

# Phát triển dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân mua căn hộ (BIDV home) của BIDV trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh

HÀNG NHẬT QUANG\*

## Tóm tắt

Bài viết sử dụng phương pháp phân tích định lượng nhằm tìm ra các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân mua căn hộ của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 nhân tố ảnh hưởng theo thứ tự giảm dần là: Năng lực phục vụ; Mức độ đồng cảm; Mức độ tin cậy; Mức độ đáp ứng; Cơ sở vật chất hữu hình.

**Từ khóa:** cho vay khách hàng cá nhân, cho vay mua căn hộ, cho vay mua nhà, TP. Hồ Chí Minh

## Summary

The article employs quantitative method to find out factors affecting the satisfaction of individual customers with BIDV Home in Ho Chi Minh City. Research result points out five determinants, sorted in descending order of influence, which are Service capacity; Empathy; Reliability; Responsiveness; Physical facilities.

**Keywords:** loans for individual customers, apartment loans, housing loans, Ho Chi Minh City

## GIỚI THIỆU

Hoạt động cho vay mua nhà tuy còn khá mới ở Việt Nam, nhưng lại là lĩnh vực có nhiều tiềm năng phát triển lớn, là hoạt động mang lại lợi nhuận cao cho các ngân hàng thương mại (NHTM). Để không ngừng phát triển nghiệp vụ cho vay khách hàng cá nhân mua bất động sản nói chung và nhà ở nói riêng, đáp ứng triệt để nhu cầu của người dân chính là bài toán khó mà tất cả các NHTM đều muốn tìm ra đáp án tối ưu nhất.

Là một trong 4 ngân hàng lớn nhất Việt Nam (Big 4), BIDV cần tìm ra nhiều hướng phát triển hơn để đạt được mục tiêu dẫn đầu ngành trong lĩnh vực này. Nghiên cứu nhằm tìm ra các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân mua căn hộ của BIDV trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, từ đó, đưa ra đề xuất góp phần nâng phát triển dịch vụ cho vay nhà ở khách hàng cá nhân tại BIDV.

## CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### Cơ sở nghiên cứu

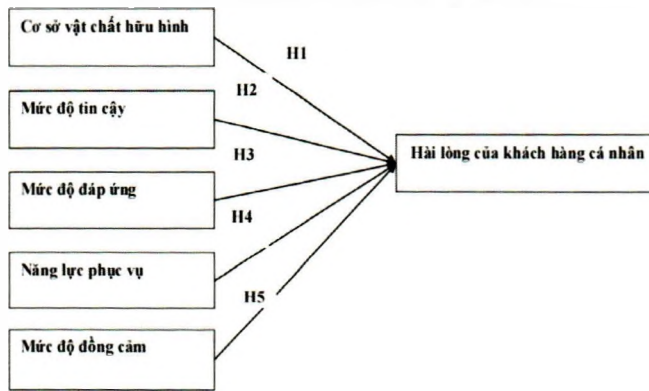
Có nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đưa ra các mô hình, như: Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman (Parasuraman và cộng sự, 1991) đưa ra 35 biến phụ thuộc 5 nhân tố; Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của Mỹ - ACSI được phát triển bởi Claus Fornell và cộng sự (1996) đo lường sự thỏa mãn của khách hàng đo lường trong 10 lĩnh vực kinh tế, ở 41 ngành; Mô hình chỉ số hài lòng của Châu Âu (ECSI) do Thụy Điển sáng lập cho rằng, sự hài lòng của khách hàng là sự tác động tổng hòa của 4 nhân tố: Hình ảnh; Giá trị cảm nhận; Chất lượng cảm nhận về cả sản phẩm hữu hình và vô hình (Jan Eklöf, Anders H. Westlund, 2002).

Trong nước, Báo cáo ngành bất động sản Việt Nam (Vietnam Report JSC, 2011) sử dụng mô hình hồi quy Binary logistic trong phân tích hành vi vay vốn của cá nhân/hộ gia đình. Nghiên cứu chỉ ra 7 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay tiền NHTM của người tiêu dùng, gồm: Nghề nghiệp cá nhân vay vốn; Thu nhập của cá nhân/hộ gia đình; Số nhân khẩu trong hộ gia đình; Tỷ trọng vốn vay trên giá trị nhà ở; Thời hạn vay và lãi suất cho vay.

