

# HIỆU QUẢ TÍN DỤNG KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH TIỀN GIANG

## Credit efficiency of individual customers at Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam - Tien Giang Branch

Nguyễn Thị Bích Hào<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Học viên cao học Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam  
ntbhaotc12@hv.dla.edu.vn

**Tóm tắt** — Phát triển tín dụng khách hàng cá nhân là một trong những chiến lược hàng đầu tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam. Tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam Chi nhánh Tiền Giang giai đoạn 2022 -2024 đã có những bước đi phù hợp và đạt được những kết quả nhất định, tuy nhiên, trong thời gian qua vẫn còn tồn tại một số hạn chế và hoạt động tín dụng còn gặp nhiều khó khăn cần phải hoàn thiện hơn để có thể duy trì và phát triển hoạt động này. Nghiên cứu này đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam Chi nhánh Tiền Giang.

**Abstract** — Developing individual customer credit is one of the top strategies at the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam (Vietcombank). During the 2022-2024 period, Vietcombank's Tien Giang Branch has taken appropriate steps and achieved certain results. However, there are still some limitations, and credit activities have faced numerous challenges that need further improvement to sustain and develop this activity. This study proposes several solutions to enhance individual customer credit development at Vietcombank's Tien Giang Branch.

**Từ khóa** — Tín dụng khách hàng cá nhân (personal customer credit), ngân hàng bán lẻ (retail banking), Vietcombank Tiền Giang.

### 1. Sự cần thiết của nghiên cứu

Trong xu thế phát triển hiện nay, các ngân hàng thương mại (viết tắt là NHTM) đang có xu hướng chuyển sang bán lẻ, tăng cường tiếp cận với khách hàng cá nhân (viết tắt là KHCN). Với chiến lược của mình, Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam đang hướng đến trở thành một ngân hàng hàng đầu của Việt Nam hoạt động theo mô hình khối ngân hàng bán lẻ theo chuẩn mực quốc tế với công nghệ hiện đại.

Xuất phát từ định hướng nêu trên, Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam Vietcombank Chi nhánh Tiền Giang (gọi tắt là Vietcombank Tiền Giang) cũng đã có những bước đi phù hợp và đạt được những kết quả nhất định góp phần vào sự nghiệp phát triển của hệ thống cũng như kinh tế địa phương. Trong hoạt động bán lẻ của các chi nhánh thì tín dụng KHCN là một hoạt động hết sức quan trọng, mang lại nguồn thu nhập chủ yếu cho các NHTM.

Tuy nhiên, trong thời gian qua vẫn còn tồn tại một số hạn chế và hoạt động tín dụng chưa tương xứng với tiềm năng, Vietcombank Tiền Giang đang gặp nhiều sự cạnh tranh quyết liệt từ

phía các ngân hàng và các tổ chức tín dụng khác, đòi hỏi Vietcombank Tiền Giang phải ngày càng đổi mới hơn, phát triển tín dụng KHCN và đảm bảo nâng cao chất lượng dịch vụ để có thể tồn tại và phát triển.

### 2. Cơ sở lý thuyết

#### 2.1. Khái niệm về tín dụng ngân hàng

Theo Điều 4, Luật các tổ chức tín dụng năm 2024 thì cấp tín dụng là việc thỏa thuận để tổ chức, cá nhân sử dụng một khoản tiền hoặc cam kết cho phép sử dụng một khoản tiền theo nguyên tắc có hoàn trả bằng nghiệp vụ cho vay, chiết khấu, cho thuê tài chính, bao thanh toán, bảo lãnh ngân hàng, thư tín dụng và các nghiệp vụ cấp tín dụng khác [1].

Tín dụng ngân hàng được hiểu là hoạt động vay mượn giữa ngân hàng với cá nhân hoặc doanh nghiệp có nhu cầu vay vốn. Trong đó, ngân hàng sẽ cung cấp vốn cho khách hàng sử dụng trong một thời gian nhất định. Khi đến hạn quy định, khách hàng phải hoàn trả khoản vay vốn theo lãi suất được cam kết trong hợp đồng [2].

## **2.2. Quan niệm về hiệu quả hoạt động tín dụng khách hàng cá nhân**

Các ngân hàng thương mại hiện nay đều có một cơ chế quản lý khác nhau, chính vì vậy trong mỗi giai đoạn phát triển của ngân hàng sẽ có những mục tiêu khác nhau. Tuy nhiên các ngân hàng thương mại đều có một xu hướng chung là tối đa hóa lợi nhuận và để đạt được mục tiêu này, các ngân hàng phải đề ra chiến lược kinh doanh để kịp thích ứng với biến động của thị trường [3].

