

PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH MỸ THO, TỈNH TIỀN GIANG

Development of consumer credit at the Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam - My Tho Branch, Tien Giang province

Hồ Anh Tuấn¹ và Đoàn Thị Hồng²

¹Học viên cao học Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam
tuanha8@bidv.com.vn

²Phó hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam
doan.hong@daihoclongan.edu.vn

Tóm tắt — Mỗi ngân hàng với những ưu thế riêng đều có thể lựa chọn chiến lược phát triển riêng của mình. Tại thành phố Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang nhu cầu vay tiêu dùng đang tăng mạnh cho các mục đích tiêu dùng hàng ngày, việc đáp ứng nhu cầu này không chỉ giúp ngân hàng thu hút mà còn nâng cao sự hài lòng và trung thành của khách hàng. Tuy nhiên, hoạt động tín dụng tiêu dùng tại BIDV Mỹ Tho chưa đạt hiệu quả. Nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích, đánh giá và đề xuất giải pháp triển khai tín dụng tiêu dùng tại BIDV Mỹ Tho đến 2026 như: Đa dạng và phát triển các sản phẩm mới, có chính sách thu hút khách hàng, hiện đại hoá công nghệ ngân hàng và nâng cao chất lượng nhân viên ngân hàng.

Abstract — Each bank with its own advantages can choose its own development strategy. In My Tho city, Tien Giang province, the demand for consumer loans is increasing sharply for daily consumption purposes. Meeting this demand not only helps the bank attract but also increases customer satisfaction and loyalty. However, consumer credit activities at BIDV My Tho have not been effective. The study was conducted to analyze, evaluate and propose solutions to develop consumer credit at BIDV My Tho until 2026 such as: Diversifying and developing new products, having policies to attract customers, modernizing banking technology and improving the quality of bank staff.

Từ khóa — Phát triển (development), Tín dụng tiêu dùng (consumer credit), BIDV Mỹ Tho.

1. Sự cần thiết của đề tài

Việt Nam sau một quá trình chuyển mình theo kinh tế thị trường, mở cửa hội nhập cùng kinh tế quốc tế đã có những bước phát triển nhanh, thị trường chứng khoán đã hình thành và không ngừng hoàn thiện, đời sống của người dân ngày càng được nâng cao. Các ngân hàng thương mại (NHTM) cần phải triển khai mô hình ngân hàng bán lẻ là cần thiết và là một xu hướng hợp thời đại. Trong khi đó hàng loạt các NHTM trong nước đã sớm xác định thị trường tín dụng mục tiêu là thị trường tín dụng tiêu dùng, tạo nên đối trọng cạnh tranh khá quyết liệt.

Nước ta bước vào hội nhập, tự do hoá ngân hàng và như thế tính cạnh tranh sẽ càng trở nên khốc liệt hơn khi có các “đại gia” ngân hàng nước ngoài mạnh hơn NHTM trong nước về mọi mặt cả về vốn liếng cũng như kinh nghiệm vào cuộc. NHTM trong nước nếu không còn những chính sách bảo hộ của Chính

phủ thì sẽ chỉ còn một lợi thế so với ngân hàng nước ngoài đó là có mặt lâu hơn trên thị trường trong nước, thị phần đã chiếm giữ được cơ bản. Trên thực tế, tình hình phát triển kinh tế của địa bàn Thành phố Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang đang diễn ra mạnh mẽ, cùng với đó là nhu cầu vay tiêu dùng của người dân cũng gia tăng. Sự phát triển của nền kinh tế cũng như nhu cầu tiêu dùng của người dân nhất thiết phải có sự hỗ trợ của các ngân hàng. Bởi vậy, tín dụng tiêu dùng là một thị trường tiềm năng đối với các ngân hàng nói chung và Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mỹ Tho (BIDV Mỹ Tho) nói riêng.