\* Trường Đại học Văn Lang

Ngày nhận bài: 16/5/2022; Ngày phản biện: 16/6/2022; Ngày duyệt đăng: 24/6/2022

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Tác giả đề xuất

BẢNG 1: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO

Hệ số Cronbach's Alpha	Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến - tổng	Alpha nếu loại biến
Thang đo Mức độ tin cậy (TC = 0.903)	TC1	13.45	16.128	.768	.880
	TC2	13.35	16.498	.797	.874
	TC3	13.05	16.158	.777	.878
	TC4	13.23	16.136	.774	.878
	TC5	13.21	16.921	.679	.899
Thang đo Mức độ đáp ứng (DU = 0.857)	DU 1	9.47	7.727	.676	.830
	DU 2	9.61	7.314	.767	.790
	DU 3	9.48	7.875	.735	.806
	DU 4	9.56	8.168	.633	.846
Thang đo Năng lực phục vụ (PV = 0.870)	PV 1	9.35	9.264	.664	.858
	PV 2	9.42	9.467	.717	.837
	PV 3	9.43	8.583	.776	.812
	PV 4	9.47	8.936	.740	.827
Thang đo Mức độ đồng cảm (DC = 0.870)	DC 1	9.52	9.070	.662	.858
	DC 2	9.48	8.627	.756	.820
	DC 3	9.53	8.305	.821	.793
	DC 4	9.53	9.324	.657	.859
Thang đo Phương tiện vật chất hữu hình (VC = 0.884)	VC 1	13.27	14.603	.669	.871
	VC 2	13.34	14.602	.749	.853
	VC 3	13.35	13.812	.775	.846
	VC 4	13.22	14.173	.759	.850
	VC 5	13.25	15.207	.654	.874
Thang đo Sự hài lòng của khách hàng (HL = 0.828)	HL 1	12.70	11.956	.635	.791
	HL 2	12.54	11.821	.632	.792
	HL 3	12.58	13.158	.589	.804
	HL 4	12.69	12.483	.639	.790
	HL 5	12.63	12.207	.633	.792

Nguồn: Kết quả thu được từ phần mềm SPSS 20

Trên cơ sở tham khảo và kế thừa các nghiên cứu trước, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu đề xuất như Hình.

#### Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng để kiểm định thang đo chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân tại BIDV, đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng đối với dịch vụ cho vay khách hàng cá

nhân tại BIDV. Phương pháp định lượng được thực hiện nhằm khẳng định các yếu tố ảnh hưởng chất lượng dịch vụ cho vay mua nhà, cũng như giá trị độ tin cậy của thang đo các yếu tố chất lượng cho vay, kiểm định mô hình nghiên cứu. Mẫu điều tra được thực hiện bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Sử dụng các kỹ thuật phân tích và kiểm định: Cronbach's Alpha, phân tích hồi quy, kiểm định thông qua phần mềm SPSS 20. Thời gian khảo sát từ ngày 15/02/2022 đến ngày 15/4/2022. 170 bảng câu hỏi được phát ra cho đối tượng nghiên cứu là khách hàng đã vay vốn mua nhà của BIDV khu vực TP. Hồ Chí Minh. Kết quả thu về được 170 phiếu, sau khi loại bỏ các phiếu trả lời không đạt yêu cầu, số lượng hợp lệ còn lại là 150 phiếu khảo sát (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế).

## KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Bảng 1 cho thấy, thang đo Mức độ tin cậy có 5 biến quan sát, hệ số Cronbach's Alpha là (0.903 > 0.6), hệ số tương quan biến tổng thấp nhất ở biến TC5 có hệ số tương quan là (0.679 > 0.3) và cao nhất ở biến TC2 (0.797 > 0.3). Như vậy, 5 biến quan sát vẫn giữ nguyên từ TC1 đến TC5 và các hệ số đều phù hợp.

Thang đo Mức độ đáp ứng có 4 biến quan sát, hệ số Cronbach's Alpha là (0.857 > 0.6), hệ số tương quan biến tổng thấp nhất ở biến DU4 có hệ số tương quan là (0.633 > 0.3) và cao nhất ở biến DU2 (0.767 > 0.3). Như vậy, 4 biến quan sát vẫn giữ nguyên từ DU1 đến DU4 và các hệ số đều phù hợp.

