

# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH VAY TÍN CHẤP CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÁC CÔNG TY TÀI CHÍNH TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ TRÀ VINH

Võ Ngọc Anh Thu<sup>1\*</sup>, Kim Hồ Thúy Ngân<sup>2</sup>, Diệp Thanh Tùng<sup>3</sup>

*FACTORS INFLUENCING CUSTOMER'S UNSCURED BORROWING DECISIONS AT FINANCIAL COMPANIES IN TRA VINH CITY, TRA VINH PROVINCE, VIETNAM*

Vo Ngoc Anh Thu<sup>1\*</sup>, Kim Ho Thuy Ngan<sup>2</sup>, Diep Thanh Tung<sup>3</sup>

**Tóm tắt** – Nghiên cứu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các công ty tài chính trên địa bàn thành phố Trà Vinh. Bằng phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp từ 224 khách hàng có nhu cầu vay vốn trên địa bàn thành phố Trà Vinh và các phương pháp định lượng để phân tích số liệu, nghiên cứu đã tìm ra được năm yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các công ty tài chính trên địa bàn thành phố Trà Vinh: chất lượng dịch vụ, chính sách cho vay, hành vi tiêu dùng, tình hình tài chính, chuẩn chủ quan. Từ kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất hàm ý chính sách góp phần nâng cao và cải thiện chất lượng tín dụng trên địa bàn thành phố Trà Vinh.

**Từ khóa:** công ty tài chính, quyết định vay tín chấp, thành phố Trà Vinh.

**Abstract** – This case study investigates the factors influencing customers' unsecured loan decisions at financial institutions in Tra Vinh City. By collecting primary data from 224 customers in need of loans in Tra Vinh City and using quantitative data analysis methods, the study discovered five factors influencing customers' unsecured loan decisions at financial institutions in Tra Vinh City: service quality, lending policy,

consumer behavior, financial situation, and subjective standards, respectively. The authors propose policy implications based on the research findings to improve credit quality in Tra Vinh City.

**Keywords:** decisions about unsecured loans, financial companies, Tra Vinh City.

## I. GIỚI THIỆU

Tín dụng là các quan hệ kinh tế gắn liền với quá trình tạo lập và sử dụng quỹ tín dụng nhằm mục đích thỏa mãn nhu cầu vốn tạm thời cho quá trình tái sản xuất và đời sống theo nguyên tắc hoàn trả. Hoạt động tín dụng giúp đảm bảo nhu cầu về vốn cho nhu cầu sản xuất kinh doanh và nhu cầu tiêu dùng cho các cá nhân trong nền kinh tế; thúc đẩy quá trình tập trung vốn và tập trung sản xuất. Ngoài ra, tín dụng còn là công cụ tài trợ cho các ngành kinh tế kém phát triển và ngành mũi nhọn, góp phần tác động đến việc tăng cường chế độ hạch toán kinh tế của các doanh nghiệp [1]. Một khó khăn cho khách hàng cũng như tổ chức tín dụng là tài sản bảo đảm. Không phải đối tượng vay vốn nào cũng có tài sản bảo đảm hoặc có đủ tài sản bảo đảm. Đặc biệt là khách hàng có thu nhập thấp hoặc trung bình thì việc vay tiêu dùng cần tài sản bảo đảm là một điều khó khăn. Bên cạnh đó, nhu cầu về nguồn vốn luôn hiện diện và cấp bách. Xuất phát từ những nguyên nhân trên, một loại hình cho vay được gọi là vay tín chấp phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là tại các công ty tài chính (CTTC). Nhờ thủ tục vay đơn giản, quy trình xét duyệt hồ sơ nhanh, việc giải ngân được thực hiện dễ dàng, số

<sup>1,2,3</sup>Trường Đại học Trà Vinh

Ngày nhận bài: 17/8/2022; Ngày nhận bài chỉnh sửa: 11/9/2022; Ngày chấp nhận đăng: 12/9/2022

\*Tác giả liên hệ: [anhanhtv3@gmail.com](mailto:anhanhtv3@gmail.com)

<sup>1,2,3</sup>Tra Vinh University

Received date: 17<sup>th</sup> August 2022; Revised date: 11<sup>th</sup> September 2022; Accepted date: 12<sup>th</sup> September 2022

\*Corresponding author: [anhanhtv3@gmail.com](mailto:anhanhtv3@gmail.com)

tiền vay được khá cao mà các CTTC trở thành lựa chọn hàng đầu của các khách hàng có thu nhập thấp hoặc trung bình. Tồn tại song song với ưu điểm, nhược điểm của vay tín chấp tại các CTTC là lãi suất khá cao.

Hiện nay, địa bàn thành phố Trà Vinh đang có bốn CTTC là SHB FINANCE, FE CREDIT, Mcredit và Mirae Asset có thể đáp ứng nhu cầu vay của khách hàng. Bài nghiên cứu tập trung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng, qua đó đề ra các hàm ý chính sách nhằm nâng cao và cải thiện chất lượng tín dụng trên địa bàn thành phố Trà Vinh. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố: chuẩn chủ quan, tình hình tài chính, chính sách cho vay, chất lượng dịch vụ, hành vi tiêu dùng có ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh.