Theo số liệu từ Ngân hàng Nhà nước Việt Nam Chi nhánh tỉnh Tiền Giang, thị phần dư nợ tín dụng tiêu dùng của BIDV Mỹ Tho trên địa bàn tỉnh chiếm tỷ lệ khá thấp, dưới 15%. Điều này chứng tỏ hoạt động tín dụng tiêu của chi nhánh vẫn chưa được khai thác tương xứng với tiềm năng của ngân hàng cũng như nhu cầu vay của khách hàng. Trước bối cảnh đó, BIDV

Mỹ Tho đã nhận thức được tầm quan trọng của việc thiết lập quan hệ với khu vực khách hàng vay tiêu dùng tại địa bàn. Do đó, việc tìm hiểu thực trạng tín dụng tiêu dùng và đưa ra những giải pháp nhằm phát triển tín dụng tiêu dùng tại BIDV Mỹ Tho là rất cần thiết.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm

Tín dụng tiêu dùng (TDTD) là khoản cho vay nhằm tài trợ các nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng, bao gồm cá nhân và cá thể kinh doanh. TDTD khác với cho vay sản xuất kinh doanh, người vay tiêu dùng sử dụng khoản vay vào các hoạt động không sinh lời, nguồn trả nợ độc lập với việc sử dụng tiền vay. Những khoản vay này chủ yếu được sử dụng vào việc mua nhà cửa, ô tô, các dụng cụ trong gia đình, các dịch vụ y tế, chi phí cho các dịp lễ, tết,... Phát triển TDTD là khoản cho vay của ngân hàng nhằm tài trợ cho nhu cầu tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân gia tăng về thị phần, dư nợ, số lượng khách hàng, sản phẩm cho vay,... kỳ này so với kỳ trước hoặc so với tổng thể. Nội dung phát triển TDTD không chỉ quan tâm về gia tăng hơn trước về quy mô, phạm vi (thị phần, dư nợ cho vay, số lượng khách hàng...), còn hàm ý phải đảm bảo chất lượng TDTD, kiểm soát được rủi ro (Nguyễn Minh Tiến, 2012).

2.2. Sự cần thiết phát triển tín dụng tiêu dùng

TDTD giúp người dân có thể tiếp cận nhanh chóng và dễ dàng các khoản vay để phục vụ nhu cầu tiêu dùng cá nhân như mua sắm, sửa chữa nhà cửa, du lịch, học tập và chăm sóc sức khỏe. Với sự phát triển kinh tế, mức sống của người dân tăng cao dẫn đến nhu cầu tiêu dùng ngày càng lớn. TDTD giúp lấp đầy khoảng trống tài chính này, tạo điều kiện cho người dân có thể sử dụng dịch vụ ngay khi cần thiết, mà không phải chờ đợi tích lũy.

Phát triển TDTD là một trong những cách hiệu quả để kích cầu tiêu dùng, từ đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Khi người dân có điều kiện tiếp cận tín dụng để tiêu dùng, sức mua tăng lên, tạo ra nhu cầu lớn hơn cho hàng hóa và dịch vụ. Điều này thúc đẩy các doanh nghiệp sản xuất và cung ứng, tạo ra một vòng

quay kinh tế, từ đó giúp nền kinh tế phát triển mạnh mẽ hơn.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt trong lĩnh vực ngân hàng, việc phát triển các sản phẩm TDTD là yếu tố quan trọng giúp các NHTM tạo ra sự khác biệt và gia tăng khả năng cạnh tranh. Các ngân hàng có thể tạo ra nhiều gói tín dụng với các chính sách ưu đãi, điều kiện vay linh hoạt để thu hút khách hàng, từ đó gia tăng thị phần và lợi nhuận. Đặc biệt, TDTD thường có thời gian vay ngắn và lãi suất cao hơn so với các loại tín dụng khác, giúp ngân hàng nhanh chóng thu hồi vốn và tối ưu hóa lợi nhuận.

