



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ



LÊ THÁI VÂN ANH

**HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG
TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH
ĐÀ NẴNG**

TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP
THẠC SĨ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG

Mã số: 8.34.02.01

Đà Nẵng – Năm 2025

Công trình được hoàn thành tại
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐHQĐN

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

Phản biện 1: TS. Phan Đăng My Phương

Phản biện 2: TS. Nguyễn Phú Thái

Đề án được bảo vệ trước Hội đồng chấm Đề án tốt nghiệp
thạc sĩ Tài chính – Ngân hàng họp tại Trường Đại học Kinh
tế, Đại học Đà Nẵng vào ngày 21 tháng 6 năm 2025

Có thể tìm hiểu tại:

Trung tâm Thông tin – Học liệu, Đại học Đà Nẵng

Thư viện trường Đại học Kinh tế, ĐHQĐN

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề án

Trong bối cảnh hiện đại, khi nhu cầu tài chính của người dân và nhà đầu tư ngày càng tăng để đáp ứng tốc độ phát triển kinh tế, nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng cũng tăng theo. Để thích ứng với xu thế này, các ngân hàng đã triển khai hàng loạt chính sách tín dụng linh hoạt. Tuy nhiên, để hoạt động tín dụng diễn ra hiệu quả, các ngân hàng cần chuẩn bị nguồn vốn ổn định từ hoạt động huy động tiền gửi – đây là yếu tố then chốt giúp đảm bảo đầu ra an toàn cho các khoản vay.

Mặt khác, người dân hiện nay xem việc gửi tiết kiệm là một kênh đầu tư an toàn nhằm tạo thu nhập thụ động. Tuy nhiên, với sự phát triển mạnh mẽ của các lĩnh vực như bất động sản, xuất nhập khẩu, thương mại điện tử,... có khả năng sinh lời cao hơn, ngân hàng đang phải đối mặt với thách thức lớn hơn trong công tác huy động vốn so với trước đây. Hơn nữa, sự hiện diện ngày càng đông đảo của các ngân hàng trong và ngoài nước đã làm gia tăng cạnh tranh trong việc thu hút người gửi tiền. Nhiều ngân hàng đã lựa chọn phương án tăng lãi suất tiết kiệm để thu hút khách hàng. Tuy nhiên, đối với những ngân hàng duy trì lãi suất cho vay ở mức thấp như Vietcombank, việc tăng mạnh lãi suất huy động là điều khó thực hiện.

Hoạt động huy động và sử dụng tiền gửi phải được triển khai đồng bộ và hài hòa, bởi sự cân đối giữa hai yếu tố này sẽ quyết định đến khả năng sinh lợi tối đa của ngân hàng. Do đó, các NHTM luôn chú trọng xây dựng và triển khai các chiến lược huy động vốn phù hợp với điều kiện thực tế của mình, đặc biệt là tập trung vào phân khúc khách hàng cá nhân (KHCH). Hiện nay, huy động tiền gửi từ KHCH ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tiết kiệm, hạn chế chi tiêu không cần thiết, tạo việc làm, khuyến khích sản xuất kinh doanh và góp phần tiết giảm chi phí lưu thông tiền mặt trong xã hội. Với các ngân hàng thương mại, nguồn tiền từ KHCH không chỉ giúp gia tăng vốn mà còn tạo nền tảng vững chắc cho các hoạt động kinh doanh trong tương lai.

Trong bối cảnh nền kinh tế hiện đại không ngừng phát triển, nhu cầu về vốn của cả khách hàng và nhà đầu tư ngày càng gia tăng mạnh mẽ. Điều này kéo theo sự gia tăng tương ứng trong nhu cầu gửi tiền tại các tổ chức tín dụng để đảm bảo dòng vốn phục vụ hoạt động kinh doanh và đầu tư. Nhằm đáp ứng xu thế đó, các ngân hàng thương mại đã không ngừng đưa ra những chính sách tín dụng linh hoạt và phù hợp. Tuy nhiên, để thực hiện tốt hoạt động tín dụng, các ngân hàng cần có một nền tảng vốn vững chắc, trong đó nguồn tiền gửi đóng vai trò cốt lõi.

