

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH – MARKETING



DƯƠNG THỊ TƯỜNG VY

**PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN
ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG CHO VAY TẠI
NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG
VIỆT NAM - CHI NHÁNH HẬU GIANG**

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC

Ngành: Kinh doanh quốc tế

Mã số ngành: 7340120

Tháng 5 năm 2025

TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH – MARKETING

DƯƠNG THỊ TƯỜNG VY
MSSV: 211048

**PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN
ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG CHO VAY TẠI
NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG
VIỆT NAM - CHI NHÁNH HẬU GIANG**

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
Ngành: Kinh doanh quốc tế
Mã số ngành: 7340120

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN
Thạc sĩ: ĐỖ THỊ XUÂN NGỌC

Tháng 5 năm 2025

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Khóa luận tốt nghiệp đại học, do sinh viên Dương Thị Tường Vy thực hiện dưới sự hướng dẫn của cô Đỗ Thị Xuân Ngọc. Khóa luận đã báo cáo và được Hội đồng chấm khóa luận thông qua ngày

Ủy viên

Thư ký

(Ký tên)

(Ký tên)

GHI CHÚC DANH, HỌ, TÊN

GHI CHÚC DANH, HỌ, TÊN

Phản biện 1

Phản biện 2

(Ký tên)

(Ký tên)

GHI CHÚC DANH, HỌ, TÊN

GHI CHÚC DANH, HỌ, TÊN

Cán bộ hướng dẫn

Chủ tịch Hội đồng

(Ký tên)

(Ký tên)

GHI CHÚC DANH, HỌ, TÊN

GHI CHÚC DANH, HỌ, TÊN

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Cần Thơ, ngày tháng năm 2025

Giảng viên hướng dẫn

Ths Đỗ Thị Xuân Ngọc

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài luận văn này, trước tiên em xin chân thành cảm ơn đến quý thầy cô khoa Quản trị kinh doanh – Marketing trường Đại Học Nam Cần Thơ đã tận tình giảng dạy, truyền đạt cho em những kiến thức chuyên sâu về chuyên ngành rất bổ ích trong suốt thời gian học tập để em có được nền tảng kiến thức hỗ trợ rất lớn trong quá trình làm bài báo cáo thực tập. Trước những công lao to lớn đó em xin chân thành cảm ơn.

Đặc biệt em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến cô Đỗ Thị Xuân Ngọc, đã tận tâm hướng dẫn em thực hiện bài luận văn này, thông qua việc chia sẻ cho em các tài liệu nghiên cứu hữu ích, cũng như kinh nghiệm nghiên cứu khoa học để em hoàn thành bài báo cáo thực tập của mình.

Em xin chân thành cảm ơn quý Ban Giám Đốc cùng các cô, chú, anh, chị ở Phòng Bán lẻ, Phòng Tổ chức tổng hợp và các phòng ban khác tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Hậu Giang, đã tạo điều kiện thuận lợi và tận tình giúp đỡ em trong suốt thời gian thực tập tại Ngân hàng.

Em cũng không quên gửi lời cảm ơn đến gia đình và bạn bè vì đã luôn hỗ trợ em và khuyến khích liên tục trong suốt những năm học tập và qua quá trình thực tập và viết luận văn này.

Mặc dù cố gắng, song do hạn chế về kiến thức và cùng những nguyên nhân khách quan nên bài luận văn tốt nghiệp này khó tránh khỏi những sai sót. Vì vậy, kính mong được sự đóng góp ý kiến quý báu của quý thầy cô và quý Ngân hàng để luận văn này hoàn thiện và có ý nghĩa thực tế hơn.

Em xin chúc quý thầy cô và quý cô, chú, anh, chị ở Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Hậu Giang dồi dào sức khỏe, hạnh phúc, thành đạt.

Hậu Giang, ngày 09 tháng 05 năm 2025

Người thực hiện

Dương Thị Tường Vy

LỜI CAM KẾT

Tôi xin cam kết rằng luận văn này được thực hiện dựa trên kết quả nghiên cứu của chính tác giả. Toàn bộ nội dung và kết quả nghiên cứu trong luận văn là hoàn toàn trung thực, chưa từng được sử dụng cho bất kỳ hoạt động nghiên cứu hay công trình nào khác ở cùng cấp.

Tác giả chịu hoàn toàn trách nhiệm về tính trung thực và nguyên bản của luận văn này.