Sự phát triển của công nghệ số và dịch vụ ngân hàng trực tuyến tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển TDTD. Các ngân hàng có thể áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), phân tích dữ liệu lớn (Big Data) và hệ thống tự động hóa để xử lý các yêu cầu vay tín dụng nhanh chóng, an toàn và hiệu quả. Khách hàng có thể dễ dàng tiếp cận các gói tín dụng thông qua ứng dụng di động hoặc trang web của ngân hàng, giúp tiết kiệm thời gian và công sức. Điều này không chỉ cải thiện trải nghiệm khách hàng mà còn giúp ngân hàng tăng cường hiệu quả hoạt động.

2.3. Các nghiên cứu trước

Cần Văn Lực & cộng sự (2022) nghiên cứu đề tài “Phát triển tài chính tiêu dùng kinh nghiệm quốc tế và kiến nghị đối với Việt Nam”. Tài chính tiêu dùng là lĩnh vực mang lại lợi ích cho nền kinh tế với việc thúc đẩy tiêu dùng của người dân, tạo cầu hàng hóa, dịch vụ cho phát triển sản xuất, tạo công ăn việc làm cũng như cải thiện đời sống của người dân như giúp phát triển con người thông qua tăng khả năng tiếp cận dịch vụ giáo dục, y tế, du lịch hạn chế tiếp cận tín dụng đen,... Tuy nhiên, tài chính tiêu dùng cũng có rủi ro, nếu không được quản lý, kiểm soát phù hợp. Mặc dù tài chính tiêu dùng tại Việt Nam không còn là lĩnh vực mới nhưng vẫn chưa thật sự phát triển, sự tiếp cận của người dân vẫn còn nhiều hạn chế do tâm lý e ngại thủ tục cũng như thói quen chi tiêu, quản lý tài chính cá nhân chưa tốt.

Nghiên cứu của Phan Thị Anh Tiên (2020) với đề tài “Phát triển tín dụng tiêu dùng

tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Long An”. Nghiên cứu đã xây dựng khung lý thuyết về dịch vụ TDTD tại các NHTM, các sản phẩm TDTD, chỉ tiêu đánh giá phát triển và sự cần thiết phát triển TDTD tại NHTM Việt Nam. Nghiên cứu đã phân tích thực trạng phát triển TDTD tại Vietcombank Long An, tìm ra những mặt tồn tại, từ đó đề xuất một số giải

pháp nhằm phát triển dịch vụ TDTD tại Vietcombank Long An.

3. Thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mỹ Tho giai đoạn 2021 - 2023

3.1. Quy mô tín dụng tiêu dùng

Bảng 1. Dư nợ tín dụng tiêu dùng bình quân trên khách hàng

Đơn vị tính: Triệu đồng

Các chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022		Năm 2023	
	Số tiền	Số tiền	Tăng trưởng (%)	Số tiền	Tăng trưởng (%)
1. Dư nợ tín dụng tiêu dùng	615,308	603,896	-1.85	974,443	61.36
2. Số lượng khách hàng vay	1,983	1,995	0.61	2,248	12.68
Dư nợ tín dụng tiêu dùng bình quân/khách hàng (1/2)	310	303	-2.45	433	43.20

Nguồn: BIDV Mỹ Tho

Dư nợ TDTD bình quân trên mỗi khách hàng giảm từ 310 triệu đồng năm 2021 xuống còn 303 triệu đồng năm 2022, giảm 2.45%. Tuy nhiên, đến năm 2023, con số này tăng mạnh lên 433 triệu đồng, tương ứng mức tăng trưởng 43.20%. Điều này cho thấy BIDV Mỹ Tho không chỉ mở rộng số lượng khách hàng mà còn tăng giá trị vay tiêu dùng trung bình của mỗi khách hàng trong năm 2023.

3.2. Cơ cấu dư nợ tín dụng tiêu dùng

Sản phẩm mua nhà năm 2021 chiếm 59.84% tổng dư nợ TDTD, với giá trị 368,225 triệu đồng. Đến năm 2022, tỷ trọng tăng lên 63.70%

(384,704 triệu đồng), nhưng đến năm 2023, tỷ trọng giảm xuống 56.45%, mặc dù giá trị tuyệt đối tăng lên 550,071 triệu đồng. Điều này cho thấy tín dụng mua nhà vẫn là sản phẩm chủ lực, nhưng tỷ trọng của nó đã giảm do sự tăng trưởng mạnh của các sản phẩm khác (bảng 2).

