

HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NAM Á – CHI NHÁNH TRƯỜNG CHÍNH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Capital mobilization at Nam A Commercial Joint Stock Bank – Truong Chinh Branch Ho Chi Minh City

Trần Quốc Tuấn¹ và Nguyễn Kim Chung²

¹Học viên cao học Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam

²Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam

tranquoctuan5135@gmail.com

Tóm tắt — Nghiên cứu tập trung phân tích hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh giai đoạn 2022–2024 và đề xuất giải pháp trong tương lai. Trong bối cảnh thị trường tài chính cạnh tranh khốc liệt với sự phát triển của fintech và các kênh đầu tư thay thế, chi nhánh đối mặt với thách thức trong việc mở rộng nguồn vốn, đặc biệt từ khách hàng cá nhân. Tổng nguồn vốn huy động tăng trưởng đáng kể, nhưng tiền gửi cá nhân chững lại, trong khi tiền gửi doanh nghiệp tăng mạnh, làm giảm tỷ trọng vốn cá nhân và tiềm ẩn rủi ro về tính ổn định. Phân tích đã làm rõ các hạn chế: Tỷ lệ tiền gửi không kỳ hạn thấp; chi phí huy động vốn cao; hiệu quả tiếp thị giảm và khả năng thu hút khách hàng trẻ còn yếu. Nghiên cứu đề xuất các giải pháp: Áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt; phát triển sản phẩm tiết kiệm sáng tạo; đẩy mạnh chuyển đổi số với ứng dụng di động hiện đại; tăng cường tiếp thị qua mạng xã hội và nâng cao kỹ năng nhân sự. Nghiên cứu nhấn mạnh vai trò của chuyển đổi số và tiếp thị nhắm vào khách hàng trẻ để nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm bảo tăng trưởng bền vững trong bối cảnh tài chính năng động.

Abstract — The study focuses on analyzing capital mobilization activities at Nam A Commercial Joint Stock Bank – Truong Chinh Branch during 2022–2024 and proposing future strategic solutions. In the context of a highly competitive financial market driven by the rise of fintech and alternative investment channels, the branch faces challenges in expanding its capital base, particularly from individual customers. Total mobilized capital has grown significantly, but individual deposits have stagnated, while corporate deposits have surged, reducing the proportion of individual capital and posing risks to stability. The analysis highlights key limitations: A low proportion of demand deposits, high capital mobilization costs, declining marketing effectiveness, and limited appeal to younger customers. The study proposes solutions: Adopting flexible interest rate policies, developing innovative savings products, accelerating digital transformation with modern mobile applications, enhancing social media marketing and improving staff skills. The research underscores the critical role of digital transformation and targeted marketing toward younger customers to enhance competitiveness and ensure sustainable growth in a dynamic financial landscape.

Từ khóa — Huy động vốn (capital mobilization), lãi suất linh hoạt (flexible interest rate), chuyển đổi số (digital transformation).

1. Sự cần thiết của nghiên cứu

Huy động vốn là một trong những hoạt động cốt lõi của ngân hàng thương mại, đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo thanh khoản, mở rộng tín dụng và thúc đẩy tăng trưởng bền vững. Trong bối cảnh thị trường tài chính Việt Nam ngày càng cạnh tranh gay gắt, với sự xuất hiện của các công ty fintech, ví điện tử và các nền tảng đầu tư trực tuyến, các ngân hàng thương mại phải đối mặt với thách thức lớn trong việc duy trì và mở rộng nguồn vốn. Đối với Ngân hàng TMCP Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh tại Thành phố Hồ Chí Minh, việc nâng cao hiệu quả huy động vốn trở nên đặc biệt cấp thiết do sự cạnh tranh mạnh mẽ tại khu vực Quận 12 và các khu vực lân cận.