## II. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Vấn đề vay vốn của khách hàng đã được nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước thực hiện. Nguyen Hong Ha [2] tìm hiểu việc tiếp cận tín dụng của khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại ở Trà Vinh. Thông qua phương pháp hồi quy nhị phân, tác giả đã phát hiện rằng nghề nghiệp, trình độ, tài sản đảm bảo, thu nhập, tài liệu, phương án vay vốn kinh doanh và kinh nghiệm có ảnh hưởng quan trọng đến việc tiếp cận tín dụng của khách hàng. Trong một nghiên cứu khác về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn tín dụng từ các ngân hàng thương mại trên địa bàn tỉnh Trà Vinh, Nguyen Hong Ha and Trinh To Lien [3] chỉ ra thương hiệu ngân hàng, lãi suất, thái độ phục vụ và thủ tục vay là các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng. Phan Thị Út Châu và cộng sự [4] khảo sát 241 khách hàng cá nhân đã và đang vay vốn tại BIDV Hậu Giang. Kết quả hồi quy tuyến tính đa biến cho thấy có 5 nhân tố trọng yếu ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại BIDV Hậu Giang, được sắp xếp theo thứ tự giảm dần gồm: (1) chất lượng dịch vụ, (2) lãi suất, chi phí vay vốn, (3) thương hiệu ngân hàng, (4) thủ tục vay vốn, (5) sự thuận tiện. Lương Trung Ngãi và Phạm Văn Tài [5] cho rằng thương hiệu, thủ tục vay vốn, lãi suất vay, nhân

viên phục vụ tại ngân hàng có mối quan hệ đáng kể, ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay vốn của khách hàng. Trong một nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, Nguyễn Thế Doanh [6] chỉ ra 5 nhân tố tác động đến quyết định của khách hàng là chất lượng dịch vụ, hình ảnh ngân hàng, lãi suất, chính sách tín dụng và chính sách truyền thông tiếp thị khuyến mãi. Trong nghiên cứu của Trần Ái Kết và Thái Thanh Thoảng [7] về các yếu tố ảnh hưởng đến tiếp cận tín dụng tiêu dùng, kết quả phân tích cho thấy trình độ học vấn của chủ hộ, có thể chấp chứng nhận quyền sử dụng đất, diện tích đất thuộc quyền sử dụng và thu nhập của hộ gia đình là những yếu tố tác động đến khả năng tiếp cận tín dụng tiêu dùng ở ngân hàng thương mại của hộ gia đình.

Đối với những nghiên cứu ngoài nước, Naji Fatah [8] cho rằng có mối quan hệ tích cực giữa chất lượng dịch vụ, chính sách cho vay của ngân hàng, bảo mật và tình trạng hôn nhân với quyết định vay ngân hàng của khách hàng. Về lựa chọn các khoản vay tín chấp, Ida Bagus Gede Witnyana and Ida Bagus Sudiksa [9] thực hiện khảo sát 100 khách hàng và đưa ra kết luận thái độ và chuẩn chủ quan có tác dụng quan trọng và ảnh hưởng đến ý định của khách hàng trong việc lựa chọn khoản vay tín chấp. Ana Del-Río and Garry Young [10] dựa trên khảo sát về các yếu tố quyết định và phân phối nợ của Ban hội thẩm hộ gia đình Anh đã thực hiện phân tích và cho thấy các yếu tố có ý nghĩa thống kê là thu nhập, triển vọng kinh tế, trình độ, tình trạng công việc, tình trạng nhà ở và lãi suất. E. Pastrapa and C. Apostolopoulos [11] trong nghiên cứu về ước tính các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định đi vay chỉ ra rằng độ tuổi, tình trạng hôn nhân, quyền sở hữu nhà và số lượng thẻ tín dụng ảnh hưởng đến việc vay vốn của các hộ gia đình ở Đông Bắc Hi Lạp. Một nghiên cứu khác về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn tại Hi Lạp, sau khi thực hiện phân tích hồi quy, Christos C. Frangos et al. [12] đã đưa ra kết luận có 4 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định là tình trạng hôn nhân, dịch vụ khách hàng, chính sách cho vay và lãi suất. J. Manrique and K. Ojah [13] đã chỉ ra rằng, đối với quyết định tín dụng, quy mô gia đình, trình độ học vấn, thu nhập thường xuyên

và tạm thời có tác động đến mong muốn và khả năng vay nợ của các hộ gia đình.