Dư nợ cho vay mua ô tô có xu hướng giảm về tỷ trọng, từ 6.23% năm 2021 (38,351 triệu đồng) xuống còn 4.95% năm 2022 (29,896 triệu đồng) và 4.92% năm 2023 (47,927 triệu đồng). Tuy nhiên, số tiền cho vay đã tăng đáng kể vào năm 2023, thể hiện sự tăng trưởng trong nhu cầu vay mua ô tô (bảng 2).

Bảng 2. Cơ cấu dư nợ tín dụng tiêu dùng theo sản phẩm

Đơn vị tính: Triệu đồng

Sản phẩm	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Mua nhà	368,225	59.84	384,704	63.70	550,071	56.45
Phương tiện đi lại (ô tô)	38,351	6.23	29,896	4.95	47,927	4.92
Thẻ tín dụng	25,385	4.13	31,008	5.13	35,807	3.67
Tín chấp tiêu dùng	28,934	4.70	28,027	4.64	40,924	4.20
Đảm bảo bằng giấy tờ có giá	135,395	22.00	111,265	18.42	278,353	28.57
Học tập - du lịch	19,018	3.09	18,996	3.15	21,361	2.19
Dư nợ tín dụng tiêu dùng	615,308	100	603,896	100	974,443	100

Nguồn: BIDV Mỹ Tho

Tỷ trọng dư nợ thẻ tín dụng có sự dao động nhẹ, từ 4.13% năm 2021 (25,385 triệu đồng) lên 5.13% năm 2022 (31,008 triệu đồng), nhưng giảm xuống 3.67% năm 2023 (35,807 triệu đồng). Mặc dù giá trị dư nợ tăng,

tỷ trọng giảm cho thấy sự cạnh tranh giữa các sản phẩm tín dụng tiêu dùng khác.

Sản phẩm tín chấp tiêu dùng duy trì tỷ trọng ổn định trong giai đoạn này, dao động quanh mức 4.20% - 4.70%. Năm 2021, dư nợ

tín chấp tiêu dùng là 28,934 triệu đồng, và tăng lên 40,924 triệu đồng năm 2023, mặc dù tỷ trọng giảm nhẹ.

Đảm bảo bằng giấy tờ có giá là sản phẩm có sự tăng trưởng mạnh nhất về cả giá trị và tỷ trọng. Năm 2021, tỷ trọng của sản phẩm này là 22.00% (135,395 triệu đồng), nhưng đến năm 2023, tỷ trọng đã tăng lên 28.57% (278,353 triệu đồng). Sản phẩm này trở thành

một trong những sản phẩm TDTD quan trọng của BIDV Mỹ Tho.

Học tập - du lịch tỷ trọng này duy trì ở mức thấp, giảm từ 3.09% năm 2021 xuống còn 2.19% năm 2023, cho thấy nhu cầu vay cho học tập và du lịch ít được ưu tiên hơn so với các sản phẩm tín dụng khác (bảng 2).

3.3. Thu lãi từ hoạt động tín dụng tiêu dùng

Bảng 3. Thu lãi từ hoạt động tín dụng tiêu dùng

Đơn vị tính: Triệu đồng

Các chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022		Năm 2023	
	Số tiền	Số tiền	Tăng trưởng (%)	Số tiền	Tăng trưởng (%)
1. Thu lãi tín dụng tiêu dùng	56,258	54,326	-3.43	77,690	43.01
2. Thu lãi từ hoạt động tín dụng	79,068	88,686	12.16	126,289	42.40
Tỷ lệ thu lãi (%) (1/2)	71.15	61.26		61.52	

Nguồn: BIDV Mỹ Tho

Tỷ lệ thu lãi từ TDTD so với tổng thu lãi từ hoạt động tín dụng có sự thay đổi qua các năm. Năm 2021, tỷ lệ này đạt 71.15%, nhưng giảm xuống 61.26% vào năm 2022, và giữ mức 61.52% vào năm 2023. Điều này cho thấy dù thu lãi từ TDTD tăng trưởng mạnh vào năm

2023, tỷ trọng của nó trong tổng thu lãi từ hoạt động tín dụng vẫn duy trì ổn định.

