

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG QUYẾT ĐỊNH CHỌN NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VAY VỐN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH ĐỒNG NAI

● ĐỖ VĂN LỘC - LÊ VŨ HÀ - HUỲNH MÃN KỲ

TÓM TẮT:

Bài viết nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn ngân hàng thương mại (NHTM) vay vốn của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên sự kết hợp giữa các lý thuyết nền và các nghiên cứu trước. Kết quả xử lý dữ liệu bằng phần mềm AMOS trên 279 phiếu khảo sát hợp lệ, đã chỉ ra được có 5 yếu tố có tác động đến quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn của DNNVV, đó là: (1) Chính sách cho vay phù hợp, (2) Tốc độ xử lý hồ sơ vay, (3) Lãi suất, phí cho vay cạnh tranh, (4) Sự giới thiệu của bên thứ ba, (5) Thái độ nhân viên tín dụng.

Từ khóa: lựa chọn, vay vốn, doanh nghiệp nhỏ và vừa, ngân hàng thương mại, tỉnh Đồng Nai.

1. Đặt vấn đề

Tỉnh Đồng Nai nằm trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, năm 2021 mặc dù là một trong bốn tỉnh phía Nam chịu ảnh hưởng nặng nề nhất bởi dịch Covid-19, nhưng tăng trưởng GRDP của tỉnh đạt 2,15%; thu ngân sách vượt chỉ tiêu (Cục Thống kê tỉnh Đồng Nai). Đồng Nai tiếp tục là một trong những địa phương dẫn đầu về phát triển công nghiệp với 31 khu công nghiệp đi vào hoạt động, tỷ lệ lấp đầy đạt trên 82%. Trong lĩnh vực thu hút đầu tư nước ngoài và trong nước, tỉnh vẫn là điểm đến hấp dẫn, thu hút đầu tư trong nước được 29 nghìn tỷ đồng, đạt 290% kế hoạch năm. Sự tăng trưởng kinh tế cao cùng với sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế tích cực ở tỉnh có sự đóng góp đáng kể của các DNNVV.

Trong bối cảnh kinh tế còn nhiều bất ổn và dịch bệnh Covid-19 kéo dài trên toàn cầu, đại dịch đã

ảnh hưởng đến từng ngành nghề kinh tế và từng doanh nghiệp. Tùy vào ngành nghề kinh doanh, sản phẩm dịch vụ, mô hình kinh doanh, địa bàn hoạt động, quy mô doanh nghiệp, cấu trúc chi phí và cơ cấu vốn,... mà mức độ ảnh hưởng có thể sẽ rất khác nhau. Có những ngành đang kiệt quệ nhưng cũng có những ngành đang hưởng lợi và chuyển động, biến đổi để phát triển trong giai đoạn dịch bệnh. Nhiều doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 mong muốn sớm được tiếp cận các chương trình hỗ trợ tín dụng, giảm lãi suất vay vốn từ phía các ngân hàng, công ty dịch vụ tài chính,... trong bối cảnh dịch bệnh vẫn đang diễn biến phức tạp. Song việc tiếp cận và thúc đẩy cho vay các DNNVV còn nhiều hạn chế do nhiều nguyên nhân khác nhau xuất phát từ phía ngân hàng cũng như từ phía doanh nghiệp (các doanh nghiệp không mạnh dạn vay do tồn kho cao, đầu ra khó khăn,...), đồng thời khách

hàng doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa là khách hàng khó tính, hay đòi hỏi, xem xét, đánh giá một cách thận trọng trước khi đến vay vốn tại một ngân hàng nào đó. Từ đây đã tạo ra những trở ngại lớn cho các NHTM nói chung và các NHTM trên địa bàn tỉnh Đồng Nai nói riêng trong việc mở rộng quy mô cho vay đối với các DNNVV.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 59 chi nhánh của 42 NHTM cổ phần đang hoạt động có thể đáp ứng được nhu cầu vay vốn của doanh nghiệp. Với số lượng ngân hàng đông đảo như vậy dẫn đến sự cạnh tranh gay gắt giữa các NHTM. Trong định hướng bán lẻ với đối tượng là khách hàng doanh nghiệp, các DNNVV là mục tiêu tiếp cận của các tổ chức tín dụng. DNNVV đã và đang tạo ra một thị trường rất hấp dẫn cho các NHTM nói chung và NHTM trên địa bàn tỉnh Đồng Nai nói riêng.

