

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP FDI TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH BẮC NINH

Dương Thị Giang^{*}, Nguyễn Công Tiệp, Bùi Thị Nga

Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam

**Tác giả liên hệ: giangdt689@gmail.com*

Ngày nhận bài: 14.10.2021

Ngày chấp nhận đăng: 01.03.2022

TÓM TẮT

Hoạt động tín dụng ngân hàng đối với doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Bắc Ninh (Vietcombank Bắc Ninh) được chú trọng phát triển và đã đóng góp một phần quan trọng đưa tỉnh Bắc Ninh vươn lên đứng top đầu toàn quốc về thu hút đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, so với tiềm năng thì hiệu quả đạt được vẫn chưa cao, thị phần còn hạn chế. Nghiên cứu này đánh giá thực trạng và đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng khách hàng doanh nghiệp FDI tại ngân hàng Vietcombank Bắc Ninh thông qua thông tin sơ cấp được thu thập từ 80 doanh nghiệp FDI đang có dư nợ tại ngân hàng về chất lượng tín dụng hiện tại năm 2021. Số liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 20 và phân tích bằng phương pháp phân tích nhân tố EFA, phân tích hồi quy. Kết quả là có 4 nhóm yếu tố cơ bản: chính sách tín dụng, quy trình tín dụng, năng lực phục vụ, sự tin cậy được khách hàng quan tâm nhiều. Nghiên cứu đề xuất một số nhóm giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng cho doanh nghiệp FDI cho ngân hàng trong thời gian tới, bao gồm: nâng cao tính đáp ứng, năng lực phục vụ, sự tin cậy và hoàn thiện hoạt động kiểm tra, giám sát.

Từ khóa: Đầu tư trực tiếp nước ngoài, Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Bắc Ninh, chất lượng tín dụng, khách hàng doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài.

Improving Credit Quality of Foreign Direct Investment Enterprises at the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam - Bac Ninh Branch

ABSTRACT

Bank credit activities for foreign direct investment (FDI) enterprises at the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam - Bac Ninh branch (Vietcombank Bac Ninh) have been developed and contributed significantly to the development of Bac Ninh province on the way to the top provinces in terms of attracting foreign investment. However, its efficiency and market share is still limited. This article assessed the current situation and proposed some solutions to improve the credit quality of FDI enterprises at Vietcombank Bac Ninh through primary information collected from 80 FDI enterprises with outstanding loans on credit quality in 2021. Data were processed by SPSS 20 software, and analyzed by EFA factor analysis and regression analysis. Results showed that there were four groups of factors: credit policy, credit procedure, service quality, and credibility, of main interest to customers. The article proposed some solutions to improve credit quality for FDI enterprises for banks in the coming time, including: improving responsiveness, promoting service capacity, enhancing reliability and perfecting control and supervision activities.

Keywords: Foreign direct investment (FDI), Vietcombank BacNinh, credit quality, FDI company customers.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, Việt Nam ngày càng có sức thu hút lớn đối với đầu tư nước ngoài. Tính đến 20/12/2020, tổng vốn đăng ký cấp mới, điều chỉnh

và góp vốn mua cổ phần (GVMCP) của nhà đầu tư nước ngoài đạt 28,53 tỷ USD, bằng 75% so với cùng kỳ năm 2019. Vốn thực hiện của dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài ước đạt 19,98 tỷ USD, bằng 98% so với cùng kỳ năm 2019. Tính lũy kế

đến ngày 20/12/2020, cả nước có 33.070 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đăng ký 384 tỷ USD. Vốn thực hiện lũy kế của các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài ước đạt 231,86 tỷ USD, bằng 60,4% tổng vốn đầu tư đăng ký còn hiệu lực (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2021).

Các doanh nghiệp đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) đóng vai trò quan trọng góp phần giải quyết lực lượng lao động, cải thiện thu nhập, tăng sức cầu của nền kinh tế, phát triển sản xuất kỹ thuật và kinh tế xã hội. Khách hàng doanh nghiệp FDI ngày càng đóng góp tỉ trọng lớn trong cơ cấu doanh thu, lợi nhuận của các ngân hàng thương mại nói chung và Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam nói riêng, đồng thời là đối tượng khách hàng hấp dẫn đối với các ngân hàng. Các doanh nghiệp FDI thường có lợi thế về quy mô và nhu cầu sử dụng đa dạng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng như thẻ, thanh toán quốc tế, mua bán ngoại tệ, bảo lãnh, tài trợ thương mại... Vì vậy, tổng thể lợi ích mà khách hàng doanh nghiệp FDI mang lại cho ngân hàng là rất lớn. Đặc biệt, địa bàn tỉnh Bắc Ninh - nơi tập trung nhiều khu công nghiệp với một số lượng lớn các doanh nghiệp FDI hoạt động là thị trường tiềm năng cho Vietcombank khai thác. Do đó, Vietcombank là một trong những chi nhánh trọng điểm về khách hàng doanh nghiệp FDI.

Tuy nhiên, trong những năm gần đây, Vietcombank - chi nhánh Bắc Ninh chưa hoàn thành được kế hoạch tăng trưởng tín dụng đặt ra đối với đối tượng khách hàng này, dư nợ cần chú ý của doanh nghiệp FDI tại Chi nhánh có xu hướng gia tăng. Bên cạnh đó, việc cấp tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp FDI tiềm ẩn nhiều rủi ro và có đặc thù riêng so với các doanh nghiệp trong nước. Vì vậy, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng khách hàng doanh nghiệp FDI tại Vietcombank - chi nhánh Bắc Ninh là rất cần thiết.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Xây dựng mô hình nghiên cứu

Để đánh giá chất lượng dịch vụ tín dụng tại khách hàng doanh nghiệp FDI tại Vietcombank

- chi nhánh Bắc Ninh, nghiên cứu dựa vào mô hình SERVPERF được xây dựng bởi Cronin & Taylor (1992) qua các yếu tố sau:

Phương diện hữu hình (tangibles): thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên ngân hàng và các trang thiết bị phục vụ cho hoạt động cho vay khách hàng.

Sự đồng cảm (empathy): thể hiện qua sự quan tâm chăm sóc đến từng cá nhân khách hàng.

