

PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM – CHI NHÁNH TÂY TIỀN GIANG

Developing individual credit at Vietnam Joint Stock Commercial Bank For Industry And Trade – Tay Tien Giang Branch

Võ Thị Ten-Đa¹ và Nguyễn Kim Chung²

¹Học viên cao học Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Tây Ninh, Việt Nam
tenda.vo89@gmail.com

²Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Tây Ninh, Việt Nam
nguyen.chung@daihoclongan.edu.vn

Tóm tắt — Bài báo nghiên cứu sự phát triển tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam – Chi nhánh Tây Tiền Giang từ 2021-2023, dựa trên cơ sở lý thuyết và dữ liệu thực tiễn. Mục tiêu là hệ thống hóa khung lý thuyết, phân tích hiệu suất và đề xuất giải pháp cho 2024-2026. Phương pháp định tính được sử dụng gồm phân tích thống kê, khảo sát 100 khách hàng và tham vấn chuyên gia. Kết quả cho thấy dư nợ tín dụng tăng từ 1500 tỷ đồng năm 2021 lên 2000 tỷ đồng 2023 nhưng tỷ lệ nợ xấu đạt 3 (%), vượt ngưỡng khuyến nghị. Khách hàng đánh giá hài lòng trung bình điểm thấp nhất ở "Sự cảm thông" 3.2/5 (điểm). Điểm mạnh là sản phẩm đa dạng, vị trí chiến lược; điểm yếu là chi phí cao, công nghệ chưa tối ưu. Giải pháp đề xuất bao gồm đa dạng hóa sản phẩm, áp dụng công nghệ, đào tạo nhân sự và tăng cường quản lý rủi ro. Nghiên cứu đóng góp vào lý thuyết đánh giá tín dụng và cung cấp khuyến nghị thực tiễn cho ngân hàng Việt Nam, đồng thời gợi ý nghiên cứu tương lai về chuyển đổi số.

Từ khóa — Tín dụng bán lẻ, rủi ro, công nghệ, giải pháp.

Abstract — The article studies the development of personal customer credit at Tay Tien Giang Branch, VietinBank from 2021-2023, based on theory and practical data. The goal is to systematize the theoretical framework, analyze performance and propose solutions for 2024-2026. Qualitative methods used include statistical analysis, survey of 100 customers and expert consultation. The results show that outstanding credit increased from 1,500 billion VND in 2021 to 2,000 billion VND in 2023, but the bad debt ratio reached 3 (%), exceeding the recommended threshold. Customers rated the lowest average satisfaction score at "Empathy" 3.2/5 (points). Strengths are diverse products, strategic location; weaknesses are high costs, unoptimized technology. Proposed solutions include product diversification, technology application, personnel training and strengthening risk management. The study contributes to credit assessment theory and provides practical recommendations for Vietnamese banks, while suggesting future research on digital transformation.

Keywords — Retail credit, risk, technology, solutions.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng của Việt Nam và sự bùng nổ công nghệ tài chính, hoạt động tín dụng khách hàng cá nhân (KHCN) đóng vai trò quan trọng trong hoạt động ngân hàng thương mại. Đây là cầu nối giữa tổ chức tín dụng và cá nhân, giúp tăng lợi nhuận, giảm rủi ro và thúc đẩy tăng trưởng bền vững [1]. Tại Ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam – Chi nhánh Tây Tiền Giang (gọi tắt là Vietinbank Chi nhánh Tây Tiền Giang), tín dụng KHCN là yếu tố then chốt để mở rộng thị phần tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, nơi công nghiệp hóa và đô thị hóa thúc đẩy nhu cầu vay vốn cá nhân [2].

Sự cần thiết của nghiên cứu xuất phát từ bất ổn kinh tế toàn cầu, như xung đột địa chính trị và phục hồi sau đại dịch, dẫn đến tăng trưởng tín dụng chậm và hiệu quả ngân hàng giảm sút tại Việt Nam [3]. Mặc dù có thành tựu, Vietinbank Chi nhánh Tây Tiền Giang đối mặt với thách thức như hiệu quả tín dụng chưa tối ưu và cạnh tranh cao. Bài báo nhằm phân tích hiện trạng tín dụng KHCN tại chi nhánh (2021-2023) và đề xuất giải pháp nâng cao (2024-2026).