Với người dân, gửi tiền vào ngân hàng vẫn là một trong những kênh đầu tư an toàn và tạo ra thu nhập thụ động. Tuy nhiên, trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa với sự phát triển mạnh mẽ của nhiều ngành nghề có khả năng sinh lời cao như bất động sản, xuất nhập khẩu, thương mại điện tử,... thì việc lựa chọn kênh đầu tư của người dân cũng trở nên đa dạng hơn. Điều này đã và đang đặt ra không ít thách thức cho các ngân hàng trong công tác huy động vốn.

Bên cạnh đó, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa hàng trăm ngân hàng trong và ngoài nước cũng khiến việc thu hút tiền gửi trở nên khó khăn hơn. Nhiều ngân hàng đã lựa chọn phương án tăng lãi suất tiết kiệm nhằm thu hút khách hàng. Tuy nhiên, đối với các ngân hàng có chính sách cho vay với lãi suất thấp như Vietcombank, việc duy trì mức lãi suất tiết kiệm cao là điều không dễ dàng. Trong bối cảnh đó, việc cân đối hợp lý giữa hoạt động huy động và sử dụng vốn là yếu tố then chốt giúp ngân hàng đảm bảo hiệu quả kinh doanh và tối ưu hóa lợi nhuận.

Do vậy, các ngân hàng thương mại ngày càng chú trọng hơn trong việc xây dựng chiến lược huy động vốn, đặc biệt là đối với phân khúc khách hàng cá nhân. Hoạt động huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân không chỉ góp phần ổn định nguồn vốn mà còn giúp thúc đẩy tiết kiệm, hạn chế chi tiêu không cần thiết, tạo thêm việc làm,

khuyến khích sản xuất – kinh doanh và giảm thiểu chi phí lưu thông tiền mặt trong xã hội. Với các ngân hàng thương mại, tiền gửi từ khách hàng cá nhân không chỉ gia tăng quy mô vốn mà còn là nền tảng để triển khai các sản phẩm, dịch vụ tài chính khác.

Xuất phát từ thực tiễn đã phân tích và khoảng trống nghiên cứu còn tồn tại, tôi quyết định lựa chọn 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” cho đề án cao học của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Mục tiêu tổng quát:

Đề án tập trung phân tích thực trạng hoạt động huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng, qua đó rút ra những hạn chế còn tồn tại trong quá trình triển khai hoạt động này. Trên cơ sở đó, đề xuất một số khuyến nghị mang tính thực tiễn nhằm góp phần nâng cao hiệu quả và hoàn thiện công tác huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân tại chi nhánh.

- Mục tiêu cụ thể:

Phân tích thực trạng hoạt động huy động tiền gửi dành cho KHCN tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam- Chi nhánh Đà Nẵng.

Đề xuất một số khuyến nghị nhằm góp phần hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng..

3. Đối tượng nghiên cứu

Tác giả tập trung làm rõ các cơ sở lý luận và những vấn đề cốt lõi liên quan đến hoạt động huy động tiền gửi trong thực tiễn tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng. Những nội dung lý luận và vấn đề nền tảng sẽ được phân tích thông qua quy trình huy động vốn hiện hành mà ngân hàng đang áp dụng. Bên cạnh đó, tác giả cũng khai thác dữ liệu từ các báo cáo tài chính của ngân hàng trong giai đoạn nghiên cứu nhằm đưa ra cái nhìn toàn diện và có cơ sở thực tiễn. Đối tượng nghiên cứu bao gồm toàn bộ khách hàng cá nhân đã, đang và có tiềm năng sử dụng dịch vụ tại Vietcombank, qua đó làm cơ sở đánh giá hiệu quả và đề xuất giải pháp nâng cao hoạt động huy động tiền gửi trong thời gian tới.