Năng lực phục vụ (assurance): thể hiện qua trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sự, niềm nở với khách hàng.

Sự tin cậy (reliability): thể hiện qua khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên.

Đáp ứng (responsiveness): thể hiện qua sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên ngân hàng cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.

Và kết hợp với một số yếu tố khác để phù hợp với thực tế kinh doanh tại Vietcombank Bắc Ninh.

2.2. Các thang đo và mã hóa thang đo (Bảng 1)

2.3. Xác định cỡ mẫu

Kích thước mẫu được xác định dựa trên cơ sở tiêu chuẩn 5:1 của Bollen (1998) và Hair & cs. (1998), tức là để đảm bảo phân tích dữ liệu (phân tích nhân tố khám phá EFA) tốt thì cần ít nhất 5 quan sát cho 1 biến đo lường. Mô hình khảo sát trong nghiên cứu gồm 5 nhân tố độc lập với 16 biến quan sát. Do đó, số lượng mẫu cần thiết là từ $16 \times 5 = 80$ mẫu trở lên.

Vậy cỡ mẫu của nghiên cứu $n = 80$ mẫu. Số liệu sơ cấp được thu thập từ tháng 4/2021 đến tháng 8/2021 bằng phiếu điều tra tiêu chuẩn. Đặc điểm của mẫu cụ thể như sau:

- Khách hàng: là 80 doanh nghiệp FDI đang có quan hệ vay vốn với Vietcombank Bắc Ninh.

- Quy mô các doanh nghiệp FDI: vốn điều lệ từ 30 tỷ đồng trở lên.

- Ngành nghề sản xuất kinh doanh: lĩnh vực điện tử, bao bì, hạt nhựa.

- Phân loại nợ: nhóm 1.

Đây là nhóm khách hàng được đánh giá là có khả năng thu hồi đầy đủ cả nợ gốc và lãi đúng hạn, có độ uy tín với ngân hàng.

2.4. Phương pháp xử lý và phân tích số liệu

Phương pháp tính tỷ lệ phần trăm, tính điểm trung bình, tính hệ số theo thang số đo được sử dụng để xử lý số liệu với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20.

Số liệu sau khi xử lý được phân tích bằng các phương pháp:

Phương pháp Kiểm định độ tin cậy

Cronbach's Alpha: Hệ số Alpha của Cronbach là một đại lượng có thể được sử dụng trước hết để đo lường độ tin cậy của các nhân tố và để loại ra các biến quan sát không đảm bảo độ tin cậy trong thang đo. Điều kiện tiêu chuẩn chấp nhận các biến gồm có 2 điều kiện:

Thứ nhất, những biến có hệ số tương quan biến tổng phù hợp (Corrected Item - Total Correlation) > 0,3 trở lên.

Thứ hai, các hệ số Cronbach's Alpha của các biến phải từ 0,7 trở lên và $\geq$ Cronbach's Alpha if Item Deleted.

Bảng 1. Bảng tổng hợp các thang đo được mã hóa

Biến	Diễn giải nội dung
Phương diện hữu hình	
PDHH1	Bộ nhận diện thương hiệu của Vietcombank ấn tượng, giúp khách hàng dễ dàng nhận diện các địa điểm giao dịch
PDHH2	Các địa điểm giao dịch của Vietcombank được bố trí ở những địa điểm thuận lợi cho giao dịch của khách hàng
PDHH3	Trang phục của nhân viên Vietcombank thanh lịch, phù hợp với môi trường làm việc
Sự đồng cảm	
SDC1	Vietcombank có chính sách quan tâm đến các cá nhân đóng vai trò chủ chốt trong doanh nghiệp (trong các dịp sinh nhật, hiếu, hỷ, lễ, ngày kỷ niệm, nhu cầu vay vốn cá nhân, sử dụng thẻ...)
SDC2	Vietcombank có chính sách chăm sóc doanh nghiệp trong các dịp lễ, tết trong năm (trung thu, tết dương lịch, tết nguyên đán,...)
SDC3	Vietcombank có chính sách tri ân đặc biệt với các khách hàng lớn
Năng lực phục vụ	
NLPV1	Nhân viên Vietcombank có kỹ năng, chuyên môn tốt. Tư vấn cho khách hàng các sản phẩm dịch vụ Vietcombank hiệu quả
NLPV2	Mức lãi suất cho vay phù hợp, hấp dẫn
NLPV3	Các sản phẩm, loại hình cho vay của Vietcombank linh hoạt, ưu việt, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp
NLPV4	Hồ sơ vay vốn cung cấp cho Vietcombank đơn giản, nhanh chóng
NLPV5	Thời gian thẩm định hồ sơ vay vốn và xử lý giao dịch tại Vietcombank nhanh
NLPV6	Các dịch vụ thanh toán quốc tế của Vietcombank: L/C, Upas L/C, T/T, D/A, D/P nhanh chóng, chính xác, hiệu quả, ưu việt
Sự tin cậy	
STC1	Vietcombank bảo mật tốt thông tin của khách hàng
STC2	Nhân viên xử lý các giao dịch chính xác, nhanh chóng ngay từ lần đầu tiên
Sự đáp ứng	
SDU1	Mạng lưới giao dịch rộng khắp, thuận tiện
SDU2	Nhân viên Vietcombank luôn sẵn sàng đồng hành và giải quyết thỏa đáng các nhu cầu của khách hàng (luôn nhiệt tình hướng dẫn khách hàng về thủ tục, trả lời điện thoại email nhanh chóng)
Đánh giá chung	
SHL1	Quý khách rất hài lòng khi giao dịch với Vietcombank
SHL2	Quý khách sẽ giới thiệu Vietcombank với bạn bè, người thân
SHL3	Quý khách sẽ tiếp tục sử dụng các dịch vụ của Vietcombank

Thỏa mãn 2 điều kiện trên thì các biến phân tích được xem là chấp nhận và thích hợp đưa vào phân tích những bước tiếp theo.

Phương pháp phân tích nhân tố EFA: Phương pháp phân tích nhân tố EFA được dùng để kiểm định giá trị khái niệm của thang đo:

- Kiểm định giá trị KMO: $0,5 \leq KMO \leq 1$ thì phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu; ngược lại $KMO \leq 0,5$ thì phân tích tố có khả năng không thích hợp với các dữ liệu.

