

NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHO VAY ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● NGUYỄN ANH PHÚC

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này tập trung vào việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định cho vay đối với khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh. Nguồn dữ liệu thu thập được xử lý bằng công cụ SPSS Amos 23.0, đánh giá sơ bộ được thực hiện bằng thang đo với hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá, trình bày các chỉ số để kiểm tra mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu. Ngoài ra, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và kiểm tra bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả nghiên cứu xác định có 7 nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định cho vay của ngân hàng thương mại tại TP. Hồ Chí Minh, bao gồm: Quy mô doanh nghiệp (QMDN); Đặc điểm chủ sở hữu (DDCSH); Mục đích của khoản vay (MDKV); Kế hoạch kinh doanh (KHKD); Rủi ro và tiềm năng kinh doanh (RRTN); Mức độ tín nhiệm của doanh nghiệp (MDTN); Năng lực cán bộ tín dụng (NLCBTD).

Từ khóa: tín dụng, thông tin cứng, thông tin mềm, TP. Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh hiện nay phần lớn thuộc thành phần kinh tế tư nhân, hoạt động trên tất cả các lĩnh vực sản xuất - kinh doanh, thương mại dịch vụ, vì vậy có vai trò đặc biệt quan trọng trong thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế Thành phố. Nhiều doanh nghiệp có báo cáo tài chính chưa được kiểm toán, doanh nghiệp yếu về tài sản đảm bảo, hiệu quả tài chính thấp, lợi nhuận các năm gần đây sụt giảm theo xu thế toàn cầu... có nghĩa là không đáp ứng được các yêu cầu về thông tin cứng mà ngân hàng đặt ra. Bên cạnh các thông tin cứng, cán bộ tín dụng ngân hàng còn xem xét tới các thông tin mềm

khi đưa ra quyết định tín dụng.

Xếp hạng tín dụng bắt nguồn từ Hoa Kỳ trong thế kỷ XIX, dựa vào thông tin mềm được tích lũy theo thời gian và thông qua các tương tác cá nhân lặp đi lặp lại để đưa ra quyết định tín dụng của họ (Carruthers và Cohen 2001, 2009). Sự phát triển của nền hàng hóa dẫn đến một thị trường rộng lớn vượt qua phạm vi địa phương tạo ra nhu cầu về các nguồn thông tin tín dụng không dựa vào các kết nối cá nhân trực tiếp. Các công ty này cung cấp các xếp hạng chính xác, được tiêu chuẩn hóa, cho phép các thương nhân tránh mở rộng tín dụng cho các khách hàng không xứng đáng với tín dụng. Như vậy, có thể thấy, việc phân loại thông tin, chuyển hóa

thông tin mềm thành thông tin cứng và ứng dụng thông tin trong các quyết định cho vay đã được nghiên cứu, kế thừa và phát triển rất phong phú.

Trong quá trình thu thập và xử lý dữ liệu tín dụng nhóm khách hàng doanh nghiệp thì doanh nghiệp nhỏ và vừa được đánh giá là thiếu tin cậy và minh bạch nhất, đặc biệt là tại các quốc gia đang phát triển với tình trạng bất cân xứng thông tin xảy ra nghiêm trọng. Hệ thống ngân hàng đã xây dựng quy trình xếp hạng tín nhiệm khách hàng dựa trên thu thập và xử lý dữ liệu 2 loại thông tin: thông tin cứng (Feldman, R., 1997a, và Frame et al 2001) và thông tin mềm (được định nghĩa là thông tin nội bộ, thông qua mối quan hệ giữa người vay và ngân hàng (Berger and Udell 2002).

2. Cơ sở lý luận

2.1. Khái niệm và phân loại thông tin cứng - thông tin mềm

Khái niệm thông tin cứng và thông tin mềm đã được phát triển rộng rãi trong các tài liệu kinh tế tổ chức (Degryse et al, 2000; Ravina, E., 2012). Thông tin là thành phần thiết yếu trong mọi giao dịch và thị trường tài chính. Mục đích chính của thị trường và tổ chức tài chính là thu thập, xử lý và truyền tải thông tin. Do tầm quan trọng của thông tin và việc truyền tải thông tin đối với nghiên cứu tài chính, khi công nghệ thay đổi cách truyền đạt thông tin, nó cũng thay đổi cơ bản thị trường tài chính, chứng khoán và tổ chức, đặc biệt là các trung gian tài chính.