Hoạt động tín dụng là nghiệp vụ quan trọng nhất của một ngân hàng thương mại, luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong nguồn lợi nhuận của ngân hàng, vì vậy ngân hàng thương mại luôn phải đánh giá tính hiệu quả trong hoạt động tín dụng nói chung và tín dụng cá nhân nói riêng [3].

Tính hiệu quả trong hoạt động tín dụng được hiểu là mức độ hữu ích của sản phẩm so với giá trị sử dụng của nó hay còn gọi là lợi nhuận thu được sau kinh doanh, thể hiện ở sự khai thác nguồn lực và chi phí trong quá trình cấp tín dụng nhằm đạt được mục tiêu tăng trưởng mà ngân hàng đề ra [4].

Hiệu quả tín dụng ngân hàng thể hiện tương quan giữa các kết quả hoạt động tín dụng với một mức chi phí thực hiện hoạt động tín dụng nhất định. Hoạt động tín dụng càng hiệu quả thì các kết quả tín dụng mà ngân hàng đạt được càng lớn ứng với một cơ sở vật chất, số lượng lao động và lượng nguồn vốn đầu vào nhất định.

Tuy nhiên, khác với hoạt động sản xuất kinh doanh khác, sản phẩm tín dụng không cho ra kết quả ngay khi ngân hàng bán sản phẩm tín dụng cho khách hàng, ngân hàng chỉ thu được chi phí đã bỏ ra và có lãi khi khách hàng kết thúc việc sử dụng khoản tín dụng được cấp, do vậy doanh thu và lãi tại một thời điểm chưa phản ánh đúng kết quả của hoạt động tín dụng.

Ngoài ra, trong hiệu quả hoạt động tín dụng, trước tiên ngân hàng thương mại cần phải hoàn thành được mục tiêu đề ra, nếu không đạt được mục tiêu thì không thể có tính hiệu quả tuy nhiên không phải lúc nào để đạt được hiệu quả cũng là giảm đi chi phí mà là sử dụng những chi phí đó như thế nào, có những chi phí không cần thiết phải giảm đi nhưng có những chi phí phải tăng lên vì việc tăng chi phí sẽ giúp cho ngân hàng hoàn thành mục tiêu tốt hơn.

Mục tiêu trong cấp tín dụng của các ngân hàng thương mại thường thể hiện ở doanh số cho vay, tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu, doanh số thu nợ còn chi phí trong cấp tín dụng ngoài chi phí vận

hành (chi trả lương, mặt bằng) chủ yếu là số tiền lãi phải trả cho người cho vay (ở đây là lãi huy động) và số tiền phải trích lập dự phòng rủi ro cho hoạt động tín dụng.

Hiệu quả tín dụng còn là kết quả của mối quan hệ biện chứng giữa ngân hàng và khách hàng vay vốn - nền kinh tế xã hội, cho nên khi đánh giá hiệu quả hoạt động tín dụng cần phải xem xét cả ba khía cạnh là ngân hàng, khách hàng và nền kinh tế.

Hiệu quả tín dụng đứng trên góc độ của khách hàng:

Hiệu quả tín dụng có nghĩa rằng hoạt động tín dụng phải phù hợp với mục đích, nhu cầu sử dụng của khách hàng, với quy mô, kỳ hạn, chi phí hợp lý, cho phép khách hàng phát triển sản xuất kinh doanh có hiệu quả và có nguồn trả nợ cho ngân hàng.

Hiệu quả tín dụng đứng trên góc độ của ngân hàng:

Hiệu quả tín dụng đòi hỏi các hoạt động tín dụng ngân hàng phải đem lại mục tiêu lợi ích kinh tế nhất định.

Phạm vi, mức độ, giới hạn, cơ cấu tín dụng phải phù hợp với năng lực của bản thân ngân hàng, đảm bảo nguyên tắc tín dụng, hạn chế đến mức thấp nhất rủi ro trong quá trình hoạt động kinh doanh, vấn đề thanh khoản và cạnh tranh của ngân hàng, đảm bảo an toàn hoạt động ngân hàng.

Hiệu quả tín dụng đứng trên góc độ của nền kinh tế:

Tín dụng phục vụ sản xuất lưu thông hàng hoá, góp phần giải quyết việc làm, khai thác được khả năng tiềm tàng trong nền kinh tế, thúc đẩy quá trình tích tụ và tập trung sản xuất, giải quyết tốt các mối quan hệ giữa tăng trưởng tín dụng và tăng trưởng kinh tế, phát triển kinh tế và ổn định vĩ mô.