- Kiểm định giá trị tổng phương sai trích (yêu cầu là $\geq 50\%$): cho biết các nhân tố được trích giải thích được% sự biến thiên của các biến quan sát.

Phương pháp phân tích hồi quy: Phân tích hồi quy sẽ xác định mối quan hệ giữa biến phụ thuộc (hài lòng với chất lượng dịch vụ ngân hàng) và các biến độc lập (độ tin cậy, tính đáp ứng, sự đồng cảm, năng lực phục vụ, phương tiện hữu hình).

Mô hình phân tích hồi quy sẽ mô tả hình thức của mối liên hệ, qua đó giúp dự đoán được mức độ của biến phụ thuộc khi biết trước giá trị của biến độc lập.

Mức ý nghĩa được xác lập cho các kiểm định và phân tích là 5% (độ tin cậy 95%). Các kết luận dựa trên hàm hồi quy tuyến tính thu được chỉ có ý nghĩa khi hàm hồi quy đó phù hợp với dữ liệu mẫu và các hệ số hồi quy khác 0 có ý nghĩa, đồng thời các giả định của hàm hồi quy tuyến tính cổ điển về phương sai, tính độc lập... được đảm bảo. Vì thế, trước khi phân tích kết quả hồi quy, ta thực hiện các kiểm định về độ phù hợp của hàm hồi quy, kiểm định ý nghĩa của các hệ số hồi quy và đặc biệt là kiểm định các giả định của hàm hồi quy.

Tiêu chuẩn chấp nhận sự phù hợp của mô hình tương quan hồi quy là:

- Kiểm định F phải có giá trị Sig. $P < 0,05$
- Tiêu chuẩn chấp nhận các biến có giá trị Tolerance $> 0,0001$
- Đại lượng chuẩn đoán hiện tượng đa cộng tuyến với hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance Inflation Factor) < 10 .

Phương pháp thang đo 5 mức độ Likert: Thang đo Likert với 5 cấp độ mức độ hài lòng về

chất lượng tín dụng FDI được dùng để đánh giá như sau: rất đồng ý (5), đồng ý (4), trung lập - ở mức có thể chấp nhận được (3), không đồng ý (2) và rất không đồng ý (1).

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Kết quả cho vay doanh nghiệp FDI

Dư nợ khách hàng doanh nghiệp (KHDN) FDI của Vietcombank Bắc Ninh tăng trưởng đều qua các năm. Nhận thấy tiềm năng và cơ hội của chi nhánh Bắc Ninh, từ cuối năm 2019, Vietcombank Bắc Ninh luôn được Trụ sở chính nhấn mạnh là một trong những Chi nhánh trọng điểm về KHDN FDI để từ đó giao cho Chi nhánh chú trọng phát triển đối tượng khách hàng này, thường xuyên cập nhật danh sách các doanh nghiệp FDI lớn trên địa bàn và tạo điều kiện thuận lợi để tiếp cận. Dư nợ KHDN FDI tiếp tục có sự gia tăng lớn trong năm 2020 tuy nhiên Chi nhánh vẫn không hoàn thành kế hoạch của Trụ sở chính.

Bắc Ninh là tỉnh tập trung nhiều khu công nghiệp và nhận được sự đầu tư lớn từ tập đoàn Samsung nên KHDN vay vốn tại Vietcombank Bắc Ninh bao gồm rất nhiều doanh nghiệp FDI. Do đó, dư nợ của KHDN FDI chiếm tỉ trọng lớn trong dư nợ KHDN tại Vietcombank Bắc Ninh.

3.1.1. Dư nợ nhóm 2 đến nhóm 5 của khách hàng doanh nghiệp FDI

Đánh giá trên quan điểm của ngân hàng, Chi nhánh đã đạt được một số thành công trong việc nâng cao chất lượng tín dụng. Lợi nhuận của khách hàng doanh nghiệp FDI đóng góp cho chi nhánh có xu hướng tăng trưởng qua các năm. Chi nhánh đã khá thành công trong công tác tìm kiếm khách hàng mở rộng thị trường, số lượng khách hàng doanh nghiệp liên tục tăng lên qua các năm. Tổng dư nợ của khách hàng FDI từ năm 2018 đến nay liên tục tăng trưởng. Năm 2019, dư nợ khách hàng doanh nghiệp FDI tăng 4,52%; năm 2020 tăng 0,06% so với năm trước (Vietcombank, 2021). Đồng thời Chi nhánh thực hiện tốt việc bán chéo sản phẩm cho các khách hàng vay vốn. Tỉ lệ nợ xấu của khách hàng doanh nghiệp FDI ở mức thấp. Tỉ lệ này trong hai năm gần đây đều là 0%.

Bảng 2. Dư nợ nhóm 2 - 5 và tỉ lệ nợ nhóm 2 - 5 của KHDN FDI

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2018	2019	2020	So sánh (%)	
					Δ 2019/2018	Δ 2020/2019
Dư nợ KHDN FDI	Tỷ đồng	3.100	3.240	3.242	4,51	0,06
Nợ nhóm 2 - 5 của KHDN FDI	Tỷ đồng	15	25	32	66,67	28,00
Nợ nhóm 2 - 5 KHDN FDI/tổng dư nợ KHDN FDI	%	0,48	0,77	0,99	60,42	28,57
Nợ xấu của KHDN FDI	Tỷ đồng	2	0	0	-100,00	0,00
Nợ xấu của KHDN FDI/tổng dư nợ KHDN FDI	Tỷ đồng	0,06	0	0	-100,00	0,00
Nợ nhóm 2 của KHDN FDI	Tỷ đồng	13	25	32	92,30	28,00
Nợ nhóm 2 KHDN FDI/tổng dư nợ KHDN FDI	%	0,42	0,77	0,99	83,33	28,57

Nguồn: Báo cáo thường niên của Vietcombank Bắc Ninh (2018-2020).

Bảng 3. Lợi nhuận từ khách hàng doanh nghiệp FDI (tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	So sánh (%)	
				2019/2018	2020/2019
Thu từ lãi vay	37	45	40	21,62	-11,11
Thu ngoài lãi vay	46	56	63	21,74	12,50
Tổng thu nhập	83	101	103	21,69	1,98

Nguồn: Báo cáo thường niên Vietcombank Bắc Ninh (2018-2020).