Mục tiêu bao gồm hệ thống hóa khung lý thuyết, đánh giá hiệu suất thực tiễn và khuyến nghị biện pháp thực tế. Phạm vi giới hạn tại Vietinbank Chi nhánh Tây Tiền Giang, sử dụng dữ liệu thứ cấp từ 2021-2023 và dữ liệu sơ cấp từ

<https://doi.org/10.63783/dla.2026.003>

Ngày nộp bài: 05/09/2025; Ngày nhận bản chỉnh sửa: 10/03/2026; Ngày duyệt đăng: 25/03/2026

khảo sát từ tháng 8/2022 đến 12/2023. Câu hỏi nghiên cứu tập trung vào đánh giá hiệu suất, điểm mạnh/yếu và các giải pháp khả thi.

Nghiên cứu đóng góp lý thuyết bằng cách tinh chỉnh tiêu chí đánh giá tín dụng bán lẻ và thực tiễn bằng cách cung cấp tài liệu tham khảo cho các nhà nghiên cứu và ngân hàng tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước

2.1. Cơ sở lý thuyết

Ngân hàng thương mại (NHTM) là tổ chức tín dụng thành lập dưới dạng công ty cổ phần hoặc TNHH, hoạt động theo nguyên tắc thị trường và dưới sự giám sát của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN). Các hoạt động chính bao gồm huy động vốn, cho vay, thanh toán và tư vấn [4-5].

Tín dụng KHCN là việc cung cấp vốn cho cá nhân hoặc hộ gia đình để tiêu dùng hoặc kinh doanh nhỏ, với nghĩa vụ trả gốc và lãi [6]. Đặc điểm bao gồm quy mô vay nhỏ nhưng số lượng lớn, rủi ro cao do thu nhập không ổn định và chi phí vận hành cao [7]. Phân loại dựa trên thời hạn bao gồm ngắn, trung, dài hạn, mục đích sản xuất hoặc tiêu dùng với phương thức từng lần hoặc hạn mức và dựa vào tài sản đảm bảo [8].

Vai trò của tín dụng KHCN đối với kinh tế - xã hội, huy động vốn nhân rồi và thúc đẩy tăng trưởng [9]; đối với ngân hàng, phân tán rủi ro và tăng doanh thu [10]; đối với khách hàng, đáp ứng nhu cầu kịp thời [11].

Phát triển tín dụng KHCN được đánh giá qua các chỉ tiêu ngân hàng (đa dạng sản phẩm, vòng quay vốn, tỷ lệ nợ xấu), khách hàng (năng lực tài chính, đạo đức) và kinh tế - xã hội (ổn định thị trường) [12]. Các yếu tố ảnh hưởng bao gồm chính sách nội bộ, công nghệ và môi trường bên ngoài như kinh tế, pháp lý [13].

2.2. Các nghiên cứu trước

Các nghiên cứu trong nước nhấn mạnh tầm quan trọng của tín dụng KHCN tại ngân hàng Việt Nam. Huỳnh Minh Chiến (2021) phân tích tại Vietcombank Long An (2018-2020), ghi nhận tăng trưởng tích cực nhưng nợ quá hạn cao và sản phẩm chưa tối ưu, đề xuất đa dạng hóa cho 2021-2025 [14].

Nguyễn Bửu Thụy (2022) đánh giá hiệu quả tại BIDV Đồng Khởi, Bến Tre (2019-2021), xác định điểm mạnh trong khung lý thuyết và hạn chế trong kiểm soát rủi ro, khuyến nghị cải thiện cho 2022-2025 [15].

Võ Tiến Sang (2022) nghiên cứu tại Sacombank Long An (2019-2021), chỉ ra rủi ro nợ xấu cao và tiếp cận khách hàng chưa đủ, gợi ý cải tiến quy trình [16].

Các nghiên cứu này cung cấp cơ sở so sánh, nhấn mạnh hệ thống hóa lý thuyết, phân tích hiện trạng và hướng giải pháp. Bài học bao gồm đổi mới sản phẩm từ Vietcombank Vĩnh Long và giảm rủi ro [17].

Khoảng trống trong các công trình trước bao gồm thiếu tập trung vào tích hợp công nghệ và đặc thù khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, mà nghiên cứu này giải quyết.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng cách tiếp cận định tính, kết hợp phân tích thống kê, tham vấn chuyên gia và khảo sát để đảm bảo cái nhìn toàn diện [18].

Thu thập dữ liệu bao gồm nguồn thứ cấp báo cáo chi nhánh 2021-2023 cho các chỉ tiêu định lượng như dư nợ và tỷ lệ, và nguồn sơ cấp qua khảo sát 100 khách hàng sử dụng bảng câu hỏi thang Likert (1: Rất không hài lòng đến 5: Rất hài lòng), đánh giá độ tin cậy, đáp ứng, đảm bảo, cảm thông và hữu hình [19].