Các nghiên cứu được lược khảo đều áp dụng những phương pháp phù hợp với đề tài nghiên cứu, kết quả đáng tin cậy và xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến vay vốn và vay tín chấp. Tuy nhiên, các kết quả nghiên cứu trên chủ yếu tập trung vào những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định và ý định vay vốn của khách hàng tại các ngân hàng thương mại. Do vậy, để góp phần tìm hiểu tác động của các yếu tố đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC, trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sẽ kế thừa các yếu tố đã được xác định trong các nghiên cứu trước và vận dụng nghiên cứu tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh.

### III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

#### A. Phương pháp thu thập dữ liệu

Số liệu được sử dụng trong mô hình nghiên cứu là số liệu sơ cấp được thu thập từ một cuộc điều tra bằng bảng hỏi. Đối tượng khảo sát gồm các nhà nghiên cứu là giảng viên trường đại học và một số khách hàng tại thành phố Trà Vinh. Sau đó, nghiên cứu tiến hành khảo sát chính thức những khách hàng có nhu cầu vay vốn trên địa bàn thành phố Trà Vinh với 9 phường và xã Long Đức. Thời gian thực hiện khảo sát thực tế từ tháng 8/2022 đến tháng 9/2022.

#### B. Cỡ mẫu

Theo Tabachnick and Fidell (trích trong Nguyễn Đình Thọ [14]), đối với kích thước mẫu tối thiểu cho phân tích hồi quy, quy mô mẫu có thể được xác định theo công thức:  $n \geq 50 + 8p$ , với  $p$  là số biến độc lập của mô hình. Trong nghiên cứu này, số lượng biến độc lập là 7 biến nên kích thước mẫu nghiên cứu chính thức  $n \geq 50 + 8 \times 7 = 106$ .

Theo Hair et al. [15], kích thước mẫu tối thiểu gấp 5 lần tổng biến quan sát ( $n \geq 5m$ , với  $m$  là số biến quan sát trong mô hình). Trong nghiên cứu này, tổng biến quan sát là 32, vậy  $n \geq 5 \times 32 = 160$ .

Tổng hợp cả hai yêu cầu trên, để phù hợp khi chạy phân tích EFA và hồi quy, kích thước mẫu được yêu cầu tối thiểu là 160 quan sát. Để dự phòng rủi ro phiếu khảo sát bị lỗi, nghiên cứu

thực hiện với cỡ mẫu là 224 quan sát (gấp 1,4 lần kích thước mẫu tối thiểu). Số liệu  $224 > 160$  là đủ điều kiện để tiến hành nghiên cứu.

#### C. Phương pháp chọn mẫu

Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng để thu thập số liệu sơ cấp. Ưu điểm của phương pháp này là thuận lợi cho việc lựa chọn đáp viên, tiết kiệm thời gian, công sức và chi phí. Tuy nhiên, nhược điểm của phương pháp này là tính đại diện chưa cao, phụ thuộc nhiều vào cảm tính người phỏng vấn. Trong nghiên cứu này, tác giả tiến hành khảo sát các đối tượng là khách hàng có nhu cầu vay vốn trên địa bàn thành phố Trà Vinh. Phỏng vấn viên sẽ tiếp cận các đáp viên trên địa bàn thành phố Trà Vinh và phỏng vấn trực tiếp họ. Phần câu hỏi sàng lọc trong phiếu khảo sát sẽ giúp tác giả lựa chọn được những đối tượng là khách hàng có nhu cầu vay vốn.

#### D. Dữ liệu nghiên cứu chính thức

Tổng số khách hàng có nhu cầu vay vốn trên địa bàn thành phố Trà Vinh tham gia khảo sát là 224 khách hàng, được phân bố như Bảng 1.

Bảng 1: Phân bố mẫu khảo sát theo quyết định vay

Quyết định vay tín chấp	Số quan sát	Tỉ trọng (%)
Quyết định không vay tín chấp tại các CTTC	112	50%
Quyết định vay tín chấp tại các CTTC	112	50%
<b>Tổng</b>	<b>224</b>	<b>100%</b>

#### E. Phương pháp phân tích dữ liệu

Phương pháp thống kê trong mô hình nghiên cứu này sử dụng mức ý nghĩa alpha là 0,05 ( $\alpha = 0,05$ ). Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng Cronbach's Alpha. Nghiên cứu sử dụng tiêu chuẩn Cronbach's Alpha từ 0,6 đến 0,9 và các biến quan sát hệ số tương quan biến tổng (Corrected item-total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại.

Phân tích yếu tố EFA được thực hiện để xem xét sự tác động của các yếu tố đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh. Những biến không

đảm bảo độ tin cậy sẽ bị loại khỏi thang đo. Các tham số thống kê trong phân tích EFA như sau:

Đánh giá chỉ số Kaiser – Mayer – Olkin (KMO) để xem xét sự thích hợp của phân tích yếu tố khám phá EFA, chỉ số KMO phải lớn hơn 0,5 [14].

Kiểm định Bartlett dùng để xem xét giả thuyết các biến không có tương quan trong tổng thể. Kiểm định Bartlett phải có ý nghĩa thống kê ( $Sig \leq 0,05$ ) thì các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể [14].