Bên cạnh những điểm tốt trong công tác tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp FDI, Vietcombank Bắc Ninh vẫn còn một số hạn chế. Lợi nhuận do KHDN FDI mang lại và dư nợ của nhóm KHDN FDI có sự tăng trưởng qua các năm nhưng chi nhánh vẫn chưa hoàn thành được kế hoạch do Trụ sở chính giao (Bảng 2). Tỉ lệ nợ nhóm 2 của nhóm KHDN FDI ngày càng gia tăng cho thấy chất lượng tín dụng của KHDN FDI vẫn còn tiềm ẩn nhiều rủi ro. Các khoản cấp tín dụng cho KHDN FDI chủ yếu là cho vay có bảo đảm một phần bằng tài sản (chiếm 76%). Tài sản bảo đảm chủ yếu là bất động sản (chiếm 67% về giá trị) bao gồm: máy móc thiết bị, phương tiện vận tải, hàng tồn kho. Đây là các tài sản có tính thanh khoản không cao do đó sẽ gây khó khăn khi xử lý tài sản trong trường hợp khách hàng không trả được nợ đúng hạn. Trong 2 năm gần đây, chi nhánh có phát sinh dư nợ của việc cho vay tín chấp với nhóm khách hàng FOXCOM, cụ thể, năm 2019 chiếm 14.65% tổng dư nợ, năm 2020 chiếm 19.66% tổng dư nợ (Vietcombank, 2021). Như

vậy, chi nhánh cần hết sức lưu ý, kiểm tra mục đích sử dụng vốn và thực tế thu nợ gốc lãi của nhóm khách hàng để tránh được những rủi ro ở mức thấp nhất.

3.1.2. Thu nhập ròng từ khách hàng doanh nghiệp FDI

Lợi nhuận do nhóm khách hàng doanh nghiệp FDI mang lại chiếm tỉ trọng lớn trong tổng thu nhập của Chi nhánh. Trong vòng 03 năm gần đây, thu từ lãi vay giảm trong khi thu ngoài lãi vay từ khách hàng doanh nghiệp FDI lại có xu hướng tăng (Bảng 3). Trong năm 2020, Vietcombank Bắc Ninh đã 5 lần điều chỉnh giảm lãi suất tiền vay cho các doanh nghiệp, người dân bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh Covid-19 và ảnh hưởng của lũ lụt tại miền Trung. Trong đó, doanh nghiệp FDI được ưu đãi với tổng số tiền lãi, phí chia sẻ lên đến 15 tỷ đồng. Điều này dẫn đến biên lợi nhuận cho vay của Chi nhánh giảm đi. Tuy nhiên, việc thu hút được thêm doanh nghiệp FDI vay vốn góp phần thúc đẩy việc sử dụng các sản phẩm dịch vụ khác, khiến tổng thu nhập từ khách hàng doanh nghiệp FDI tăng.

3.2. Mức độ hài lòng của khách hàng FDI về chất lượng tín dụng tại Vietcombank Bắc Ninh

Phần lớn các yếu tố trong thang đo được khách hàng nhận biết và đánh giá ở mức độ rất đồng ý. Trong đó, yếu tố được khách hàng đánh giá mức điểm cao nhất là PDHH3 tức là “*Bộ nhận diện thương hiệu của Vietcombank ấn tượng, giúp khách hàng dễ dàng nhận diện các địa điểm giao dịch*” (giá trị trung bình là 4,94). (Bảng 4).

Tuy nhiên, bên cạnh đó còn một số yếu tố được khách hàng đánh giá ở mức độ đồng ý gồm:

+ Yếu tố NLPV2 “*Mức lãi suất cho vay phù hợp, hấp dẫn*”. Đây là yếu tố khách hàng thấp nhất (4,00). Riêng với nhóm doanh nghiệp FDI, Vietcombank đưa ra các chương trình ưu đãi lãi suất vay USD, xác định mức lãi suất cho vay trên cơ sở lãi suất Libor + margin. Margin thường được xác định theo kỳ hạn vay và xếp hạng tín dụng. Các doanh nghiệp FDI mới thành lập, kết quả hoạt động kinh doanh chưa ổn định do đó điểm xếp hạng tín dụng thường

không cao dẫn đến lãi suất cho vay không hấp dẫn. Phần lớn doanh nghiệp FDI mong muốn margin sẽ được xác định theo mức lợi nhuận mà doanh nghiệp mang lại cho ngân hàng. Vì đa số các doanh nghiệp FDI khi vay vốn tại Vietcombank đều sử dụng tổng thể các sản phẩm dịch vụ của Vietcombank (bao gồm thanh toán không dùng tiền mặt, thanh toán xuất nhập khẩu, mở tài khoản và trả lương tự động cho công nhân, bán ngoại tệ,...) nên tổng lợi ích mang lại cho Vietcombank tương đối lớn.

+ Yếu tố STC2 “*Nhân viên xử lý các giao dịch chính xác, nhanh chóng ngay từ lần đầu tiên*” (4,15). Một số khách hàng cho rằng thời gian xử lý giao dịch còn chậm. Các khách hàng này cho biết mặc dù tốc độ xử lý của giao dịch viên Vietcombank tương đối nhanh nhưng họ thường phải chờ đợi để tới lượt giao dịch do lượng khách hàng giao dịch tại ngân hàng lớn. Hiện Vietcombank Bắc Ninh mới chỉ có 8 điểm giao dịch đặt trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh trong khi số lượng khách hàng ngày càng tăng nên chưa thể đáp ứng được nhanh chóng nhu cầu phát sinh của khách hàng.