Phương pháp bao gồm:

- Mô tả thống kê, tóm tắt dữ liệu kinh doanh (ví dụ: Bảng 2.1 từ nguồn).
- Phân tích so sánh, đánh giá hiệu suất so với chuẩn ngành.
- Phỏng vấn chuyên gia, ý kiến từ nhân viên chi nhánh và lãnh đạo.
- Phân tích khảo sát, thống kê mô tả về sự hài lòng khách hàng.

Thời gian nghiên cứu từ tháng 10/2023 đến 6/2024, với các cân nhắc đạo đức đảm bảo bảo mật dữ liệu. Hạn chế bao gồm phụ thuộc vào khảo sát tự báo cáo và phạm vi chi nhánh cụ thể, có thể ảnh hưởng đến tính tổng quát.

4. Phân tích kết quả nghiên cứu

4.1. Tổng quan về VietinBank Chi nhánh Tây Tiền Giang

VietinBank Chi nhánh Tây Tiền Giang nằm ở vị trí chiến lược tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, là cửa ngõ thông thương cho các tỉnh miền Tây Nam Bộ. Với cơ cấu tổ chức bộ máy được thiết kế nhằm hỗ trợ hoạt động bán lẻ, chi nhánh đã đạt được kết quả kinh doanh ổn định trong giai đoạn 2021-2023. Bảng 1 cung cấp dữ liệu về các chỉ tiêu tài chính chính của

VietinBank Chi nhánh Tây Tiền Giang từ năm 2021 đến 2023, bao gồm tổng tài sản, dư nợ tín dụng, dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân

(KHCN), thu nhập lãi thuần, lợi nhuận trước thuế và tỷ lệ nợ xấu.

Bảng 1. Tổng hợp kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021-2023

Chỉ tiêu	Đơn vị	2021	2022	2023
Tổng tài sản	(tỷ đồng)	5000	5500	6000
Dư nợ tín dụng	(tỷ đồng)	3000	3300	3600
Dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân	(tỷ đồng)	1500	1800	2000
Thu nhập lãi thuần	(tỷ đồng)	500	550	600
Lợi nhuận trước thuế	(tỷ đồng)	200	220	250
Tỷ lệ nợ xấu	(%)	2,5	2,8	3

Nguồn: Báo cáo nội bộ chi nhánh

Từ Bảng 1, tổng tài sản tăng từ 5.000 tỷ đồng (2021) lên 5.500 tỷ đồng (2022) và đạt 6.000 tỷ đồng (2023). Tăng trưởng ổn định với tốc độ bình quân 10 % mỗi năm (500 tỷ đồng/năm). Sự tăng trưởng này phản ánh khả năng mở rộng quy mô hoạt động của chi nhánh, phù hợp với xu hướng phát triển kinh tế tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, nơi công nghiệp hóa và đô thị hóa thúc đẩy nhu cầu tài chính [2]. Tăng trưởng tổng tài sản cho thấy chi nhánh đã huy động vốn hiệu quả (từ tiền gửi khách hàng hoặc nguồn vốn khác) và đầu tư vào các hoạt động sinh lời, đặc biệt là tín dụng. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng có phần chậm hơn so với một số chi nhánh lớn của VietinBank tại các đô thị lớn,

có thể do hạn chế về quy mô thị trường địa phương.

Danh mục sản phẩm tín dụng KHCN tại chi nhánh khá đa dạng, tập trung vào các nhu cầu tiêu dùng và kinh doanh nhỏ lẻ, như thể hiện ở Bảng 2. Bảng 2 liệt kê năm sản phẩm tín dụng KHCN chính:

- Vay tiêu dùng;
- Vay mua nhà;
- Vay mua xe;
- Thẻ tín dụng;
- Vay kinh doanh cá nhân;

Bảng 2. Danh mục sản phẩm tín dụng khách hàng cá nhân

Sản phẩm	Mô tả	Lãi suất (%)
Vay tiêu dùng	Vay không thế chấp cho nhu cầu cá nhân	12
Vay mua nhà	Vay thế chấp bất động sản	8
Vay mua xe	Vay mua phương tiện giao thông	10
Thẻ tín dụng	Thẻ tín dụng với hạn mức linh hoạt	15
Vay kinh doanh cá nhân	Vay hỗ trợ kinh doanh nhỏ lẻ	11

Nguồn: Báo cáo nội bộ chi nhánh

Các sản phẩm vay được thiết kế để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng cá nhân, từ tiêu dùng cá nhân đến đầu tư tài sản và kinh doanh nhỏ lẻ. Lãi suất dao động từ 8% đến 15%, phản ánh mức độ rủi ro và đặc thù của từng loại hình tín dụng (Bảng 2).