Các trọng số yếu tố (Factor Loading) nhỏ hơn 0,5 trong EFA sẽ tiếp tục bị loại để đảm bảo giá trị hội tụ giữa các biến. Phương pháp trích yếu tố sử dụng là Principal Components và điểm dừng khi trích các yếu tố Eigenvalue lớn hơn 1, tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50% [14].

Phân tích hồi quy Binary Logistic sử dụng biến phụ thuộc dạng nhị phân để ước lượng xác suất một sự kiện sẽ xảy ra với những thông tin của biến độc lập mà ta có được [15].

Mô hình hồi quy Binary Logistic sử dụng trong nghiên cứu:

$$\log \frac{P(Y=1)}{P(Y=0)} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7$$

Trong đó:

Y: Quyết định vay tín chấp tại các CTTC, nhận hai giá trị (0: Quyết định không vay tín chấp tại các CTTC; 1: Quyết định vay tín chấp tại các CTTC)

$X_1$ : Chuẩn chủ quan [9]

$X_2$ : Tình hình tài chính [2, 7, 10, 13]

$X_3$ : Chính sách cho vay [3–6, 8, 12]

$X_4$ : Chất lượng dịch vụ [3–6, 8, 9, 12]

$X_5$ : Tài sản đảm bảo [2, 7]

$X_6$ : Hành vi tiêu dùng

$X_7$ : Sự phiền hà

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7$ : Hệ số ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc Y.

Các biến kiểm soát:

Giới tính (GT)

Dân tộc (DT)

Tuổi (T)

Thu nhập (TN)

Tình trạng hôn nhân (TTHN)

Trình độ (TD)

Nghề nghiệp (NN)

Các biến giả Dummy được xây dựng như sau:

GT = 0 nếu là nam, GT = 1 nếu là nữ

DT = 0 nếu là dân tộc Kinh, DT = 1 nếu là dân tộc Chăm, DT = 2 nếu là dân tộc Hoa, DT = 3 nếu là dân tộc Khmer, DT = 4 nếu thuộc các dân tộc khác các dân tộc trên.

T = 0 nếu từ 18 đến dưới 25 tuổi, T = 1 nếu từ 25 đến dưới 30 tuổi, T = 2 nếu từ 30 đến dưới 40 tuổi, T = 3 nếu từ 40 tuổi trở lên.

TN = 0 nếu dưới 5 triệu/tháng, TN = 1 nếu từ 5 đến dưới 10 triệu/tháng, TN = 2 nếu từ 10 đến dưới 20 triệu/tháng, TN = 3 nếu từ 20 đến dưới 50 triệu/tháng.

TTHN = 0 nếu độc thân, GT = 1 nếu đã kết hôn.

TD = 0 nếu trình độ dưới trung cấp, TD = 1 nếu trình độ trung cấp, TD = 2 nếu trình độ cao đẳng, đại học, TD = 3 nếu trình độ sau đại học.

NN = 0 nếu là nông dân, NN = 1 nếu là công nhân, NN = 2 nếu là công chức, viên chức, NN = 3 nếu làm các nghề khác.

#### F. Các kiểm định

Trong phương pháp này, tác giả tiến hành kiểm định các trị số sau:

- Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình (Kiểm định Omnibus): Kết quả kiểm định này cho thấy mối tương quan và các biến độc lập trong mô hình có ý nghĩa thống kê khi  $Sig. < 0,05$ .

- Kiểm định mức độ giải thích của mô hình: Được giải thích bởi trị số R2 Nagelkerke thể hiện phần trăm sự thay đổi của biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập trong mô hình, còn lại là do các yếu tố khác.

- Kiểm định mức độ dự báo chính xác của mô hình: Kiểm định này sẽ cho thấy mức độ dự báo đúng của toàn bộ mô hình.

- Kiểm định Wald: Xác định được các biến số có ý nghĩa thống kê trong mô hình. Các biến độc lập trong mô hình hồi quy Binary Logistic có mối tương quan với biến phụ thuộc khi giá trị mức ý nghĩa  $Sig. < 0,05$ .

- Phân tích phương sai (ANOVA): Trong trường hợp biến phân loại có từ ba nhóm trở lên, ta tiến hành phân tích phương sai một yếu tố (One – Way ANOVA), với giả thuyết  $H_0$  là không có sự khác biệt giữa các nhóm, nếu kết quả kiểm định có mức ý nghĩa quan sát nhỏ hơn 0,05 ta bác bỏ giả thuyết  $H_0$ . Kết quả của việc bác bỏ

hay chấp nhận  $H_0$  sẽ ảnh hưởng đến việc lựa chọn tiếp tục kiểm định nhằm tìm xem sự khác biệt giữa các nhóm.