Trong giai đoạn 2022–2024, chi nhánh Trường Chinh ghi nhận sự tăng trưởng đáng kể về tổng nguồn vốn huy động, từ 2,650 (tỷ đồng) lên 3,899 (tỷ đồng). Tuy nhiên, nguồn vốn từ khách hàng cá nhân gần như không tăng, dao động quanh mức 1,589 (tỷ đồng) vào năm 2024, trong khi nguồn vốn từ doanh nghiệp tăng mạnh từ 1,110 (tỷ đồng) lên 2,310 (tỷ đồng). Sự mất cân đối này cho thấy chi nhánh cần có các chiến lược cụ thể để thúc đẩy huy động vốn từ cá nhân là nguồn vốn có tính ổn định cao và chi phí thấp hơn so với nguồn vốn doanh nghiệp hoặc liên ngân hàng. Bên cạnh đó, xu hướng chuyển dịch sang các kênh đầu tư linh hoạt và dịch vụ tài chính số hóa đòi hỏi chi nhánh phải đổi mới cách tiếp cận khách hàng.

<https://doi.org/10.63783/dla.2025.062>

Ngày nộp bài: 17/7/2025; Ngày nhận bản chỉnh sửa: 28/11/2025; Ngày duyệt đăng: 22/12/2025

Nghiên cứu này phân tích hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh giai đoạn 2022–2024 và đề xuất các giải pháp chiến lược cho giai đoạn 2025–2027. Nghiên cứu có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh, tối ưu hóa nguồn lực và đóng góp vào sự ổn định tài chính của hệ thống Ngân hàng Nam Á.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu trước

2.1. Cơ sở lý thuyết

Huy động vốn là quá trình ngân hàng thương mại (gọi tắt là NHTM) thu hút nguồn tiền nhân rồi từ cá nhân, tổ chức hoặc doanh nghiệp thông qua các hình thức như tiền gửi, phát hành giấy tờ có giá hoặc vay vốn từ các tổ chức tài chính để phục vụ hoạt động kinh doanh bao gồm cho vay, đầu tư và đảm bảo thanh khoản [1]. Theo Diamond và Dybvig, huy động vốn là chức năng cốt lõi của NHTM trong vai trò trung gian tài chính, giúp chuyển đổi các nguồn vốn ngắn hạn thành tài sản dài hạn [2].

Huy động vốn là quá trình ngân hàng thương mại thu hút vốn từ các cá nhân, tổ chức và các định chế khác thông qua các hình thức như tiền gửi, chứng chỉ tiền gửi và các công cụ tài chính khác [3]. Theo Luật Các tổ chức tín dụng Việt Nam, các ngân hàng thương mại được phép huy động vốn thông qua tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm, phát hành giấy tờ có giá và vay vốn từ các tổ chức tín dụng khác [4]. Hoạt động này là nền tảng cho các chức năng cốt lõi của ngân hàng, bao gồm trung gian tín dụng, trung gian thanh toán và tạo tiền.

Các yếu tố ảnh hưởng đến huy động vốn bao gồm chính sách lãi suất, chất lượng dịch vụ, cơ sở hạ tầng công nghệ và mức độ tin cậy của khách hàng [5]. Huy động vốn không chỉ đảm bảo nguồn lực cho hoạt động tín dụng mà còn góp phần duy trì thanh khoản và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Rủi ro tài chính có thể phát sinh từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm biến động thị trường, thay đổi lãi suất, tỷ giá hối đoái, hoặc các sự kiện bất ngờ như khủng hoảng kinh tế.

Huy động vốn phải cân đối giữa chi phí (lãi suất trả cho khách hàng) và rủi ro, bao gồm rủi ro thanh khoản, rủi ro lãi suất, và rủi ro tín dụng. Basel III nhấn mạnh tầm quan trọng của quản lý

2.2. Vai trò của huy động vốn

Huy động vốn đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của NHTM cụ thể là:

- Huy động vốn là nguồn lực chính cung cấp vốn cho hoạt động tín dụng, đầu tư, và đáp ứng nhu cầu thanh khoản [13].
- Huy động vốn được xem như trung gian tài chính giúp kết nối nguồn vốn nhân rồi từ người gửi tiền đến người cần vốn, giảm bất cân xứng thông tin và chi phí giao dịch [14].
- Huy động vốn giúp thúc đẩy kinh tế hỗ trợ các dự án đầu tư, tăng trưởng kinh tế, và phát triển xã hội thông qua việc cung cấp vốn hiệu quả [15].