Thang đo Năng lực phục vụ có 4 biến quan sát, hệ số Cronbach's Alpha là (0.870 > 0.6), hệ số tương quan biến tổng thấp nhất ở biến PV1 có hệ số tương quan là (0.664 > 0.3) và cao nhất ở biến PV3 (0.776 > 0.3). Như vậy, 4 biến quan sát vẫn giữ nguyên từ PV1 đến PV4 và các hệ số đều phù hợp.

Đối với thang đo Mức độ đồng cảm (DC), có 4 biến quan sát, hệ số Cronbach's Alpha là (0.870 > 0.6), tương đương hệ số Cronbach's Alpha của thang đo năng lực phục vụ. Ở đây, hệ số tương quan biến tổng thấp nhất ở biến DC4 có hệ số tương quan là (0.657 > 0.3) và cao nhất ở biến DC3 (0.821 > 0.3). Như vậy,

4 biến quan sát vẫn giữ nguyên từ DC1 đến DC4 và các hệ số đều phù hợp.

Thang đo Phương tiện vật chất hữu hình có 5 biến quan sát, hệ số Cronbach's Alpha là (0.884 > 0.6), hệ số tương quan biến tổng thấp nhất ở biến VC5 có hệ số tương quan là (0.654 > 0.3) và cao nhất ở biến VC3 thuộc hệ số "Nhân viên của BIDV có trang phục gọn gàng, lịch sự hay không" (0.775 > 0.3). Như vậy, 5 biến quan sát vẫn giữ nguyên từ VC1 đến VC5 và các hệ số đều phù hợp.

Thang đo Sự hài lòng của khách hàng (HL) có 5 biến quan sát, hệ số Cronbach's Alpha là (0.828 > 0.6), hệ số tương quan biến tổng thấp nhất ở biến HL3 có hệ số tương quan là (0.589 > 0.3) và cao nhất ở biến HL4 (0.639 > 0.3). Như vậy, 5 biến quan sát vẫn giữ nguyên từ HL1 đến HL5 và các hệ số đều phù hợp. Đây là nhân tố phụ thuộc bị tác động bởi 5 nhân tố độc lập là VC, TC, DC, DU, PV.

#### Phân tích tương quan giữa các biến

Trong phân tích tương quan, sử dụng hệ số tương quan tuyến tính r (Pearson Coefficient) để kiểm định sự tương quan giữa các yếu tố tác động đến hoạt động CVNO của BIDV. Từ Bảng 2, các nhóm biến độc lập: CV, TC, DU, DC, PV đều có tương quan với biến phụ thuộc HL với mức ý nghĩa  $\leq 0.05$ . Kết quả phân tích tương quan giữa các biến nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng của khách hàng cá nhân (HL) có tương quan với tất cả các biến khác. Do đó, có thể thấy, trên thực tế, các biến này có mối quan hệ tới nhau. Mặt khác, giữa các biến độc lập trong mô hình cũng có tương quan với nhau. Vì vậy, phân tích hồi quy có thể xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến cần được xem xét trước khi kết luận về các kết quả thu được. Như vậy, về mặt thống kê các biến độc lập đều có tương quan chặt chẽ với biến phụ thuộc HL và mối tương quan này đều là tương quan thuận.

#### Phân tích hồi quy

Bảng 3 cho thấy, hệ số  $R^2$  hiệu chỉnh = 0.923, tức là 5 biến độc lập đã đưa vào ảnh hưởng 92.3% sự thay đổi của biến HL, 7.7 % còn lại là ảnh hưởng của sai số tự nhiên và biến ngoài mô hình.