#### IV. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

##### A. Kết quả nghiên cứu

Bảng 2 cho thấy, trong số 224 khách hàng được khảo sát, khách hàng nam là 90, chiếm 40,2%, khách hàng nữ là 134, chiếm 59,8%. Xét về cơ cấu độ tuổi, các khách hàng có độ tuổi từ 18 – 25 tuổi chiếm tỉ lệ cao nhất 50% với 112 khách hàng, tiếp đến là các khách hàng từ 25 – 30 tuổi chiếm 28,6%, các khách hàng có độ tuổi từ 30 – 40 tuổi chiếm 15,6% và còn lại 5,8% là các khách hàng có độ tuổi trên 40. Ngoài ra, tỉ lệ khách hàng còn độc thân có nhu cầu vay chiếm đa số so với các khách hàng đã lập gia đình, tương ứng với tỉ lệ 54%. Về thống kê thu nhập bình quân trên tháng, 41,5% khách hàng được khảo sát có thu nhập từ 5 – 10 triệu đồng, 10 – 15 triệu đồng chiếm 17,4%, khách hàng có thu nhập từ 20 – 50 triệu đồng chiếm khoảng 1,3% và còn lại khách hàng có thu nhập dưới 5 triệu đồng chiếm 39,7%. Về trình độ học vấn, các khách hàng trình độ đại học chiếm tỉ lệ cao nhất là 55,8%. Về nghề nghiệp, khách hàng là công nhân chiếm tỉ lệ cao với 33,5%, tiếp đến là nông dân với 18,8%, công chức và viên chức chiếm tỉ lệ 18,3%, còn lại 29,5% là ngành nghề khác như Bảng 2.

Sau khi đã thực hiện đánh giá độ tin cậy của thang đo với hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA), nghiên cứu tiếp tục thực hiện phân tích hồi quy Binary Logistic. Giá trị của các biến độc lập được tính bằng giá trị trung bình của các biến quan sát thuộc yếu tố đó. Với phương pháp này, biến phụ thuộc  $Y$  sẽ nhận giá trị 0 khi quyết định không vay tín chấp tại các CTTC và giá trị 1 khi quyết định vay tín chấp tại các CTTC.

Bảng 3 cho thấy, mức ý nghĩa của  $X_5$  – Tài sản đảm bảo = 0,929 > 0,05 và mức ý nghĩa của  $X_7$  – Sự phiền hà = 0,958 > 0,05. Như vậy, không có cơ sở bác bỏ  $H_0 = \beta_5 = 0$  và  $H_0 = \beta_7 = 0$ . Do đó, có thể kết luận hai biến 'Tài sản đảm bảo' và 'Sự phiền hà' không có ý nghĩa về mặt thống kê. Tuy nhiên, trên thực tế, cả hai biến này đều có ý nghĩa và ảnh hưởng đến quyết định vay tín

chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh.

Các biến còn lại là  $X_1$  – Chuẩn chủ quan,  $X_2$  – Tình hình tài chính,  $X_3$  – Chính sách cho vay,  $X_4$  – Chất lượng dịch vụ và  $X_6$  – Hành vi tiêu dùng có các mức ý nghĩa lần lượt như sau: 0,000; 0,000; 0,003; 0,008; 0,001. Giá trị Sig. của các giá trị trên đều nhỏ hơn 0,05 nên mỗi liên hệ giữa biến phụ thuộc và 5 biến độc lập trên có ý nghĩa về mặt thống kê và được sử dụng tốt trong mô hình.

Từ kết quả trên, ta có phương trình hồi quy Binary Logistic như sau:

$$\log \frac{P(Y=1)}{P(Y=0)} = -24,966 + 1,929 \times \text{Chuẩn chủ quan} + 1,553 \times \text{Tình hình tài chính} + 1,019 \times \text{Chính sách cho vay} + 0,914 \times \text{Chất lượng dịch vụ} + 1,347 \times \text{Hành vi tiêu dùng}.$$

##### B. Thảo luận

Giả định mức độ cảm nhận của khách hàng có nhu cầu vay vốn về 'Chuẩn chủ quan' tăng lên 1 đơn vị đối với các điều kiện khác không đổi, thì Log của tỉ lệ xác suất 'Quyết định vay tiêu dùng tín chấp của khách hàng tại các CTTC' sẽ tăng lên 1,929 lần. Ta có cách giải thích khác như sau:

Đặt  $P_0$ : Xác suất ban đầu = 10%;  $P_1$ : Xác suất thay đổi.  $P_1$  được tính theo công thức sau:

$$P_1 = \frac{P_0 \times e^{\beta}}{1 - P_0(1 - e^{\beta})} = \frac{0,1 \times 6,880}{1 - 0,1(1 - 6,880)} = 0,4332 = 43,32\%$$

Nếu xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh là 10%, khi các yếu tố khác không đổi, nếu cảm nhận về 'Chuẩn chủ quan' tăng 1 điểm thì xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh sẽ là 43,32% (tăng 33,32% so với xác suất ban đầu là 10%). 'Chuẩn chủ quan' bao gồm ý kiến của gia đình, người thân, bạn bè, ... Khi việc vay tín chấp ở các CTTC nhận được sự ủng hộ và khuyến khích từ các đối tượng trên có nghĩa là uy tín của các CTTC được tăng thêm đối với khách hàng. Do đó, khi có nhu cầu, khách hàng sẽ cân nhắc lựa chọn vay tín chấp tại các CTTC. Chính vì thế, 'Chuẩn chủ quan' có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay tín chấp của khách hàng. Kết quả này đồng nhất với nghiên cứu của Ida Bagus Gede Witnyana, Ida Bagus Sudiksa [9].