3.4. Tình hình nợ quá hạn, nợ xấu tín dụng tiêu dùng

Bảng 4. Tỷ lệ nợ quá hạn tín dụng tiêu dùng

Đơn vị tính: Triệu đồng

Các chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022		Năm 2023	
	Số tiền	Số tiền	Tăng trưởng (%)	Số tiền	Tăng trưởng (%)
1. Dư nợ tín dụng tiêu dùng	615,308	603,896	-1.85	974,443	61.36
2. Nợ quá hạn tín dụng tiêu dùng	2,398	837	-65.10	1,798	114.81
Tỷ lệ nợ quá hạn (%)	0.39	0.14		0.18	

Nguồn: BIDV Mỹ Tho

Tỷ lệ nợ quá hạn TDTD tại BIDV Mỹ Tho trong giai đoạn 2021–2023 đã có những biến động đáng chú ý. Năm 2021, dư nợ tín dụng tiêu dùng đạt 615,308 triệu đồng, với nợ quá hạn là 2,398 triệu đồng, tương ứng tỷ lệ nợ quá hạn là 0.39%. Đến năm 2022, dư nợ giảm xuống còn 603,896 triệu đồng (giảm 1.85%), trong khi nợ quá

hạn giảm mạnh xuống 837 triệu đồng (giảm 65.10%), dẫn đến tỷ lệ nợ quá hạn chỉ còn 0.14%. Tuy nhiên, sang năm 2023, dư nợ tăng mạnh lên 974,443 triệu đồng (tăng 61.36%), kéo theo nợ quá hạn tăng lên 1,798 triệu đồng (tăng 114.81%), khiến tỷ lệ nợ quá hạn tăng nhẹ lên 0.18%.

Bảng 5. Tỷ lệ nợ xấu tín dụng tiêu dùng

Đơn vị tính: Triệu đồng

Các chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022		Năm 2023	
	Số tiền	Số tiền	Tăng trưởng (%)	Số tiền	Tăng trưởng (%)
1. Dư nợ tín dụng tiêu dùng	615,308	603,896	-1.85%	974,443	61.36%
2. Nợ xấu tín dụng tiêu dùng	1,955	279	-85.73%	1,564	460.57%
Tỷ lệ nợ xấu (%)	0.32	0.05		0.16	

Nguồn: BIDV Mỹ Tho

Tỷ lệ nợ xấu TDTD tại BIDV Mỹ Tho trong giai đoạn 2021-2023 có sự thay đổi đáng kể. Năm 2021, dư nợ TDTD đạt 615,308 triệu đồng, với nợ xấu là 1,955 triệu đồng, tương ứng tỷ lệ nợ xấu là 0.32%. Đến năm 2022, dư nợ giảm nhẹ xuống còn 603,896 triệu đồng (giảm 1.85%), trong khi nợ xấu giảm mạnh xuống chỉ còn 279 triệu đồng (giảm 85.73%), khiến tỷ lệ nợ xấu giảm xuống 0.05%. Tuy nhiên, trong năm 2023, dư nợ tăng mạnh lên 974,443 triệu đồng (tăng 61.36%) và nợ xấu cũng tăng đáng kể lên 1,564 triệu đồng (tăng 460.57%), dẫn đến tỷ lệ nợ xấu tăng lên 0.16%.