Vay tiêu dùng là khoản vay không thế chấp cho nhu cầu cá nhân cụ thể là chi tiêu cho du lịch, giáo dục. Đây là sản phẩm không yêu cầu tài sản đảm bảo, phù hợp với khách hàng có thu nhập ổn định nhưng không sở hữu tài sản giá trị cao. Quy mô khoản vay thường nhỏ, nhưng số lượng khách hàng lớn. Lãi suất 12% phản ánh rủi ro cao do thiếu tài sản đảm bảo và khả năng trả nợ phụ thuộc vào thu nhập cá nhân, vốn dễ biến động ở khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long. Sản phẩm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngắn hạn, đặc biệt trong bối cảnh tầng lớp trung lưu gia tăng. Tuy

nhiên, lãi suất cao hơn so với vay mua nhà hoặc vay mua xe có thể hạn chế sức hút với một số khách hàng. Vay tiêu dùng là sản phẩm chủ lực trong phân khúc tín dụng KHCN, góp phần tăng dư nợ nhưng cần kiểm soát chặt chẽ để giảm nợ xấu.

Vay mua nhà là sản phẩm tín dụng dài hạn, yêu cầu tài sản đảm bảo (bất động sản), phù hợp với khách hàng có nhu cầu mua nhà ở hoặc đầu tư bất động sản. Lãi suất thấp nhất (8%) trong danh mục phản ánh mức rủi ro thấp hơn do có tài sản đảm bảo, giúp giảm thiểu tổn thất trong trường hợp khách hàng mất khả năng trả nợ. Lãi suất cạnh tranh (8%) là lợi thế lớn, đặc biệt trong bối cảnh nhu cầu nhà ở tăng tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long do đô thị hóa [2]. Sản phẩm này có thể thu hút khách hàng trung và dài hạn. Vay mua nhà là sản phẩm chiến lược để tăng dư nợ tín

dụng KHCN, đồng thời củng cố vị thế của chi nhánh trong phân khúc vay thế chấp.

Vay mua xe là sản phẩm dành cho khách hàng mua xe máy, ô tô, hoặc phương tiện sản xuất, thường yêu cầu thế chấp chính phương tiện được mua. Lãi suất 10% cao hơn vay mua nhà nhưng thấp hơn vay tiêu dùng, phản ánh rủi ro trung bình do tài sản thế chấp (xe) có giá trị thấp hơn bất động sản và dễ mất giá. Phù hợp với nhu cầu di chuyển và kinh doanh nhỏ lẻ tại khu vực nông thôn và thành thị nhỏ của Tây Tiền Giang. Tuy nhiên, cạnh tranh từ các công ty tài chính tiêu dùng (lãi suất thấp hơn cho vay mua xe) có thể là thách thức. Vay mua xe góp phần đa dạng hóa danh mục sản phẩm, nhưng quy mô dư nợ có thể nhỏ hơn so với vay mua nhà do giá trị tài sản thấp hơn.

Thẻ tín dụng cung cấp hạn mức tín dụng linh hoạt cho chi tiêu cá nhân, thường không yêu cầu tài sản đảm bảo nhưng dựa trên uy tín và thu nhập của khách hàng. Lãi suất cao nhất (15%) phản ánh rủi ro lớn nhất trong danh mục, do khách hàng dễ chi tiêu quá mức và không trả nợ đúng hạn, đặc biệt trong bối cảnh thu nhập không ổn định. Thẻ tín dụng phù hợp với tầng lớp trung lưu tại các khu vực đô thị nhỏ, nhưng mức độ thâm nhập còn thấp ở Tây Tiền Giang do thói quen sử dụng tiền mặt phổ biến. Lãi suất cao có thể hạn chế sức hút. Thẻ tín dụng là sản phẩm tiềm năng để thúc đẩy thanh toán không tiền mặt, nhưng cần chiến lược tiếp thị mạnh mẽ để tăng thị phần.

4.2. Phân tích hiệu suất

Bảng 3. Biến động dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân

Năm	Dư nợ đầu kỳ (tỷ đồng)	Doanh số cho vay (tỷ đồng)	Doanh số thu nợ (tỷ đồng)	Dư nợ cuối kỳ (tỷ đồng)
2021	1200	1000	700	1500
2022	1500	1200	900	1800
2023	1800	1400	1200	2000

Nguồn: Báo cáo nội bộ chi nhánh

Dư nợ cuối kỳ = Dư nợ đầu kỳ + Doanh số cho vay - Doanh số thu nợ (Bảng 3).