4. Phạm vi nghiên cứu

Về nội dung nghiên cứu:

Đề án tập trung nghiên cứu các hoạt động huy động tiền gửi dành cho khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam-

Chi nhánh Đà Nẵng bao gồm cơ sở lý luận và tình hình thực tiễn tại ngân hàng. Từ đó, tìm ra những hạn chế và nguyên nhân rồi tìm hướng hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng.

Về không gian:

Địa bàn của đề án được xác định tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng. Trong quá trình thực hiện, đề án sẽ tiến hành khảo sát với nội dung xoay quanh hoạt động huy động tiền gửi và các dịch vụ liên quan nhằm thu thập ý kiến đánh giá từ hai nhóm đối tượng: khách hàng cá nhân và cán bộ nhân viên đang công tác tại chi nhánh. Thông tin thu thập được sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc phân tích, đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi tại đơn vị nghiên cứu.

Về thời gian:

Đề án sử dụng số liệu hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn từ năm 2022 đến hết năm 2024 làm cơ sở phân tích thực tiễn. Bên cạnh đó, tác giả tiến hành khảo sát trực tiếp khách hàng tại các điểm giao dịch của Vietcombank trong khoảng thời

gian từ tháng 5 đến tháng 6 năm 2024. Các dữ liệu thu thập được sẽ được thống kê, so sánh và tổng hợp nhằm phục vụ cho việc phân tích, đánh giá và xây dựng báo cáo nghiên cứu một cách khách quan và sát với thực tế.

5. Phương pháp nghiên cứu

- Xuyên suốt quá trình nghiên cứu, đề án tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động tiền gửi tại Ngân hàng. Trên cơ sở tổng hợp giữa lý thuyết nền tảng và thực tiễn hoạt động, đề án áp dụng một số phương pháp nghiên cứu chủ yếu như: phương pháp phân tích – tổng hợp, phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh, và phương pháp khảo sát thông qua bảng hỏi dành cho khách hàng cá nhân và cán bộ ngân hàng. Việc kết hợp các phương pháp này nhằm đảm bảo tính khách quan, toàn diện và khoa học trong quá trình nghiên cứu và đề xuất giải pháp.

6. Bố cục đề án

Ngoài phần mở đầu, kết thúc và các tài liệu tham khảo, đề án bao gồm 3 chương chính như sau:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết về hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng.

Chương 2: Thực trạng hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam- CN Đà Nẵng.

Chương 3: Hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Đà Nẵng.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Tổng quan về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại

Tiền gửi ngân hàng là khoản tiền của cá nhân hoặc tổ chức gửi vào ngân hàng để bảo quản, sinh lời hoặc phục vụ thanh toán. Đây là nguồn vốn chủ yếu để ngân hàng sử dụng cho vay và đầu tư. Huy động tiền gửi là việc ngân hàng nhận tiền từ khách hàng dưới nhiều hình thức như tiền gửi có kỳ hạn, không kỳ hạn, tiết kiệm, chứng chỉ tiền gửi... với cam kết hoàn trả đầy đủ cả gốc và lãi. Đối với khách hàng cá nhân, tiền gửi có kỳ hạn thường được lựa chọn để hưởng lãi suất cao hơn so với tiền gửi thanh toán và phân loại tiền gửi ngân hàng.

1.2. Nội dung các hoạt động triển khai huy động tiền gửi của khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại

1.2.1. Điều tra, nghiên cứu thị trường

1.2.2. Nghiên cứu cung ứng sản phẩm

Trong bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ và nhu cầu khách hàng thay đổi liên tục, các ngân hàng Việt Nam đẩy mạnh nghiên cứu thị trường để phát triển sản phẩm tài chính phù hợp và cá nhân hóa dịch vụ. Quá trình này bao gồm phân tích dữ liệu, khảo sát, kết hợp công nghệ như

AI, big data để hiểu hành vi người dùng. Bên cạnh đó, lãi suất vẫn là yếu tố khách hàng quan tâm hàng đầu khi gửi tiền. Nhiều ngân hàng đã tăng lãi suất hoặc áp dụng lãi suất bậc thang để thu hút khách hàng. Tuy nhiên, việc chạy theo "cuộc đua lãi suất" tiềm ẩn rủi ro tài chính nếu không quản lý vốn hiệu quả. Do đó, ngân hàng cần xây dựng chiến lược huy động bền vững, kết hợp ưu đãi, dịch vụ cá nhân hóa và chăm sóc khách hàng ưu tiên.

