

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH CẦN THƠ

● TẤT DUYÊN THƯ - PHAN NGỌC BẢO ANH - HUỲNH TẤN NGUYỄN

TÓM TẮT:

Mục đích của nghiên cứu này là xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của doanh nghiệp nhỏ và vừa (Small and Medium Enterprise - SMEs) tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu (ACB) chi nhánh Cần Thơ dựa trên số liệu thu thập từ 120 SMEs. Các phương pháp thống kê mô tả, kiểm định Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy Binary Logistic được sử dụng trong nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy, các nhân tố ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của SMEs gồm nhân tố “Tốc độ xử lý hồ sơ vay”, “Thái độ của nhân viên tín dụng”, “Chính sách cho vay phù hợp”, “Lãi suất, phí cho vay cạnh tranh”, “Sự giới thiệu của bên thứ ba”, “Thuận tiện trong giao dịch” và “Đanh tiếng của ngân hàng”. Trong đó, “Chính sách cho vay phù hợp” là nhân tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định vay vốn của SMEs tại ACB chi nhánh Cần Thơ. Dựa trên các kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách phù hợp nhằm đẩy mạnh hoạt động tín dụng SMEs tại ACB chi nhánh Cần Thơ trong thời gian tới.

Từ khóa: ACB chi nhánh Cần Thơ, doanh nghiệp nhỏ và vừa, quyết định vay vốn.

1. Đặt vấn đề

Ở nhiều quốc gia trên thế giới, khối SMEs luôn đóng vai trò và vị thế quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội. SMEs tại Việt Nam ngày càng khẳng định rõ vị thế và vai trò đối với nền kinh tế khi đóng góp trên 40% GDP, thu hút hơn 50% tổng số lao động, chiếm 17,26% tổng kinh phí nộp ngân sách nhà [1]. Do đó, việc hỗ trợ vốn cho SMEs phát triển là góp phần tạo động lực phát triển cho nền kinh tế.

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu (ACB) chi nhánh Cần Thơ đã xác định, khách hàng SMEs là đối tượng mục tiêu trong định hướng phát triển các sản phẩm tín dụng của ngân hàng. Năm 2020, tỷ trọng tín dụng khách hàng SMEs tại ACB chi nhánh Cần Thơ chiếm 55% trong tổng dư nợ. ACB chi nhánh Cần Thơ đặt mục tiêu tỷ trọng tín dụng khách hàng SMEs chiếm 65% trong tổng dư nợ của Chi nhánh vào năm 2025. Để đạt được mục tiêu này đòi hỏi Chi nhánh cần phải nắm bắt chính xác

nhu cầu của khách hàng dựa trên phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn ngân hàng của khách hàng nhằm đề ra các chính sách phù hợp để thu hút khách hàng, đặc biệt là những khách hàng tiềm năng.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Tiêu chuẩn doanh nghiệp nhỏ và vừa

Ở nhiều quốc gia, phương thức phân loại SMEs thường căn cứ vào các tiêu chuẩn như số lượng nhân viên, tổng số vốn, tổng số tài sản, thị phần của doanh nghiệp,... Tại Việt Nam, theo Nghị định số 39/2018/NĐ-CP của Chính phủ ngày 11/3/2018 thì SMEs là các doanh nghiệp đã đăng ký kinh doanh theo quy định pháp luật, được chia thành 3 cấp là doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp vừa. Các chỉ tiêu xác định SMEs tập trung ở 2 yếu tố tùy theo lĩnh vực hoạt động, bao gồm số lao động tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm và tổng doanh thu (hoặc tổng nguồn vốn).

2.2. Lược khảo các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng SMEs

Đối với các SMEs, nguồn vốn nội bộ thường rất hạn chế nên sau khi sử dụng hết nguồn vốn này các doanh nghiệp phải nhờ đến nguồn vốn từ bên ngoài, đặc biệt là nguồn vốn vay từ các tổ chức tín dụng [1]. Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của SMEs bao gồm bảy nhân tố, cụ thể như sau:

(i) Lãi suất, phí cho vay cạnh tranh.