Hệ số Durbin - Watson kiểm định tương quan của các sai số kế nhau. Thường giá trị hệ số Durbin - Watson nằm trong khoảng 1.5-2.5 sẽ không xảy ra hiện tượng tự tương quan, cụ thể ở đây hệ số Durbin - Watson = 2.269, có thể

BẢNG 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỆ SỐ TƯƠNG QUAN GIỮA CÁC BIẾN

		VC	TC	DU	PV	DC	HL
VC	Tương quan Pearson	1	.652**	.543**	.438**	.499**	.683**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
TC	Tương quan Pearson		1	.559**	.465**	.475**	.702**
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.000	.000
DU	Tương quan Pearson			1	.717**	.649**	.808**
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000
PV	Tương quan Pearson				1	.708**	.841**
	Sig. (2-tailed)					.000	.000
DC	Tương quan Pearson					1	.831**
	Sig. (2-tailed)						.000
HL	Tương quan Pearson						1
	Sig. (2-tailed)						

BẢNG 3: BẢNG TÓM TẮT MÔ HÌNH HỒI QUY

Mô hình	Hệ số R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Hệ số Durbin - Watson
1	.962 <sup>a</sup>	.926	.923	.238	2.269
a. Các dự báo: (Hàng số), DC, TC, VC, DU, PV					
b. Biến phụ thuộc: HL					

BẢNG 4: ĐÁNH GIÁ ĐỘ PHÙ HỢP CỦA MÔ HÌNH HỒI QUY

Mô hình	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Mức ý nghĩa (Sig)	
1	Hồi quy	101.892	5	20.378	359.828	.000 <sup>b</sup>
	Phần dư	8.155	144	.057		
	Tổng	110.047	149			
Các dự báo: (Hàng số), DC, TC, VC, DU, PV						
Biến phụ thuộc: HL						

BẢNG 5: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỆ SỐ HỒI QUY

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-.198	.084		-2.361	.020		
	VC	.146	.029	.160	5.046	.000	.513	1.950
	TC	.173	.027	.201	6.338	.000	.511	1.957
	DU	.154	.034	.163	4.465	.000	.388	2.575
	PV	.301	.032	.344	9.377	.000	.382	2.615
	DC	.272	.030	.307	8.923	.000	.436	2.296

Nguồn: Kết quả thu được từ phần mềm SPSS 20

kết luận rằng, không xảy ra hiện tượng tự tương quan chuỗi bậc nhất.

Bảng 4 cho thấy, giá trị Sig. của kiểm định F đạt  $0.000 < 0.05$  nên kết luận rằng, mô hình hồi quy tuyến tính này xây dựng phù hợp với tổng thể và các dữ liệu có thể dùng được.

Kết quả Bảng 5 cho thấy, có tổng cộng 5 hệ số VIF dao động ở giá trị thấp nhất là 1.950, cao nhất là 2.615. Trong đó, có hai hệ số VIF = 1.950 và 1.957 dao động trong khoảng từ 1-2 chỉ ra rằng, sẽ không có mối tương quan giữa biến độc lập này và bất kỳ biến nào khác. Tiếp theo, hệ số VIF lần lượt là 2.575; 2.615; 2.296 thuộc trường hợp dao động giữa 2 và 5 cho thấy rằng, các hệ số đều  $< 10$ , nghĩa là có một mối tương quan vừa phải, nhưng không có vấn đề gì đủ nghiêm trọng để người nghiên cứu phải tìm biện pháp khắc

phục. Như vậy, có thể kết luận rằng, dữ liệu không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

## KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 nhân tố ảnh hưởng tới sự HÀi lòng của khách hàng cá nhân, với mức ảnh hưởng lớn nhất thuộc về nhân tố Năng lực phục vụ, tiếp theo là nhân tố Mức độ đồng cảm; Mức độ tin cậy; Mức độ đáp ứng và Cơ sở vật chất hữu hình.

Trong bối cảnh hiện tại, trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân mua căn hộ phát triển khá mạnh dưới nhiều hình thức khác nhau và rất đa dạng từ cho vay trực tiếp đến các kênh trực tuyến. Đây là một trong những hướng phát triển trọng tâm của ngân hàng trong thời gian tới. Để đi theo định hướng này, BIDV cần nghiên cứu xây dựng chính sách phát triển đối với dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân mua căn hộ trên cơ sở xem xét các nhân tố tác động dưới đây:

