

PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN THỊNH VƯỢNG VÀ PHÁT TRIỂN - CHI NHÁNH LONG AN

Developing consumer credit at Prosperity and Development Commercial Joint Stock Bank - Long An Branch

Trần Thị Thu Thủy¹

¹Học viên cao học Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam
thuytran280788@gmail.com

Tóm tắt — Hoạt động phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển Chi nhánh Long An giai đoạn 2021-2023 đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Tuy nhiên, hoạt động này vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định như quy mô nhỏ, mạng lưới chưa rộng và chưa đồng đều, thiếu nhiều sản phẩm vay tiêu dùng thiết thực, hạn mức tăng trưởng tín dụng bị giới hạn, quy chế cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển Chi nhánh Long An vẫn còn bị giới hạn bởi các quy định nội bộ. Qua việc phân tích thực trạng phát triển tín dụng tiêu dùng, tác giả đã đưa giải pháp thực hiện để nâng cao hiệu quả phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển Chi nhánh Long An giai đoạn 2024-2026 là phát triển quy mô và phát triển chất lượng.

Abstract — Consumer credit development activities at the Prosperity and Development Joint Stock Commercial Bank, Long An Branch in the period of 2021-2023 have achieved many positive results. However, this activity still has certain limitations such as small scale, small and uneven network, lack of practical consumer loan products, limited general credit growth limit, consumer lending regulations of the Prosperity and Development Joint Stock Commercial Bank, Long An Branch are still limited by internal regulations. Through analyzing the current status of consumer credit development, the author has proposed solutions to improve the effectiveness of consumer credit development at the Prosperity and Development Joint Stock Commercial Bank, Long An Branch in the period of 2024-2026, which are to develop scale and develop quality.

Từ khóa — Giải pháp phát triển tín dụng tiêu dùng (consumer credit development solutions), tín dụng ngân hàng thương mại (commercial bank credit).

1. Sự cần thiết của đề tài

Việt Nam từ một nước nông nghiệp lạc hậu chuyển sang nền kinh tế thị trường theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa năng suất sản xuất cao đã tạo ra lượng hàng hóa phong phú và đa dạng, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân. Thực hiện chính sách mở cửa, bộ mặt nền kinh tế Việt Nam đã chuyển đổi mạnh, đời sống của người dân ngày càng nâng cao, tiến đến cuộc sống thoải mái hơn về vật chất lẫn tinh thần, ngoài những nhu cầu thiết yếu thì nhu cầu cuộc sống được nâng cao hơn, như nhà cửa tiện nghi, xe ô tô hiện đại, du lịch, du học nước ngoài,... Do đó, đôi khi người dân cho phép mình chi tiêu vượt mức thu nhập, dẫn đến nhu cầu vay mượn để tiêu dùng tăng lên. Điều này đã tạo ra thị trường cho vay tiêu dùng đối với các ngân hàng thương mại có sự cạnh tranh cao.

Nắm bắt được nhu cầu của người dân cũng như làm tăng tính cạnh tranh với các ngân hàng

bạn, Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển Chi nhánh Long An (PGBank Long An) đã triển khai loại hình tín dụng tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân. Đặc biệt PGBank Long An trong những năm gần đây đã không ngừng đẩy mạnh dư nợ tín dụng tiêu dùng, đã từng bước cải thiện quy trình, quy chế cho vay phù hợp nhu cầu của người dân, nhưng đảm bảo an toàn về tín dụng. Tuy nhiên, về chính sách cũng như quy chế cho vay của Chi nhánh vẫn còn tồn đọng những vướng mắc khách quan, chủ quan làm ảnh hưởng đến khả năng tăng trưởng tín dụng tiêu dùng của Chi nhánh.

2. Cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước

2.1. Khái niệm

Phát triển tín dụng tiêu dùng là quá trình mở rộng và cải thiện các dịch vụ tín dụng mà ngân hàng hoặc tổ chức tài chính cung cấp cho cá nhân, nhằm đáp ứng nhu cầu vay tiêu dùng như mua sắm hàng hóa, dịch vụ, chi trả các khoản chi tiêu,

<https://doi.org/10.63783/dla.2025.022>

Ngày nộp bài: 09/05/2025; Ngày nhận bản chỉnh sửa: 05/06/2025; Ngày duyệt đăng: 15/06/2025

hoặc giải quyết các vấn đề tài chính cá nhân khác [1, 2].