Dư nợ đầu kỳ tăng từ 1.200 tỷ đồng (2021) lên 1.800 tỷ đồng (2023), thể hiện sự mở rộng quy mô tín dụng KHCN phù hợp với xu hướng tăng trưởng kinh tế và nhu cầu vay vốn tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long. Sự tăng trưởng này cũng phản ánh chiến lược tập trung vào phân khúc KHCN, vốn chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong tổng dư nợ tín dụng của chi nhánh. Dư nợ đầu kỳ tăng là dấu hiệu tích cực về khả năng mở rộng thị trường, nhưng cần xem xét chất lượng tín dụng để đảm bảo tăng trưởng bền vững.

Doanh số cho vay tăng đều đặn cho thấy chi nhánh đã tích cực đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng cá nhân, đặc biệt trong các lĩnh vực tiêu dùng, mua nhà, và kinh doanh nhỏ lẻ [21]. Tuy nhiên, sự tăng trưởng nhanh của doanh số cho vay có thể làm gia tăng rủi ro tín dụng nếu quy trình thẩm định không đủ chặt chẽ, đặc biệt khi tỷ lệ nợ xấu tăng từ 2,5% (2021) lên 3,0% (2023). Doanh số cho vay tăng mạnh là động lực chính thúc đẩy dư nợ tín dụng KHCN, nhưng cần kiểm soát rủi ro để tránh nợ xấu.

Doanh số thu nợ tăng trưởng đáng kể với mức tăng 200 tỷ đồng (2021-2022) và 300 tỷ đồng (2022-2023). Doanh số thu nợ tăng mạnh cho thấy chi nhánh có khả năng thu hồi vốn tốt,

đặc biệt trong bối cảnh mở rộng tín dụng nhanh. Tỷ lệ thu nợ so với doanh số cho vay từ 70% năm 2021, 75% năm 2022, 85,7% năm 2023 cho thấy hiệu quả thu hồi vốn được cải thiện qua các năm. Tuy nhiên, doanh số thu nợ thấp hơn doanh số cho vay ở tất cả các năm, dẫn đến dư nợ cuối kỳ tăng liên tục. Điều này là bình thường trong giai đoạn mở rộng tín dụng, nhưng cần theo dõi để đảm bảo khả năng thanh khoản của khách hàng. Tốc độ tăng doanh số thu nợ cao hơn doanh số cho vay (đặc biệt năm 2023) có thể phản ánh nỗ lực của chi nhánh trong việc cải thiện quản lý thu hồi nợ, nhưng cũng có thể liên quan đến việc khách hàng trả nợ sớm để tránh lãi suất cao [21].

Dư nợ cuối kỳ tăng từ 1.500 tỷ đồng (2021) lên 2.000 tỷ đồng (2023), tương ứng tốc độ tăng trưởng bình quân 15,5% mỗi năm, cao hơn tốc độ tăng trưởng dư nợ tín dụng tổng thể (10%) (Bảng 1). Điều này cho thấy tín dụng KHCN là động lực tăng trưởng chính của chi nhánh. Sự tăng trưởng này phù hợp với nhu cầu vay vốn tăng cao tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, đặc biệt trong các lĩnh vực tiêu dùng, mua nhà, và kinh doanh nhỏ lẻ [2]. Tuy nhiên, sự tăng trưởng dư nợ cuối kỳ đi kèm với tỷ lệ nợ xấu tăng (từ 2,5% lên 3% ở Bảng 1), cho thấy chất lượng tín dụng chưa được kiểm soát tốt, có thể do quy trình thẩm định lỏng lẻo hoặc thu nhập khách hàng không ổn định [23].

Bảng 4. Tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu

Năm	Tỷ lệ nợ quá hạn (%)	Tỷ lệ nợ xấu (%)
2021	3,2	2,5
2022	3,5	2,8
2023	3,8	3

Nguồn: Báo cáo nội bộ chi nhánh

Tỷ lệ nợ quá hạn luôn cao hơn tỷ lệ nợ xấu trong tất cả các năm, với khoảng cách dao động từ 0,7% (2021) đến 0,8% (2023). Điều này cho thấy một phần nợ quá hạn có thể chưa được phân loại là nợ xấu. Cả hai chỉ số đều có xu hướng tăng,

phản ánh áp lực tín dụng hoặc quản lý rủi ro nợ có thể đang gia tăng. Tuy nhiên, tốc độ tăng của nợ xấu chậm lại vào năm 2023, có thể cho thấy các biện pháp quản lý đã được cải thiện (Bảng 4).