2.2. Các nhân tố tác động đến quyết định cho vay của ngân hàng

Mức độ tín nhiệm

Đánh giá mức độ tín nhiệm của khách hàng vay là các báo cáo tài chính được kiểm toán. Các thành phần của báo cáo tài chính bao gồm: bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả kinh doanh và báo cáo lưu chuyển tiền tệ (Armstrong et al 2010).

Kế hoạch kinh doanh

Kế hoạch kinh doanh là một tài liệu chi tiết mô tả mục tiêu, chiến lược của một doanh nghiệp để đạt được mục tiêu đó; và trong một số trường hợp, các chủ doanh nghiệp dự định sử dụng để tìm kiếm

vốn đầu tư, thủ tục vay ngân hàng hoặc thu hút các đối tác kinh doanh. Kế hoạch này chứng minh rằng doanh nghiệp đã tạo ra thu nhập và có kế hoạch tiếp tục tạo ra thu nhập trong tương lai (Peterson, 2004).

Mục đích của khoản vay

Mục đích của khoản vay là một phần quan trọng của thông tin vì các cán bộ tín dụng cần phải đánh giá rủi ro tiềm năng tham gia vào các quyết định cho vay và để đánh giá nguy cơ của các vấn đề rủi ro đạo đức (Berry et al., 1993).

Rủi ro và tiềm năng kinh doanh

Rủi ro và tiềm năng của các sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty. Yếu tố này có liên quan đến rủi ro kinh doanh của doanh nghiệp. Thông tin này được cho là ảnh hưởng đến các quyết định của ngân hàng cho vay đối với doanh nghiệp nhỏ - theo Agarwal và Hauswald (2010).

Năng lực cán bộ tín dụng

Năng lực và kiến thức của các cán bộ tín dụng trong việc đánh giá các rủi ro liên quan với một đề nghị cho vay (Uchida et al., 2006). Tuy nhiên, cùng nghiên cứu mối tương quan giữa mức độ hiểu biết của chủ sở hữu đến khả năng tiếp cận vốn, nhưng Sarasvathy (2001) nhận thấy giáo dục của chủ sở hữu là liên quan đáng kể và tiêu cực đến khả năng tiếp cận tín dụng, vì chủ sở hữu có kiến thức tốt sẽ dễ dàng điều khiển các thông tin và chuyển hóa dữ liệu theo xu hướng có lợi để không bị từ chối, do đó chất lượng thông tin được chủ sở hữu cung cấp không có tính tin cậy cao.

Quy mô của doanh nghiệp

Quy mô của công ty có thể ảnh hưởng đến quyết định cho vay ngân hàng bán lẻ vì nó có tác động vào nhận thức về rủi ro của người cho vay. Theo Cole (1998) và Uchida et al. (2012), các công ty lớn có thể tiếp cận tín dụng dễ dàng hơn các doanh nghiệp nhỏ.

Đặc điểm chủ sở hữu

Các đặc điểm của chủ sở hữu như nhân tố nhân khẩu học, trình độ học vấn và kinh nghiệm được coi là nhân tố quyết định chủ yếu đến khả năng tiếp cận tài chính. Các công ty quy mô nhỏ chủ yếu