Theo Kotler [2], giá cả là tổng chi phí mà doanh nghiệp phải bỏ ra khi sử dụng hàng hóa hoặc dịch vụ. Nếu doanh nghiệp nhận thức được rằng chi phí bỏ ra không đáng kể hoặc xứng đáng với lợi ích nhận được thì họ sẽ sử dụng dịch vụ. Giá cả trong lĩnh vực tín dụng ngân hàng được hiểu đó là lãi suất vay vốn và phí các loại dịch vụ. Lãi suất và phí thấp sẽ làm giảm chi phí vay, nâng cao lợi ích mà khách hàng cảm nhận được, do đó làm tăng nhu cầu vay vốn. Nghiên cứu của Kennington và Rakowska [3] cho thấy lãi suất cho vay là một nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định vay vốn và để giữ mối quan hệ tốt với khách hàng thì ngân hàng cần quan tâm đến giá cả cạnh tranh, linh động và phù hợp.

(ii) Tốc độ xử lý hồ sơ vay

Tốc độ xử lý hồ sơ vay là thời gian từ lúc bắt đầu nhận hồ sơ từ khách hàng đến khi hoàn tất thủ tục có tiền giải ngân. Tốc độ xử lý hồ sơ vay của ngân hàng luôn phải đảm bảo nhanh chóng, giúp doanh nghiệp luân chuyển dòng tiền, tạo uy tín với đối tác về thời gian thanh toán và đáp ứng các nhu cầu sử dụng vốn [4].

(iii) Chính sách cho vay phù hợp

Để có thể thu hút nhiều khách hàng, mỗi ngân hàng cần thiết kế chính sách cho vay hợp lý, phù hợp với tình hình thực tế của thị trường. Theo Schlesinger và cộng sự [4], khi khảo sát 174 doanh nghiệp nhỏ tại New York thì việc được cấp tín dụng với chính sách cho vay phù hợp là 1 trong 3 nhân tố quan trọng trong việc lựa chọn ngân hàng.

(iv) Thái độ phục vụ của nhân viên tín dụng

Chất lượng dịch vụ bao gồm cơ sở vật chất và thái độ phục vụ là nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn ngân hàng của khách hàng [5]. Chi tiết hơn về nhân tố thái độ phục vụ của nhân viên, Hedayatnia [6] khi thực hiện nghiên cứu tại Iran cho thấy một trong các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng là đội ngũ nhân viên tín dụng với nhân tố đánh giá là vẻ bề ngoài và kiến thức chuyên môn.

(v) Thuận tiện trong giao dịch

Thuận tiện trong giao dịch bao gồm các yếu tố như khoảng cách, vị trí địa lý, mạng lưới giao dịch, khung giờ hoạt động, khả năng luân chuyển dòng tiền, dịch vụ hỗ trợ tại chỗ,... Các nghiên cứu khác của Rehman và Ahmed [7] tại Pakistan, Rao và Sharma [8] tại Ấn Độ đều chứng minh rằng nhân tố sự thuận tiện trong giao dịch luôn nằm trong 5 nhân tố đầu tiên quyết định sự lựa chọn ngân hàng.

(vi) Danh tiếng của ngân hàng

Các ngân hàng có thương hiệu, danh tiếng tốt trên thị trường sẽ có lợi thế nhất định trong việc thu hút sự lựa chọn của khách hàng do đã tạo được sự tin cậy, tín nhiệm. Nielsen và cộng sự [9] đã chỉ ra rằng danh tiếng của ngân hàng là một trong những tiêu chuẩn quan trọng của việc lựa chọn ngân hàng.

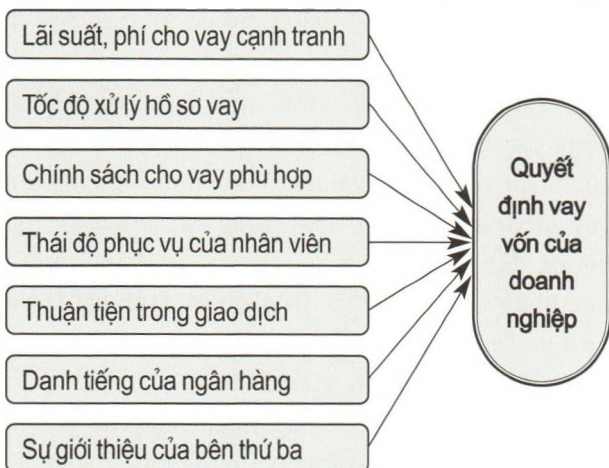
(vii) Sự giới thiệu của bên thứ ba

Kotler [2] đã chỉ ra rằng hành vi người tiêu dùng chịu tác động to lớn của các nhóm tham khảo như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp,... đã từng sử dụng hàng hóa, dịch vụ. Sự tác động của bên thứ ba này sẽ tác động và làm ảnh hưởng đến tâm lý cũng như hành vi lựa chọn của khách hàng.