Bảng 4. Đánh giá của KHDN FDI về các yếu tố trong thang đo (2021)

Biến	Số mẫu	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Nhận định
PDHH1	80	4	5	4,88	0,213	Rất đồng ý
PDHH2	80	4	5	4,76	0,428	Rất đồng ý
PDHH3	80	4	5	4,94	0,244	Rất đồng ý
SDC1	80	3	5	4,18	0,776	Đồng ý
SDC2	80	4	5	4,75	0,436	Rất đồng ý
SDC3	80	3	5	4,76	0,484	Rất đồng ý
NLPV1	80	3	5	4,23	0,746	Rất đồng ý
NLPV2	80	2	5	4,00	0,981	Đồng ý
NLPV3	80	2	5	4,23	0,954	Rất đồng ý
NLPV4	80	2	5	4,29	0,983	Rất đồng ý
NLPV5	80	3	5	4,20	0,753	Đồng ý
NLPV6	80	3	5	4,29	0,814	Rất đồng ý
STC1	80	3	5	4,27	0,779	Rất đồng ý
STC2	80	2	5	4,15	0,915	Đồng ý
SDU1	80	3	5	4,29	0,750	Rất đồng ý
SDU2	80	3	5	4,37	0,786	Rất đồng ý
SHL1	80	3	5	4,44	0,793	Rất đồng ý
SHL2	80	2	5	4,44	0,869	Rất đồng ý
SHL3	80	2	5	4,43	0,897	Rất đồng ý
ValidN (listwise)	80					

Bảng 5. Mức độ hài lòng của khách hàng (2021)

	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến quan sát
SHL1	0,73	0,662	0,52
SHL2		0,763	0,365
SHL3		0,300	0,929

+ Yếu tố SDC1 “*Vietcombank có chính sách quan tâm đến các cá nhân đóng vai trò chủ chốt trong doanh nghiệp*”(4,18). Một số khách hàng cho rằng Vietcombank chưa có sự chăm sóc đặc biệt đối với các giám đốc hoặc kế toán trưởng trong các dịp sinh nhật, hiếu, hỷ, lễ, ngày kỷ niệm, nhu cầu vay vốn cá nhân, sử dụng thẻ. Đây là phần thực sự ngân hàng cần nhìn nhận lại để có thể chăm sóc khách hàng được tốt hơn.

+ Yếu tố NLPV5 “*Thời gian thẩm định hồ sơ vay vốn và xử lý giao dịch tại Vietcombank nhanh*” (4,20). Một số khách hàng đánh giá thời gian thẩm định cấp tín dụng của Vietcombank Bắc Ninh chậm, đây chủ yếu là các khách hàng FDI có nhu cầu vay vốn lớn. Do thẩm quyền cấp tín dụng của Vietcombank Bắc Ninh với khoản vay ngắn hạn là 50 tỷ đồng hoặc USD tương đương, với khoản vay trung dài hạn là 25 tỷ đồng hoặc USD tương đương nên khi nhu cầu vay vốn của khách hàng lớn hơn thẩm quyền phê duyệt của chi nhánh thì chi nhánh sẽ phải chuyển đề nghị lên cấp phê duyệt cao hơn tại Trụ sở chính. Vì vậy, thời gian thẩm định sẽ kéo dài.

3.2.1. Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định chỉ ra nhân tố SHL đạt sự tin cậy khi đo lường qua 3 biến quan sát từ SHL1, SHL2 và SHL3 khi hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,730 lớn hơn 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 (Bảng 5).

Mức độ hài lòng của khách hàng đối với ngân hàng cũng tương đối cao, trong đó 3 biến quan sát của thang đo sự hài lòng của khách hàng có giá trị trung bình từ 4,43 đến 4,44 và phần lớn khách hàng tham gia khảo sát khẳng định sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ ngân hàng trong tương lai và sẽ giới thiệu ngân hàng cho người quen. Đây là một tín hiệu đáng mừng cho kết quả hoạt động cũng như uy tín của ngân hàng trong nhiều năm qua. Điều này cũng đòi hỏi ngân hàng cần phải nỗ lực nhiều hơn để

hoàn thiện hơn nữa chất lượng dịch vụ và giữ gìn, nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Kết quả phân tích thang đo sự hài lòng của khách hàng về chất lượng tín dụng FDI của Chi nhánh Vietcombank Bắc Ninh cho thấy:

Đối với nhân tố *phương tiện hữu hình*, đạt sự tin cậy khi đo lường qua 3 biến quan sát PDHH1, PDHH2 và PDHH3 khi hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,714 > 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3.

Đối với nhân tố *sự đồng cảm*, đạt sự tin cậy khi đo lường qua 3 biến quan sát SDC1, SDC2 và SDC3 khi hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,773 lớn hơn 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3.

Đối với nhân tố *năng lực phục vụ*, đạt sự tin cậy khi đo lường qua 6 biến quan sát từ NLPV1 đến NLPV 6 khi hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,963 lớn hơn 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3.

Đối với nhân tố *độ tin cậy*, đạt sự tin cậy khi đo lường qua 2 biến quan sát từ STC1 và STC2 khi hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,921 lớn hơn 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3.

Đối với nhân tố *tính đáp ứng*, đạt sự tin cậy khi đo lường qua 2 biến quan sát từ SDU1 và SDU2 khi hệ số Cronbach's Alpha bằng 0,863 lớn hơn 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3.

Do vậy, tất cả các biến này được đưa vào phân tích nhân tố để đánh giá sự hài lòng của khách hàng (Bảng 6).

3.2.2. Phân tích nhân tố EFA

Phân tích nhân tố cho các nhân tố của biến độc lập chỉ ra phân tích EFA là phù hợp với: KMO = 0,712 ($0,5 \leq KMO \leq 1$) nên phân tích nhân tố là phù hợp.

