

# Sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ cho vay của Ngân hàng Sacombank – chi nhánh Bình Định

Nguyễn Thị Kim Ánh  
Võ Thanh Nhân  
Trường Đại học Quy Nhơn

Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ cho vay tại Ngân hàng Sacombank – Chi nhánh Bình Định. Đồng thời, nghiên cứu cũng đo lường mức độ hài lòng và phân tích có hay không sự khác nhau về mức độ hài lòng giữa các nhóm khách hàng cá nhân có đặc điểm khác nhau và khoản vay khác nhau. Kết quả kiểm định mô hình hồi quy cho thấy trong số sáu nhân tố của mô hình đề xuất có năm nhân tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ cho vay của khách hàng cá nhân. Bên cạnh đó, thông qua kỹ thuật T-test và phân tích sâu anova cho thấy có sự khác nhau về mức độ hài lòng giữa các nhóm khách hàng có độ tuổi khác nhau, quy mô khoản vay, thời hạn vay và mục đích vay khác nhau.

## 1. Giới thiệu

Dịch vụ cho vay của các ngân hàng thương mại nói chung và Ngân hàng Sacombank – Chi nhánh Bình Định nói riêng, sự hài lòng của khách hàng cá nhân đóng vai trò vô cùng quan trọng bởi nhiều lý do. Thứ nhất, khách hàng cá nhân có tỷ lệ dư nợ tín dụng cao. Thứ hai, khách hàng cá nhân rất khác nhau về tuổi tác, giới tính, mức thu nhập, trình độ văn hóa, sở thích và nhiều yếu tố khác, do đó nhu cầu về sản phẩm và tiêu chuẩn về chất lượng dịch vụ cũng rất phong phú và đa dạng. Thứ ba, khách hàng cá nhân có nhu cầu về sản phẩm cho vay ngày càng tăng. Vì vậy, nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả hoạt động của Ngân hàng.

Thực tế đã có nhiều nghiên cứu xác định các nhân tố của chất lượng dịch vụ cho vay ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Trên cơ sở kết quả các nghiên cứu trước, kết hợp đặc điểm khách hàng cá nhân của Ngân hàng Sacombank – Chi nhánh Bình Định, nghiên cứu này xác định các nhân tố của chất lượng dịch vụ cho vay ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân, đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố, đồng thời kiểm định có hay không sự khác nhau về mức độ hài lòng của các nhóm khách hàng cá nhân theo đặc điểm của khoản vay.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Quá trình nghiên cứu được thực hiện kết hợp giữa nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính được thực hiện thông

qua việc hệ thống hóa cơ sở lý thuyết, dựa trên mô hình có sẵn của nhiều nghiên cứu trước để đề xuất mô hình nghiên cứu và xây dựng thang đo. Trên cơ sở mô hình về chất lượng dịch vụ của Parasuraman (1988), Collins K.K và cộng sự (2016), nghiên cứu đã đề xuất mô hình các nhân tố của chất lượng dịch vụ cho vay của ngân hàng Sacombank – Chi nhánh Bình Định ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân gồm 6 nhân tố: sự tin cậy, sự đáp ứng, sự đảm bảo, sự cảm thông, phương tiện hữu hình và giá cả dịch vụ.

Sự tin cậy được hiểu là sự sẵn sàng dựa vào một đối tác trao đổi mà họ tin tưởng. Sự tin cậy tồn tại khi một bên tin tưởng vào độ tin cậy và tính toàn vẹn của đối tác trao đổi. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết: Sự tin cậy có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng.

Sự đáp ứng dùng để đo lường khả năng đáp ứng tích cực mọi yêu cầu cũng như giải quyết, xử lý hiệu quả các vấn đề phát sinh một cách nhanh chóng, kịp thời trong suốt quá trình cung ứng và sử dụng dịch vụ. Nghiên cứu đề xuất giả thuyết: Sự đáp ứng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng.

Sự đảm bảo là khả năng đáp ứng thông qua sự hiểu biết đúng đắn, tay nghề thành thạo và thái độ lịch sự cùng với khả năng thể hiện sự chân thực và tự tin. Tác giả đưa ra giả thuyết: Sự đảm bảo có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng.