Hiệu quả tín dụng ngân hàng cả ba góc độ này có quan hệ mật thiết với nhau, không thể tách rời nhau. Nếu hiệu quả tín dụng ngân hàng chỉ được xem xét ở góc độ ngân hàng, không phù hợp với đặc trưng, nhu cầu của khách hàng thì hiệu quả đó sẽ chỉ là ngắn hạn hoặc thiếu tính khả thi.

Khi các đơn vị kinh doanh không tồn tại và phát triển được, hệ thống ngân hàng không thu hồi được các khoản cho vay, thì nền kinh tế sẽ rơi vào tình trạng thu hẹp, trì trệ, chứ không nói đến vấn đề phát triển.

### 2.3 Sự cần thiết nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

Việc nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng khách hàng cá nhân tại các NHTM là một trong những nhiệm vụ chiến lược nhằm đảm bảo sự phát triển bền vững và khả năng cạnh tranh trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng biến động và áp lực cạnh tranh gia tăng.

Tín dụng cá nhân không chỉ đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu lợi nhuận của NHTM mà còn là cầu nối trực tiếp giữa ngân hàng và khách hàng, góp phần thúc đẩy tiêu dùng, cải thiện đời sống người dân và kích thích tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, trong thực tế các NHTM đang đối mặt

với nhiều thách thức nghiêm trọng, bao gồm áp lực về tăng trưởng tín dụng, rủi ro nợ xấu, sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ và yêu cầu ngày càng cao từ phía khách hàng. Trong bối cảnh này, nâng cao hiệu quả tín dụng cá nhân trở thành yêu cầu cấp thiết nhằm không chỉ tăng cường năng lực cạnh tranh mà còn duy trì sự ổn định và bền vững trong hoạt động ngân hàng [4].

### 3. Thực trạng hiệu quả hoạt động tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam - Chi nhánh Tiền Giang

#### 3.1. Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ khách hàng cá nhân

*Bảng 1. Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ khách hàng cá nhân*

| Dư nợ tín dụng |                                        |                       |                       |                       |                                           |                                              |
|----------------|----------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Chỉ tiêu       |                                        | Năm 2022<br>(tỷ đồng) | Năm 2023<br>(tỷ đồng) | Năm 2024<br>(tỷ đồng) | Tốc độ<br>tăng trưởng<br>2022/2023<br>(%) | Tốc độ<br>tăng<br>trưởng<br>2023/2024<br>(%) |
| I              | Dư nợ                                  | 6,664                 | 8,753                 | 10,425                | 131.35                                    | 119.10                                       |
| 1              | Bán buôn                               | 2,933                 | 3,064                 | 4,298                 | 104.45                                    | 140.29                                       |
| 2              | SMEs                                   | 580                   | 670                   | 707                   | 115.52                                    | 105.52                                       |
| 3              | Thế nhân                               | 3,151                 | 5,019                 | 5,420                 | 159.28                                    | 107.99                                       |
| II             | Tỷ trọng khách hàng cá nhân/tổng dư nợ | 47.28                 | 57.34                 | 51.99                 | 121.27                                    | 90.67                                        |

(Nguồn: Vietcombank Tiền Giang)

Tổng dư nợ tín dụng tăng trưởng đáng kể qua từng năm, từ 6,664 (tỷ đồng) năm 2022 lên 8,753 (tỷ đồng) năm 2023, tương đương mức tăng trưởng 31.35%. Năm 2024, con số này tiếp tục tăng lên 10,425 (tỷ đồng), tương đương mức tăng trưởng 19.10%. Mặc dù tốc độ tăng trưởng 2022-2023 rất cao, nhưng giai đoạn 2023-2024 có dấu hiệu chậm lại. Điều này có thể phản ánh thị trường đã bão hòa hoặc ngân hàng chủ động điều chỉnh tốc độ tăng trưởng để tập trung hơn vào chất lượng tín dụng và giảm rủi ro.

Về dư nợ nhóm bán buôn (1) dư nợ nhóm bán buôn tăng nhẹ từ 2,933 (tỷ đồng) năm 2022 lên 3,064 (tỷ đồng) năm 2023, tương đương mức tăng trưởng 4.45%. Tuy nhiên, đến năm 2024, con số này dự kiến tăng mạnh lên 4,298 (tỷ đồng) tương ứng mức tăng trưởng 40.29%. Điều này cho thấy ngân hàng đang có chiến lược đẩy mạnh tín dụng vào nhóm bán buôn trong năm 2024, có thể do nhận thấy tiềm năng tăng trưởng doanh thu hoặc hiệu suất tín dụng cao hơn ở nhóm khách hàng này.