Bài viết đi từ thực nghiệm sẽ phần nào cho thấy được hành vi của DNNVV trong việc lựa chọn ngân hàng vay vốn. Từ kết quả của bài nghiên cứu, các nhà quản trị ngân hàng sẽ có thể tham khảo và đánh giá được chính sách cho vay hiện tại có tập trung đúng trọng tâm vào các yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến việc lựa chọn ngân hàng vay vốn của DNNVV hay không và các ngân hàng sẽ tự thay đổi, điều chỉnh để thúc đẩy, phát huy thế mạnh đối với các yếu tố có ảnh hưởng lớn đến việc lựa chọn ngân hàng vay vốn.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khái niệm

Khái niệm cho vay

Cho vay là hình thức cấp tín dụng, theo đó bên cho vay giao hoặc cam kết giao cho khách hàng một khoản tiền để sử dụng vào mục đích xác định trong một thời gian nhất định theo thỏa thuận với nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi (Luật Tổ chức tín dụng, 2010).

Khái niệm DNNVV

Tại Việt Nam, DNNVV là doanh nghiệp đã đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật, được chia thành 3 cấp: siêu nhỏ, nhỏ và vừa. Cụ thể, DNNVV bao gồm các doanh nghiệp có số lượng lao động từ 10 - 200 người và doanh thu từ 10 - 300 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn từ 3 - 100 tỷ đồng. (Nghị định số 39/2018/NĐ-CP).

2.2. Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết về sự lựa chọn

Khái niệm về sự lựa chọn, đặc biệt là sự lựa chọn của người tiêu dùng đã được nhiều nhà nghiên

cứu trong và ngoài nước định nghĩa. Nổi bật trong đó có thể kể đến các lý thuyết về việc lựa chọn được phát triển bởi Maslow (1943, 1954, 1970), Wulff (1965), Wahba (1976), Tay và Diener (2011). Theo đó sự lựa chọn là những hành động trí óc và vật chất của khách hàng để xem xét và đánh giá các phương án lựa chọn nhằm đi đến việc thỏa mãn nhu cầu của họ.

Lý thuyết về hành vi tiêu dùng

Ý định lựa chọn nhằm nêu bật dòng chảy lý thuyết về hành vi tiêu dùng. Lý thuyết về hành vi tiêu dùng gồm: Thuyết hành động hợp lý (TRA - Theory of Reasoned Action) được xây dựng từ năm 1967 và được hiệu chỉnh mở rộng bởi Fishbein & Ajzen (1975).

Trong khung lý thuyết hành vi tiêu dùng, Lý thuyết hành động hợp lý TRA (Theory of Reasoned Actions), Mô hình chấp nhận công nghệ TAM (Technology Acceptance Model), Lý thuyết hành vi dự định TPB (Theory of Planned Behavior) và Lý thuyết hợp nhất chấp nhận và sử dụng công nghệ UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) được sử dụng rộng rãi trong nhiều lĩnh vực nghiên cứu.

Quyết định lựa chọn ngân hàng của khách hàng doanh nghiệp

Theo Tune (1992), hành vi mua của tổ chức là quá trình quyết định, theo đó các tổ chức hình thành nhu cầu đối với những sản phẩm, dịch vụ, nhận biết, đánh giá và lựa chọn mua trong số những nhãn hiệu và nhà cung cấp đang được chào hàng trên thị trường nhằm thỏa mãn những nhu cầu và mong muốn của mình.

Quyết định vay vốn của DNNVV là hành vi nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng DNNVV đối với sản phẩm dịch vụ (vay vốn) được ngân hàng cung ứng. Nếu sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đáp ứng được nhu cầu và mong đợi từ phía khách hàng DNNVV thì khách hàng có khuynh hướng tiếp tục sử dụng dịch vụ đó ở các lần tiếp theo và giới thiệu cho khách hàng khác sử dụng (Philip Kotler, 2001).

Lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ (UTAUT)

Lý thuyết chấp nhận và sử dụng công nghệ được Venkatesh và cộng sự (2003) nghiên cứu để giải thích ý định hành vi và lựa chọn sử dụng của người dùng đối với công nghệ. Mô hình UTAUT được xây dựng trên cơ sở phát triển các mô hình trước đây, như: TRA, TPB, TAM, IDT.

2.3. Một số nghiên cứu liên quan

Việc lựa chọn ngân hàng của khách hàng doanh nghiệp đã được một số tác giả nghiên cứu có thể kể đến như Frangos et al (2012) thực hiện nghiên cứu tại Hy Lạp và kết quả chỉ ra rằng có 5 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng khi vay vốn, bao gồm: Chất lượng dịch vụ (dịch vụ khách hàng, cơ sở vật chất), Sự hài lòng của khách hàng, Phương thức trả tiền vay, Vấn đề bảo hiểm, bảo lãnh và Lãi suất cho vay. Md. Nur-E-Alam Siddique (2012) đã nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn ngân hàng được thực hiện tại thành phố Rajshahi ở Tây Bắc Bangladesh. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng: Dịch vụ khách hàng hiệu quả, Tốc độ và chất lượng dịch vụ, Hình ảnh của ngân hàng, Ngân hàng được quản lý tốt và tác giả đã khám phá ra yếu tố mới là Ngân hàng trực tuyến, yếu tố này phù hợp và quan trọng trong thời đại công nghệ ngày nay.

2.4. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu có liên quan tại Việt Nam và trên thế giới, có rất nhiều các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn ngân hàng vay vốn. Tùy theo mỗi nghiên cứu mà mức độ quan trọng của từng yếu tố có thể khác nhau, một số tiêu chí có thể có sự khác biệt về kinh tế, văn hóa, xã hội, pháp luật, chính trị,...

Từ thực tiễn đó, đã có nhiều nghiên cứu, trong đó có một số nghiên cứu điển hình như Venkatesh và cộng sự (2003) đề xuất mô hình chấp nhận và sử dụng công nghệ (ATAUT), lý thuyết hành động hợp lý (TRA), mô hình chấp nhận công nghệ (TAM), mô hình sử dụng máy tính cá nhân (Model of PC Utilization).

Do đó, dựa trên cơ sở các lý thuyết về hành vi tiêu dùng, các yếu tố ảnh hưởng đến tiến trình ra quyết định tiêu dùng của Philip Kotler, kết hợp với mô hình nghiên cứu của các tác giả đi trước về các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn ngân hàng, tác giả đề xuất mô hình ảnh hưởng bao gồm 7 yếu tố như sau: (1) Lãi suất, phí cho vay cạnh tranh; (2) Tốc độ xử lý hồ sơ vay; (3) Chính sách cho vay phù hợp; (4) Thái độ phục vụ của nhân viên tín dụng; (5) Thuận tiện trong giao dịch; (6) Danh tiếng của ngân hàng và (7) Sự giới thiệu của bên thứ ba. Các yếu tố này sẽ tác động đến quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn của DNNVV.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu trải qua 2 giai đoạn chính đó là: (1)

Nghiên cứu sơ bộ và (2) Nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua phương pháp định tính sử dụng kỹ thuật phỏng vấn một số nhân viên tín dụng, Giám đốc và Phó Giám đốc chi nhánh. Nghiên cứu sơ bộ định tính dùng để điều chỉnh, phát hiện và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu. Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định lượng thực hiện thông qua phương pháp khảo sát lãnh đạo của các DNNVV hiện đang có giao dịch vay vốn với các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Nghiên cứu định lượng được sử dụng để kiểm định lại mô hình đo lường cũng như mô hình lý thuyết và các giả thuyết trong mô hình.

Phương pháp chọn mẫu: Tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Nghiên cứu thực hiện thông qua phương pháp khảo sát các cá nhân là người đại diện cho các doanh nghiệp có quyền quyết định về việc lựa chọn ngân hàng vay vốn như Giám đốc, Phó Giám đốc, Giám đốc tài chính và Kế toán trưởng của các DNNVV đang có giao dịch vay vốn với các NHTM trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng trong nghiên cứu này.