3. Mô hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý thuyết nền tảng và kế thừa các nghiên cứu thực nghiệm trước đây, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa tại ACB chi nhánh Cần Thơ: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nghiên cứu định tính: Sử dụng kỹ thuật phỏng vấn tay đôi chuyên sâu với cỡ mẫu là 13 quan sát (gồm 8 chuyên gia có am hiểu nhất định về mảng cho vay khách hàng doanh nghiệp, có ít nhất 3 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực ngân hàng và 5 chuyên gia đại diện cho SMEs là các cá nhân đã có thâm niên gắn bó với doanh nghiệp trên 3 năm và doanh nghiệp của họ đã có thời gian vay vốn với ngân hàng trên 2 năm, đồng thời doanh thu của các doanh nghiệp ấy dưới 1.000 tỷ đồng) để ghi nhận các ý kiến phản hồi nhằm hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu.

Nghiên cứu định lượng: Phỏng vấn trực tiếp 120

cá nhân là người đại diện cho các doanh nghiệp SMEs có quan hệ giao dịch với ACB chi nhánh Cần Thơ với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Các phương pháp phân tích như thống kê mô tả, kiểm định Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy Binary Logistic được sử dụng nhằm xác định và đo lường ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định vay vốn của khách hàng SMEs tại ACB chi nhánh Cần Thơ.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbachs Alpha

Kiểm định hệ số tin cậy Cronbachs Alpha được thực hiện nhằm loại bỏ các biến quan sát và thang đo không phù hợp. Các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item-Total Correlation) lớn hơn 0,3 thì biến đó đạt yêu cầu và thang đo được chọn khi hệ số Cronbachs Alpha từ 0,6 trở lên. Kết quả phân tích cho thấy 3 biến quan sát NV6, TT2 và TT4 có hệ số tương quan biến - tổng nhỏ hơn 0,3 và biến DT1 có hệ số Cronbachs Alpha khi loại biến lớn hơn hệ số Cronbachs Alpha ban đầu. Như vậy, sau khi kiểm định hệ số tin cậy Cronbachs Alpha của các thang đo thì có 4 biến quan sát bị loại là NV6, TT2, TT4, DT1. Các biến quan sát còn lại đảm bảo độ tin cậy và được đưa vào bước phân tích nhân tố khám phá EFA tiếp theo.

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích EFA cho thấy hệ số KMO = 0,757 > 0,5, giá trị Sig. của kiểm định Barlett's Test = 0,000 < 0,05, giá trị Eigenvalue lớn hơn 1, các biến quan sát có hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5 và tổng phương sai trích là 76,741%. Như vậy, có 7 nhân tố được rút ra và 7 nhân tố này sẽ giải thích được 76,741% biến thiên của dữ liệu. Qua kết quả phân tích hình thành 7 nhóm nhân tố có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của SMEs. Nhân tố 1 gồm 6 biến quan sát (TĐ1, TĐ2, TĐ3, TĐ4, TT5, TT3) và được đặt tên là "Tốc độ xử lý hồ sơ vay". Nhân tố 2 bao gồm 5 biến quan sát (NV1, NV3, NV4, NV5, NV2) và được đặt tên là "Thái độ phục vụ của nhân viên". Tương tự, nhân tố 3 gồm có 4 biến quan sát (CS1, CS2, CS3, CS4), được đặt tên là

“Chính sách cho vay phù hợp”. Nhân tố 4 bao gồm 3 biến quan sát (LP1, LP2, LP3) được đặt tên là “Lãi suất, phí cho vay cạnh tranh”. Nhân tố 5 bao gồm 3 biến quan sát (GT1, GT2, GT3), được đặt tên là “Sự giới thiệu của bên thứ ba”. Nhân tố 6 gồm 2 biến quan sát (TT6, TT1) và được đặt tên là “Thuận tiện trong giao dịch”. Cuối cùng, nhân tố 7 gồm 2 biến quan sát (DT3, DT2), đặt tên là “Danh tiếng của ngân hàng”.