2.2. Sự cần thiết phát triển tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng thương mại

Tín dụng tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu tài chính ngày càng cao của người dân. Tín dụng tiêu dùng góp phần thúc đẩy nền kinh tế và tiêu dùng cá nhân. Khi người dân dễ dàng tiếp cận vốn vay, họ có thể chi tiêu nhiều hơn vào các sản phẩm và dịch vụ, từ đó thúc đẩy sự tăng trưởng tiêu dùng cá nhân [2].

Phát triển tín dụng tiêu dùng mang lại nhiều lợi ích cho ngân hàng, đặc biệt trong việc tăng trưởng nguồn thu. Thứ nhất, tín dụng tiêu dùng giúp ngân hàng mở rộng đối tượng khách hàng, không chỉ giới hạn ở doanh nghiệp mà còn tiếp cận được khách hàng cá nhân. Điều này không chỉ mở rộng thị trường mà còn giúp ngân hàng đa dạng hóa nguồn thu, tạo ra các cơ hội phát triển mới. Thứ hai, tín dụng tiêu dùng là một nguồn thu lớn và ổn định, giúp tăng trưởng dư nợ tín dụng. Khi ngân hàng cung cấp các sản phẩm tín dụng tiêu dùng, dư nợ tín dụng tăng lên, góp phần đáng kể vào việc gia tăng lợi nhuận. Cuối cùng, các sản phẩm tín dụng tiêu dùng hấp dẫn và linh hoạt giúp ngân hàng thu hút khách hàng mới, tạo cơ hội phát triển các dịch vụ tài chính khác, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường [3].

Tín dụng tiêu dùng đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân. Đầu tiên, nó giúp giải quyết các nhu cầu tài chính cấp thiết, cho phép người dân tiếp cận nguồn vốn nhanh chóng để đối phó với những tình huống khẩn cấp, tránh tình trạng thiếu hụt tài chính. Điều này không chỉ giúp họ vượt qua khó khăn mà còn nâng cao chất lượng cuộc sống, đặc biệt trong những hoàn cảnh khó khăn. Thứ hai, tín dụng tiêu dùng còn hỗ trợ người dân thực hiện các mục tiêu dài hạn, như mua nhà, học hành, hoặc đầu tư vào sức khỏe. Tín dụng tiêu dùng không chỉ mang lại lợi ích cho người vay mà còn giúp ngân hàng quản lý và giảm rủi ro tài chính hiệu quả [1].

Ứng dụng công nghệ trong phát triển tín dụng tiêu dùng mang lại nhiều lợi ích đáng kể cho cả ngân hàng và khách hàng. Công nghệ tài chính (Fintech) giúp các ngân hàng cung cấp tín dụng tiêu dùng nhanh chóng và dễ dàng hơn thông qua các nền tảng trực tuyến, giảm bớt thủ tục hành chính và tăng tính linh hoạt trong việc

tiếp cận vốn vay. Tín dụng tiêu dùng đóng góp vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế bằng cách giảm bất bình đẳng xã hội và phát triển tài chính toàn diện [4, 5].

2.3. Tổng quan các nghiên cứu trước

Tác giả lược khảo các nghiên cứu trước đã thực hiện cụ thể là:

Nguyễn Thị Ngọc Diễm nghiên cứu chủ đề “Phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mộc Hóa, tỉnh Long An”. Nghiên cứu đã đưa ra những giải pháp để phát triển, mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mộc Hóa, tỉnh Long An cụ thể là: Tăng vốn điều lệ, nâng cao chất lượng tín dụng, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, đào tạo phát triển nguồn nhân lực ngân hàng [5].

Nghiên cứu trước “Tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Long An”. Kết quả nghiên cứu thống kê, phân tích, tổng hợp và so sánh những số liệu đã thu thập được để đánh giá tình hình cho vay, tăng trưởng và dư nợ tại Agribank Chi nhánh Long An giai đoạn 2020 - 2022 [6].