4. Kết quả nghiên cứu

Nhằm đạt được kích thước mẫu nghiên cứu lựa chọn thực hiện là tối thiểu 210 quan sát, tác giả đã gửi bảng khảo sát qua email đến tổng cộng 300 doanh nghiệp trong khoảng thời gian từ tháng 11/2021 đến tháng 12/2021. Sau đó, tác giả thu thập được 279 bảng trả lời (đạt tỷ lệ 93%). Như vậy, kích thước mẫu nghiên cứu còn lại là 279 quan sát, đạt yêu cầu kích thước mẫu mục tiêu tối thiểu đã đặt ra.

Mô tả mẫu nghiên cứu

Tùy theo mỗi doanh nghiệp, người có khả năng quyết định đến việc lựa chọn ngân hàng vay vốn là khác nhau nên trong mẫu nghiên cứu 279 quan sát thu thập được, có 98 người là Giám đốc, 122 người là Phó Giám đốc và 79 người là Kế toán trưởng.

Kết quả Cronbach's Alpha tại Bảng 1, sau khi loại biến quan sát TTIEN2 của thang đo Thuận tiện trong giao dịch có tương quan biến tổng thấp hơn nhiều so với các biến còn lại, thang đo các khái niệm nghiên cứu đều đạt độ tin cậy.

Kết quả phân tích EFA có 28 biến quan sát được rút trích vào 8 nhân tố nguyên gốc tại Eigenvalue = 1,020 và phương sai trích đạt 58,346%, đồng thời

Bảng 1. Kết quả đánh giá sơ bộ các thang đo bằng Cronbach's Alpha

STT	Thang đo các khái niệm	Ký hiệu	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến - tổng nhỏ nhất
1	Chính sách cho vay phù hợp	CSACH	4	0,801	0,525
2	Danh tiếng của ngân hàng	DANHT	3	0,835	0,672
3	Lãi suất, phí cho vay	LAISP	3	0,809	0,599
4	Thái độ phục vụ của nhân viên tín dụng	NHANV	5	0,837	0,584
5	Thuận tiện trong giao dịch	TTIEN	3	0,846	0,648
6	Tốc độ xử lý hồ sơ vay	TOCDO	4	0,805	0,580
7	Sự giới thiệu của bên thứ ba	GIOIT	3	0,763	0,569
8	Quyết định lựa chọn ngân hàng để vay vốn	QLCNV	3	0,823	0,674

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả, tháng 1/2022

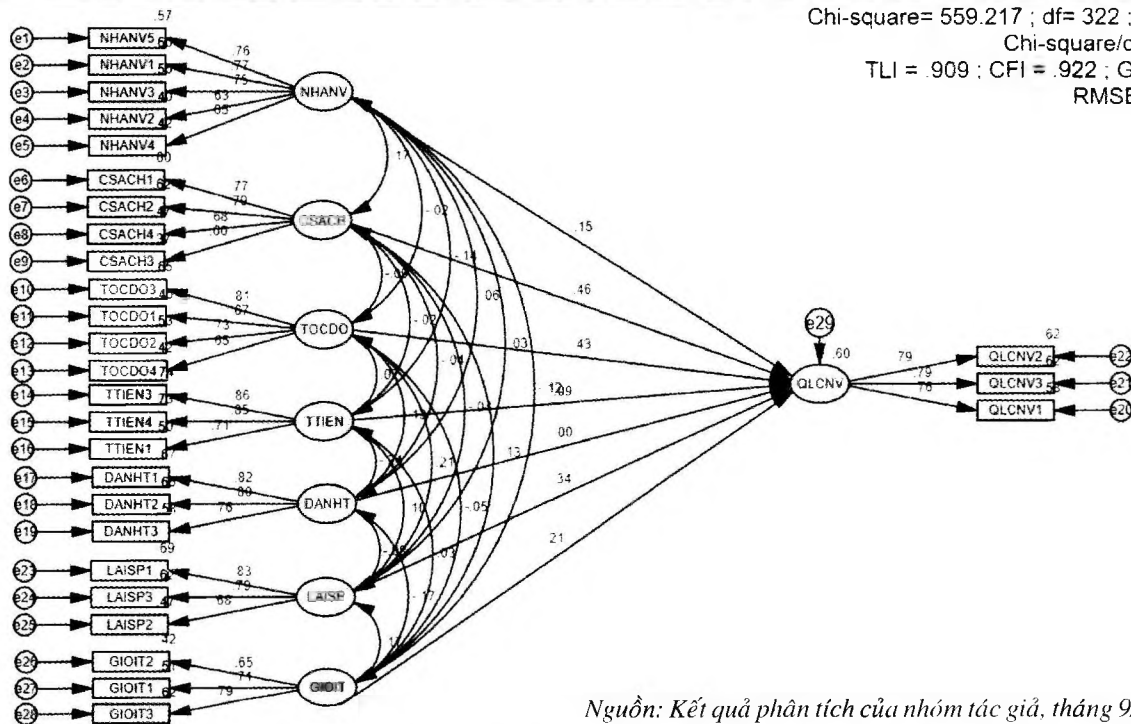
các trọng số tải nhân tố của các biến được trích vào các nhân tố đều đạt yêu cầu.