4. Đánh giá chung thực trạng phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mỹ Tho giai đoạn 2021 - 2023

4.1. Kết quả đạt được

Chủ động đưa ra thị trường một số dịch vụ mới, danh mục sản phẩm đa dạng hơn, cơ cấu sản phẩm theo hướng tích cực, hiệu quả đáp ứng tốt yêu cầu của khách hàng.

Việc xử lý rủi ro tại chi nhánh luôn tuân thủ theo đúng chỉ đạo chung trong việc sử dụng quỹ dự phòng để xử lý rủi ro. Tại chi nhánh từ năm 2021 đã bắt đầu phát sinh nợ quá hạn và nợ xấu. Tuy nhiên, chi nhánh vẫn làm chủ được chất lượng tín dụng, tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu ở mức thấp so với tổng dư nợ và giảm trong giai đoạn 2021 - 2023.

4.2. Hạn chế còn tồn tại

Quy mô cho vay và dư nợ cho vay của hoạt động TDTD vẫn chiếm tỷ trọng không cao trong tổng số dư nợ cho vay của chi nhánh. Chính sách marketing dịch vụ TDTD của ngân hàng đã được đẩy mạnh nhưng hiệu quả chưa cao nên số lượng khách hàng đến với ngân hàng chưa thực sự tương xứng với quy mô.

Quy trình phê duyệt và giải ngân TDTD đôi khi còn chậm và phức tạp. Điều này có thể làm mất cơ hội trong việc phục vụ khách hàng kịp thời và giảm khả năng cạnh tranh của ngân hàng so với các đối thủ trong ngành.

5. Giải pháp phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mỹ Tho giai đoạn 2024 - 2026

5.1. Đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm và phát triển các sản phẩm mới

Hiện tại, BIDV Mỹ Tho chủ yếu cung cấp các sản phẩm TDTD cho mục đích xây dựng, sửa chữa, mua nhà và phương tiện đi lại. Tuy nhiên, nhu cầu vay tiêu dùng ở khu vực này đang mở rộng cho các mục đích khác như thanh toán hàng hóa dịch vụ, học phí du học, khám chữa bệnh và du lịch. Để đáp ứng nhu cầu này, BIDV Mỹ Tho cần mở rộng danh mục sản phẩm vay tiêu dùng để thu hút khách hàng mới, nâng cao thị phần và sức cạnh tranh.

Một chiến lược quan trọng là phát triển các gói sản phẩm vay tiêu dùng dành cho cán bộ nhân viên, bao gồm TDTD thấu chi và thẻ tín dụng,... Gói sản phẩm này giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận vốn vay và tối ưu hóa lợi ích từ dịch vụ ngân hàng. Ngoài ra, cần tăng cường hợp tác với các đối tác để triển khai các hình thức mua sắm trả góp với lãi suất 0% hoặc thấp. Phát triển dịch vụ cho vay trực tuyến cũng là xu hướng tất yếu, giúp nâng cao trải nghiệm khách hàng, tạo sự thuận lợi trong việc nộp hồ sơ, ký hợp đồng và quản lý khoản vay.

5.2. Đẩy mạnh dư nợ và thu hút khách hàng

Để thu hút khách hàng, cần hiểu rõ nhu cầu của họ và xây dựng chính sách phù hợp. BIDV Mỹ Tho nên áp dụng chiến lược bán sản phẩm chéo, giới thiệu các sản phẩm bổ sung cho khách hàng hiện tại nhằm tăng doanh số. Đối tượng cho vay cần mở rộng bao gồm cả cán bộ nhân viên doanh nghiệp, đặc biệt là nhóm có thu nhập cao và ổn định. BIDV Mỹ Tho có thể áp dụng hoa hồng cho người đại diện giới thiệu khách hàng.

Về chính sách lãi suất, cần đảm bảo sự hấp dẫn cho khách hàng và tạo lợi nhuận cho ngân hàng. Chính sách thu hút khách hàng nên bao gồm xác định rõ đối tượng mục tiêu, nắm bắt tâm lý tiêu dùng, lập hồ sơ và xét duyệt khách hàng, và cung cấp các ưu đãi như lãi suất thấp cho khoản vay có bảo đảm bằng tiết kiệm.