(i) **Năng lực phục vụ:** Đây là nhân tố ảnh hưởng lớn nhất được dùng để đánh giá chất lượng dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân mua căn hộ của BIDV. Vì vậy, BIDV cần tập trung giải quyết những vấn đề như: Chuyên môn hóa và nâng cao chất lượng đo lường không chỉ về tay nghề, trình độ chuyên môn mà còn cả hiệu quả giao dịch; Thường xuyên tổ chức đào tạo, huấn luyện kiến thức chuyên môn nghiệp vụ cho cán bộ tín dụng để nắm kỹ hệ thống sản phẩm tín dụng, cũng như các đặc tính của sản phẩm; Đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thuyết phục khách hàng cho nhân viên; Liên tục cải thiện chất lượng dịch vụ phục vụ và chăm sóc khách hàng, giảm thiểu thủ tục kê khai của khách hàng khi giao dịch; Tăng kỷ luật trong điều hành hoạt động cho vay, nâng cao tinh thần trách nhiệm trong công việc; Mở rộng địa bàn, thị phần thuận lợi cho khách hàng (tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại, đảm bảo an toàn tài sản của khách hàng) trong khâu giao dịch và tiếp cận.

(ii) **Mức độ đồng cảm:** Đây là nhân tố ảnh hưởng lớn thứ hai đến chất lượng dịch vụ đối với khách hàng cá nhân cho vay mua căn hộ. Vì vậy, BIDV cần tập trung giải quyết các vấn đề, như: Xây dựng nhiều

chính sách hơn nữa đối với những khách hàng lâu năm, có uy tín, mang đến cho khách hàng những lợi ích tốt nhất; Đảm bảo an toàn trong giao dịch cho khách hàng; Lắng nghe và đưa ra hướng giải quyết tốt nhất cho khách hàng; Thăm dò ý kiến của khách hàng thông qua nhiều hình thức khác nhau, như: tiếp xúc trò chuyện trực tiếp, bảng khảo sát, đánh giá trên website...

(iii) **Mức độ tin cậy:** Là nhân tố ảnh hưởng lớn thứ ba đến việc đánh giá chất lượng dịch vụ đối với khách hàng cá nhân cho vay mua căn hộ. BIDV cần tập trung nâng cao lòng tin của khách hàng để có được hình ảnh uy tín trong mắt khách hàng.

(iv) **Mức độ đáp ứng:** Là nhân tố ảnh hưởng lớn thứ tư. Để đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng, BIDV cần phải có chiến lược phát triển mạng lưới phù hợp, đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, trang bị cho nhân viên các kỹ năng phục vụ giao tiếp và bán hàng, đồng thời cần có thái độ phục vụ lịch sự, chuyên nghiệp, nhiệt tình đối với khách hàng

(v) **Cơ sở vật chất hữu hình:** là nhân tố ảnh hưởng yếu nhất. Phương tiện hữu hình là cái nhìn đầu tiên của khách hàng về ngân hàng, là hình ảnh về cơ sở vật chất, trang thiết bị, máy móc, tác phong, cách ăn mặc của nhân viên, trình bày các ấn phẩm, tài liệu ngân hàng, bố trí quầy giao dịch, địa điểm hoạt động của ngân hàng. Vì vậy, BIDV cần tập trung tạo dựng hình ảnh tốt đẹp đối với khách hàng thông qua việc cải thiện hơn nữa cơ sở vật chất, sự tiện lợi, hiện đại của các chi nhánh; Xây dựng văn hóa doanh nghiệp và nâng cao hình ảnh thương hiệu, nhắc nhở nhân viên có trang phục gọn gàng, lịch sự, chần chu khi tiếp xúc với khách hàng trong mọi tình huống. □

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phan Thị Nhân (2008). *Phát triển hiệu quả thị trường tín dụng bất động sản của Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
2. Vietnam Report JSC (2011). *Báo cáo ngành bất động sản Việt Nam: Đánh giá nhu cầu nhà ở và các yếu tố quyết định hành vi vay vốn mua nhà của người dân trên địa bàn Hà Nội và xu hướng thị trường nhà ở năm 2011*
3. Fornell, Clavs, et al (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings, *Journal of marketing*, 60(4)
4. Jan Eklöf, Anders H. Westlund (2002). The pan-European customer satisfaction index programme-current work and the way ahead, *Total Quality Management*, 13(8), 1099-1106
5. Parasuraman, A., Berry, L. L., and Zeithaml, V. A (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale, *Journal of Retailing*, 67(4)