2.3. Các hình thức huy động vốn

Các NHTM sử dụng các hình thức huy động vốn chính cụ thể là:

- NHTM huy động tiền gửi không kỳ hạn cho phép khách hàng rút tiền bất kỳ lúc nào, thường có lãi suất thấp. Tiền gửi có kỳ hạn có thời hạn cố định với lãi suất cao hơn, phù hợp với khách hàng có kế hoạch tài chính dài hạn. Tiền gửi tiết kiệm nhằm đến cá nhân, thường có lãi suất cạnh tranh.
- NHTM sẽ phát hành giấy tờ có giá bao gồm trái phiếu ngân hàng, kỳ phiếu, và chứng chỉ tiền gửi, nhằm thu hút vốn trung và dài hạn.
- NHTM vay vốn từ ngân hàng trung ương, tổ chức tài chính quốc tế, hoặc thị trường liên ngân hàng.
- Vốn chủ sở hữu của NHTM bao gồm vốn điều lệ và lợi nhuận giữ lại, tuy nhiên chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng nguồn vốn.

2.4. Tổng quan nghiên cứu trước

Các nghiên cứu trước đây cung cấp những góc nhìn quan trọng về huy động vốn. Nghiên cứu trước của Nguyễn Thị Minh Tâm tập trung vào tập trung vào việc phân tích thực trạng huy động vốn tại Chi nhánh Thanh Hóa, Long An của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn. Tác giả hệ thống hóa cơ sở lý luận về huy động vốn, bao gồm các hình thức, vai trò, và các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động này. Phân tích thực trạng cho thấy chi nhánh đã đạt được một số kết quả tích cực trong việc tăng nguồn vốn, nhưng còn tồn tại hạn chế về quy mô, cơ cấu nguồn vốn, và sự cạnh tranh với các ngân hàng khác trên địa bàn. [11].

Trương Thị Liên phân tích hoạt động huy động vốn tại Agribank – Chi nhánh Tiền Giang, Nghiên cứu tập trung vào huy động vốn từ khách hàng cá nhân tại Chi nhánh Tiền Giang của Agribank. Nghiên cứu đã phân tích các yếu tố ảnh

hưởng đến hoạt động huy động vốn, bao gồm lãi suất, chính sách khách hàng, và mức độ cạnh tranh. Thực trạng cho thấy chi nhánh đã có những thành tựu trong việc gia tăng nguồn vốn từ khách hàng cá nhân, nhưng còn hạn chế về cơ cấu kỳ hạn và sự phụ thuộc vào các sản phẩm truyền thống [14].

Nguyễn Văn Nguyên (2023) phân tích hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) – Chi nhánh Bến Tre. Nghiên cứu đánh giá các hình thức huy động vốn, tập trung vào tiền gửi từ tổ chức và cá nhân, phát hành giấy tờ có giá, và các nguồn vốn khác. Thực trạng cho thấy chi nhánh gặp thách thức trong việc cạnh tranh với các ngân hàng lớn như Agribank, cũng như trong việc mở rộng thị phần ở khu vực nông thôn. [15].

Các nghiên cứu trước đã cho thấy sự cần thiết của các chiến lược phù hợp với đặc thù địa phương và sở thích khách hàng. Tuy nhiên, các nghiên cứu trước thiếu mô hình định lượng để kiểm định kết quả, một khoảng trống mà nghiên cứu này giải quyết một phần thông qua phân tích thống kê mô tả và phân tích định tính tại Ngân hàng Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh.