Nhóm SMEs (doanh nghiệp nhỏ và vừa) dư nợ của nhóm này tăng từ 580 (tỷ đồng) năm 2022 lên 670 (tỷ đồng) năm 2023, mức tăng trưởng 15.52%, sau đó tăng lên 707 (tỷ đồng) năm 2024 với mức tăng trưởng 5.52%. Sự ổn định này cho thấy ngân hàng đang duy trì chiến lược hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Nhóm thế nhân (3) dư nợ tín dụng của nhóm khách hàng cá nhân tăng từ 3,151 (tỷ đồng) năm 2022 lên 5,019 (tỷ đồng) năm 2023, mức tăng rất ấn tượng 59.28%. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng hạ nhiệt xuống còn 7.99% trong năm 2024 với dư nợ 5,420 (tỷ đồng).

Điều này cho thấy trong năm 2022-2023, ngân hàng đã khai thác tối đa phân khúc này nhờ các sản phẩm tín dụng cá nhân, đưa ra nhiều chính sách ưu đãi khuyến khích cá nhân đầu tư kinh doanh. Tuy nhiên, đến năm 2024, mặc dù dư nợ tín dụng KHCN vẫn tăng nhưng tốc độ tăng trưởng giảm do thị trường cá nhân có thể đạt đỉnh dẫn đến trạng thái bão hòa. Và hơn hết do tác động của việc suy giảm kinh tế đang diễn ra, thu

hợp sản xuất kinh doanh nên ảnh hưởng không nhỏ đến tín dụng nhóm KHCN.

Tỷ trọng khách hàng cá nhân so với tổng dư nợ tăng từ 47.28% (2022) lên 57.34% (2023) và giảm xuống còn 51.99% (2024). Mức tăng giai đoạn 2022-2024 cho thấy chiến lược ngân hàng vẫn ưu tiên khai thác phân khúc cá nhân. Tuy nhiên, sự giảm tỷ trọng trong năm 2024 do tác động từ nền kinh tế và cho thấy ngân hàng bắt đầu tái cân đối danh mục tín dụng, vẫn giữ ưu tiên tín dụng KHCN đi đôi phát triển nhóm bán buôn hoặc doanh nghiệp để đảm bảo sự phát triển bền vững và giảm rủi ro từ dư nợ cá nhân.

Giai đoạn 2022-2023 tăng trưởng toàn diện với tốc độ cao ở cả 3 nhóm, đặc biệt nhóm thể nhân (59.28%) chiếm ưu thế. Giai đoạn 2023-2024 mức tăng trưởng chậm lại, nhóm bán buôn tăng trưởng mạnh nhất (40.29%) trong khi nhóm thể nhân và SMEs tăng trưởng chậm hơn. Điều này phản ánh sự thay đổi chiến lược của ngân hàng, chuyển từ tăng trưởng nhanh sang tập trung vào hiệu quả tín dụng và đa dạng hóa danh mục.

### 3.2. Cơ cấu dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân theo mục đích cấp tín dụng

**Bảng 2. Cơ cấu dư nợ khách hàng cá nhân**

| Ngành               | Năm 2022           |                 | Năm 2023           |                 | Năm 2024           |                 |
|---------------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
|                     | Dư nợ<br>(tỷ đồng) | Tỷ trọng<br>(%) | Dư nợ<br>(tỷ đồng) | Tỷ trọng<br>(%) | Dư nợ<br>(tỷ đồng) | Tỷ trọng<br>(%) |
| Sản xuất kinh doanh | 2,425.15           | 65              | 3,811.63           | 67              | 4,248              | 70              |
| Tiêu dùng           | 559.65             | 15              | 739.57             | 13              | 673                | 11              |
| Bất động sản        | 671.58             | 18              | 967.13             | 17              | 999                | 16              |
| Nông nghiệp         | 37.31              | 1               | 56.89              | 1               | 89                 | 1               |
| Lĩnh vực khác       | 37.31              | 1               | 113.78             | 2               | 118                | 2               |
| Tổng cộng           | 3,731              | 100             | 5,689              | 100             | 6,127              | 100             |

(Nguồn: Vietcombank Tiền Giang)

Trong giai đoạn ba năm, tổng dư nợ tín dụng KHCN tăng đều từ 3,731 (tỷ đồng) năm 2022 lên 5,689 (tỷ đồng) năm 2023 và đạt 6,127 (tỷ đồng) năm 2024. Điều này phản ánh sự gia tăng đáng kể trong nhu cầu tín dụng của khách hàng cá nhân (KHCN). Dư nợ tín dụng KHCN theo mục đích cấp tín dụng như sau:

Ngành sản xuất kinh doanh là lĩnh vực chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu tín dụng, với mức tăng trưởng mạnh từ 2,425.15 (tỷ đồng) đạt 65% năm 2022 lên 3,811.63 (tỷ đồng) đạt 67% năm 2023 và tiếp tục tăng lên 4,248 (tỷ đồng) đạt 70% năm 2024. Xu hướng này cho thấy sự ưu tiên của ngân hàng đối với các hoạt động sản xuất kinh doanh, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế.