1.2.3. Quảng bá và phân phối sản phẩm

Quảng bá và phân phối hiệu quả giúp ngân hàng không chỉ gia tăng số lượng người dùng, mà còn củng cố lòng tin, sự gắn bó và mở rộng thị phần trên thị trường tài chính – ngân hàng Việt Nam.

1.2.4. Triển khai chính sách thu hút

Xây dựng chính sách là một phần quan trọng nhưng để hướng khách hàng theo những chính sách của mình là cả một nghệ thuật. Do vậy, bên cạnh những chính sách mà ngân hàng tạo ra có thể đáp ứng một cách tương đối với nhu cầu khách hàng.

1.2.5. Chính sách quảng cáo

Chính sách quảng cáo hiệu quả còn đi kèm với đo lường hiệu suất thông qua các chỉ số như tỷ lệ nhấp chuột, số lượt tiếp cận, chi phí/khách hàng, từ đó điều chỉnh ngân sách và thông điệp phù hợp theo từng giai đoạn.

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại

1.3.1. Nhân tố bên trong

1.3.2. Nhân tố bên ngoài

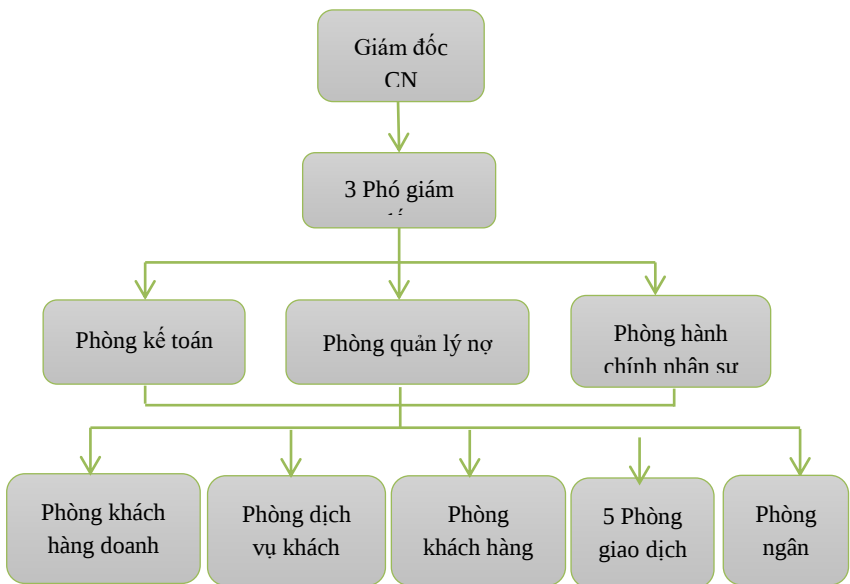
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM – CN ĐÀ NẴNG

2.1. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam- Chi nhánh Đà Nẵng

2.1.1. Sơ lược lịch sử hình thành Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam- Chi nhánh Đà Nẵng

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

2.1.3. Kết quả hoạt động



Bảng 2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh của VCB Đà Nẵng (2022-2024)

Đơn vị tính: tỷ đồng

	2022	2023	2024	2023/2022		2024/2023	
				<i>Tăng /giảm +/-</i>	<i>Tốc độ %</i>	<i>Tăng/ giảm +/-</i>	<i>Tốc độ %</i>
Dư nợ tín dụng	9,775	11,467	13,877	1,692	17.31%	2,410	21.02%
Huy động vốn	10,567	12,567	14,895	2,000	18.93%	2,328	18.52%
Lợi nhuận sau thuế	467	564	724.23	97	20.77%	160	28.41%