3. Phương pháp và mô hình nghiên cứu

3.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính kết hợp với thống kê mô tả để đánh giá hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh. Các phương pháp cụ thể bao gồm:

- Phân tích định tính, sử dụng phương pháp diễn dịch để làm rõ các khía cạnh lý thuyết về huy động vốn và áp dụng kinh nghiệm từ các nghiên cứu trước vào bối cảnh Chi nhánh Trường Chinh.
- Phân tích dữ liệu tài chính từ các báo cáo thường niên của chi nhánh (2022–2024) để đánh giá xu hướng huy động vốn, cơ cấu tiền gửi và các chỉ số hiệu quả.
- Nguồn dữ liệu thứ cấp bao gồm báo cáo

nội bộ của Ngân hàng Nam Á, văn bản quy định của Ngân hàng Nhà nước và các nghiên cứu học thuật trước đây. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn nhân viên chi nhánh và quan sát quy trình vận hành.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu tập trung vào việc đánh giá hoạt động huy động vốn thông qua các chỉ số hiệu quả chính (KPIs):

- Tổng nguồn vốn huy động để đo lường tốc độ tăng trưởng và cơ cấu tiền gửi (cá nhân và doanh nghiệp).
- Cơ cấu tiền gửi giúp phân tích tỷ trọng tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và hậu mãi.
- Chất lượng dịch vụ là thang đo đánh giá mức độ hài lòng và tỷ lệ giữ chân khách hàng dựa trên phản hồi định tính.
- Chi phí huy động vốn dùng để đánh giá hiệu quả chi phí của các chiến lược huy động thông qua phân tích lãi suất.
- Hiệu quả tiếp thị để đánh giá tác động của các chiến dịch tiếp thị đến số lượng khách hàng mới và tỷ lệ mở tài khoản tiết kiệm.
- Phân khúc khách hàng để phân tích đặc điểm khách hàng cá nhân (độ tuổi, thu nhập) để tối ưu hóa chiến lược huy động.

3.3. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian nghiên cứu tạo Ngân hàng Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh, Thành phố Hồ Chí Minh.

Phạm vi thời gian nghiên cứu phân tích số liệu giai đoạn (2022–2024) và đề xuất giải pháp trong tương lai (2025–2027).

4. Phân tích kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích hiệu quả huy động vốn

Bảng 1. Huy động vốn tại Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh

Năm	Tổng vốn huy động (tỷ đồng)	Tiền gửi cá nhân (tỷ đồng)	Tiền gửi doanh nghiệp (tỷ đồng)	Tỷ trọng cá nhân (%)
2022	2.650	1.540	1.110	58,11
2023	3.555	1.588	1.967	44,67
2024	3.899	1.589	2.310	40,75

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh)

Từ năm 2022 đến 2024, Ngân hàng Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh ghi nhận tổng nguồn vốn huy động tăng từ 2.650 tỷ đồng lên 3.899 tỷ đồng, tăng 47,1%. Tuy nhiên, nguồn vốn từ khách hàng

cá nhân gần như không tăng, dao động từ 1.540 tỷ đồng (2022) lên 1.589 tỷ đồng (2024), chiếm tỷ trọng giảm từ 58,11% xuống 40,75%. Trong khi

đó, nguồn vốn từ doanh nghiệp tăng mạnh từ 1,110 tỷ đồng lên 2.310 tỷ đồng, tăng 108% [Bảng 1].

Sự tăng trưởng tổng nguồn vốn cho thấy khả năng cạnh tranh của chi nhánh trong việc thu hút nguồn lực tài chính, chủ yếu nhờ vào mối quan hệ với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, sự

chững lại của tiền gửi cá nhân phản ánh hạn chế trong chiến lược tiếp cận khách hàng cá nhân, đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh từ các ngân hàng khác và các kênh đầu tư thay thế như chứng khoán, quỹ mở.

4.2. Cơ cấu tiền gửi theo kỳ hạn

Bảng 2. Cơ cấu tiền gửi theo kỳ hạn tại Chi nhánh Trường Chinh

Năm	Tiền gửi không kỳ hạn (tỷ đồng)	Tiền gửi có kỳ hạn 6 tháng (tỷ đồng)	Tiền gửi có kỳ hạn 12 tháng (tỷ đồng)	Tiền gửi tiết kiệm (tỷ đồng)	Tổng tiền gửi (tỷ đồng)
2022	530	660	660	800	2.650
2023	710	890	890	1.065	3.555
2024	780	1.010	1.009	1.100	3.899