Phan Thị Anh Tiên với nghiên cứu “Phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Long An”. Kết quả nghiên cứu đã xây dựng khung lý thuyết về dịch vụ tín dụng tiêu dùng tại các ngân hàng thương mại, các sản phẩm tín dụng tiêu dùng, chỉ tiêu đánh giá phát triển tín dụng tiêu dùng và sự cần thiết phát triển tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Dựa trên nền tảng lý thuyết đã xây dựng, nghiên cứu đã phân tích thực trạng phát triển tín dụng tiêu dùng tại Vietcombank Long An, qua đó tìm ra những mặt tồn tại trong dịch vụ tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh. Từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ tín dụng tiêu dùng tại Vietcombank Long An giai đoạn 2021 - 2025 [7].

3. Thực trạng phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển - Chi nhánh Long An giai đoạn 2021-2023

3.1. Kết quả phát triển về quy mô, khối lượng

Bảng 1. Tình hình cho vay tiêu dùng giai đoạn 2021-2023

ĐVT: Tỷ đồng

STT	Sản phẩm	2021		2022		2023	
		Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)
1	Cho vay thấu chi	12.86	17.19	7.72	6.58	11.14	5.99
2	Cho vay mua, chuyển nhượng bất động sản	20.67	27.63	55.24	47.05	54.56	29.31
3	Cho vay xây sửa nhà	19.97	26.71	19.75	16.82	3.92	2.11
4	Cho vay mua ô tô	1.61	2.16	1.17	0.99	60.86	32.69
5	Cho vay cầm cố sổ tiết kiệm	7.99	10.69	6.51	5.54	1.27	0.68
6	Cho vay tiêu dùng khác	11.68	15.62	27.02	23.01	54.43	29.23
Tổng		74.79	100	117.41	100	186.17	100

(Nguồn: PGBank Long An)

Dư nợ tín dụng tiêu dùng là tổng số tiền mà ngân hàng đã cho vay đối với các khoản vay tiêu dùng của khách hàng, bao gồm các khoản vay tiêu dùng cá nhân, vay mua nhà, vay mua ô tô,... Dư nợ tín dụng tiêu dùng của PGBank Long An đã tăng liên tục qua các năm. Từ năm 2021 đến năm 2022, dư nợ tăng từ 74.79 (tỷ đồng) lên 117.41 (tỷ đồng) tương ứng với mức tăng khoảng 57%. Từ năm 2022 đến năm 2023, dư nợ tiếp tục tăng lên 186.17 (tỷ đồng) với mức tăng khoảng 58.5%. Điều này cho thấy mức độ tăng trưởng của dư nợ mỗi năm là khá cao và có xu hướng ổn định. Trong đó, dư nợ cho vay mua ô tô tăng mạnh, chiếm tỷ trọng 32.69% so tổng dư nợ tiêu dùng [11].

Trong năm 2021, cho vay bất động sản và xây sửa nhà chiếm tỷ trọng lớn, thể hiện sự quan tâm mạnh mẽ vào lĩnh vực này. Tuy nhiên, trong năm 2022, cho vay bất động sản vẫn duy trì ở mức cao, trong khi cho vay tiêu dùng khác và thấu chi lại tăng mạnh, cho thấy sự gia tăng nhu cầu tiêu dùng cá nhân. Đến năm 2023, cho vay mua ô tô bùng nổ mạnh mẽ, vượt qua các khoản vay khác, cho thấy nhu cầu sở hữu ô tô gia tăng, trong khi cho vay xây sửa nhà và cầm cố sổ tiết kiệm giảm đáng kể. Các khoản vay tiêu dùng khác vẫn giữ mức cao, phản ánh sự gia tăng chi tiêu cá nhân (Bảng 1).