Bảng 5. Kết quả khảo sát sự hài lòng khách hàng

STT	Tiêu chí	Điểm trung bình
1	Mức độ tin cậy	3,8
2	Mức độ đáp ứng	3,5
3	Sự đảm bảo	3,7
4	Sự cảm thông	3,2
5	Tính hữu hình	3,6

Nguồn: Báo cáo nội bộ chi nhánh

Bảng 5 trình bày kết quả khảo sát sự hài lòng của 100 khách hàng đối với các tiêu chí dịch vụ tín dụng khách hàng cá nhân (KHCN) tại Chi nhánh VietinBank Tây Tiền Giang, sử dụng thang đo Likert (1: Rất không hài lòng đến 5: Rất hài lòng). Dữ liệu được thu thập từ tháng 8/2022 đến tháng 12/2023 và phản ánh mức độ hài lòng trung bình của khách hàng đối với các khía cạnh dịch vụ. Điểm trung bình tổng thể (3,56) cho thấy

khách hàng hài lòng ở mức trung bình, chưa đạt mức hài lòng cao (4,0). Điều này phù hợp với xu hướng chung trong khu vực, nhưng thấp hơn so với các ngân hàng lớn như Vietcombank Long An (thường đạt 3,8-4,0) [14].

Các tiêu chí cao nhất (tin cậy, đảm bảo) phản ánh năng lực cốt lõi, trong khi các tiêu chí thấp (đáp ứng, cảm thông) chỉ ra hạn chế trong dịch vụ và công nghệ.

Bảng 6. So sánh với các ngân hàng khác

Ngân hàng	Tăng trưởng dư nợ (%)	Tỷ lệ nợ xấu (%)
VietinBank Chi nhánh Tây Tiền Giang	20	3
Vietcombank Long An	15	2,5
BIDV Đồng Khởi	18	2,8
Sacombank Long An	12	3,2

Nguồn: Báo cáo nội bộ chi nhánh

So sánh tăng trưởng dư nợ VietinBank Tây Tiền Giang (20%) dẫn đầu, tiếp theo là BIDV Đồng Khởi (18%), Vietcombank Long An (15%), và Sacombank Long An (12%). Sự khác biệt này phản ánh chiến lược mở rộng tín dụng mạnh mẽ của VietinBank, phù hợp với tiềm năng thị trường Đồng bằng Sông Cửu Long [2]. Tăng trưởng cao của VietinBank là lợi thế, nhưng cần duy trì để không bị vượt qua bởi BIDV nếu đối thủ cải thiện chiến lược vào 2025.

So sánh tỷ lệ nợ xấu Vietcombank Long An (2,5%) có tỷ lệ thấp nhất, tiếp theo là BIDV Đồng Khởi (2,8%), VietinBank Tây Tiền Giang (3,0%), và Sacombank Long An (3,2%). Tỷ lệ nợ xấu cao của VietinBank và Sacombank cho thấy rủi ro trong quản lý tín dụng KHCN. VietinBank cần

học hỏi Vietcombank về kiểm soát rủi ro, đặc biệt khi kinh tế biến động vào cuối 2025 có thể làm tăng nợ xấu [22].

Bảng 6 cho thấy VietinBank Tây Tiền Giang dẫn đầu về tăng trưởng dư nợ (20%), nhưng tỷ lệ nợ xấu (3%) cao hơn Vietcombank (2,5%) và BIDV (2,8%), đặt ra thách thức về chất lượng tín dụng. Tính đến 07/09/2025, chi nhánh cần cân bằng giữa mở rộng và kiểm soát rủi ro, học hỏi từ đối thủ để duy trì lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh kinh tế phục hồi.

4.3. Kết quả đạt được và một số tồn tại, hạn chế

4.3.1. Kết quả đạt được:

- Hoạt động tín dụng khách hàng cá nhân đạt tăng trưởng mạnh, mở rộng quy mô và doanh thu đáng kể.
- Đa dạng hóa sản phẩm đáp ứng tốt nhu cầu thị trường, đặc biệt trong các lĩnh vực tiêu dùng và kinh doanh.
- Khả năng thu hồi vốn được cải thiện, thể hiện hiệu quả quản lý tín dụng cơ bản.
- Uy tín và năng lực chuyên môn của chi nhánh được khách hàng đánh giá cao.