Dư nợ tín dụng tiêu dùng tăng từ 559.65 (tỷ đồng) 15% năm 2022 lên 739.57 (tỷ đồng) 13% năm 2023, sau đó giảm nhẹ xuống 673 (tỷ đồng) 11% năm 2024. Sự sụt giảm tỷ trọng này có thể xuất phát từ việc ngân hàng chuyển trọng tâm sang các lĩnh vực khác hoặc do sự thay đổi trong nhu cầu tín dụng tiêu dùng.

Lĩnh vực bất động sản có mức tăng trưởng đều đặn, từ 671.58 (tỷ đồng) 18% năm 2022 lên

967.13 (tỷ đồng) 17% năm 2023 và đạt 999 (tỷ đồng) 16% năm 2024. Tuy nhiên, tỷ trọng có xu hướng giảm nhẹ, cho thấy ngân hàng cân nhắc rủi ro khi mở rộng tín dụng trong lĩnh vực này.

Mặc dù mức dư nợ tuyệt đối tăng nhẹ từ 37.31 (tỷ đồng) 1% năm 2022 lên 56.89 (tỷ đồng) 1% năm 2023 và 89 (tỷ đồng) 1% năm 2024, tỷ trọng của lĩnh vực này vẫn duy trì ở mức rất thấp. Điều này phản ánh rằng tín dụng nông nghiệp không phải là lĩnh vực ưu tiên trong cơ cấu tín dụng của ngân hàng.

Dư nợ tín dụng trong các lĩnh vực khác cũng có xu hướng tăng từ 37.31 (tỷ đồng) 1% năm 2022 lên 113.78 (tỷ đồng) 2% năm 2023 và 118 (tỷ đồng) 2% năm 2024. Tỷ trọng tăng nhẹ nhưng vẫn chiếm phần nhỏ trong tổng cơ cấu tín dụng.

Nhìn chung, ngân hàng tập trung mở rộng tín dụng vào lĩnh vực sản xuất kinh doanh và bất động sản, trong khi tỷ trọng tín dụng tiêu dùng và nông nghiệp giảm nhẹ. Xu hướng này thể hiện chiến lược của ngân hàng trong việc định hướng nguồn vốn vào các lĩnh vực có tiềm năng sinh lời cao và phù hợp với chiến lược phát triển dài hạn.

### 3.3. Tỷ lệ dư nợ trên vốn huy động



**Bảng 3. Tỷ lệ dư nợ trên vốn huy động**

| <b>Hệ số dư nợ trên vốn huy động</b>        |                  |             |             |                   |                  |
|---------------------------------------------|------------------|-------------|-------------|-------------------|------------------|
| <b>Chỉ tiêu</b>                             | <b>Giai đoạn</b> |             |             | <b>Chênh lệch</b> |                  |
|                                             | <b>2022</b>      | <b>2023</b> | <b>2024</b> | <b>2022-2023</b>  | <b>2023-2024</b> |
|                                             |                  |             |             | <b>+/-</b>        | <b>+/-</b>       |
| Dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân (tỷ đồng) | 3,151            | 5,019       | 5,420       | 1,868             | 401              |
| Tổng vốn huy động (tỷ đồng)                 | 6,627            | 8,066       | 7,769       | 1,439             | -297             |
| Hệ số dư nợ trên vốn huy động (%)           | 47.55            | 62.22       | 69.76       | 15                | 8                |

(Nguồn: Vietcombank Tiền Giang)