Bảng 2. Tình hình dư nợ tiêu dùng có tài sản đảm bảo và không tài sản đảm bảo

ĐVT: Tỷ đồng

STT	Sản phẩm	2021		2022		2023	
		Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)
1	Dư nợ không có tài sản đảm bảo	12.857	17.19	7.722	6.58	11.143	5.99
2	Dư nợ có tài sản đảm bảo	61.931	82.81	109.69	93.42	175.03	94.01
	* Tài sản đảm bảo là bất động sản	53.938	72.12	103.18	87.88	173.764	93.33
Tổng		74.788	100	117.412	100	186.173	100

(Nguồn: PGBank Long An)

Dư nợ tiêu dùng tăng trưởng mạnh, đều đặn qua các năm, điều này phản ánh sự phát triển ổn định của nền kinh tế và nhu cầu tín dụng của người tiêu dùng tăng cho thấy chất lượng tín dụng tiêu dùng của PGBank Long An ngày càng cao. Dư nợ có tài sản bảo đảm chủ yếu là bất động sản tăng dần qua các năm (2021 chiếm 82.81%, năm 2022 chiếm 93.42%, năm 2023 chiếm 94.01%).

Dư nợ không có tài sản bảo đảm giảm dần qua các năm (năm 2021 chiếm 17.19%; năm 2022 chiếm 6.58%; năm 2023 chiếm 5.99%). Nợ quá hạn tăng nhẹ (từ 3.83% năm 2022 tăng lên đến 4.17% năm 2023); nợ xấu giảm mạnh năm 2022 nợ xấu đạt 1.827 (tỷ đồng) chiếm 2% đến năm 2023 nợ xấu còn 1.561 (tỷ đồng) chiếm 1.07% [12].

3.2. Kết quả phát triển về chất lượng

Nhóm chỉ tiêu khách hàng được đánh giá qua các chỉ tiêu quan trọng như sau:

- Tổng số khách hàng cá nhân của PGBank Long An.

- Tốc độ tăng trưởng số khách hàng cá nhân.
- Tổng số khách hàng quan trọng và khách hàng thân thiết.

Bảng 3. Tình hình tăng trưởng tín dụng tiêu dùng giai đoạn 2021 - 2023

DVT: Tỷ đồng

STT	Sản phẩm	2021	2022	2023	Tăng trưởng tương đối 2022/2021 (%)	Tăng trưởng tương đối 2023/2022 (%)
1	Cho vay thấu chi	12.857	7.722	11.143	-39.94	44.30
2	Cho vay mua, chuyển nhượng bất động sản	20.666	55.242	54.558	167.30	-1.24
3	Cho vay xây sửa nhà	19.974	19.753	3.920	-1.11	-80.15
4	Cho vay mua ô tô	1.614	1.166	60.858	-27.73	5117.59
5	Cho vay cầm cố sổ tiết kiệm	7.993	6.510	1.266	-18.56	-80.55
6	Cho vay tiêu dùng khác	11.683	27.018	54.427	131.26	101.45
	Tổng	74.787	117.412	186.173	56.99	58.56

(Nguồn: PGBank Long An)

Tổng dư nợ tăng trưởng mạnh qua các năm, đặc biệt là từ 2021 đến 2022, cho thấy sự mở rộng đáng kể trong hoạt động cho vay. Tuy nhiên, mức tăng trưởng 2023/2022 (58.56%) cao hơn một chút so với 2022/2021 (56.99%), nhưng không quá chênh lệch, cho thấy tốc độ tăng trưởng có xu hướng ổn định. Cho vay thấu chi chứng kiến sự sụt giảm mạnh trong năm 2022, có thể do nhu cầu vay thấu chi giảm hoặc ngân hàng thắt chặt chính sách tín dụng. Năm 2023, dư nợ phục hồi đáng kể nhưng vẫn chưa đạt mức 2021. Điều này cho thấy sản phẩm có dấu hiệu cải thiện nhưng chưa ổn định. Cho vay mua, chuyển nhượng bất động sản có tăng trưởng mạnh nhất trong năm 2022, phản ánh nhu cầu lớn về bất động sản hoặc chính sách khuyến khích vay mua bất động sản.

Tuy nhiên, năm 2023 ghi nhận sự sụt giảm nhẹ, có thể do thị trường bất động sản chững lại hoặc lãi suất tăng khiến khách hàng hạn chế vay. Cho vay xây/sửa nhà có xu hướng giảm liên tục, đặc biệt là sụt giảm nghiêm trọng trong năm 2023. Điều này có thể phản ánh nhu cầu xây, sửa nhà giảm mạnh hoặc ngân hàng đã chuyển hướng tập trung sang các sản phẩm khác. Mức giảm 80.15% là đáng báo động và cần xem xét các yếu tố như chính sách tín dụng, lãi suất, hoặc tình hình kinh tế. Cho vay mua ô tô có biến động mạnh nhất.