Sự cảm thông thể hiện qua sự quan tâm, chăm sóc khách hàng của nhân viên một cách chu đáo, ân cần và nồng hậu. Tác giả đề xuất giả thuyết: Sự cảm thông có tác động tích cực đến sự hài lòng.

Phương tiện hữu hình chính là cảm nhận đầu tiên của khách hàng về chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Bghiên cứu đề xuất giả thuyết: Phương tiện hữu hình có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng.

Giá cả thể hiện bằng tiền tệ của giá trị hàng hóa được xác định dựa trên giá trị của việc sử dụng và cảm nhận của khách hàng về sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ sử dụng. Nghiên cứu đề xuất giả thuyết: Giá cả dịch vụ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng.

Trong nghiên cứu này, tác giả kế thừa thang đo của các nghiên cứu trước. Các thang đo này đảm bảo độ tin cậy và kết quả giải thích tốt mối quan hệ giữa sự hài lòng và các nhân tố tác động.

Qua quá trình tham khảo ý kiến của chuyên gia và phỏng vấn sâu 20 khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ cho vay của Ngân hàng, nghiên cứu đã có một số điều chỉnh cho phù hợp. Kết quả thang đo sáu biến độc lập của chất lượng dịch vụ cho vay của Ngân hàng gồm 32 quan sát và thang đo biến phụ thuộc “sự hài lòng của khách hàng cá nhân” gồm 5 quan sát.

Để phù hợp với kỹ thuật phân tích và đảm bảo độ tin cậy của ước lượng thống kê, quá trình nghiên cứu định lượng đã sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện và tiến hành khảo sát 160 khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ cho vay của Ngân hàng. Sau khi kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, nghiên cứu sử dụng kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá để xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ cho vay của Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Bình Định. Sau đó, nghiên cứu kiểm định mô hình hồi quy bội để đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó đến sự hài lòng. Ngoài ra, với sự đa dạng của khách hàng cá nhân và đặc điểm các khoản vay của khách hàng khác nhau nên nghiên cứu sẽ tiến hành kiểm định có hay không sự khác nhau về mức độ hài lòng của các nhóm khách hàng có giới tính, độ tuổi, mục đích vay, thời hạn vay và quy mô khoản vay khác nhau bằng kỹ thuật T-Test và phân tích sâu Anova.

### 3. Kết quả nghiên cứu

Trong số 160 khách hàng cá nhân được khảo sát, số người vay các gói ngắn hạn (thời hạn vay dưới 1 năm) là 44 người, chiếm 27,5% tổng số, số khách hàng vay gói trung hạn (từ 1-5 năm) là 53 người, chiếm 53% và số khách hàng vay gói dài hạn (5 năm trở lên) là 63 người, chiếm 39,4%. Các khách hàng cá nhân của Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Bình Định có các mức dư nợ tín dụng khác nhau, từ hàng triệu đến hàng tỷ đồng. Vì vậy, mẫu khảo sát này cũng khá phù hợp khi có đầy đủ các khách hàng ở các nhóm quy mô khoản vay khác nhau và tập trung chủ yếu là ở nhóm khách hàng vay từ 300 triệu đến 2 tỷ đồng (chiếm 68,7%). Bên cạnh đó,

mẫu khảo sát cũng có đầy đủ các nhóm khách hàng vay theo các mục đích khác nhau. Mẫu có số lượng khách hàng vay với mục đích mua bán hải sản nhiều nhất là 38 người, chiếm 23,8%. Số còn lại chia khá đều cho các nhóm vay để mua bán nông sản, mua bán bất động sản và phục vụ tiêu dùng cá nhân.

Thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến các thành phần của chất lượng dịch vụ cho vay được đánh giá độ tin cậy thông qua: hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố EFA. Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng để loại các biến “rác”, các biến này có hệ số tương quan biến tổng (Corrected item total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại và thang đo được chọn khi hệ số Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên (Nunnally và cộng sự, 1994). Kết quả có 1 quan sát của thang đo “sự cảm thông” bị loại vì không thỏa mãn các điều kiện trên là: “chủ động quan tâm đến những khó khăn của khách hàng”. Sau khi đánh giá độ tin cậy của các thang đo, 31 quan sát của thang đo chất lượng dịch vụ cho vay ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân được đưa vào phân tích nhân tố theo tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1 đã có 6 nhân tố được rút trích. Tổng phương sai trích bằng 71,485%, điều này cho biết 6 nhân tố này giải thích được 71,485% biến thiên của dữ liệu. Hệ số KMO bằng 0,906 nên đạt yêu cầu. Với phép quay varimax, tất cả các hệ số truyền tải đều lớn hơn 0,5 và khác biệt hệ số truyền tải giữa hai nhân tố nhỏ hơn 0,3.