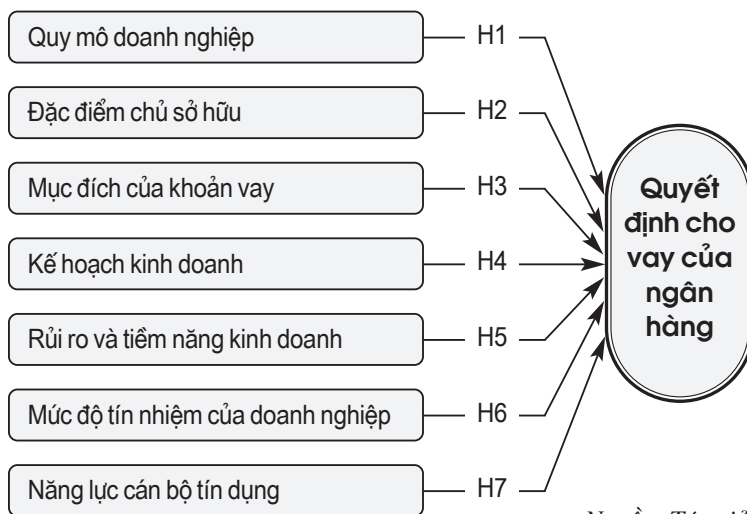
được quản lý bởi chủ sở hữu và hiệu suất của họ phụ thuộc phần lớn vào khả năng quản lý của các chủ sở hữu (Fama E., 1985).

3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu

Sau khi tham khảo ý kiến chuyên gia, tác giả đề xuất đưa vào mô hình nghiên cứu 7 nhân tố có ảnh hưởng đến quyết định cho vay của ngân hàng, gồm: (1) Quy mô doanh nghiệp (QMDN); (2) Đặc điểm chủ sở hữu (DDCSH); (3) Mục đích của khoản vay (MDKV); (4) Kế hoạch kinh doanh (KHKD); (5) Rủi ro và tiềm năng kinh doanh (RRTN); (6) Mức độ tín nhiệm của doanh nghiệp (MDTN); (7) Năng lực cán bộ tín dụng (NLCBTD) và một nhân tố phụ thuộc quyết định cho vay của ngân hàng (QDCV). (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả

Giả thuyết nghiên cứu

H1: Quy mô doanh nghiệp ảnh hưởng tích cực đến quyết định cho vay của ngân hàng.

H2: Đặc điểm chủ sở hữu ảnh hưởng tích cực đến quyết định cho vay của ngân hàng.

H3: Mục đích của khoản vay ảnh hưởng tích cực đến quyết định cho vay của ngân hàng.

H4: Kế hoạch kinh doanh ảnh hưởng tích cực đến quyết định cho vay của ngân hàng.

H5: Rủi ro và tiềm năng kinh doanh ảnh hưởng tích cực đến quyết định cho vay của ngân hàng.

H6: Mức độ tín nhiệm của doanh nghiệp ảnh hưởng tích cực đến quyết định cho vay của ngân hàng.

H7: Năng lực cán bộ tín dụng ảnh hưởng tích cực đến quyết định cho vay của ngân hàng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đánh giá sơ bộ được thực hiện bằng thang đo với hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá, trình bày các chỉ số để kiểm tra mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu, như: F-value, R^2 , hệ số tương quan, hệ số phương sai (VIF) và kiểm định giả thuyết. Ngoài ra, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và kiểm tra bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM).