Các yếu tố còn lại gồm 'Tình hình tài chính', 'Chính sách cho vay', 'Chất lượng dịch vụ' và

Bảng 2: Thông tin đối tượng khảo sát

	Thông tin khách hàng	Số quan sát	Tỉ trọng (%)
Giới tính	Nam	90	40,2
	Nữ	134	59,8
Dân tộc	Kinh	96	42,9
	Hoa	63	28,1
	Khmer	65	29,0
Độ tuổi	Từ 18 đến dưới 25 tuổi	112	50,0
	Từ 25 đến dưới 30 tuổi	64	28,6
	Từ 30 đến dưới 40 tuổi	35	15,6
	Từ 40 tuổi trở lên	13	5,8
Thu nhập	Dưới 5 triệu/tháng	89	39,7
	Từ 5 đến dưới 10 triệu/tháng	93	41,5
	Từ 10 đến dưới 20 triệu/tháng	39	17,4
	Từ 20 đến dưới 50 triệu/tháng	3	1,3
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	121	54
	Đã kết hôn	103	46
Trình độ	Dưới trung cấp	16	7,1
	Trung cấp	27	12,1
	Cao đẳng, đại học	125	55,8
	Sau đại học	56	25,0
Nghề nghiệp	Nông dân	42	18,8
	Công nhân	75	33,5
	Công chức, viên chức	41	18,3
	Khác	66	29,5

Bảng 3: Kết quả hồi quy Binary Logistic

	Các biến trong phương trình					
	Hệ số B	Hệ số S.E.	Hệ số Wald	Bậc	Mức ý nghĩa	Exp(B)
X1TB = X1	1,929	0,421	20,994	1	0,000	6,880
X2TB = X2	1,553	0,415	13,996	1	0,000	4,724
X3TB = X3	1,019	0,343	8,803	1	0,003	2,770
X4TB = X4	0,914	0,346	6,963	1	0,008	2,495
X5TB = X5	0,035	0,395	0,008	1	0,929	1,036
X6TB = X6	1,347	0,404	11,116	1	0,001	3,846
X7TB = X7	-0,015	0,290	0,003	1	0,958	0,985
<b>Hằng số</b>	<b>-24,966</b>	<b>3,806</b>	<b>43,036</b>	<b>1</b>	<b>0,000</b>	<b>0,000</b>

Bảng 4: Hệ số KMO và giá trị Bartlett's Test

<b>Hệ số KMO</b>		<b>0,858</b>
<b>Kiểm định Bartlett</b>	Kiểm định Chi – Bình phương	4948,336
	Df	496
	Mức ý nghĩa	0,000

‘Hành vi tiêu dùng’ lần lượt có kết quả tương tự sau khi thay thế vào công thức trên là: 34,42%; 23,53%; 21,71%; 29,94%.

Nếu xác suất quyết định vay tín chấp của khách

hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh là 10%, khi các yếu tố khác không đổi, nếu cảm nhận về ‘Tình hình tài chính’ tăng 1 điểm thì xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh sẽ là 34,42% (tăng 24,42% so với xác suất ban đầu là 10%). Năng lực tài chính của khách hàng sẽ ảnh hưởng đến việc lựa chọn vay tín chấp hay vay có tài sản bảo đảm. Do đó, khi sức khỏe tài chính trở nên yếu đi, khách hàng sẽ cân nhắc lựa chọn phương án vay tín chấp tại các CTTC. Do vậy,

yếu tố ‘Tình hình tài chính’ có ảnh hưởng tích cực đến quyết định vay tín chấp của khách hàng. Kết quả này đồng nhất với nghiên cứu của J. Manrique, K. Ojah [13], Ana Del-Río and Garry Young [10], Nguyen Hong Ha [2], Trần Ái Kết và Thái Thanh Thoảng [7].

Chính sách cho vay góp phần tạo nên nét đặc biệt giữa các CTTC và các ngân hàng thương mại. Các CTTC thường có các chính sách cho vay đặc trưng như: chi phí đăng kí vay hợp lí, lãi suất vay linh hoạt, khách hàng có thể tiếp tục vay dù đang có khoản vay chưa trả xong. Đây cũng là một trong những yếu tố thu hút khách hàng cân nhắc khi đưa ra quyết định vay vốn. Nếu xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh là 10%, khi các yếu tố khác không đổi, nếu cảm nhận về ‘Chính sách cho vay’ tăng 1 điểm thì xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh sẽ là 23,53% (tăng 13,53% so với xác suất ban đầu là 10%). Kết quả này đồng nhất với nghiên cứu của Nguyen Hong Ha and Trinh To Lien [3], Nguyễn Thế Doanh [6], Phan Thị Út Châu và cộng sự [4], Lương Trung Ngãi và Phạm Văn Tài [5], Naji Fatah [8], Christos C. Frangos et al. [12].

Chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng để khách hàng gắn bó lâu dài. Khi chất lượng dịch vụ càng cao, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng và cân nhắc lựa chọn. Các tiêu chí tiêu biểu của chất lượng dịch vụ được đưa ra như: thủ tục đơn giản, hồ sơ xử lí nhanh chóng, tốc độ giải ngân nhanh, ... Nếu xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh là 10%, khi các yếu tố khác không đổi, nếu cảm nhận về ‘Chất lượng dịch vụ’ tăng 1 điểm thì xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh sẽ là 21,71% (tăng 11,71% so với xác suất ban đầu là 10%). Kết quả này đồng nhất với nghiên cứu của Nguyen Hong Ha and Trinh To Lien [3], Nguyễn Thế Doanh [6], Phan Thị Út Châu và cộng sự [4], Lương Trung Ngãi và Phạm Văn Tài [5], Christos C. Frangos et al. [12], Ida Bagus Gede Witnyana and Ida Bagus Sudiksa [9], Naji Fatah [8].

Nếu xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà

Vinh là 10%, khi các yếu tố khác không đổi, nếu cảm nhận về ‘Hành vi tiêu dùng’ tăng 1 điểm thì xác suất quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh sẽ là 29,94% (tăng 19,94% so với xác suất ban đầu là 10%). Hành vi tiêu dùng ảnh hưởng trực tiếp đến nhu cầu vay vốn của khách hàng. Do đó, khi đưa ra quyết định vay vốn, khách hàng sẽ cân nhắc dựa trên tình hình thu chi và thói quen tiêu dùng của cá nhân. Kết quả này giống với ý kiến của chuyên gia.

Bên cạnh đó, hai yếu tố ‘Tài sản đảm bảo’ và ‘Sự phiền hà’ không có ý nghĩa về mặt thống kê do giá trị Sig. lần lượt là 0,929 > 0,05 và 0,958 > 0,05. Điều này có nghĩa, về phương diện lí thuyết, hai biến trên không có tác động đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh. Tuy nhiên, trong thực tế, ‘Tài sản đảm bảo’ và ‘Sự phiền hà’ có thể có những tác động nhất định đến quyết định vay tín chấp tại các CTTC của khách hàng. Tài sản đảm bảo là điều kiện để khách hàng đưa ra lựa chọn vay thế chấp hay vay tín chấp. Các khách hàng có nhu cầu vay, khi có đủ tài sản đảm bảo, sẽ có xu hướng lựa chọn phương án vay thế chấp tại các ngân hàng thương mại. Khi đó, nếu không có tài sản đảm bảo, xu hướng đưa ra quyết định vay vốn tại các CTTC của các khách hàng có nhu cầu sẽ tăng. Sự phiền hà trong khâu thu hồi nợ gây ảnh hưởng tiêu cực đến lựa chọn của khách hàng. Các CTTC thường có cách giới thiệu các gói vay và thu hồi nợ thái quá, làm phiền đến cuộc sống cá nhân của khách hàng. Khi đó, nếu từng bị làm phiền trong quá khứ, xu hướng đưa ra quyết định vay tín chấp tại các CTTC của khách hàng có nhu cầu vay vốn sẽ giảm. Kết quả biến ‘Tài sản đảm bảo’ khác biệt với các nghiên cứu của Nguyen Hong Ha [2], Trần Ái Kết, Thái Thanh Thoảng [7] và kết quả biến ‘Sự phiền hà’ khác với ý kiến của chuyên gia.

## V. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Qua kết quả tổng hợp và lược khảo tài liệu, nghiên cứu ban đầu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh là: chuẩn chủ quan, tình hình tài chính, chính sách cho vay, chất lượng dịch vụ, tài sản



đảm bảo, hành vi tiêu dùng, sự phiến hà. Sau khi phân tích nhân tố khám phá (EFA), các biến quan sát ở bước kiểm định độ tin cậy phân hóa thành 7 nhóm như ban đầu. Từ phân tích hồi quy Binary Logistic, nghiên cứu xác định 5 trong 7 yếu tố có tác động đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh: Chuẩn chủ quan, tình hình tài chính, chính sách cho vay, chất lượng dịch vụ, hành vi tiêu dùng.

Kết quả nghiên cứu đã góp phần xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh. Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn có những hạn chế sau: phạm vi nghiên cứu về không gian chưa rộng, phương pháp chọn mẫu thuận tiện có tính đại diện chưa cao, chưa khảo sát đầy đủ các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín chấp của khách hàng tại các CTTC trên địa bàn thành phố Trà Vinh.