Sau khi giảm trong năm 2022, dư nợ tăng vọt trong năm 2023, đạt mức cao nhất trong tất cả các sản phẩm. Mức tăng trưởng 5117.59% cho thấy nhu cầu mua ô tô tăng đột biến, có thể do các chương trình khuyến mãi, chính sách tín dụng ưu đãi, hoặc xu hướng tiêu dùng thay đổi. Cho vay cầm cố sổ tiết kiệm có xu hướng giảm liên tục với mức giảm nghiêm trọng trong năm 2023. Điều này có thể do khách hàng ít sử dụng sổ tiết kiệm làm tài sản đảm bảo hoặc ngân hàng hạn chế loại hình cho vay này. Mức giảm 80.55% cho thấy sản phẩm này gần như không còn được ưa chuộng. Cho vay tiêu dùng khác là một trong những sản phẩm tăng trưởng mạnh nhất, đặc biệt trong năm 2022. Mức tăng trưởng tiếp tục duy trì ở mức cao trong năm 2023, cho thấy nhu cầu vay tiêu dùng (có thể là vay mua sắm, du lịch, học tập, v.v.) đang tăng mạnh. Sản phẩm này đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tổng dư nợ.

Để tính toán từ Bảng 4, tác giả đã dựa vào các công thức sau:

- Tăng trưởng tuyệt đối = Giá trị năm sau - Giá trị năm trước
- Tăng trưởng tương đối (%) = (Tăng trưởng tuyệt đối / Giá trị năm trước) × 100
- Lợi nhuận ròng = Lãi cho vay vốn - Lãi vay vốn từ hội sở chính

Bảng 4. Tăng trưởng khách hàng cá nhân và khách hàng thân thiết giai đoạn 2021-2023

ĐVT: Khách hàng

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	Tăng trưởng 2022/2021		Tăng trưởng 2023/2022	
				Tuyệt đối	Tương đối (%)	Tuyệt đối	Tương đối (%)
Tổng số khách hàng cá nhân của chi nhánh	587	488	615	-99	-16.88	127	26.02
Tổng số khách hàng quan trọng và khách hàng thân thiết	61	58	70	-3	-4.92	12	20.69

(Nguồn: PGBank Long An)

Tổng số khách hàng cá nhân giảm mạnh từ 2021 đến 2022 (-16.88%), nhưng tăng trưởng tích cực từ 2022 đến 2023 (+26.15%). Điều này cho thấy chi nhánh đã phục hồi tốt trong năm 2023. Khách hàng quan trọng và thân thiết giảm nhẹ từ 2021 đến 2022 (-4.92%), nhưng tăng trưởng đáng kể từ 2022 đến 2023 (+20.69%), cho thấy chiến lược giữ chân khách hàng quan trọng có hiệu quả. Tăng trưởng tuyệt đối 2023/2022 của chỉ tiêu khách hàng cá nhân (127) (Bảng 4).

Hiện tại các ngân hàng thương mại ở Việt Nam có hoạt động huy động vốn, cấp tín dụng theo mô hình quản lý vốn tập trung tại Hội sở chính. Thu nhập ròng của hoạt động tín dụng tiêu dùng là chênh lệch giữa phần lãi của hoạt động tín dụng và chi phí lãi vay mà PGBank Long An vay từ Hội sở chính.

Theo Thông tư số 02/2013/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước các khoản nợ được phân loại thành 5 nhóm theo mức độ rủi ro tăng dần, từ nhóm 1 đến nhóm 5. Chi tiết về các nhóm nợ và các chỉ tiêu liên quan đến nợ quá hạn và nợ xấu trong thông tư này:

- Nợ quá hạn bao gồm các khoản nợ từ Nhóm 2 đến Nhóm 5.
- Nợ xấu là các khoản nợ từ Nhóm 3 đến Nhóm 5.
- Tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ = (Nợ xấu / Tổng dư nợ) x 100%.