Hệ số dư nợ trên vốn huy động của ngân hàng tăng mạnh qua các năm, từ 47.55% năm 2022 lên 62.22% năm 2023 và đạt 69.76% năm 2024, điều này cho thấy ngân hàng đang ngày càng sử dụng nhiều vốn huy động để cấp tín dụng. Mức tăng 15% trong giai đoạn 2022-2023 và thêm 8% trong giai đoạn 2023-2024 phản ánh sự mở rộng đáng kể của hoạt động tín dụng, đặc biệt là tín dụng khách hàng cá nhân. Tuy nhiên, tỷ lệ này tăng liên tục cũng cảnh báo nguy cơ phụ thuộc quá mức vào nguồn vốn huy động, tiềm ẩn

rủi ro về thanh khoản nếu vốn huy động không duy trì ổn định. Điều này đặc biệt đáng lưu ý khi tổng vốn huy động trong năm 2024 có xu hướng giảm, khiến ngân hàng cần cân trọng trong việc cân đối giữa tăng trưởng tín dụng và đảm bảo an toàn tài chính. Việc kiểm soát tốt tỷ lệ này là cần thiết để duy trì sự phát triển bền vững và giảm thiểu rủi ro.

### 3.4. Chất lượng tín dụng khách hàng cá nhân

**Bảng 4. Tỷ lệ nợ quá hạn, nợ xấu giai đoạn 2022-2024**

| <b>Chỉ tiêu</b>            | <b>Năm 2022</b> | <b>Năm 2023</b> | <b>Năm 2024</b> |
|----------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Tổng dư nợ (tỷ đồng)       | 3,151           | 5,019           | 5,420           |
| Nợ đủ tiêu chuẩn (tỷ đồng) | 3,107           | 4,949           | 5,327           |
| Tỷ lệ nợ đủ tiêu chuẩn (%) | 98.60           | 98.60           | 98.29           |
| Dư nợ nhóm 2 (tỷ đồng)     | 11.97           | 21.58           | 40.11           |
| Tỷ lệ nợ nhóm 2 (%)        | 0.38            | 0.43            | 0.74            |
| Dư nợ xấu (tỷ đồng)        | 24.26           | 32.12           | 52.57           |
| Tỷ lệ nợ xấu (%)           | 0.77            | 0.64            | 0.97            |

(Nguồn: Vietcombank Tiền Giang)

Tổng dư nợ tăng trưởng liên tục qua các năm, từ 3,151 (tỷ đồng) năm 2022 lên 5,019 (tỷ đồng) năm 2023 và đạt 5,420 (tỷ đồng) năm 2024. Tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ này phản ánh chính sách mở rộng tín dụng KHCN của ngân hàng. Tuy nhiên, điều này cũng đồng nghĩa với việc ngân hàng cần quản lý chặt chẽ hơn để kiểm soát rủi ro tín dụng.

Giá trị nợ đủ tiêu chuẩn tăng từ 3,107 (tỷ đồng) năm 2022 lên 4,949 (tỷ đồng) năm 2023 và 5,327 (tỷ đồng) năm 2024. Tỷ lệ nợ đủ tiêu chuẩn năm 2022 và 2023 là 98.60% giảm còn 98.29% năm 2024. Sự giảm nhẹ này cho thấy chất lượng tín dụng có xu hướng suy giảm nhẹ do áp lực tăng trưởng tín dụng và các rủi ro từ nhóm nợ khác.

Dư nợ nhóm 2 (nợ cần chú ý) tăng mạnh qua các năm, từ 11.97 (tỷ đồng) năm 2022 lên 21.58 (tỷ đồng) năm 2023 và đạt 40.11 (tỷ đồng) năm 2024. Tỷ lệ nợ nhóm 2 tăng đáng kể, từ 0.38% năm 2022 lên 0.43% năm 2023 và 0.74% năm

2024. Sự gia tăng này là tín hiệu cảnh báo về nguy cơ chuyển đổi từ nợ cần chú ý sang nợ xấu nếu không được xử lý kịp thời.

Dư nợ xấu tăng nhanh từ 24.26 (tỷ đồng) năm 2022 lên 32.12 (tỷ đồng) năm 2023 và đạt mức cao 52.57 (tỷ đồng) vào năm 2024. Tỷ lệ nợ xấu cũng gia tăng từ 0.77% năm 2022 lên 0.64% năm 2023 và đạt 0.97% năm 2024. Sự gia tăng này vượt qua ngưỡng cảnh báo, đòi hỏi ngân hàng phải tập trung vào việc xử lý và thu hồi nợ xấu, đồng thời nâng cao hiệu quả quản lý tín dụng.

Bảng 4 cho thấy ngân hàng đang tăng trưởng tín dụng đối tượng KHCN mạnh mẽ, góp phần tăng lợi nhuận chi nhánh. Tuy nhiên, cùng với sự tăng trưởng này là sự gia tăng rõ rệt của nợ nhóm 2 và nợ xấu. Dù tỷ lệ nợ xấu năm 2024 vẫn dưới ngưỡng rủi ro (3%), nhưng mức tăng này là dấu hiệu cần chú ý. Vietcombank Tiền Giang cần cải thiện quy trình thẩm định tín dụng KHCN, quản lý rủi ro chặt chẽ hơn, và nâng cao hiệu quả xử lý

nợ để đảm bảo chất lượng tín dụng, duy trì sự phát triển bền vững trong tương lai [4, 5].