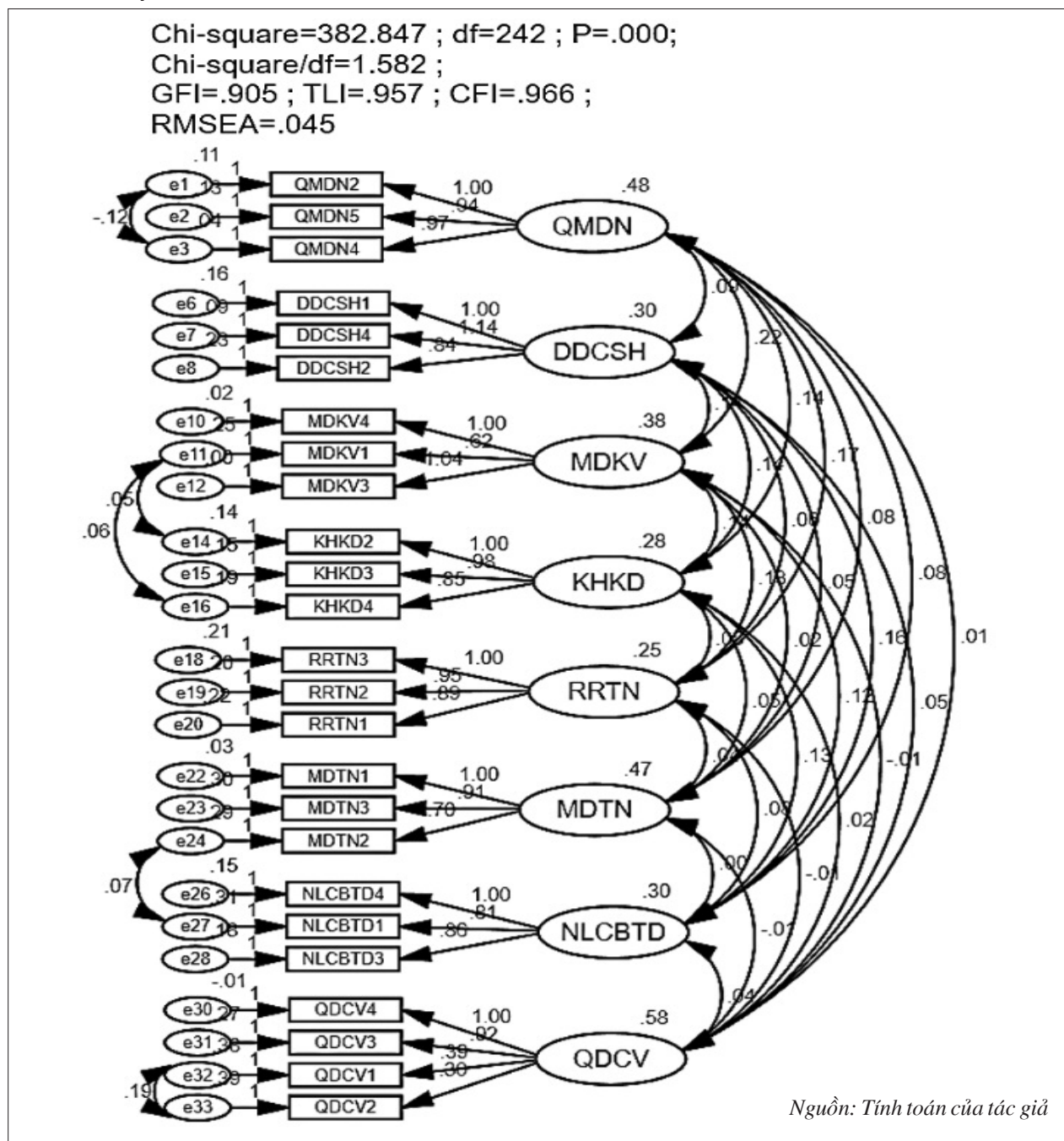
4.1. Nghiên cứu định lượng

Bảng câu hỏi bao gồm 33 câu, trong đó 29 câu gồm các biến quan sát trên 7 thang đo độc lập và 4 biến quan sát cho thang đo phụ thuộc ảnh hưởng đến quyết định cho vay của ngân hàng. Thời gian thực hiện khảo sát từ tháng 1/2024 đến tháng 3/2024. Số liệu được nhập, sàng lọc và phân tích bằng phần mềm SPSS Amos 23.0. Cuộc khảo sát được thực hiện thông qua bảng câu hỏi giấy trực tiếp hoặc bằng cách gửi chúng qua cho những người trả lời tiềm năng. Đã có 350 bảng câu hỏi được phát ra, tổng số bảng câu hỏi được thu thập là 315. Có 27 bảng câu hỏi đã bị loại bỏ, do không có đầy đủ thông tin trong đó. Vì vậy, cuối cùng 288 bảng câu hỏi đã được sử dụng để phân tích thêm.

