

1. TIẾNG VIỆT

TRANG THÔNG TIN ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

Tên đề tài: Hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng

Ngành: K47-TNH-DN1-V1

Mã số : 834 02 01

Họ và tên học viên: LÊ THÁI VÂN ANH

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS.TS. Võ Thị Thúy Anh

Cơ sở đào tạo: TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Tóm tắt:

Trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng cạnh tranh khốc liệt, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) nói chung và Chi nhánh Đà Nẵng nói riêng đã đạt được những thành tựu đáng ghi nhận trong công tác huy động vốn. Tuy nhiên, sự mở rộng nhanh chóng của các ngân hàng thương mại cổ phần với nhiều sản phẩm huy động linh hoạt, kết hợp với sự tham gia ngày càng sâu rộng của các ngân hàng nước ngoài, đang tạo ra áp lực cạnh tranh lớn đối với Vietcombank. Xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt không chỉ mở ra cơ hội phát triển mới mà còn đặt ra thách thức lớn trong việc đổi mới phương thức tiếp cận, chăm sóc và giữ chân khách hàng của các ngân hàng truyền thống.

Xuất phát từ thực trạng nêu trên, tác giả đã đề xuất một số nhóm giải pháp nhằm cải thiện sản phẩm, tổ chức lại bộ máy vận hành và nâng cao chính sách chăm sóc khách hàng – trong đó nhấn mạnh vai trò của việc phát triển dịch vụ ngân hàng số phù hợp với xu hướng giao dịch hiện đại. Các đề xuất này được kỳ vọng sẽ giúp Vietcombank – Chi nhánh Đà Nẵng tháo gỡ những vướng mắc hiện tại, đồng thời tăng cường năng lực cạnh tranh và đáp ứng hiệu quả nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng trong kỷ nguyên số. Vietcombank Đà Nẵng đã đạt được nhiều thành tựu đáng ghi nhận trong công tác huy động tiền gửi, đặc biệt từ khách hàng cá nhân, nhờ vào quy trình quản lý chặt chẽ, minh bạch. Tuy nhiên, hoạt động huy động vốn vẫn còn một số hạn chế như tăng trưởng chưa ổn định, cơ cấu tiền gửi mất cân đối, sự phụ thuộc vào giao dịch tại quầy và sản phẩm chưa thật sự khác biệt.

Để nâng cao hiệu quả huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân, Vietcombank – Chi nhánh Đà Nẵng cần triển khai đồng bộ các giải pháp trọng tâm. Trước hết, việc hoàn thiện công tác nghiên cứu và phân tích thị trường với sự hỗ trợ của công nghệ số và trí tuệ nhân tạo sẽ giúp chi nhánh chủ động nắm bắt xu hướng, phân khúc khách hàng hiệu quả và điều chỉnh chính sách linh hoạt. Tiếp theo, chi nhánh cần đa dạng hóa và cá nhân hóa chính sách sản phẩm, đặc biệt là các gói tiết kiệm dành cho khách hàng ưu tiên (Priority), nhằm tăng tính cạnh tranh và giữ chân khách hàng có giá trị cao. Về chính sách lãi suất, cần thiết kế linh hoạt, phân tầng rõ ràng theo kênh gửi, kỳ hạn và nhóm khách hàng, kết hợp với ưu đãi tích hợp sản phẩm để tối ưu dòng tiền. Đồng thời, chính sách phân phối và quảng bá sản phẩm cũng cần được đổi mới theo hướng đa kênh – trải nghiệm – thực tế, đẩy mạnh hoạt động tại các điểm đến có mật độ khách hàng tiềm năng cao như trường học, khu công nghiệp. Cuối cùng, việc hoàn thiện chính sách chăm sóc khách hàng và duy trì chất lượng dịch vụ thông qua đào tạo thực tế, ứng dụng CRM và cá nhân hóa trải nghiệm sẽ giúp gia tăng mức độ hài lòng và trung thành, tạo lợi thế cạnh tranh bền vững cho chi nhánh trong môi trường cạnh tranh khốc liệt hiện nay.

Từ khóa: huy động, tiền gửi, khách hàng cá nhân, vietcombank, vietcombank chi nhánh Đà Nẵng

Đà Nẵng, ngày tháng năm

Người hướng dẫn khoa học

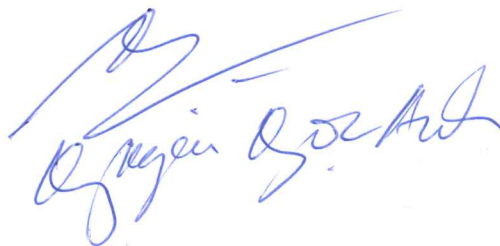


Họ và tên học viên



Lê Thuần Văn Anh

Khoa quản lý chuyên ngành



2. TIẾNG ANH

INFORMATION PAGE OF MASTER THESIS

Name of thesis: Completing the Deposit mobilization activities of individual customer deposits at Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam - Da Nang Branch

Major: Finance and Banking

Full name of Master student: Le Thai Van Anh

Supervisors: 1. Assoc.Prof.Dr. Vo Thi Thuy Anh

Training institution: University of Economics - The University of Da Nang

Abstract

In the context of an increasingly competitive financial market, the Joint Stock Commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam (Vietcombank) in general—and the Da Nang Branch in particular—has achieved recognition in deposit mobilization. However, the rapid expansion of joint stock commercial banks with flexible products, along with the involvement of foreign banks, has exerted considerable competitive pressure on Vietcombank. The growing trend of cashless payments not only presents new development opportunities but also poses significant challenges for traditional banks in terms of innovating their approaches to customer acquisition, care, and retention.

The thesis has proposed a number of solution groups aimed at improving product offerings, reorganizing operational structures, and enhancing customer care policies—with a particular emphasis on developing digital banking services in line with modern transaction trends. These proposals are expected to help Vietcombank – Da Nang Branch overcome current limitations, enhance its competitive capacity, and better meet the increasingly diverse needs of customers in the digital era.

Vietcombank Da Nang has made significant progress in mobilizing deposits, especially from individual customers, thanks to a transparent and tightly managed process. However, several limitations remain in its deposit mobilization efforts, including inconsistent growth, an unbalanced deposit structure, over-reliance on in-person transactions, and a lack of product differentiation.

To improve the effectiveness of deposit mobilization from individual customers, Vietcombank – Da Nang Branch needs to implement a set of integrated and focused solutions. First, improving market research and analysis—leveraging digital technologies and artificial intelligence—will enable the branch to proactively capture trends, segment customers effectively, and adjust policies flexibly. Second, the branch should diversify and personalize its product offerings, particularly savings packages designed for priority customers, to enhance competitiveness and retain high-value clients. In terms of interest rate policies, a more flexible and segmented approach based on deposit channels, terms, and customer groups should be applied, combined with bundled incentives to optimize cash flow. Additionally, product distribution and marketing strategies should be modernized with a multi-channel, experience-driven, and field-based approach, focusing on customer-dense locations such as educational institutions and industrial zones. Finally, improving customer care policies and maintaining service quality—through hands-on training, CRM application, and personalized experiences—will help increase customer satisfaction and loyalty, creating a sustainable competitive advantage for the branch in today's fiercely competitive environment.

Keywords: deposit mobilization, individual customers, Vietcombank, Vietcombank Da Nang Branch