(Nguồn: Phòng Kế toán VCB Đà Nẵng)

2.2. Thực trạng hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam Chi nhánh Đà Nẵng

2.2.1. Bối cảnh kinh doanh

2.2.1.1. Bối cảnh bên ngoài

a) Bối cảnh kinh tế

b) Bối cảnh thị trường tiền gửi tại Đà Nẵng

2.2.1.2. Bối cảnh bên trong

- a) *Chiến lược kinh doanh*
- b) *Cơ sở vật chất*
- c) *Con người*

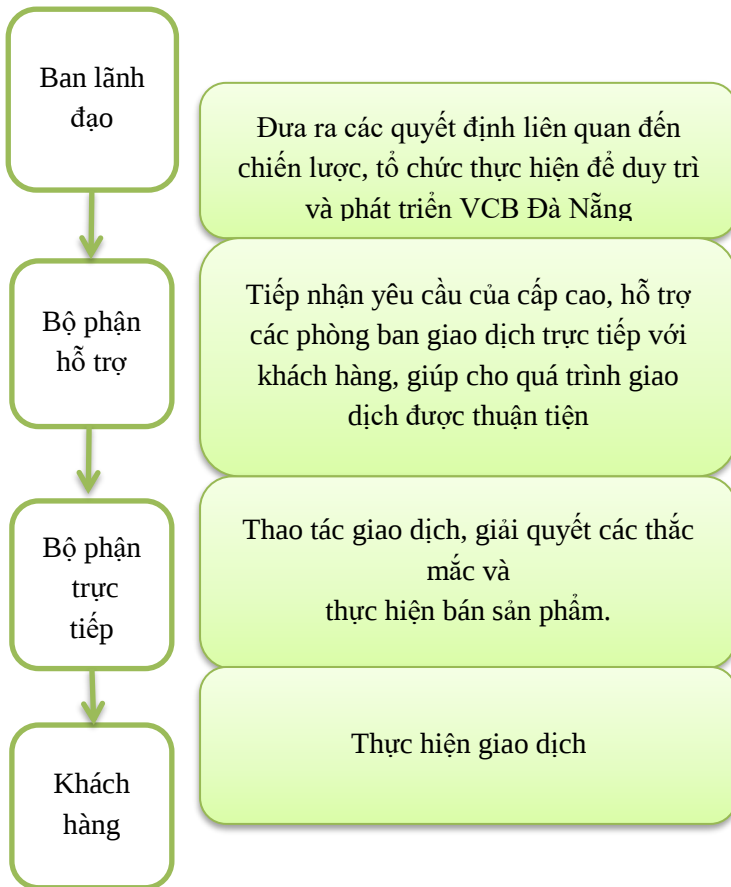
2.2.1.3. Mục tiêu hoạt động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Vietcombank Đà Nẵng

Trong hoàn cảnh kinh tế như đã nêu trên, Vietcombank Đà Nẵng đã đề ra một số mục tiêu như sau:

- Tăng lượng vốn nhận
- Cơ cấu vốn nhận hợp lý
- Chi phí vốn rẻ
- Quản lý rủi ro

2.2.2. Công tác tổ chức huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Vietcombank Đà Nẵng

Bộ máy tổ chức và con người



Hình 2.2: Sơ đồ tổ chức huy động tiền gửi tại Vietcombank Đà Nẵng

Mỗi bộ phận trong chi nhánh đều đảm nhận những chức năng, nhiệm vụ riêng biệt, góp phần vào hoạt động chung của toàn hệ thống. Tuy nhiên, trong quá trình thực

hiện nhiệm vụ, không tránh khỏi những khó khăn và trở ngại phát sinh

2.2.3. Thực trạng các hoạt động triển khai huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Vietcombank Đà Nẵng

a) Đa dạng sản phẩm cung ứng

Trong cuộc chạy đua cạnh tranh về lãi suất, Vietcombank Đà Nẵng hoàn toàn thất bại so với các ngân hàng trên địa bàn kể cả khi đã áp dụng lãi suất bậc thang nên việc đưa ra các sản phẩm mới là hết sức cần thiết. Công tác huy động tiền gửi tại các chi nhánh Vietcombank Đà Nẵng đang được triển khai hiệu quả và bài bản, góp phần quan trọng vào nguồn vốn cho hoạt động ngân hàng.