Hậu Giang, ngày 09 tháng 05 năm 2025

Người thực hiện

Dương Thị Tường Vy

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG	i
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN.....	ii
LỜI CẢM TẠ	iii
LỜI CAM KẾT.....	iv
MỤC LỤC.....	v
DANH MỤC BIỂU BẢNG.....	viii
DANH SÁCH HÌNH.....	x
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	xi
CHƯƠNG 1 GIỚI THIỆU	1
1.1 ĐẶT VẤN ĐỀ	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU	2
1.2.1 Mục tiêu chung	2
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	2
1.3 CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	2
1.4 PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	2
1.4.1 Đối tượng nghiên cứu.....	2
1.4.2 Phạm vi thời gian	3
1.4.3 Phạm vi không gian.....	3
1.5 CẤU TRÚC BÁO CÁO.....	3
CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	5
2.1 CƠ SỞ LÝ THUYẾT	5
2.1.1 Khái niệm	5
2.1.2 Các mô hình đo lường sự hài lòng.....	9
2.1.3 Tổng quan các nghiên cứu liên quan.....	15
2.1.4 Giả thuyết nghiên cứu và mô hình nghiên cứu đề xuất	27
2.2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	34
2.2.1 Phương pháp thu thập số liệu	34
2.2.2 Phương pháp phân tích số liệu.....	36
2.2.3 Quy trình nghiên cứu.....	37
2.2.4 Xây dựng thang đo	42

CHƯƠNG 3 TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM – CHI NHÁNH HẬU GIANG.....	49
3.1 LỊCH SỬ HÌNH THÀNH CỦA VIETINBANK	49
3.1.1 Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam.....	49
3.1.2 Lịch sử hình thành.....	49
3.1.3 Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi của VietinBank	50
3.1.4 Triết lí hoạt động.....	52
3.1.5 Một số thành tựu đạt được.....	53
3.2 CƠ CẤU TỔ CHỨC VÀ CHỨC NĂNG HOẠT ĐỘNG CỦA VIETINBANK HẬU GIANG	54
3.2.1 Cơ cấu tổ chức	54
3.2.2 Chức năng từng phòng ban.....	55
3.2.3 Các sản phẩm chính	57
3.3 PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI VIETINBANK HẬU GIANG GIAI ĐOẠN 2022 - 2024	58
3.3.1 Tình hình kinh doanh của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Hậu Giang trong thời gian từ năm 2022 đến 2024.....	58
3.3.2 Tình hình hoạt động cho vay KHCN tại VietinBank Hậu Giang giai đoạn 2022 – 2024	62
3.3.3 Phân tích tình hình hoạt động cho vay đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam – Chi nhánh Hậu Giang.....	65
CHƯƠNG 4 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	68
4.1 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH SỐ LIỆU	68
4.1.1 Phân tích những yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với hoạt động cho vay các nhân tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam – Chi nhánh Hậu Giang	68
4.1.2 Kết quả đánh giá của khách hàng về các thang đo	90
4.2 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN ĐỐI VỚI HOẠT ĐỘNG CHO VAY TẠI NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH HẬU GIANG.....	96
4.2.1 Nâng cao Chất lượng chăm sóc khách hàng.....	96
4.2.2 Cải tiến quy trình giải ngân, tăng tốc độ xử lý hồ sơ vay vốn	96
4.2.3 Tăng cường xây dựng và phát triển thương hiệu VietinBank tại địa phương	96
4.2.4 Hoàn thiện chính sách vay linh hoạt, đáp ứng nhu cầu đa dạng	97
4.2.5 Tăng cường yếu tố đồng cảm và sự lắng nghe khách hàng	97

CHƯƠNG 5 KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	99
5.1 KẾT LUẬN.....	99
5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	99
5.2.1 Chất lượng chăm sóc khách hàng	99
5.2.2 Quy trình giải ngân	100
5.2.3 Sự tin cậy	100
5.2.4 Uy tín và thương hiệu.....	100
5.2.5 Chính sách vay	100
5.2.6 Sự đồng cảm	101
5.2.7 Hạn chế của nghiên cứu	101
TÀI LIỆU THAM KHẢO	102
PHỤ LỤC 1 BẢNG CÂU HỎI.....	104
PHỤ LỤC 2 PHÂN TÍCH SPSS	108