4. Đánh giá thực trạng phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển - Chi nhánh Long An giai đoạn 2021-2023

4.1. Những kết quả đạt được

Dư nợ tín dụng tiêu dùng của PGBank Long An đã tăng trưởng liên tục qua các năm từ 74.79 (tỷ đồng) năm 2021 lên 117.41 (tỷ đồng) vào năm 2022 (tăng khoảng 57%) và tiếp tục tăng lên

186.17 (tỷ đồng) vào năm 2023 (tăng khoảng 59%) [11].

Chủng loại sản phẩm tín dụng tiêu dùng ngày càng phong phú, sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại PGBank Long An bao gồm 6 loại: Thấu chi; mua, bán, chuyển nhượng bất động sản; xây, sửa nhà; mua ô tô; cho vay cầm cố sổ tiết kiệm; tiêu dùng khác phù hợp với quy định của pháp luật (nộp tiền học phí, chi phí học tập trong và ngoài nước cho khách hàng hoặc người thân khách hàng; thanh toán chi phí khám chữa bệnh bao gồm chi phí sinh đẻ cho khách hàng hoặc người thân của khách hàng, mua sắm trang thiết bị nội thất) [14].

Các quy trình và quy chế cho vay tiêu dùng của PGBank Long An đã được cải thiện dần dần [15].

Chính sách lãi suất cho vay tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân của PGBank Long An rất hấp dẫn [18].

Phương pháp quản lý rủi ro tín dụng tiêu dùng của PGBank Long An hiệu quả.

Công tác quảng bá thương hiệu và các sản phẩm dịch vụ được đẩy mạnh.

Hoạt động kiểm tra kiểm soát nội bộ, kiểm tra và giám sát quy trình trước, trong và sau cấp tín dụng đối với hoạt động tín dụng tiêu dùng luôn được quan tâm.

4.2. Những mặt tồn tại, hạn chế

PGBank Long An vẫn thiếu nhiều sản phẩm vay tiêu dùng thiết thực, có nhu cầu cao trên thị trường, như cho vay mua nhà, chuyển nhượng đất dự án với tài sản bảo đảm là tài sản nhận chuyển nhượng, hoặc cho vay qua hình thức thẻ tín dụng.

Nhận thức về thương hiệu trong cộng đồng hiện vẫn còn hạn chế, mặc dù PGBank Long An có một đội ngũ cán bộ nhân viên tài năng, làm việc với tinh thần trách nhiệm cao, nhưng vẫn còn

không ít nhân tố yếu về trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, và thiếu nhiệt huyết trong công tác.

Hạn mức tăng trưởng tín dụng mặt bằng chung bị giới hạn, quy chế cho vay tiêu dùng của PGBank Long An mặc dù đã được cải thiện, nhưng vẫn còn bị giới hạn bởi các quy định nội bộ, như mức cho vay và giá trị tài sản đảm bảo.

Về mức cho vay theo quy định hiện hành, mức cho vay trên 1 (tỷ đồng) phải trình về Hội sở. Về giá trị tài sản đảm bảo đối với tài sản thuộc diện hạn chế nhận thì tỷ lệ cho vay trên giá trị tài sản bảo đảm chỉ 35%.

5. Giải pháp phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển - Chi nhánh Long An giai đoạn 2024-2026

5.1. Giải pháp phát triển quy mô

Đánh giá thị trường và khách hàng, tìm hiểu thông tin về thị trường tiêu dùng, nhu cầu và thói quen tài chính của khách hàng, đồng thời phân tích đối thủ cạnh tranh.

Xác định mục tiêu phát triển, đặt ra mục tiêu rõ ràng về quy mô, tăng trưởng lợi nhuận và đối tượng khách hàng mục tiêu, đồng thời xác định các yếu tố như lãi suất và thời gian vay.

Thực hiện phân tích rủi ro, đặc biệt về khả năng hoàn trả của khách hàng, và xây dựng các chính sách quản lý rủi ro chặt chẽ.