4.3. Phân tích hồi quy Binary Logistic các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của SMEs tại ACB Chi nhánh Cần Thơ

Để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của SMEs tại ACB Chi nhánh Cần Thơ, nhóm tác giả sử dụng phương pháp ước lượng hồi quy Binary Logistic với biến phụ thuộc là quyết định vay vốn của doanh nghiệp SMEs (biến giả, nhận giá trị 0 nếu không vay vốn và nhận giá trị 1 nếu có vay vốn) và các biến độc lập là 7 nhóm nhân tố được rút trích từ kết quả của phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA. Dựa trên Bảng 1, ta có

hệ số -2 Log Likelihood đạt giá trị là 46,866. Hệ số tương quan Cox & Snell R Square là 0,598 trong khi đó hệ số tương quan Nagelkerke R Square đạt giá trị là 0,658, đây là một hệ số tương quan có thể chấp nhận được.

5. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết quả phân tích cho thấy, cả 7 biến độc lập đưa vào mô hình đều có ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của doanh nghiệp SMEs tại ACB Chi nhánh Cần Thơ với mức ý nghĩa thống kê cao. Trong đó, nhân tố Chính sách cho vay phù hợp (hệ số B = 0,558) là nhân tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định vay vốn của SMEs, thứ tự ảnh hưởng tiếp theo là Lãi suất, phí cho vay cạnh tranh (0,299), Thái độ phục vụ của nhân viên (0,253), Tốc độ xử lý hồ sơ vay (0,157), Sự giới thiệu của bên thứ ba (0,143), Danh tiếng của ngân hàng (0,113) và Thuận tiện trong giao dịch (0,107). Từ kết quả phân tích mô hình Binary Logistic về quyết định vay vốn của doanh nghiệp SMEs tại ACB Chi nhánh Cần Thơ, có thể nhận

Bảng 1. Kết quả phân tích hồi quy

Tên biến	Hệ số B	Sai số chuẩn S.E.	Kiểm định Wald	Giá trị Sig.	Hệ số Exp(B)
Hằng số	-0,851***	1,907	0,199	0,000	0,000
Tốc độ xử lý hồ sơ vay	0,157**	0,189	0,688	0,041	1,170
Thái độ phục vụ của nhân viên	0,253**	0,189	1,176	0,018	1,287
Chính sách cho vay phù hợp	0,558***	0,168	10,981	0,001	1,1747
Lãi suất, phí cho vay cạnh tranh	0,299**	0,206	2,104	0,015	0,742
Sự giới thiệu của bên thứ ba	0,143**	0,091	2,447	0,012	0,867
Thuận tiện trong giao dịch	0,107**	0,086	2,125	0,017	0,598
Danh tiếng của ngân hàng	0,113**	0,161	2,006	0,036	0,613
-2 Log Likelihood = 46,866					
Cox & Snell R Square = 0,598					
Nagekerke R Square = 0,658					

Ghi chú: ***, **, * tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%

Nguồn: Tổng hợp kết quả phân tích hồi quy từ dữ liệu điều tra 120 SMEs, 2020

định rằng ngân hàng cần đặc biệt chú trọng vào nhân tố Chính sách cho vay phù hợp, vì đây là nhân tố tác động mạnh nhất đến quyết định vay vốn của SMEs.

Nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách phù hợp nhằm nâng cao hoạt động tín dụng đối với khách hàng SMEs tại ACB Chi nhánh Cần Thơ như sau: (1) Hoàn thiện chính sách cho vay phù hợp với tình hình thực tế hiện nay. Điều này vừa giúp SMEs phục hồi sau đại dịch Covid-19, vừa giúp ngân hàng mở rộng kinh doanh an toàn; (2) Kịp thời điều chỉnh các mức lãi suất và phí giao dịch phù hợp với chính sách của Ngân hàng Nhà nước, có sự cạnh tranh so với các ngân hàng khác trên thị trường để thu hút khách hàng, tuy nhiên không nên có sự chênh lệch cao quá mức sẽ ảnh hưởng đến chi phí của doanh nghiệp; (3) Tiếp tục hoàn thiện hệ thống và quy trình cho vay đơn giản, gọn gàng nhằm tối thiểu hóa thời gian của doanh nghiệp để chờ đợi xử lý hồ sơ vay trong nội bộ và ACB chi nhánh Cần Thơ; (4) Chú trọng