Kết quả CFA thang đo lựa chọn ngân hàng vay vốn cho thấy mô hình thang đo các khái niệm phù hợp với dữ liệu thị trường. Các trọng số hồi quy đều đạt tiêu chuẩn > 0.5 và có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$), chứng tỏ thang đo các khái niệm nghiên cứu trong mô hình lý thuyết đạt giá trị hội tụ. Các hệ số

tương quan giữa các khái niệm đều < 1 và có ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$), chứng tỏ các khái niệm đạt giá trị phân biệt. Các thang đo đều có độ tin cậy tổng hợp và hệ số Cronbach's Alpha đạt yêu cầu, chứng tỏ thang đo khái niệm trong mô hình tới hạn đạt yêu cầu về giá trị và độ tin cậy.

Kết quả SEM mô hình lý thuyết (chuẩn hóa) tại Hình 1 cho thấy mô hình lý thuyết phù hợp với dữ

Hình 1: Kết quả SEM mô hình lý thuyết (chuẩn hóa)



Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả, tháng 9/2021

liệu thị trường. Kết quả ước lượng mối quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình lý thuyết tại Bảng 2 cho thấy mức ý nghĩa các khái niệm đều $< 0,05$ nên chứng tỏ các mối quan hệ này đều có ý nghĩa thống kê đều mang dấu dương. Ngoại trừ khái niệm TTIEEN và DANHT có mức ý nghĩa là 0,137 và 0,949 $> 0,05$ nên 2 yếu tố không tác động đến Quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn.

chênh không có ý nghĩa thống kê ($< 0,05$), chứng tỏ kết quả ước lượng trên đây là đáng tin cậy.

5. Kết luận và gợi ý chính sách

Sau khi lược khảo tổng kết các lý thuyết và nghiên cứu trước, tác giả phân tích các đặc trưng của cho vay DNNVV và đề xuất mô hình nghiên cứu “Các yếu tố ảnh hưởng quyết định chọn ngân hàng thương mại vay vốn của các doanh nghiệp

Bảng 2. Kết quả kiểm định mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm

			Hệ số ước lượng	Sai lệch chuẩn	Giá trị tới hạn	Mức ý nghĩa
QLCNV	←	NHANV	0,151	0,040	2,541	0,011
QLCNV	←	CSACH	0,461	0,041	6,778	***
QLCNV	←	TOCDO	0,429	0,035	6,374	***
QLCNV	←	TTIEEN	0,088	0,048	1,488	0,137
QLCNV	←	DANHT	0,004	0,034	0,064	0,949
QLCNV	←	LAISP	0,336	0,039	5,184	***
QLCNV	←	GIOIT	0,205	0,056	3,130	0,002

Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả, tháng 1/2022

Kết quả tại Bảng 2 còn cho thấy là hệ số hồi quy chuẩn hóa, cho biết mức độ ảnh hưởng của các mối quan hệ. Cụ thể có 5/7 yếu tố tác động quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn, trong đó yếu tố chính sách có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất với hệ số ảnh hưởng là 0,461; tiếp theo là yếu tố Tốc độ xử lý hồ sơ vay có ảnh hưởng mạnh thứ hai ($\beta = 0,429$), Lãi suất, phí cho vay ($\beta = 0,336$) có ảnh hưởng mạnh thứ ba và Sự giới thiệu của bên thứ ba ($\beta = 0,205$) có ảnh hưởng và cuối cùng Thái độ phục vụ của nhân viên tín dụng ($\beta = 0,151$). Trong nghiên cứu này chưa tìm thấy Danh tiếng của ngân hàng, Thuận tiện trong giao dịch có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn.

nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh Đồng Nai” cho thấy ở thời điểm hiện tại 5 yếu tố có ảnh hưởng đến việc lựa chọn ngân hàng vay vốn của DNNVV trên địa bàn tỉnh Đồng Nai là yếu tố Lãi suất và phí cho vay, Tốc độ xử lý hồ sơ vay, Chính sách cho vay phù hợp và Sự giới thiệu của bên thứ ba, Thái độ của nhân viên tín dụng, trong đó yếu tố Chính sách cho vay phù hợp có mức tác động lớn nhất và cả 5 yếu tố trên đều ảnh hưởng cùng chiều với biến phụ thuộc Quyết định lựa chọn ngân hàng. Dựa vào kết quả trên, các tác giả đề xuất một số gợi ý nhằm nâng cao mức độ quyết định lựa chọn ngân hàng của DNNVV như sau:

Kết quả ước lượng Bootstrap được thực hiện bằng cách lấy mẫu lặp lại với kích thước $N = 500$ thì C.R hầu hết đều nhỏ hơn 1,96 nên kết quả SEM là đáng tin cậy khi dự đoán mẫu ra tổng thể. Theo phương pháp kiểm tra Bootstrap, tác giả so sánh độ chệch (Bias) và sai số lệch chuẩn của độ chệch (SE-Bias) giữa ước lượng Bootstrap với ước lượng tối ưu (ML) sử dụng trong nghiên cứu kiểm định có xuất hiện, nhưng sai lệch chuẩn của độ

Một là, các ngân hàng cần phải thiết kế ra các sản phẩm cho vay riêng phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Đồng thời, các ngân hàng phải nỗ lực trong việc nghiên cứu sản phẩm thật phong phú và khảo sát cải tiến liên tục để phù hợp với thực tế của thị trường và từng khách hàng.

Hai là, các ngân hàng cần chú trọng đến việc nghiên cứu, cải tiến quy trình thẩm định và xử lý hồ sơ vay, giải ngân sao cho nhanh nhất nhưng vẫn đảm bảo phòng ngừa rủi ro, đúng quy định của ngân hàng nhằm giảm tối đa thời gian chờ đợi

của khách hàng. Ngoài ra, ngân hàng cần có sự đầu tư áp dụng công nghệ 4.0 để thiết kế các phần mềm luân chuyển hồ sơ trong nội bộ hay các ứng dụng online để tiếp nhận hồ sơ từ phía khách hàng một cách thuận tiện và nhanh chóng nhất, giúp khách hàng có thể theo dõi được tiến độ xử lý hồ sơ cũng như tiết kiệm được thời gian, chi phí trong việc di chuyển để giao và nhận hồ sơ.

Ba là, các ngân hàng có thêm chương trình hỗ trợ kịp thời về lãi suất, cơ cấu lại thời hạn trả nợ, cân đối, giãn thời hạn đáo hạn nợ... cũng như xem xét, thẩm định về thủ tục, điều kiện cho vay, tiêu chí để chứng minh thiệt hại do dịch bệnh một cách

phù hợp và đảm bảo các quy định trong giai đoạn “Bình thường mới” của dịch bệnh Covid-19.

Bốn là, các ngân hàng cũng có thể khuyến khích khách hàng giới thiệu bằng cách xây dựng thêm các chính sách hoa hồng cho các doanh nghiệp giới thiệu thêm khách hàng thành công. Ngoài ra, chủ động trong việc tham gia vào các hiệp hội doanh nghiệp để có thể đồng hành và nhận được sự giới thiệu hợp tác từ phía các hiệp hội.