Đối với vay cá nhân, BIDV Mỹ Tho nên tư vấn lựa chọn thời hạn và hạn mức vay hợp lý và hoạch định tài chính để giảm chi phí phát sinh. Đối với khách hàng hiện tại, ngân hàng

nên tăng cường dịch vụ tư vấn tiêu dùng và chăm sóc khách hàng qua các chương trình quà tặng và chúc mừng lễ tết. Đối với khách hàng mới, cần làm rõ lợi ích khi giao dịch với chi nhánh và nghiên cứu đặc điểm tiêu dùng của từng nhóm khách hàng.

5.3. Tuân thủ quy trình cho vay và rút ngắn thời gian giao dịch

Hiện nay, mức cho vay cho khách hàng cá nhân mua nhà hoặc đất còn thấp do định giá tài sản đảm bảo quá cần trọng, thường thấp hơn giá thị trường đến 50%. BIDV Mỹ Tho cần điều chỉnh khung giá tài sản đảm bảo để phù hợp với giá thị trường, đồng thời đảm bảo an toàn tín dụng.

Thời hạn cho vay của BIDV Mỹ Tho hiện thấp hơn so với các ngân hàng khác. Để cạnh tranh, BIDV Mỹ Tho cần mở rộng thời hạn cho vay lên 15, 20, 25 năm tùy thuộc vào dự án và khả năng tài chính của khách hàng.

Quy trình hiện tại còn chậm, gây không hài lòng cho khách hàng. BIDV Mỹ Tho cần quản lý thời gian thực hiện hồ sơ chặt chẽ hơn, cải thiện phối hợp giữa các bộ phận và ứng dụng công nghệ thông tin để nhanh chóng và tiện lợi hơn.

Cần sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận để phát triển ngân hàng. Tránh đùn đẩy trách nhiệm hoặc mâu thuẫn nội bộ, làm giảm hiệu quả công việc.

5.4. Hiện đại hóa công nghệ và nâng cao chất lượng phục vụ ngân hàng

Để đáp ứng yêu cầu của cách mạng công nghệ 4.0, BIDV Mỹ Tho đã thực hiện nhiều hoạt động theo chỉ thị của Thủ tướng Chính

phủ và chiến lược phát triển ngành ngân hàng. Việc ứng dụng công nghệ 4.0 giúp nâng cao lợi nhuận và tính sẵn sàng của hệ thống dịch vụ ngân hàng điện tử.

Nâng cao chất lượng phục vụ và hiện đại hóa công nghệ là yếu tố quan trọng trong chiến lược phát triển của BIDV Mỹ Tho. Cần tin học hóa các quy trình kinh doanh và quản lý ngân hàng, đào tạo cán bộ nhân viên để làm chủ công nghệ mới. BIDV Mỹ Tho với đội ngũ nhân viên chất lượng cao sẽ đáp ứng tốt nhu cầu cạnh tranh ngày càng gay gắt và đưa ra dịch vụ khách hàng tốt nhất.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Cán Văn Lực và cộng sự (2022). Phát triển tài chính tiêu dùng - kinh nghiệm quốc tế và kiến nghị đối với Việt Nam. *Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ*.
- [2] Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mỹ Tho (2024). *Báo cáo kết quả hoạt động tín dụng giai đoạn 2021 - 2023*.
- [3] Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mỹ Tho (2024). *Báo cáo phân loại nợ định kỳ giai đoạn 2021 - 2023*.
- [4] Nguyễn Minh Tiến (2012). Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại. Nhà xuất bản Thống Kê.
- [5] Phan Thị Anh Tiên (2020). *Phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Long An*. Luận văn thạc sĩ, Trường đại học Kinh tế Công nghiệp Long An.

Ngày nhận: 22/12/2024

Ngày phản biện: 12/3/2025

Ngày duyệt đăng: 22/3/2025