#### **4. Đánh giá chung về hiệu quả tín dụng khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Tiền Giang**

##### **4.1. Những thành công đạt được**

Qua đánh giá thực trạng tín dụng khách hàng cá nhân của Vietcombank Tiền Giang những năm qua đã thu được những thành công sau:

Thứ nhất, số lượng khách hàng cá nhân vay vốn của chi nhánh những năm qua có sự tăng trưởng khá cùng với mạng lưới cán bộ bán hàng ngày càng được bổ sung cả về quy mô và chất lượng.

Thứ hai, tình hình dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân có nhiều dấu hiệu khả quan. Ngay từ khi bắt đầu vào hoạt động, xác định được mục tiêu kinh doanh, Vietcombank Tiền Giang tập trung vào công tác tín dụng nói chung cũng như tín dụng cá nhân nói riêng, tổng dư nợ năm sau luôn cao hơn năm trước.

Thứ ba, nhờ sự mở rộng số lượng khách hàng và dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân mà thị phần tín dụng KHCN của Vietcombank Tiền Giang các năm qua không ngừng gia tăng.

Thứ tư, cùng với sự tăng trưởng về quy mô tín dụng, cơ cấu thành phần dư nợ tín dụng cũng có sự thay đổi đáng kể theo hướng ngày càng đa dạng hóa sản phẩm tín dụng KHCN.

Thứ năm, sau hơn 16 năm hoạt động, chất lượng hoạt động tín dụng nói chung và hoạt động tín dụng cá nhân của Vietcombank Tiền Giang luôn đảm bảo theo mức cho phép, thấp hơn hệ thống và mức chung của ngành ngân hàng.

##### **4.2. Hạn chế**

Thứ nhất, dư nợ cá nhân tăng trưởng nhưng không ổn định so với dư nợ bán buôn, SMEs, chuyển đổi mô hình bán hàng còn chậm.

Thứ hai, tuy tốc độ tăng trưởng cao song quy mô tín dụng khách hàng cá nhân của Vietcombank Tiền Giang so với 03 NHTM khối quốc doanh vẫn còn khiêm tốn, do đó thị phần của chi nhánh mới chỉ đứng thứ 4.

Thứ ba, mạng lưới giao dịch của Vietcombank Tiền Giang chưa rộng khắp.

Thứ tư, sản phẩm cá nhân phát triển chưa đa dạng, chủ yếu tập trung vào các sản phẩm truyền thống.

Thứ năm, các sản phẩm tín dụng khách hàng cá nhân của chi nhánh chưa thực sự đáp ứng đầy đủ tiện ích mong đợi của khách hàng.

#### **5. Các giải pháp phát triển tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Tiền Giang trong tương lai**

##### **5.1. Tăng cường đội ngũ bán hàng cả về số lượng và chất lượng**

###### **5.1.1 Gia tăng lực lượng bán hàng và sắp xếp nhân sự phù hợp hoạt động bán hàng:**

Để mở rộng và khai thác tối đa lượng khách hàng là dân cư tại địa bàn, Vietcombank Tiền Giang cấp thiết cần tăng cường đội ngũ bán hàng, trong đó nổi bật là lực lượng bán hàng trực tiếp.

Sắp xếp, tổ chức lại phân công, phân nhiệm Phòng Khách hàng. Để giải phóng thời gian cho việc phát triển khách hàng, chuyên môn hóa nghiệp vụ tín dụng cần sớm được triển khai tại chi nhánh.

###### **5.1.2. Nâng cao chất lượng nhân sự:**

Nghiệp vụ tín dụng là một trong những nghiệp vụ phức tạp nhất tại Vietcombank Tiền Giang, liên quan tới quy định của nhiều lĩnh vực. Vì vậy, đòi hỏi các cán bộ quản lý cũng như cán bộ khách hàng không chỉ có năng lực chuyên môn mà còn phải có phẩm chất đạo đức tốt, tinh thần trách nhiệm cao, trung thực và có khả năng làm việc dưới nhiều áp lực. Họ phải là những người có kỹ năng phân tích, có sự am hiểu tường tận về nhiều lĩnh vực của nền kinh tế, nắm bắt được luật pháp, tập quán, thực tiễn hoạt động của các doanh nghiệp, người dân địa phương, từ đó đưa ra được những đánh giá chính xác về khách hàng, tạo điều kiện để đưa ra các quyết định tín dụng nhằm đem lại lợi nhuận cũng như giảm thiểu rủi ro cho Vietcombank Tiền Giang.

