”.

- Xây dựng bộ quy tắc ứng xử về chính sách xã hội doanh nghiệp tại BIDV Ninh Thuận.

Đối với nhân tố Năng lực phục vụ

- Bổ sung nghiệp vụ về kỹ năng tư vấn cho khách hàng, giao tiếp với khách hàng để tạo ra sự tin tưởng của khách hàng đối với cán bộ tín dụng nói riêng và đối với Ngân hàng nói chung.

- Tập huấn bồi dưỡng kiến thức chuyên môn cần được trang bị đầy đủ cho cán bộ tín dụng ngân hàng, như: sản phẩm dịch vụ cho vay; các chính sách cho vay đối với DNNVV; bổ sung, nâng cao kiến thức về thẩm định khách hàng, phân tích báo cáo tài chính, luật kinh doanh...

Đối với nhân tố Phương tiện hữu hình

- Cần thường xuyên kiểm tra và hoàn thiện hệ thống cơ sở vật chất, như: điện thoại, máy vi tính, máy phô tô cần đảm bảo sự ổn định thường xuyên hoạt động hiệu quả.

- Đặt địa điểm các phòng giao dịch của Ngân hàng tại các vị trí thuận tiện, luôn cung cấp đầy đủ các bảng hướng dẫn làm thủ tục để thuận tiện cho khách hàng giao dịch.

Đối với nhân tố Sự tin cậy

- Luôn đảm bảo các dịch vụ cho vay đúng như các cam kết từ đầu của Ngân hàng.

- Quy trình tín dụng, cho vay đối với DNNVV cần được chuẩn hóa và thực hiện nghiêm chỉnh để đảm bảo giảm thiểu tất cả các lỗi sai trong quá trình tư vấn, xử lý hồ sơ cũng như giải ngân cho khách hàng.

- Các thông tin về khách hàng doanh nghiệp, thông tin về hồ sơ vay vốn của doanh nghiệp cần phải được bảo mật tuyệt đối. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Xuân Thành (2017). Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân về chất lượng dịch vụ ngân hàng Vietinbank chi nhánh Đồng Tháp, *Tạp chí Công Thương - Các kết quả nghiên cứu khoa học và ứng dụng công nghệ*, số 10, tháng 09/2017
2. Lê Đức Toàn và Trần Thị Châu Hà (2020). *Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng của SCB – Chi nhánh Đà Nẵng*, truy cập từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nghien-cuu-su-hai-long-cua-khach-hang-doi-voi-chat-luong-dich-vu-cho-vay-tieu-dung-cua-seb-chi-nhanh-da-nang-68020.htm>
3. Guo, X., Duff, A., Hair, M. (2008). Service quality measurement in the Chinese corporate banking market, *International Journal of Bank Marketing*, 26(5)
4. Kumar, M., Kee, F. T., Charles, V. (2010). Comparative evaluation of critical factors in delivering service quality of banks, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 27(3), 352-378, DOI:10.1108/02656711011023320
5. Mesay Sata Shanka (2012). Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector, *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 001-009