Sau khi phân tích nhân tố khám phá để xác định độ hội tụ và giá trị phân biệt của các nhân tố, nghiên cứu tiếp tục phân tích tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc bằng mô hình hồi quy bội, từ đó cho thấy mức độ ảnh hưởng của các nhân tố lên sự hài lòng. Mô hình hồi quy có hệ số R2 hiệu chỉnh bằng 0,743, nghĩa là các yếu tố trong mô hình giải thích được 74,3 % sự biến thiên của biến phụ thuộc “sự hài lòng của khách hàng cá nhân” và 25,7% sự biến thiên được giải thích bởi các yếu tố khác mà trong nghiên cứu này chưa đề cập đến. Trị số thống kê F đạt giá trị 77,68 với mức ý nghĩa sig. là 0,000; kiểm định hiện tượng tự tương quan với Durbin-Watson bằng 1,782 ( $1 < 1,782 < 3$ ). Ngoài ra, tất cả các hệ số VIF đều bé hơn 3 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến. Biểu đồ Histogram cũng cho thấy các phần dư có phân phối chuẩn.

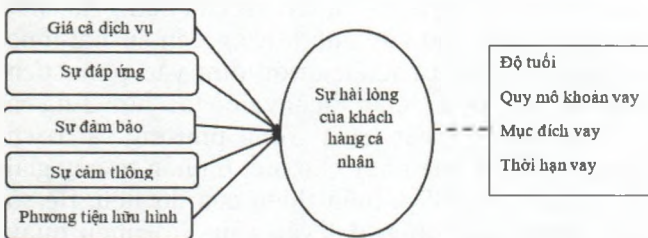
**Bảng 1. Kết quả hồi quy với biến phụ thuộc “Sự hài lòng của khách hàng cá nhân”**

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị kiểm định ý nghĩa t	Mức ý nghĩa	Thống kê đa cộng tuyến	
	Hệ số B	Độ lệch chuẩn	Hệ số Beta			Dung sai	Hệ số VIF
Hằng số	0.419	0.195		2.145	0.054		
PTHH	0.135	0.049	0.157	2.755	0.007	0.497	2.011
SDU	0.373	0.055	0.375	6.785	0.000	0.529	1.891
SCT	0.180	0.048	0.185	3.779	0.000	0.671	1.490
SDB	0.218	0.055	0.223	3.973	0.000	0.512	1.954
GCDV	0.106	0.046	0.111	2.294	0.023	0.696	1.437
STC	0.079	0.045	0.083	1.768	0.079	0.736	1.359



Kết quả hồi quy cho thấy trong 6 nhân tố của chất lượng dịch vụ cho vay thì 5 nhân tố có hệ số Beta dương và có mức ý nghĩa thống kê sig. đạt yêu cầu (nhỏ hơn 0,05). Các giả thuyết tương ứng được chấp nhận ở độ tin cậy 95%. Nhân tố sự tin cậy có mức ý nghĩa lớn hơn 0,05 nên bị loại. Nguyên nhân được giải thích là hiện nay với sự phát triển đa dạng và phong cách phục vụ chuyên nghiệp của các loại hình dịch vụ tại Ngân hàng nên đại đa số khách hàng sẽ có một niềm tin rất lớn đối với Ngân hàng mình sử dụng dịch vụ. Ngoài ra, do Sacombank là một trong những Ngân hàng Thương mại cổ phần đầu tiên thành lập trụ sở tại Bình Định và cho đến nay có hệ thống phòng giao dịch trải đều trên tất cả các huyện, thị xã, vì vậy hình ảnh thương hiệu Sacombank đã khắc sâu vào tiềm thức của khách hàng ở đây. Chính vì vậy, sự tin cậy là mặc nhiên đối với nhiều khách hàng.