##### **5.2. Mở rộng mạng lưới, nhận diện thương hiệu**

Một trong những biện pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ nói chung và tín dụng khách hàng cá nhân nói riêng tại Vietcombank Tiền Giang là phát triển kênh phân phối, trọng tâm là việc mở rộng mạng lưới.

Vietcombank Tiền Giang cần đẩy mạnh phát triển các dịch vụ Ngân hàng điện tử để khách hàng có thể thực hiện ngay mọi giao dịch tại nhà, nơi làm việc; nâng cao chất lượng dịch vụ phù hợp với xu thế hội nhập. Chi nhánh cũng cần có kiến nghị với Hội sở trong phát triển kênh phân

phối sản phẩm cho vay trực tuyến như một số ngân hàng khác đã làm.

### 5.3. Đa dạng hóa các phương thức bán hàng của

Vietcombank Tiền Giang cần lập tổ nghiên cứu và đánh giá thị trường để xây dựng định hướng và tiếp cận địa bàn mục tiêu, ngành mục tiêu, khách hàng mục tiêu.

Xây dựng và quản trị danh mục khách hàng trọng điểm (khách hàng tiền gửi, tiền vay lớn và các khách hàng ưu tiên), có kế hoạch phân công bám sát các khách hàng hiện hữu để chăm sóc và nắm bắt nhu cầu khách hàng, kịp thời phục vụ.

Vietcombank Tiền Giang cần sàng lọc thông tin từ các cơ quan quản lý Nhà nước (Cục Thuế, Hải quan) và tổ chức kiểm toán từ đó tiếp cận thêm nhiều đối tượng khách hàng doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh có tình hình tài chính tốt.

Tiếp tục thâm nhập, chiếm lĩnh thị phần đối với khách hàng tốt (nhân thân tốt, ngành nghề kinh doanh tốt và có tài sản bảo đảm tốt) của các ngân hàng khác.

Tăng cường liên kết, kết nối với sở ban ngành để phát triển đơn vị trả lương, kết nối với trung tâm hành chính công, bệnh viện, trường học.

Tăng cường sự phối hợp giữa bộ phận quản lý khách hàng doanh nghiệp lớn hoặc khách hàng bán buôn và khách hàng bán lẻ để thực hiện bán chéo các sản phẩm bán lẻ cho cán bộ công nhân viên của khách hàng doanh nghiệp lớn hoặc khách hàng bán buôn.

Tăng cường trao đổi thông tin để phối hợp bán hàng với các chi nhánh trong hệ thống Vietcombank Tiền Giang.

Phát triển nguồn khách hàng thẻ nhân từ nhóm hàng doanh nghiệp kết hợp chính sách về giá.

### 5.4. Tăng cường kiểm soát các khoản sau cho vay

Vietcombank Tiền Giang cần quan tâm hơn đến công tác kiểm tra, giám sát khách hàng sử dụng vốn vay của khách hàng nhằm đảm bảo đồng vốn mà ngân hàng tài trợ được đầu tư đúng mục đích và không trái với quy định của pháp luật, trên cơ sở đó nâng cao hiệu quả vòng vốn đầu tư.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Quốc hội, *Luật các tổ chức tín dụng số 32/2024/QH15*, 2024. Truy cập tại: <https://thuvienphapluat.vn>
- [2] Đ. T. Hồng, *Tài liệu giảng dạy Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2023.
- [3] V. H. Trần, “*Nâng cao hiệu quả quản lý tín dụng ngân hàng thương mại Việt Nam*,” Luận án tiến sĩ, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương, Hà Nội, Việt Nam, 2020.
- [4] T. T. Hiền và C. H. Sang, “Nâng cao chất lượng tín dụng cá nhân tại Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát triển Nông Thôn Việt Nam - Chi nhánh Châu Thành, An Giang,” *Tạp chí Công thương*, Số 29+30, 2020.
- [5] Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam, *Quyết định số 2537/QĐ-VCB-QLRRTD, Ban hành quy trình tín dụng đối với Khách hàng bán lẻ tín dụng của Tổng Giám đốc Vietcombank ngày 21/12/2022*, 2022.
- [6] [5] Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Tiền Giang, *Báo cáo tổng kết cuối năm 2022, 2023, 2024, 2025*.