Bảng 6. Kết quả tính toán hệ số Cronbach's Alpha của các nhân tố đo lường sự hài lòng của khách hàng (2021)

Nhân tố	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến quan sát
PDHH1	0,714	0,945	0,318
PDHH2		0,576	0,738
PDHH3		0,355	0,808
SDC1	0,773	0,528	0,832
SDC2		0,643	0,676
SDC3		0,708	0,594
NLPV1	0,963	0,931	0,953
NLPV2		0,929	0,951
NLPV3		0,912	0,953
NLPV4		0,849	0,961
NLPV5		0,818	0,963
NLPV6		0,906	0,954
STC1	0,921	0,864	,
STC2		0,864	,
SDU1	0,863	0,76	,
SDU2		0,76	,

Bảng 7. Bảng phân tích nhân tố biến độc lập (2021)

	Thành phần chính				
	1	2	3	4	5
NLPV1	0,944				
NLPV2	0,936				
NLPV3	0,932				
NLPV6	0,917				
NLPV4	0,880				
NLPV5	0,845				
PDHH1		0,971			
PDHH2		0,815			
PDHH3		0,704			
SDC3			0,889		
SDC2			0,854		
SDC1			0,768		
SDU1				0,923	
SDU2				0,898	
STC1					0,906
STC2					0,901
KMO			0,712		
Phương sai giải thích					83,15%

Bảng 8. Bảng phân tích nhân tố biến phụ thuộc (2021)

Biến	Thành phần chính
	1
SHL2	0,954
SHL1	0,919
SHL3	0,525
KMO	0,512
Phương sai giải thích	67,70%

Bảng 9. Bảng phân tích sự tương quan (2021)

	SHL	SDC	NLPV	STC	SDU
SHL	1				
SDC	0,247 [*]	1			
NLPV	0,519 ^{**}	0,151	1		
STC	0,558 ^{**}	0,053	0,445 ^{**}	1	
SDU	0,462 ^{**}	0,066	0,136	0,271 [*]	1

Ghi chú: *. Tương quan có ý nghĩa ở mức 0,05 (2 phía); **. Tương quan có ý nghĩa ở mức 0,01 (2 phía).

Bảng 10. Kết quả phân tích hồi quy (2021)

Biến phụ thuộc: SHL	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	VIF
	Hệ số	Sai số chuẩn	Hệ số			
(Constant)	-2,611	1,193		-2,190	0,032	
SDC	0,216	0,106	0,159	2,038	0,045	1,027
NLPV	0,243	0,073	0,289	3,317	0,001	1,281
STC	0,239	0,075	0,288	3,198	0,002	1,366
SDU	0,333	0,077	0,353	4,345	0,000	1,114
PDHH	0,520	0,220	0,189	2,371	0,020	1,077
R ²			0,562			

Tổng phương sai giải thích: 83,15% > 50%. Điều này chứng tỏ 83,15% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 5 nhân tố. Như vậy kết quả phân tích EFA chỉ ra có 5 nhân tố được hình thành giống với giả thuyết (Bảng 7).

Kết quả phân tích bảng 8 chỉ ra phân tích EFA là phù hợp với hệ số KMO bằng 0,512 lớn hơn 0,5 và phương sai giải thích 67,70% lớn hơn 50%. Đồng thời kết quả phân tích EFA chỉ ra có một nhân tố được hình thành giống với giả thuyết (Bảng 8).

3.2.3. Phân tích tương quan

Phân tích tương quan chỉ ra mối quan hệ giữa hai biến với nhau. Kết quả bảng 9 chỉ ra

nhân tố SHL tương quan dương với các biến độc lập còn lại. Đồng thời SHL có tương quan mạnh nhất với STC (hệ số tương quan bằng 0,558) và tương quan yếu nhất với SDC (hệ số tương quan bằng 0,247). Tuy nhiên, để tìm ra các nhân tố có thực sự ảnh hưởng lên SHL hay không, đề tài tiếp tục tiến hành phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

3.2.4. Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy (Bảng 10) sẽ xác định mối quan hệ giữa biến phụ thuộc (sự hài lòng của khách hàng) và các biến độc lập (phương tiện hữu hình, tính đáp ứng, năng lực phục vụ, độ tin cậy).

Với giá trị VIF đều nhỏ hơn 10 nên hiện tượng đa cộng tuyến không tồn tại trong mô hình hồi quy.

Kết quả chỉ ra cả 5 nhân tố đều ảnh hưởng tích cực lên sự hài lòng (hệ số beta dương và P-value đều nhỏ hơn 0,05). Các biến độc lập tác động thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng. Như vậy, chi nhánh phải nỗ lực cải tiến những nhân tố này để nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Qua phân tích hồi quy, mô hình hồi quy có hệ số R^2 điều chỉnh = 0,562 có nghĩa là 56,2% biến thiên sự hài lòng của khách hàng được giải thích bởi 5 biến độc lập trên, còn 43,8% biến thiên sự hài lòng của khách hàng được giải thích bởi các nhân tố khác không có trong mô hình. Do đó nên có những nghiên cứu tiếp theo về sự hài lòng của khách hàng về chất lượng tín dụng FDI, trong đó, ngoài các thành phần trong thang đo SERVPERF, cần nghiên cứu bổ sung thêm biến giải thích vào mô hình để mô hình hồi quy có mức độ phù hợp cao hơn.

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ ngân hàng phụ thuộc vào những yếu tố chính sau:

Yếu tố *sự đáp ứng* có mức ảnh hưởng cao nhất ($\beta = 0,353$). Có thể giải thích là khách hàng ngày càng quan tâm đến những dịch vụ đa dạng và tính kịp thời của ngân hàng, vì ngày càng có nhiều ngân hàng cạnh tranh nên khách hàng càng có nhiều sự lựa chọn và sẽ thích giao dịch với ngân hàng có dịch vụ tốt hơn.

Yếu tố *năng lực phục vụ* xếp ở vị trí thứ hai ($\beta = 0,289$). Có thể giải thích là cán bộ tín dụng là những người sẽ tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên mọi cách cư xử, trình độ, kỹ năng tư vấn... của nhân viên đều có tác động rất lớn đến sự hài lòng của khách hàng.

Yếu tố *sự tin cậy* xếp ở vị trí thứ ba ($\beta = 0,288$), có thể giải thích là ngày càng có nhiều ngân hàng cạnh tranh lẫn nhau, khách hàng càng có nhiều sự lựa chọn. Chính vì vậy khi tiến hành giao dịch với ngân hàng mà họ cảm thấy được bảo mật thông tin tốt và xử lý nhanh chóng chính xác các giao dịch thì họ sẽ có thiện cảm và giữ mối quan hệ với ngân hàng mình.

Tóm lại, nghiên cứu đã đáp ứng được mục tiêu đánh giá sự hài lòng của khách hàng thông qua việc xây dựng mô hình phân tích và qua đó xác định được các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Với kết quả đạt được sẽ giúp cho ngân hàng Vietcombank Bắc Ninh đánh giá được việc cung cấp dịch vụ của đơn vị mình, từ đó đưa ra các biện pháp nhằm cải thiện sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ.