công tác đào tạo, bồi dưỡng nhân sự về chuyên môn nghiệp vụ lẫn dịch vụ chăm sóc khách hàng để có thể phục vụ tốt nhất nhu cầu của khách hàng; (5) Liên kết với các đối tác, hiệp hội để tạo kênh tiếp cận và cung cấp thông tin cho doanh nghiệp, đồng thời giúp Chi nhánh có thêm nhiều thông tin của doanh nghiệp để tạo sự tin tưởng nhất định trong quyết định cho vay; (6) Tạo sự thuận tiện trong giao dịch đối với khách hàng, tiếp tục mở thêm nhiều phòng giao dịch tại Cần Thơ, đồng thời tiếp tục hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử ACB Online để khách hàng có những trải nghiệm giao dịch tốt nhất; (7) Nâng cao hiểu biết và tin tưởng của khách hàng đối với hoạt động của ngân hàng. Ngoài tuyên truyền quảng cáo trên các thông tin đại chúng cán bộ ngân hàng cần phải gần gũi, giúp đỡ, tư vấn, góp ý một cách trung thực, chân thành cho khách hàng trong việc tìm phương án kinh doanh, lập dự án có hiệu quả để mở rộng đầu tư vốn với phương châm tích cực, năng động nhưng phải an toàn hiệu quả ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Thị Ngọc Diệp và Lê Thu Thủy (2018). Các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu vay vốn của các doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Nai*.
2. Kotler (1988). *P. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice-Hall.
3. Kennington, C., Hill, J. and Rakowska, (1996). A. Consumer Selection Criteria for Banks in Poland. *International Journal of Bank Marketing*, 14 (4): 12-21.
4. Ernst and Young (2010). *Understanding Customer Behaviour in Retail Banking*. London: Ernst and Young.
5. Hinson R, Osarenkhoe A, Okoe A (2013). Determinants of Bank Selection: A Study of Undergraduate Students in the University of Ghana. *Journal of Service Science and Management*, 6: 197-205.
6. Hedayatnia, Eshghi (2011). Bank Selection Criteria in the Iranian Retail Banking Industry. *International Journal of Business and Management*, 6 (12).
7. Rehman, H. & Ahmed S (2008). An Empirical Analysis of the Determinants of Bank Selection in Pakistan: A Customer View. *Pakistan Economic and Social Review*, 46 (2): 147-160.
8. Rao, A. Sharma (2010). Bank Selection Criteria Employed by MBA Students in Delhi: An Empirical Analysis. *Journal of Business Studies Quarterly*, 1(2): 56-69.
- 9.] Nielsen, J.F., Terry, C. and Trayler, R.M (1998). Business banking in Australia: a comparison of expectations. *International Journal of Bank Marketing*, 16(6): 253-263.

Ngày nhận bài: 4/4/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/5/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/5/2022

Thông tin tác giả:

1. TẤT DUYÊN THU^{1*}

2. PHAN NGỌC BẢO ANH¹

3. HUỖNH TẤN NGUYỄN¹

¹ Khoa Kế toán - Tài chính - Ngân hàng, Trường Đại học Tây Đô

FACTORS AFFECTING THE DECISION OF SMES TO BORROW CAPITAL FROM THE ASIA COMMERCIAL JOINT STOCK BANK - CAN THO CITY BRANCH

● TAT DUYEN THU¹

● PHAN NGOC BAO ANH¹

● HUYNH TAN NGUYEN¹

¹Faculty of Accounting - Finance - Banking

Tay Do University

ABSTRACT:

This study is to identify the factors affecting the decision of small and medium-sized enterprises (SMEs) to borrow capital from the Asia Commercial Joint Stock Bank (ACB) - Can Tho City Branch by analyzing data from 120 SMEs. Research methods of descriptive statistics, Cronbach's Alpha test, exploratory factor analysis (EFA), and Binary Logistic regression analysis are used in this study. The study's results show that the major factors affecting the decision of SMEs to borrow capital from the ACB - Can Tho City Branch are the loan-processing time, the attitude of credit officers, the suitability of the loan policy, the competitiveness of the interest rates and fees, the third-party referrals, the convenience of transaction, and the bank reputation. In which, the factor of the suitability of the loan policy has the strongest impact SMEs' decisions to borrow money. Based on the study's results, some policy implications are proposed to help the ACB - Can Tho City Branch promote its credit services for SMEs.

Keywords: ACB Can Tho branch, small and medium-sized enterprise, decision to borrow capital.