4.2. Phân tích yếu tố xác nhận (CFA)

Kết quả cho thấy CFA có giá trị thống kê chi bình phương là 382,847 với 264 bậc ($p = 0,000$). Chi-bình phương tương đối với bậc tự do CMIN / df là 1,582 ($< 0,2$). Các chỉ số khác là: GLI = 0,905 ($> 0,9$), TLI = 0,957 ($> 0,9$), CFI = 0,9676 ($> 0,9$) và RMSEA = 0,045 ($< 0,08$). Do đó, các thang đo đạt được các giá trị hội tụ. (Hình 2)

Hình 2: Kết quả CFA



4.3. Kết quả mô hình phương trình cấu trúc (SEM)

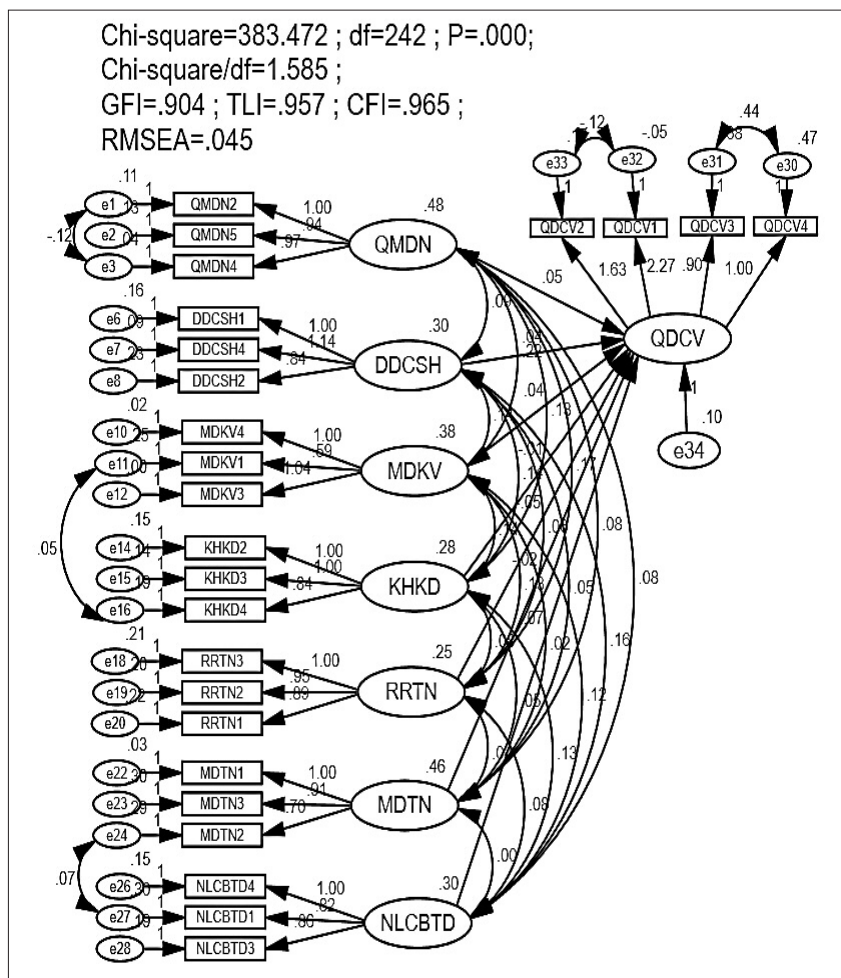
Kết quả cho thấy, SEM có giá trị chi bình phương là 383,472 với 242 bậc ($p = 0,000$). Giá trị bình phương tương đối của bậc tự do CMIN/df là 1,585 (< 2). Các chỉ số khác bao gồm: GTI = 0,904 ($> 0,9$), TLI = 0,957 ($> 0,9$), CFI = 0,965 ($> 0,9$),

và RMSEA = 0,045 ($< 0,08$). Do đó, đạt yêu cầu. (Hình 3)

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã xây dựng mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định cho vay của ngân hàng thương mại tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả kiểm tra cho thấy các yếu tố: (1) Quy mô doanh