Xây dựng sản phẩm và dịch vụ, phát triển các sản phẩm tín dụng phù hợp với nhu cầu khách hàng và tuân thủ các quy định pháp lý. Chiến lược tiếp thị phân phối, xây dựng quảng bá, chọn kênh phân phối hiệu quả.

Theo dõi và đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch, điều chỉnh khi cần thiết và đảm bảo tính linh hoạt để thích nghi với thay đổi thị trường.

PGBank Long An cần phát triển các gói sản phẩm tín dụng tiêu dùng mới, chẳng hạn như bộ ba sản phẩm trọn gói dành cho cán bộ nhân viên (tín dụng tiêu dùng, thấu chi và thẻ tín dụng) để mang lại tiện ích và sự thuận tiện cho khách hàng.

PGBank Long An cũng cần nghiên cứu thị trường để hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng, thông qua khảo sát và phân tích dữ liệu. Điều này giúp nhận diện các cơ hội mới từ sản phẩm tài chính cạnh tranh. Xác định nhóm khách hàng cụ thể và nhu cầu tài chính của họ để thiết kế các sản phẩm phù hợp [17-18].

Đẩy mạnh dư nợ cho vay thông qua việc đa dạng hóa đối tượng khách hàng và xây dựng chính sách thu hút hiệu quả. PGBank Long An

cần có một chiến lược kinh doanh rõ ràng, áp dụng riêng cho khách hàng hiện tại và khách hàng mới, đồng thời đẩy mạnh việc bán chéo sản phẩm, giới thiệu thêm các dịch vụ hoặc sản phẩm phụ trợ cho khách hàng đã và đang sử dụng.

PGBank Long An cần phát triển các sản phẩm tài chính phù hợp với nhu cầu và khả năng của từng nhóm khách hàng như các khoản vay mua nhà, vay cá nhân, vay doanh nghiệp v.v.

PGBank Long An có thể triển khai các chương trình khuyến mãi hoặc giảm lãi suất cho các khoản vay tiêu dùng như vay mua nhà hoặc thẻ tín dụng có ưu đãi đặc biệt.

PGBank Long An cũng cần phát triển mối quan hệ thân thiết với khách hàng hiện tại thông qua các dịch vụ tư vấn tài chính, chăm sóc khách hàng như gửi quà tặng vào dịp lễ Tết, và tìm hiểu thêm về nhu cầu của khách hàng để đưa ra các sản phẩm, chính sách phù hợp. Đối với khách hàng mới, ngân hàng cần làm rõ lợi ích của việc giao dịch tại chi nhánh, đồng thời nghiên cứu đặc điểm và thói quen chi tiêu của từng nhóm khách hàng để cung cấp sản phẩm phù hợp.

5.2. Giải pháp phát triển chất lượng

Nâng cao năng lực của hệ thống kiểm soát nội bộ, tăng cường kiểm tra, giám sát tuân thủ các quy định và giám sát quy trình làm việc. Hoàn thiện cơ cấu quản trị, điều hành và quản lý rủi ro để đảm bảo hoạt động hiệu quả, đồng thời phù hợp với quy định của pháp luật và các chuẩn mực, thông lệ quốc tế. Tập trung mạnh mẽ vào việc xử lý nợ xấu trong giai đoạn tới. Phấn đấu hoàn thành mục tiêu xử lý nợ theo đúng kế hoạch và lộ trình tại phương án cơ cấu lại gắn với xử lý nợ xấu tại PGBank Long An giai đoạn 2024-2026.

Đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ để nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện hiệu quả hoạt động. Ứng dụng công nghệ với mục tiêu mang lại sự thuận tiện và đơn giản khi khách hàng tiếp cận và sử dụng sản phẩm.

Lãnh đạo PGBank Long An luôn kiên định với các bước đi chiến lược và sự khác biệt, đồng thời nắm bắt kịp thời các cơ hội kinh doanh lớn hoặc dự đoán những khó khăn có thể xảy ra.