Năm là, các ngân hàng cần đào tạo đội ngũ nhân viên vui vẻ, thân thiện, nhiệt tình giúp đỡ, trình độ chuyên môn nghiệp vụ cao, thủ tục đơn giản ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Cục Thống kê tỉnh Đồng Nai (2021). *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội của tỉnh Đồng Nai năm 2021*.
2. File, K and Prince, R. (1991). Sociographic segmentation: The SME market and financial services. *International Journal bank Marketing*, 9, 3-8.
3. Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and research*. Reading, MA: Addison - Wesley Publishing Company, Inc.
4. Frangos, C. et al. (2012). Factors Affecting Customers Decision for Taking out Bank Loans: A Case of Greek Customers. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 1-16.
5. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (tập 1, 2)*. Nhà xuất bản Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh.
6. Hair et al., 2006 Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson (2006). *Multivariate data analysis* (Vol. 6). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
7. Hương Giang (2022). Thu hút đầu tư xuất khẩu: Hứa hẹn nhiều khởi sắc trong năm 2022. Truy cập tại: <http://www.baodongnai.com.vn/tieu-diem/202112/thu-hut-dau-tu-xuat-khau-hua-hen-nhieu-khoi-sac-trong-nam-2022-3096876/index.htm>.
8. Md Nur-E-Alam Siddique (2012). Bank Selection Influencing Factors: A Study on Customer Preferences with Reference to Rajshahi City. *Asian Business Review*, 1/1, 80-84.
9. Mokhlis, Salleh, Mat. (2011). What do young intellectuals look for in a bank? An empirical analysis of attribute importance in retail bank selection. *Journal of Management Research*, 3(2), E14.
10. 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.
11. Nguyễn Đình Thọ. (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện*. Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, Thành phố Hồ Chí Minh.
12. Omo Aregbeyen. (2011). The Determinants of Bank Selection Choices by Customers: Recent and Extensive. *International Journal of Business and Social Science*, 2(22), 276-288.
13. Trâm Thị Xuân Hương và Hoàng Minh Ngọc (2012). *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*. Nhà xuất bản Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
14. Philip Kotler và Kenvin Keller (2012). *Quản trị Marketing*. Dịch từ tiếng Anh. Người dịch Lại Hồng Vân và cộng sự (2013). Nhà xuất bản Lao động Xã hội, Hà Nội.
15. Quốc hội (2010). *Luật Các Tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12*.

Ngày nhận bài: 16/1/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/2/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 26/2/2022

Thông tin tác giả:

1. ThS. ĐỖ VĂN LỘC¹

2. ThS. LÊ VŨ HÀ²

3. ThS. HUỖNH MÃN KỶ³

¹Khoa Sau đại học, Trường Đại học Lạc Hồng (LHU)

²Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Lạc Hồng (LHU)

³Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phát triển Thành phố Hồ Chí Minh (HDBank)

FACTORS AFFECTING THE CHOICE OF COMMERCIAL BANKS FOR BORROWING MONEY OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN DONG NAI PROVINCE

● Master. **DO VAN LOC¹**

● Master. **LE VU HA²**

● Master. **HUYNH MAN KY³**

¹Faculty of Postgraduate Studies, Lac Hong University

²Faculty of Finance and Accounting, Lac Hong University

³Ho Chi Minh City Development Joint Stock Commercial Bank

ABSTRACT:

This study determines the factors affecting the choice of commercial banks for borrowing money of small and medium-sized enterprises (SME) in Dong Nai province. The study's research model is developed by using theories and results of previous studies. The analysis of 279 valid survey questionnaires with the use of AMOS software shows that there are 05 factors that affect the decision to choose a commercial bank to borrow money from SMEs, namely: (1) Appropriate lending policy, (2) Speed of loan application processing, (3) Competitive interest rates and fees, (4) Third-party referrals, and (5) Attitude of credit officer.

Keywords: selection, lending, small and medium-sized enterprises, commercial bank, Dong Nai province.