Dựa trên các yếu tố ảnh hưởng được tìm thấy, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý liên quan như sau:

Thứ nhất, hoàn thiện tổ chức phân tích để nắm bắt được các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay của khách hàng trên địa bàn.

Thứ hai, hoàn thiện các công cụ và kỹ thuật phân tích để vận dụng hiệu quả hơn trong đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định vay của khách hàng. Vận dụng công cụ SWOT để phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức của các tổ chức tín dụng nói chung và CTTC nói riêng.

Thứ ba, mở rộng địa bàn đầu tư. Hiện nay, địa bàn thành phố Trà Vinh chỉ có bốn CTTC là SHB FINANCE, FE CREDIT, Mcredit và Mirae Asset, đây là một con số khá ít. Do vậy, việc xây dựng và mở rộng mạng lưới kinh doanh để thu hút khách hàng rất cần thiết.

Thứ tư, thực hiện các phương thức giới thiệu sản phẩm vay mới, hạn chế phương thức giới thiệu thông qua việc nhắn tin SMS hay gọi điện thoại trực tiếp tư vấn.

Thứ năm, thực hiện các biện pháp thu hồi nợ hợp lý, tránh các biện pháp quá khích.

#### Lời cảm ơn

Tác giả chân thành cảm ơn Trường Đại học Trà Vinh đã tài trợ hoàn toàn cho nghiên cứu này theo Hợp đồng tài trợ số 199/2022/HĐ.HĐKH &

ĐT-DHTV.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Học viện Tài chính. *Vai trò của tín dụng trong nền kinh tế thị trường*. 2018. Truy cập từ: <https://hocvientaichinh.com.vn/vai-tro-cua-tin-dung-trong-nen-kinh-te-thi-truong.html> [Ngày truy cập: 19/06/2022].
- [2] Nguyen Hong Ha. Individual customers' access to credits at commercial banks in Viet Nam: The case of Tra Vinh Province. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 2020; 7(9): 371–376.
- [3] Nguyen Hong Ha, Trinh To Lien. Factors influencing family business decision for borrowing credit from commercial banks: Evidence in Tra Vinh Province, Viet Nam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. 2019; 6(2); 119–122.
- [4] Phan Thị Út Châu, Trần Kiều Nga, Nguyễn Đức Thanh, Nguyễn Huỳnh Thanh và Nguyễn Năng Phúc. Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển – chi nhánh Hậu Giang. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*. 2020; 10: 83–98.
- [5] Lương Trung Ngãi, Phạm Văn Tài. Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại BIDV Trà Vinh. *Tạp chí Tài chính*. 2019. Truy cập từ: <https://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/cac-nhan-to-anh-huong-den-quyet-dinh-vay-von-cua-khach-hang-ca-nhan-tai-bidv-tra-vinh-302726.html#:~:text=K%E1%BA%BFt%20qu%E1%BA%A3%20ng%E1%BB%A9u%20cho%20th%E1%BA%A5y%2C%20c%20c%20B3%206%20nh%20c%20A2n%20t%E1%BB%91,vi%20c%20c%20c%20B3%20t%20c%20A1c%20c%20C4%2091%20BB%99ng%20C4%2091%20E1%BA%BFn>
- [6] Nguyễn Thế Danh. *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân đối với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Thịnh Vượng* [Luận văn thạc sĩ]. Trường Đại học Kinh tế; 2017.
- [7] Trần Ái Kết, Thái Thanh Thảo. Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới tiếp cận tín dụng tiêu dùng ở ngân hàng thương mại của hộ gia đình trên địa bàn thành phố Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*. 2013;28: 26–32.
- [8] Fatah N. A. J. I. *Factors affecting customers' decision for taking out bank loans: A case of Sulaymaniyah city commercial banks* [Master thesis]. Near East University; 2018.
- [9] Witnyana I. B. G., Sudiksa I. B. Pengaruh Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Nasabah Dalam Memilih Kredit Tanpa Agunan Pada Bank Permata Cabang Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*. 2014;3(5): 1285–1299.
- [10] Del-Río A., Young G. The determinants of unsecured borrowing: evidence from the British Household Panel Survey. *Bank of England Working*. 2005;263. Truy cập từ: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.824164>.



- [11] Pastrapa E., Apostolopoulos C. Estimating determinants of borrowing: Evidence from Greece. *Journal of Family and Economic Issues*. 2014;36(2): 210–223.
- [12] Frangos C. C, Fragkos K. C, Sotiropoulos I, Manolopoulos G, Valvi A. C. Factors affecting customers' decision for taking out bank loans: A case of Greek customers. *Journal of Marketing Research & Case Studies*. 2020; 2012(2012): 1–16.
- [13] Manrique J, Ojah K. Credits and non-interest rate determinants of loan demand: a Spanish case study. *Applied Economics*. 2004;36(8): 781–791.
- [14] Nguyễn Đình Thọ. *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Tài chính; 2013.
- [15] Greene W.H. *Econometric Analysis*. 5<sup>th</sup> ed. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice; 2003.