Hình 1: Mô hình kết quả nghiên cứu



Như vậy, mô hình các nhân tố của chất lượng dịch vụ cho vay ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân của Sacombank - Chi nhánh Bình Định gồm 5 nhân tố độc lập tác động đến 1 biến phụ thuộc như Hình 1. Mối quan hệ giữa các biến được thể hiện qua phương trình hồi quy theo hệ số đã chuẩn hóa:

$$SHL = 0,157 PTHH + 0,375 SDU + 0,185 SCT + 0,223 SDB + 0,111 GCDV$$

Kết quả trên cho thấy trong số 5 nhân tố của chất lượng dịch vụ sản phẩm cho vay, nhân tố “sự đáp ứng” là có tác động lớn nhất đến “sự hài lòng của khách hàng cá nhân” với hệ số Beta chuẩn hóa 0,375, tiếp theo đó là nhân số “sự đảm bảo” với hệ số Beta chuẩn hóa 0,223. Các nhân tố còn lại cũng tác động đến biến độc lập của mô hình với hệ số Beta chuẩn hóa trong khoảng từ 0,1 đến 0,2.

Giá trị trung bình của các thang đo sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ cho vay trong khoảng từ 3,481 đến 3,56 với độ lệch chuẩn lên đến 0,818. Như vậy với thang đo 5 mức độ, mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân đối với chất lượng dịch vụ cho vay ở Sacombank - Chi nhánh Bình Định là tương đối thấp. Đồng thời, có sự chênh lệch lớn về mức độ hài lòng đối với các khách hàng khác nhau.

Kiểm định T- test cho thấy sự khác nhau về mức độ hài lòng theo các nhóm độ tuổi dưới 25 và trên 50 tuổi so với nhóm từ 25 đến 34 tuổi và nhóm từ 34 đến 49 tuổi có ý nghĩa thống kê. Nhóm khách

hàng độ tuổi từ 25 đến 34 có mức hài lòng cao hơn các nhóm tuổi còn lại, trong đó nhóm khách hàng từ 50 tuổi trở lên có mức hài lòng rất thấp, chỉ đạt 2,288. Đây có thể xuất phát từ vấn đề thực tế là những khách hàng ở nhóm tuổi này thường không thành thạo trong việc sử dụng các thiết bị và ứng dụng công nghệ, vì vậy các hoạt động vẫn phải thực hiện trực tiếp gây mất thời gian và những bất cập khác, đặc biệt là trong giai đoạn dịch bệnh.

Bằng kỹ thuật phân tích sâu Anova, nghiên cứu chỉ ra rằng có sự khác nhau về mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân theo các yếu tố thuộc về đặc điểm khoản vay như thời hạn vay, quy mô khoản vay và mục đích vay. Nhóm khách hàng có các gói vay với thời hạn càng dài, mức dư nợ càng cao thì mức độ hài lòng cũng càng cao. Nhóm khách hàng vay với mục đích mua bán hải sản có mức hài lòng cao nhất (4,1407) và nhóm khách hàng vay tiêu dùng cá nhân (3,0489) có mức hài lòng thấp nhất./.

### Tài liệu tham khảo

Collins Kankam-Kwarteng and Jacob Donkor (2016), Service quality and Customer satisfaction in loan acquisition: Evidence from Commercial Banks in Ghana, *British Journal of Economics, Management & Trade*, 11(3): 1-11, 2016.

Levesque, T. and McDougall, G.H.G. (1996), “Determinants of Customer Satisfaction in Retail Banking”, *International Journal of Bank Marketing*, 14, 12-20.

Lê Trung Hiếu và Huỳnh Lê Thừa Bỉnh (2021), “Yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ cho vay tại Sacombank Trà Vinh”, *Tạp chí Tài chính*, số kỳ 2 tháng 10/2021.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994), “Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality”, *Implications for Further Research, The Journal of Marketing*, 58, 111-124.

Trần Thị Kim Chi (2019), “Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại Ngân hàng Á Châu chi nhánh Đồng Nai”, *Tạp chí Khoa học Lạc Hồng*, số 06/2019.