Hình 3: Cấu trúc mô hình sau khi hiệu chỉnh lần cuối trong SEM



Nguồn: Tác giả tính toán

ngiệp (ES=0,248) là nhân tố quan trọng nhất, ảnh hưởng đến quyết định cho vay của ngân hàng. Kế đến lần lượt các nhân tố từ cao đến thấp, là: (2) Kế hoạch kinh doanh (ES=0,206), (3) Năng lực cán bộ tín dụng ES=0,172, (4) Rủi ro và tiềm năng kinh doanh (ES=0,154), (5) Đặc điểm chủ sở hữu (ES=0,143), (6) Mục đích khoản vay (ES=0,136) và (7) Mức độ tín nhiệm (ES=0,119), ảnh hưởng đến quyết định cho vay của ngân hàng thương mại tại TP. Hồ Chí Minh.

Những hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Còn một số nhân tố có thể tác động đến quyết định cho vay, nhưng không được nghiên cứu đưa vào. Vì vậy, trong nghiên cứu tiếp theo, nên bổ sung thêm các nhân tố này để nghiên cứu có kết quả thực tiễn cao hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Agarwal, S., and Robert Hauswald (2010). Distance and Private Information in Lending. Review of Financial Studies, 23, 2757-2788.
2. Armstrong, C. S., & Balakrishnan, K. (2012). Corporate Governance and the Information Environment: Evidence From State Antitakeover Laws. Journal of Accounting and Economics, 53 (1-2), 185-204. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jacceco.2011.06>.
3. Berger A.N., Udell G. (2002). Small business credit availability and relationship lending: The importance of bank organisational structure. Economic Journal, Vol. 112, n. 477, pp. F32-F53.
4. Berger, A. and DeYoung, R. (2001). The effects of geographic expansion on bank efficiency. Journal of Financial Services Research, Vol. 19, forthcoming.
5. Berry et al (1993). Financial information: The banker and the small business. British Accounting Review, 25(2), 131-150.
6. Boot, A. (2000). Relationship banking: What do we know?. Journal of Financial Intermediation, Vol. 9, pp. 7-25.

7. Carruthers, B., and Barry Cohen (2001). Predicting Failure but Failing to Predict: A Sociology of Knowledge of Credit Rating in Post-bellum America. Working Paper Department of Sociology, Northwestern University.
8. Carruthers, B., and Barry Cohen (2009). Credit, Classification and Cognition: Credit Raters in 19th-Century America. Working Paper Department of Sociology, Northwestern University.
9. Degryse, H., and Steven Ongena (2005). Distance, Lending Relationships, and Competition. *Journal of Finance*, 60(1):231-266.
10. Hart, O.D., (1995). Firms, Contracts, and Financial Structure (Oxford University Press), and J. Moore, 1990, Property rights and the nature of the firm, *Journal of Political Economy*, 98, 1119-1158.
11. Ravina, E., (2012). Love & Loans: The Effect of Beauty and Personal Characteristics in Credit Markets. Working Paper, Columbia Business School.
12. Uchida, H., Udell, G.F. & Yamori, N. (2006). SME financing and the choice of lending technology. RIETI Discussion Paper, Series 06-E-025.

Ngày nhận bài: 11/6/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 26/6/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/7/2024

Thông tin tác giả:

NGUYỄN ANH PHÚC

Đại học Văn Hiến

FACTORS AFFECTING THE LENDING DECISIONS OF COMMERCIAL BANKS FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN HO CHI MINH CITY

● **NGUYEN ANH PHUC**

Van Hien University

ABSTRACT:

This study identified the factors affecting the lending decisions of commercial banks for small and medium-sized enterprises (SMEs) in Ho Chi Minh City. SPSS Amos 23.0 was used to process collected data, Cronbach's alpha was employed to perform preliminary assessments, and exploratory factor analysis (EFA) was used to test the research model's suitability. In addition, confirmatory factor analysis (CFA) and structural equation modeling (SEM) were also used. The study's results showed that there are seven factors that directly affect the lending decisions of commercial banks in Ho Chi Minh City, including: enterprise size; owner characteristics; loan purpose; business plan; business risk and potential enterprise creditworthiness; and credit officer capacity.

Keywords: credit, hard information, soft information, Ho Chi Minh City.