4.3.2. Một số tồn tại, hạn chế:

- Chất lượng tín dụng chưa tối ưu, với rủi ro nợ xấu gia tăng.
- Hiệu quả hoạt động bị hạn chế do chi phí cao và dịch vụ khách hàng chưa tốt.
- Cạnh tranh gay gắt và biến động kinh tế tạo áp lực lớn.
- Công nghệ lạc hậu và thiếu đổi mới sản phẩm làm giảm khả năng cạnh tranh.
- Phụ thuộc vào thị trường địa phương, dễ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố ngoại cảnh.

5. Kết luận

Nghiên cứu "Phát triển tín dụng khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Công Thương Việt Nam – Chi nhánh Tây Tiền Giang" đã hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về tín dụng ngân hàng, đánh giá thực trạng hoạt động từ năm 2021-2023 và đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả cho giai đoạn 2024-2026. Thông qua phương pháp định tính kết hợp phân tích thống kê, khảo sát khách hàng và tham vấn chuyên gia, nghiên cứu đã cung cấp cái nhìn toàn diện về hoạt động tín dụng KHCN tại chi nhánh, đồng thời góp phần vào tài liệu tham khảo cho lĩnh vực ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu cho thấy VietinBank Chi nhánh Tây Tiền Giang đã đạt được những thành tựu đáng kể trong việc phát triển tín dụng KHCN. Quy mô hoạt động được mở rộng ổn định, với dư nợ tín dụng KHCN tăng trưởng bình quân hàng năm phản ánh khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường địa phương tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long. Danh mục sản phẩm tín dụng đa dạng bao gồm vay tiêu dùng, vay mua nhà, vay mua xe, thẻ tín dụng và vay kinh doanh cá nhân, đã góp phần nâng cao doanh thu lãi thuần và lợi nhuận trước thuế, khẳng định vị thế của chi nhánh trong hệ thống VietinBank. Khảo sát khách hàng cho thấy mức độ hài lòng trung bình, với các tiêu chí như độ tin cậy và sự đảm bảo được đánh giá cao,

chứng tỏ uy tín và năng lực chuyên môn của chi nhánh. Những kết quả này không chỉ là nền tảng cho sự phát triển bền vững mà còn mang lại lợi ích kinh tế - xã hội, như hỗ trợ cá nhân và hộ gia đình tiếp cận vốn kịp thời, thúc đẩy tiêu dùng và kinh doanh nhỏ lẻ.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra một số tồn tại và hạn chế cần khắc phục. Chất lượng tín dụng chưa tối ưu, với tỷ lệ nợ xấu tăng dần, phản ánh rủi ro cao từ thu nhập không ổn định của khách hàng và quy trình thẩm định chưa chặt chẽ. Hiệu quả hoạt động bị ảnh hưởng bởi chi phí vận hành cao và công nghệ lạc hậu, dẫn đến mức độ đáp ứng và sự cảm thông từ nhân viên chưa cao theo đánh giá của khách hàng. So sánh với các ngân hàng khác trong khu vực như Vietcombank Long An hay BIDV Đồng Khởi, VietinBank Chi nhánh Tây Tiền Giang dẫn đầu về tăng trưởng dư nợ nhưng kém hơn về kiểm soát rủi ro. Những hạn chế này càng trở nên rõ nét trong bối cảnh hội nhập kinh tế sâu rộng, sự bùng nổ công nghệ tài chính và biến động kinh tế toàn cầu, đòi hỏi chi nhánh phải hành động quyết liệt để tránh mất lợi thế cạnh tranh.

Trên cơ sở phân tích thực trạng và các bài học từ nghiên cứu trước, đề tài đề xuất các nhóm giải pháp toàn diện cho giai đoạn 2024-2026. Trước hết, đa dạng hóa sản phẩm tín dụng bằng cách phát triển các khoản vay chuyên biệt phù hợp với đặc thù địa phương, như vay hỗ trợ nông nghiệp công nghệ cao hoặc vay khởi nghiệp, đồng thời điều chỉnh lãi suất linh hoạt để tăng sức hấp dẫn. Thứ hai, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua đào tạo chuyên sâu về kỹ năng thẩm định rủi ro và chăm sóc khách hàng, nhằm cải thiện sự hài lòng và giảm tỷ lệ nợ xấu. Thứ ba, áp dụng công nghệ hiện đại như hệ thống ngân hàng số, thẩm định tự động và dữ liệu lớn để tối ưu hóa quy trình, giảm chi phí vận hành và nâng cao tốc độ đáp ứng. Thứ tư, tăng cường kiểm soát rủi ro bằng cách hoàn thiện quy trình thẩm định, theo dõi chặt chẽ khách hàng và hợp tác với CIC để cập nhật thông tin tín dụng kịp thời. Cuối cùng, cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng qua các chương trình ưu đãi, tư vấn cá nhân hóa và kênh hỗ trợ trực tuyến, nhằm xây dựng mối quan hệ lâu dài và thu hút khách hàng mới.