3.3. Giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng khách hàng doanh nghiệp FDI tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - chi nhánh Bắc Ninh

Qua kết quả nghiên cứu, một số giải pháp được đề xuất để cải tiến dịch vụ nhằm đem đến cho khách hàng sự hài lòng cao nhất mỗi khi đến giao dịch tại chi nhánh, qua đó thu hút khách hàng mới và giữ được những khách hàng truyền thống đối với dịch vụ tín dụng khách hàng doanh nghiệp FDI.

3.3.1. Nâng cao tính đáp ứng

Kết quả nghiên cứu cho thấy khách hàng hài lòng với yếu tố này rất cao ($\beta = 0,353$), cho thấy yếu tố này ảnh hưởng khá lớn đến sự hài lòng của khách hàng. Vì vậy để nâng cao tính đáp ứng, các giải pháp mà chi nhánh cần thực hiện trong thời gian tới như sau:

Xây dựng quy trình xử lý nghiệp vụ nhất quán, thông suốt giữa các phòng để rút ngắn thời gian chờ đợi của khách hàng bởi khi chờ đợi lâu sẽ khiến cho khách hàng dễ khó chịu và nhiều lần như vậy sẽ khiến họ không muốn tiếp tục giao dịch với ngân hàng nữa.

Luôn cải tiến chất lượng dịch vụ dựa trên phản hồi từ khách hàng. Tất cả ý kiến phản hồi của khách hàng cần được trân trọng, tốt nhất là có thư cảm ơn khách hàng. Đặc biệt, với những ý kiến đóng góp có giá trị, có ý nghĩa thiết thực thì nên có phần thưởng cho khách hàng.

3.3.2. Nâng cao năng lực phục vụ

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng rất quan tâm đến năng lực phục vụ của ngân hàng ($\beta = 0,289$). Điều này ngụ ý rằng yếu tố này có ảnh hưởng khá mạnh đến sự hài lòng của khách

hàng. Do đó, chi nhánh cần có những chính sách, chế độ để phát triển năng lực phục vụ cụ thể như:

Công tác đào tạo, Vietcombank Bắc Ninh cần ưu tiên và bố trí đội ngũ cán bộ có trình độ và kinh nghiệm trong thẩm định các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, không ngừng đào tạo nâng cao nghiệp vụ chuyên môn và trau dồi kinh nghiệm thực tế cho nhân viên. Có chế độ đãi ngộ công bằng, hợp lý cho bộ phận tín dụng với mức lương, thưởng xứng đáng do cán bộ tín dụng chịu nhiều rủi ro, áp lực công việc bằng quỹ khen thưởng của Chi nhánh để khích lệ, động viên cán bộ.

Chính sách lãi suất, tiến hành khảo sát về giá cả dịch vụ và lãi suất ở một số ngân hàng cùng địa bàn để xem xét lại chính sách giá cả và lãi suất của ngân hàng mình. Cập nhật thông tin về biến động thị trường cũng như giá cả giao dịch để củng cố lòng tin của khách hàng về tính cạnh tranh về giá của ngân hàng.

Công tác thẩm định, đây là một trong những yếu tố quyết định chất lượng tín dụng. Như đã nêu trên khó khăn của Ngân hàng khi xử lý nợ xấu là thanh lý tài sản bảo đảm thu hồi nợ. Tài sản đảm bảo của bên thứ ba, tài sản đảm bảo là máy móc thiết bị có công nghệ lạc hậu hoặc máy móc thiết bị thuộc các ngành sản xuất đặc thù, tài sản bảo đảm là hàng tồn kho sẽ không thuận lợi cho ngân hàng khi xử lý. Vì vậy, Vietcombank Bắc Ninh cần thận trọng trong việc xem xét nhận tài sản bảo đảm là máy móc thiết bị, hàng tồn kho vì tính thanh khoản của các tài sản này không cao trong khi tài sản thế chấp/cầm cố của các doanh nghiệp FDI đa phần là loại tài sản này.

Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ là biện pháp hiệu quả trong việc thu hút và sử dụng dịch vụ của Ngân hàng, qua đó cũng nâng cao năng lực của Ngân hàng. Vietcombank Bắc Ninh cần tích cực triển khai các giải pháp tư vấn, hỗ trợ pháp lý và thông tin cho khách hàng doanh nghiệp. Cụ thể:

+ Tư vấn về vấn đề vay vốn, các hình thức vay vốn để phù hợp với nhu cầu vốn của khách hàng: vay vốn ngắn hạn, vay vốn trung dài hạn.

+ Tư vấn các phương thức thanh toán xuất nhập khẩu: L/C, UPAS L/C, T/T, D/P, D/A để giảm rủi ro thanh toán, tiết kiệm chi phí dịch vụ... cho doanh nghiệp.

3.3.3. Nâng cao sự tin cậy

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy yếu tố này ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng ($\beta = 0,288$). Để tăng sự tin cậy đối với khách hàng, một số giải pháp được đưa ra đó là:

Để có những nhân viên dịch vụ tốt thì trước hết ngân hàng cần tuyển dụng nhân viên tốt. Các nhân viên này không chỉ có ngoại hình dễ nhìn, năng nổ trong giao tiếp mà còn phải có kỹ năng diễn đạt, thuyết phục tốt, biết cách ứng xử khéo léo và đặc biệt phải luôn giữ được nụ cười trên môi. Sau đó mới tạo cho họ những kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ cần thiết.

Nhân viên cần chú ý đến cảm xúc khách hàng, luôn chủ động quan tâm đến những khó khăn của khách hàng. Nếu thấy khách hàng còn lo lắng hay chưa rõ về vấn đề nào đó thì phải giải thích tận tình, rõ ràng cho khách, cần tư vấn cho khách về những dịch vụ phù hợp và tối ưu dành cho họ.

Chi nhánh cần thiết kế thùng thư góp ý hoặc là tổ chức thăm dò ý kiến khách hàng về thái độ phục vụ của nhân viên theo định kỳ hàng tháng để nhân viên tự ý thức được nhiệm vụ của mình là phục vụ khách hàng ngày một tốt hơn. Đồng thời, qua ý kiến của khách hàng ban lãnh đạo sẽ khen thưởng đối với những nhân viên thực hiện tốt nhiệm vụ của mình và nhắc nhở đối với những trường hợp chưa tốt để phục vụ khách hàng tốt hơn.