b) Các hoạt động quảng bá và phân phối sản phẩm

Hiện nay, Vietcombank Đà Nẵng đang triển khai nhiều hoạt động quảng bá và phân phối sản phẩm tiền gửi nhằm mở rộng tiếp cận khách hàng và tăng thị phần. Các chương trình kết nối đã thu hút đông đảo khách hàng, đối tác và lãnh đạo địa phương, thể hiện cam kết phát triển bền vững và gắn bó cộng đồng. Bên cạnh đó, ngân hàng đẩy mạnh truyền thông ứng dụng ngân hàng số VCB Digibank, giúp khách hàng thực hiện giao dịch tiết kiệm trực tuyến linh hoạt và thuận tiện.

Tuy nhiên, hoạt động truyền thông tại chi nhánh vẫn còn hạn chế, chủ yếu tập trung tại điểm giao dịch, thiếu sự lan tỏa trên các kênh truyền thông số. Việc thiếu chiến lược truyền thông đồng bộ đã khiến các sản phẩm mới

chưa được khách hàng biết đến rộng rãi, làm giảm hiệu quả tiếp cận và mở rộng khách hàng.

c) Nâng cao chất lượng dịch vụ

Vietcombank Đà Nẵng đã nâng cao chất lượng phục vụ qua đào tạo chuẩn mực và chương trình đánh giá “Nụ cười Vietcombank” cùng “Khách hàng bí mật”, với 98% cán bộ đạt điểm cao. Đến cuối 2024, tiền gửi tăng mạnh, đặc biệt tiền gửi không kỳ hạn, thể hiện sự tin tưởng của khách hàng. Việc phát triển dịch vụ tiết kiệm trực tuyến trên VCB Digibank giúp tăng số tài khoản gấp đôi, giảm tải giao dịch quầy. Các chương trình ưu đãi và chăm sóc khách hàng giúp chỉ số hài lòng đạt mức cao, khẳng định hiệu quả chiến lược của chi nhánh.

2.3. Đánh giá kết quả

2.3.1. Quy mô

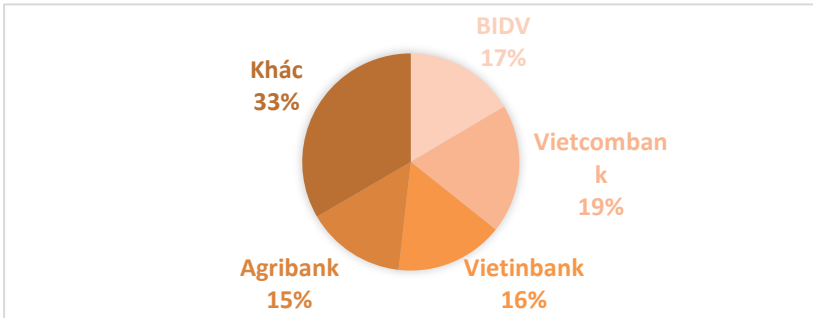
Bảng 2.2. Quy mô tiền gửi huy động chi nhánh Đà Nẵng năm 2022-2024

(Đơn vị: Tỷ đồng)

	2022	2023	2024	Tăng trưởng	
				2022-2023	2023-2024
Huy động tiền gửi (tỷ VND)	10,744	12,983	14,855	43.30%	46.40%
Số lượng khách hàng	10262	12980	13827	26.48%	34.73%

(Nguồn: Phòng Kế toán VCB Đà Nẵng)