DANH MỤC BIỂU BẢNG

	<i>Trang</i>
Bảng 2.1 Tổng hợp một số nghiên cứu có liên quan.....	21
Bảng 2.2 Thang đo Chất lượng chăm sóc khách hàng	43
Bảng 2.3 Thang đo Chính sách vay.....	44
Bảng 2.4 Thang đo Quy trình giải ngân	44
Bảng 2.5 Thang đo Uy tín và thương hiệu	45
Bảng 2.6 Thang đo Sự tin cậy.....	46
Bảng 2.7 Thang đo Sự đồng cảm.....	46
Bảng 2.8 Thang đo Sự hài lòng.....	47
Bảng 3.1 Trụ sở Chi nhánh và các PGD của VietinBank tại Hậu Giang	55
Bảng 3.2 Tình hình hoạt động kinh doanh tại VietinBank Hậu Giang trong giai đoạn 2022 – 2024.....	58
Bảng 3.3 Tình hình cho vay KHCN tại VietinBank Hậu Giang giai đoạn 2022 -2024	62
Bảng 4.1 Kết quả thống kê về giới tính.....	68
Bảng 4.2 Kết quả thống kê về độ tuổi	68
Bảng 4.3 Kết quả Thống kê về nghề nghiệp.....	69
Bảng 4.4 Kết quả Thống kê về thu nhập	69
Bảng 4.5 Kết quả thống kê về mục đích vay	70
Bảng 4.6 Độ tin cậy thang đo của Chất lượng chăm sóc khách hàng.....	70
Bảng 4.7 Độ tin cậy thang đo của Chính sách vay	71
Bảng 4.8 Độ tin cậy thang đo của Quy trình giải ngân	72
Bảng 4.9 Độ tin cậy thang đo của Uy tín và thương hiệu	72
Bảng 4.10 Độ tin cậy thang đo của Sự tin cậy.....	73
Bảng 4.11 Độ tin cậy thang đo của Sự đồng cảm.....	73
Bảng 4.12 Độ tin cậy thang đo của Sự hài lòng của khách hàng	74
Bảng 4.13 Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo các biến độc lập và biến phụ thuộc bằng hệ số Cronbach's Alpha	74
Bảng 4.14 Kết quả kiểm định KMO và Barlett's Test	75
Bảng 4.15 Bảng kết quả phân tích thông số Tổng phương sai trích	75
Bảng 4.16 Bảng Ma trận xoay các biến độc lập	77
Bảng 4.17 Bảng kiểm định KMO và Barlett's	78
Bảng 4.18 Bảng kết quả phân tích thông số Eigenvalues	78

Bảng 4.19 Bảng Ma trận xoay biến phụ thuộc	79
Bảng 4.20 Bảng tạo biến đại diện cho các nhân tố	80
Bảng 4.21 Bảng kết quả phân tích tương quan	81
Bảng 4.22 Phân tích phương sai (ANOVA)	82
Bảng 4.23 Chỉ tiêu đánh giá mức độ phù hợp của mô hình	82
Bảng 4.24 Kết quả phân tích hồi quy	83
Bảng 4.25 Kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng theo Giới tính...	87
Bảng 4.26 Kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng theo Độ tuổi	87
Bảng 4.27 Kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng theo Nghề nghiệp	87
Bảng 4.28 Kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng theo Thu nhập trung bình hàng tháng	88
Bảng 4.29 Kiểm định sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng theo Mục đích vay	88
Bảng 4.30 Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu	89
Bảng 4.31 Đánh giá của khách hàng đối với Chất lượng chăm sóc khách hàng	91
Bảng 4.32 Đánh giá của khách hàng đối với chính sách vay	92
Bảng 4.33 Đánh giá của khách hàng đối với quy trình giải ngân	93
Bảng 4.34 Đánh giá của khách hàng đối với uy tín và thương hiệu	93
Bảng 4.35 Đánh giá của khách hàng đối với sự tin cậy	94
Bảng 4.36 Đánh giá của khách hàng đối với sự đồng cảm	95
Bảng 4.37 Đánh giá của khách hàng đối với sự hài lòng của khách hàng	95

DANH SÁCH HÌNH

	<i>Trang</i>
Hình 2.1 Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của Mỹ	10
Hình 2.2 Mô hình Chỉ số Hài lòng Châu Âu	11
Hình 2.3 Mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL	13
Hình 2.4 Mô hình Kano	13
Hình 2.5 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	34
Hình 2.6 Quy trình nghiên cứu	37
Hình 3.1 Logo Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam (VietinBank).....	49
Hình 3.2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại VietinBank Hậu Giang.....	54
Hình 4.1 Biểu đồ của phân dư chuẩn hóa.....	85
Hình 4.2 Biểu đồ phân dư chuẩn hóa Normal P-P.....	85
Hình 4.3 Biểu đồ phân tán của phân dư	86
Hình 4.4 Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh.....	89

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Diễn giải
1	ASCI	<i>American Customer Satisfaction Index</i> - Chỉ số hài lòng khách hàng Mỹ
2	ANOVA	<i>Analysis of Variance</i> - Phân tích phương sai
3	BIDV	Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam
4	CTG	Mã chứng khoán của VietinBank trên sàn HOSE
5	ECSI	<i>European Customer Satisfaction Index</i> - Chỉ số hài lòng khách hàng Châu Âu
6	EFA	<i>Exploratory Factor Analysis</i> - Phân tích nhân tố khám phá
7	GDP	<i>Gross Domestic Product</i> - Tổng sản phẩm quốc nội
8	HOSE	Sở Giao dịch Chứng khoán TP. Hồ Chí Minh
9	KHCN	Khách hàng cá nhân
10	NH	Ngân hàng
11	NHTM	Ngân hàng thương mại
12	NPS	<i>Net Promoter Score</i> - Chỉ số đo lường mức độ hài lòng của khách hàng
13	SERVQUAL	<i>Service Quality Model</i> - Mô hình đo lường chất lượng dịch vụ
14	SPSS	<i>Statistical Package for the Social Sciences</i> - Phần mềm thống kê trong nghiên cứu khoa học xã hội
15	TMCP	Thương mại cổ phần
16	VIETINBANK	Ngân hàng Thương mại cổ phần Công Thương Việt Nam