3.3.4. Một số giải pháp khác

Hoàn thiện hoạt động kiểm tra, kiểm soát:

Tăng cường giám sát, nâng cao chất lượng tín dụng, thực hiện phân loại nợ, trích lập dự phòng và xử lý rủi ro tín dụng, đảm bảo các tỉ lệ an toàn theo quy định của Ngân hàng Nhà nước, nâng cao chất lượng kiểm tra kiểm soát nội bộ, tăng cường kiểm soát theo chuyên đề.

Thực hiện kiểm tra kiểm soát nội bộ định kỳ tại Chi nhánh. Chú trọng hoạt động kiểm tra, kiểm soát sau cho vay nhằm đảm bảo khách hàng sử dụng đúng mục đích vay vốn, tuân theo quy định của Pháp luật, của Ngân hàng nhà nước và Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam.

Kiểm tra, kiểm soát sau cho vay đóng vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao chất

lượng tín dụng tại Ngân hàng thương mại. Đặc biệt là với đối tượng khách hàng doanh nghiệp FDI do đây là các khách hàng mà trong quá trình thẩm định, Ngân hàng khó có thể đánh giá được chính xác năng lực của chủ đầu tư.

Hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng:

Chi nhánh có chính sách chăm sóc khách hàng theo lợi nhuận tổng thể mà khách hàng mang lại. Công tác chăm sóc khách hàng phải phù hợp với văn hóa, phong tục của từng quốc gia. Vì vậy Chi nhánh nên có kế hoạch kinh doanh chi tiết đến từ khách hàng, từ đó cũng có thể phân bổ chi phí phục vụ công tác chăm sóc từng khách hàng hợp lý.

Các doanh nghiệp FDI trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh chủ yếu là các doanh nghiệp Hàn Quốc, Trung Quốc (chiếm khoảng 70%), đây là các quốc gia châu Á, nền văn hóa có những nét tương đồng với Việt Nam tuy nhiên cũng có nhiều điểm khác biệt. Trong công tác chăm sóc và tiếp cận khách hàng, cần chú ý đến sự phù hợp với nền văn hóa và nắm bắt được sở thích, phong tục đặc trưng của các quốc gia này. Điều này sẽ tạo thuận lợi cho Chi nhánh trong việc nâng cao hiệu quả công tác chăm sóc khách hàng.

Các giải pháp trên đây cần được kết hợp đồng thời với nhau thì mới có thể phát huy tác dụng một cách tốt nhất. Ngay từ đầu năm 2022, sau khi dịch Covid 19 dần được kiểm soát, Ngân hàng bắt đầu cho phép tăng trưởng tín dụng là thời gian thích hợp để áp dụng các giải pháp trên vào chu trình cung ứng tín dụng của Ngân hàng cho khách hàng.

4. KẾT LUẬN

Doanh nghiệp FDI đóng vai trò quan trọng góp phần giải quyết lực lượng lao động, phát triển sản xuất kỹ thuật và kinh tế xã hội. Khách hàng doanh nghiệp FDI ngày càng đóng góp tỉ trọng lớn trong cơ cấu doanh thu, lợi nhuận của các Ngân hàng thương mại nói chung và Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam nói riêng. Đặc biệt là trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh, nơi tập trung nhiều khu công nghiệp với một số lượng lớn các doanh nghiệp FDI đang hoạt động sản xuất kinh doanh, là thị trường tiềm năng cho Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - chi

nhánh Bắc Ninh khai thác, hợp tác, phát triển khách hàng. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng tín dụng khách hàng DN FDI tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - chi nhánh Bắc Ninh là rất cần thiết.

Nghiên cứu thực trạng nâng cao chất lượng tín dụng khách hàng DN FDI tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Bắc Ninh, chúng tôi cho rằng chất lượng tín dụng khách hàng doanh nghiệp FDI tại ngân hàng còn tồn tại nhiều hạn chế và rủi ro tiềm ẩn. Do đó, việc tiếp tục nâng cao chất lượng tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp FDI tại Ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bắc Ninh là thực sự quan trọng và cần thiết để giúp Ngân hàng phát triển bền vững và hiệu quả.

Từ nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn, luận văn đã đề xuất định hướng và giải pháp để tiếp tục nâng cao chất lượng tín dụng doanh nghiệp FDI tại Ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Bắc Ninh trong thời gian tới, cụ thể là (1) nâng cao tính đáp ứng nhu cầu tín dụng của doanh nghiệp FDI; (2) nâng cao năng lực phục vụ; (3) nâng cao sự tin cậy; (4) một số giải pháp khác như: hoàn thiện hệ thống kiểm tra, kiểm soát; hoàn thiện việc chăm sóc khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bộ kế hoạch và đầu tư (2021). Báo cáo tình hình đầu tư trực tiếp nước ngoài năm 2020. Truy cập từ <https://www.mpi.gov.vn/Pages/tinbai.aspx?idTin=48566&idcm=208> ngày 01/10/2021.
- Cục thống kê tỉnh Bắc Ninh (2021). Số liệu thống kê chủ yếu thời kỳ 1997-2021. Truy cập từ <http://ctk.bacninh.gov.vn/documents/7868686/10247087/To+gap+25+nam+1997-2021+IN.cdr> ngày 01/10/2021.
- Cục Thống kê Bắc Ninh (2021). Báo cáo tình hình kinh tế xã hội tháng 12 năm 2020. Truy cập từ <https://bacninh.gov.vn/news/-/details/20182/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-thang-12-nam-2020> ngày 25/09/2021.
- Quốc hội (2017). Luật số 17/2017/QH14. Luật các tổ chức tín dụng 2017 - Luật sửa đổi, bổ sung.
- Vietcombank (2019). Báo cáo thường niên. Truy cập từ <https://portal.vietcombank.com.vn/VCBDigital/2019/vn/gioi-thieu-vietcombank.html> ngày 01/10/2021.
- Vietcombank (2020). Báo cáo thường niên. Truy cập từ <https://portal.vietcombank.com.vn/VCBDigital/2020/vi/> ngày 01/10/2021.