2.3.2.Thị phần

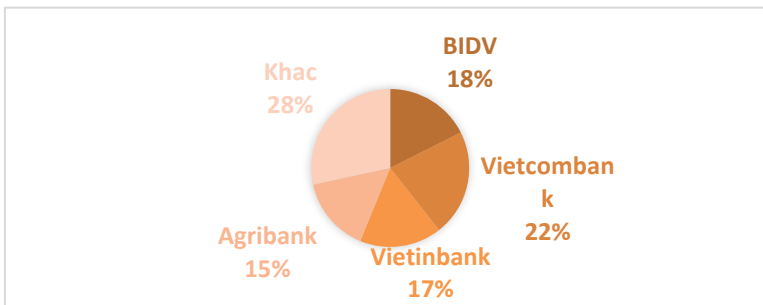


Hình 2.3: Thị phần huy động tiền gửi của các tổ chức tín dụng Tp Đà Nẵng 2023

Nguồn: Ngân hàng nhà nước khu vực IX

Năm 2023, Đà Nẵng phục hồi mạnh, Vietcombank dẫn đầu thị phần tiền gửi cá nhân với 19,2% nhờ chuyển đổi số. BIDV, VietinBank và Agribank cũng giữ vị trí lớn. Kinh tế địa phương tăng trưởng 7,51%, giúp các ngân hàng mở rộng hoạt động và thu hút vốn hiệu quả.

Nguồn: Ngân hàng nhà nước khu vực IX



Hình 2.4: Thị phần huy động tiền gửi của các tổ chức tín dụng Tp Đà Nẵng 2024

Năm 2024, Ngân hàng Nhà nước tiếp tục tái cơ cấu hệ thống bằng việc sáp nhập các ngân hàng yếu kém vào các ngân hàng lớn để đảm bảo an toàn tài chính. Kinh tế Đà Nẵng phục hồi tích cực tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng phát triển, trong đó Vietcombank giữ vị thế dẫn đầu nhờ chiến lược đa dạng sản phẩm và dịch vụ chất lượng. Các ngân hàng lớn khác cũng duy trì tăng trưởng, trong khi các ngân hàng nhỏ giảm thị phần. Sự phát triển kinh tế và đầu tư công giúp các ngân hàng lớn mở rộng nguồn vốn và củng cố vị thế trên thị trường địa phương.

2.3.3. Cơ cấu

a) *Cơ cấu huy động tiền gửi theo kỳ hạn*

b) *Cơ cấu huy động tiền gửi theo loại tiền*

2.3.4. Chất lượng dịch vụ

Vietcombank Đà Nẵng đã tổ chức đào tạo và đánh giá phong cách phục vụ, nâng cao chất lượng dịch vụ theo chuẩn mực văn hóa của ngân hàng. Đến cuối 2024, tiền gửi và tài khoản tiết kiệm trực tuyến tăng mạnh, thể hiện sự tin tưởng của khách hàng. Các chương trình ưu đãi giúp duy trì sự hài lòng và củng cố mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

2.4. Đánh giá chung hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân Ngân hàng Vietcombank – Chi nhánh đà nẵng

2.4.1. Thành công

Vietcombank Đà Nẵng đã đạt kết quả ấn tượng trong hoạt động kinh doanh với tổng huy động tiền gửi. Ngoài ra, ngân hàng tích cực tham gia các hoạt động xã hội, văn

hóa thể thao để tăng cường giao lưu và tạo sự gắn kết với khách hàng.

Ngân hàng cũng chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua đào tạo nhân viên, ứng dụng công nghệ số và cải tiến cơ sở hạ tầng. Các chương trình tri ân, lắng nghe phản hồi và chăm sóc khách hàng cá nhân/doanh nghiệp giúp tăng sự hài lòng và trung thành. Những nỗ lực này đã củng cố vị thế của Vietcombank Đà Nẵng trong ngành và trong lòng khách hàng.