Những giải pháp này không chỉ góp phần nâng cao hiệu quả tín dụng KHCN, tăng cường lợi nhuận và sức cạnh tranh, mà còn phù hợp với định hướng phát triển ngân hàng bán lẻ của VietinBank Chi nhánh Tây Tiền Giang. Đồng thời, nghiên cứu cung cấp cơ sở tham khảo quý

giá cho các ngân hàng thương mại khác tại Việt Nam, đặc biệt trong việc cân bằng giữa tăng trưởng và kiểm soát rủi ro trong bối cảnh kinh tế số hóa.

Nghiên cứu cũng tồn tại một số hạn chế, như phạm vi giới hạn tại một chi nhánh cụ thể và phụ thuộc vào dữ liệu thứ cấp từ 2021-2023, có thể chưa phản ánh đầy đủ biến động gần đây. Các hướng nghiên cứu tương lai có thể mở rộng phạm vi đến nhiều chi nhánh, tập trung vào tác động của chuyển đổi số đến tín dụng KHCN, hoặc phân tích so sánh với các ngân hàng nước ngoài để rút ra bài học toàn diện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] V. T. Ten-Da, "Phát triển tín dụng khách hàng cá nhân tại VietinBank - Chi nhánh Tây Tiền Giang," Luận văn Thạc sĩ, ĐH Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2025.
- [2] Ngân hàng Nhà nước, "Báo cáo kinh tế Việt Nam," Hà Nội, Việt Nam, 2023.
- [3] Quốc Hội, "Luật các tổ chức tín dụng," Số 47/2010/QH12, 2010.
- [4] Nguyễn Đăng Dờn, *Giáo trình Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*. TP. HCM: Nhà xuất bản Kinh tế, 2014.
- [5] Nguyễn Văn Tiên, *Tín dụng ngân hàng*, Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính, 2018.
- [6] P. S. Rose and S. C. Hudgins, *Bank Management & Financial Services*, 7th ed. New York: McGraw-Hill, 2008.
- [7] Ngân hàng Nhà nước, "Thông tư 39/2016/TT-NHNN," Hà Nội, Việt Nam, 2016.
- [8] P. S. Rose, *Commercial Bank Management*, 5th ed. New York: McGraw-Hill, 2001.
- [9] G. Wood, "Credit risk management," *Journal of Banking Finance*, vol. 2, no. 3, pp. 45-60, 1978.
- [10] S. Heffernan, *Modern Banking*. Chichester: Wiley, 2005.
- [11] B. E. Gup and J. W. Kolari, *Commercial Banking: The Management of Risk*, 3rd ed. Hoboken: Wiley, 2005.
- [12] M. Choudhry, *An Introduction to Banking*, 2nd ed. Chichester: Wiley, 2022.
- [13] Huỳnh Minh Chiến, "Phát triển cho vay KHCN tại Vietcombank Long An," Luận văn Thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP. HCM, 2021.
- [14] Nguyễn Bửu Thụy, "Hiệu quả tín dụng KHCN tại BIDV Đồng Khởi," Luận văn Thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP. HCM, 2022.
- [15] Võ Tiến Sang, "Hiệu quả tín dụng KHCN tại Sacombank Long An," Luận văn Thạc sĩ, Đại học Kinh tế TP. HCM, 2022.
- [16] Đoàn Thị Hồng, "Nghiệp vụ ngân hàng thương mại," Bài giảng, ĐH Kinh tế Công nghiệp Long An, 2023.
- [17] T. W. Koch and S. S. MacDonald, *Bank Management*, 8th ed. Mason: Cengage, 2014.
- [18] A. Saunders and I. Walter, *Financial Institutions Management*, 7th ed. New York: McGraw-Hill, 2012.
- [19] VietinBank Tây Tiền Giang, "Báo cáo hoạt động kinh doanh," Báo cáo nội bộ, 2021-2023.
- [20] NHNN, "Thông tư 06/2023/TT-NHNN," Hà Nội, 2023.
- [21] G. Vitanova et al., "Risk assessment in banking," *Int. Journal of Finance*, Vol. 15, No. 2, pp. 112-130, 2017.
- [22] Ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam, "Quyết định 073/2022/QĐ-HĐQT-NHCT9," Hà Nội, 2022.
- [23] V. T. Ten-Da, "Khảo sát khách hàng," Dữ liệu khảo sát, 2023.