Lãnh đạo điều hành tại PGBank Long An có đủ năng lực để thực hiện các nhóm công việc khác nhau. Ngân hàng chú trọng kiện toàn cơ cấu tổ chức, đảm bảo cơ cấu gọn nhẹ, linh hoạt và phù hợp với yêu cầu phát triển của thị trường,

Ngân hàng chú trọng quản lý tối ưu chi phí nhân sự và nâng cao năng suất lao động, PGBank Long An cần thiết lập một trung tâm chuyên đào

tạo cán bộ về các sản phẩm. Tăng cường công tác giáo dục, nâng cao tinh thần trách nhiệm trong công việc của từng cán bộ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] N. Đ. Dồn, *Giáo trình Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam: Nhà xuất bản Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, 2014.
- [2] N. Đ. Dồn, *Giáo trình Quản trị kinh doanh ngân hàng II*, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam: Nhà xuất bản Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, 2016.
- [3] N. Đ. Dồn, *Giáo trình Tài chính tiền tệ*, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam: Nhà xuất bản Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, 2017.
- [4] Đ. T. Hồng, *Tài liệu bài giảng Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2023.
- [5] N. T. N. Diễm, “*Phát triển tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Mộc Hóa, tỉnh Long An*,” Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2021.
- [6] N. T. Nguyễn, “*Tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Long An*,” Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2022.
- [7] P. T. A. Tiên, “*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, Long An, Việt Nam, 2020.
- [8] Ngân hàng Nhà nước, *Thông tư số 39/2016/TT-NHNN Quy định về hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng*, 2016.
- [9] Ngân hàng Nhà nước, *Thông tư số 09/2017/TT-NHNN Sửa đổi, bổ sung một số điều của thông tư 19/2013/TT-NHNN về việc mua, bán và xử lý nợ xấu của Công ty Quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam*, 2017.
- [10] Ngân hàng Nhà nước, *Thông tư số 02/2013/TT-NHNN Quy định về phân loại tài sản nợ, phương pháp trích lập dự phòng rủi ro và việc sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro trong hoạt động của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài*, 2023.
- [11] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển - Chi nhánh Long An, *Báo cáo kết quả hoạt động tín dụng các năm 2021, 2022 và 2023*, 2024.
- [12] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển - Chi nhánh Long An, *Báo cáo phân loại nợ định kỳ các năm 2021, 2022 và 2023*, 2024.
- [13] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển, *Quyết định số 260-2012/QĐ-TGD ngày 24/10/2012 về việc ban hành quy định về sản phẩm cho vay thấu chi tiêu dùng*, 2012.
- [14] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển, *Quyết định số QĐ.TD.061 ngày 31/3/2022 về việc ban hành Quy định cho vay tiêu dùng có tài sản bảo đảm đối với KHCN áp dụng tại khu vực Đông Nam Bộ*, 2022.
- [15] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển, *Quyết định số QC.TD.026 ngày 31/08/2023 và Quyết định số 63/2023/PGB-PXYK ngày 30/08/2023 về việc ban hành Quy chế cho vay đối với khách hàng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng dầu Petrolimex*, 2023.
- [16] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển, *Quyết định số QĐ.TD.060 ngày 31/03/2022 về việc ban hành Quy định cho vay, xây sửa nhà ở đối với KHCN áp dụng tại khu vực Đông Nam Bộ*, 2022.
- [17] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển, *Quyết định số QĐ.TD.062 ngày 31/03/2022 về việc ban hành Quy định cho vay mua bất động sản đối với Khách hàng cá nhân áp dụng tại khu vực Đông Nam Bộ*, 2022.
- [18] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển, *Quyết định số QĐ.TD.071 ngày 23/03/2023 và Quyết định số 265/2023/QĐ-TGD ngày 04/08/2023 về việc ban hành Quy định chính sách cho vay đối với Cán bộ nhân viên PGBank*, 2023.
- [19] Ngân hàng thương mại cổ phần Thịnh vượng và Phát triển, *Quyết định số QĐ.TD.078 ngày 20/06/2023 về việc ban hành Quy định cho vay đối với Khách hàng cá nhân mua ô tô do Tập đoàn Thành Công sản xuất, lắp ráp/phân phối*, 2023.
- [20] Quốc hội, *Luật các tổ chức tín dụng*, số 47/2010/QH12, 2010.
- [21] N. T. X. Thảo, “*Giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thành Phố Hồ Chí Minh*,” Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam, 2012.