2.4.2. Hạn chế và nguyên nhân

Vietcombank Đà Nẵng tuy đạt nhiều kết quả tích cực trong huy động vốn, nhưng vẫn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục. Tốc độ tăng trưởng tiền gửi chưa ổn định, cơ cấu vốn mất cân đối khi tiền gửi không kỳ hạn chiếm tỷ trọng lớn nhưng hiệu quả thấp. Nhiều khách hàng còn e ngại sử dụng sản phẩm tiết kiệm số, dẫn đến phụ thuộc vào giao dịch tại quầy. Bên cạnh đó, cán bộ ngân hàng chưa tư vấn đầy đủ, hiểu biết sản phẩm còn hạn chế, làm mất cơ hội thu hút khách hàng lớn, đặc biệt trong bối cảnh Đà Nẵng là trung tâm kinh tế – du lịch tiềm năng của miền Trung.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI TẠI NH TMCP NGOẠI THƯƠNG VN- CN ĐÀ NẴNG

3.1. Căn cứ đề xuất giải pháp

3.1.1. Những tồn đọng của Vietcombank chi nhánh Đà Nẵng trong thời gian qua

3.1.2. Kế hoạch phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam trong thời gian sắp tới

3.2. Đề xuất khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi KHCN đối với Vietcombank Chi nhánh Đà Nẵng

3.2.1. Hoàn thiện chiến lược huy động vốn

a) Về quy mô và chất lượng hoạt động

b) Về nghiên cứu và phân tích thị trường

c) Về cụ thể hóa mục tiêu huy động vốn

d) Về đa dạng hóa giải pháp thực hiện kế hoạch

3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ nhân viên của Chi nhánh Đà Nẵng

3.2.3. Tăng cường chính sách Marketing

3.2.4. Đa dạng hóa các tiện ích và tăng cường ứng dụng thanh toán không dùng tiền mặt để thu hút khách hàng gửi tiền

3.2.5. Xây dựng và triển khai có hiệu quả chính sách phát triển và chăm sóc khách hàng gửi tiền

3.2.6. Tăng cường công tác quản lý, điều hành, kiểm tra giám sát nội bộ

KẾT LUẬN

Sau quá trình nghiên cứu và phân tích các cơ sở lý luận về hoạt động của ngân hàng thương mại, có thể khẳng định rằng huy động tiền gửi là một trong những hoạt động cốt lõi, đóng vai trò quan trọng trong việc tạo lập nguồn vốn cho ngân hàng. Trong bối cảnh thị trường tài chính cạnh tranh ngày càng khốc liệt, Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) nói chung và Chi nhánh Đà Nẵng nói riêng đã đạt được một số thành tựu nhất định trong lĩnh vực này.

Tuy nhiên, sự gia tăng nhanh chóng của các ngân hàng thương mại cổ phần với nhiều sản phẩm huy động hấp dẫn, cùng với sự thâm nhập của các ngân hàng nước ngoài đã tạo ra áp lực không nhỏ cho Vietcombank. Ngoài ra, xu hướng phát triển mạnh mẽ của công nghệ số trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng cũng khiến hành vi của khách hàng thay đổi rõ rệt. Thay vì đến trực tiếp tại quầy, ngày càng nhiều khách hàng lựa chọn gửi tiết kiệm thông qua các kênh trực tuyến như hay ứng dụng ngân hàng số. Xu hướng "không dùng tiền mặt" này vừa mở ra cơ hội mới, vừa đặt ra thách thức trong việc đổi mới cách thức tiếp cận và chăm sóc khách hàng của các ngân hàng truyền thống.

Từ thực trạng trên, tác giả đã đề xuất một số giải pháp cải tiến về sản phẩm, cơ cấu tổ chức và phương thức chăm sóc khách hàng – đặc biệt chú trọng đến

việc phát triển các dịch vụ số phù hợp với xu hướng giao dịch không dùng tiền mặt. Những đề xuất này kỳ vọng sẽ góp phần tháo gỡ các khó khăn hiện tại, đồng thời giúp Vietcombank Đà Nẵng tăng cường năng lực cạnh tranh, đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng trong thời đại số.

Do hạn chế về mặt thời gian và tư liệu nghiên cứu, đề án khó tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được sự góp ý từ quý thầy cô và bạn đọc để hoàn thiện hơn nội dung nghiên cứu.