Bảng 2 cho thấy cơ cấu tiền gửi theo kỳ hạn cung cấp thông tin về hành vi gửi tiền của khách hàng. Tiền gửi có kỳ hạn (6 tháng và 12 tháng) chiếm tỷ trọng lớn khoảng 50–52% cho thấy khách hàng ưu tiên các sản phẩm sinh lời cao. Tuy nhiên, tiền gửi không kỳ hạn (CASA) chỉ chiếm 20% tổng

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh) nguồn vốn, thấp hơn mục tiêu chiến lược 25–30% của các ngân hàng thương mại hiện đại [1]. Điều này phản ánh hạn chế trong việc thu hút tài khoản thanh toán cá nhân, vốn đòi hỏi dịch vụ ngân hàng số hiệu quả và tiện lợi.

4.3. Lãi suất huy động vốn

Bảng 3. Lãi suất huy động tại Chi nhánh Trường Chinh so với trung bình ngành

Kỳ hạn	Lãi suất Chi nhánh Trường Chinh (%)	Lãi suất trung bình ngành (%)
2022 (6 tháng)	5,5	5,7
2022 (12 tháng)	6	6,2
2023 (6 tháng)	5,8	6
2023 (12 tháng)	6,3	6,5
2024 (6 tháng)	5,6	5,8
2024 (12 tháng)	6,1	6,3

Lãi suất huy động của chi nhánh thấp hơn trung bình ngành khoảng 0,2–0,3% mỗi năm, làm giảm sức hấp dẫn đối với khách hàng cá nhân, đặc biệt là những người nhạy cảm với lãi suất [1]. Mặc dù lãi suất thấp giúp tối ưu chi phí vốn, nhưng điều

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh) này làm giảm khả năng cạnh tranh trong việc thu hút tiền gửi dài hạn, đặc biệt trong bối cảnh các ngân hàng đối thủ tại Quận 12 triển khai các chương trình ưu đãi lãi suất.

4.4 Chi phí huy động vốn

Bảng 4. Chi phí huy động vốn tại Chi nhánh Trường Chinh

Năm	Tổng chi phí lãi suất (tỷ đồng)	Tổng vốn huy động (tỷ đồng)	Chi phí bình quân (%)
2022	145	2.650	5,47
2023	205	3.555	5,77
2024	226	3.899	5,8

Chi phí huy động vốn tăng từ 5,47% (2022) lên 5,80% (2024), phản ánh xu hướng tăng lãi suất để cạnh tranh với các ngân hàng khác [1]. Tuy nhiên, chi phí này cao hơn mức trung bình của các ngân hàng hàng đầu (khoảng 5,0–5,5%), làm giảm

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh) biên lợi nhuận lãi thuần (NIM). Điều này nhấn mạnh nhu cầu tăng tỷ lệ CASA để giảm chi phí vốn và cải thiện hiệu quả tài chính.

4.5. Hiệu quả dịch vụ khách hàng

Bảng 5. Chỉ số hài lòng khách hàng (CSI) tại Chi nhánh Trường Chinh (2022–2024)

Năm	Chỉ số hài lòng khách hàng CSI (%)	Tỷ lệ giữ chân khách hàng (%)	Số lượng khách hàng mới (người)
2022	80	75	3.500
2023	82	78	3.800
2024	81	76	3.600

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh)

Chỉ số hài lòng khách hàng (CSI) duy trì ở mức cao 80–82%, cho thấy chất lượng dịch vụ truyền thống được đánh giá tốt. Tuy nhiên, tỷ lệ giữ chân khách hàng chỉ đạt 75–78%, thấp hơn mục tiêu 85% của các ngân hàng hiện đại. Số

lượng khách hàng mới tăng nhẹ nhưng không ổn định, phản ánh hạn chế trong các chiến dịch tiếp thị và thiếu các sản phẩm số hóa thu hút khách hàng trẻ (Bảng 5).

4.6. Hiệu quả tiếp thị

Bảng 6. Hiệu quả tiếp thị tại Chi nhánh Trường Chinh (2022–2024)

Năm	Số tài khoản tiết kiệm mới (tài khoản)	Chi phí tiếp thị (tỷ đồng)	Chi phí bình quân/tài khoản (triệu đồng)
2022	2.000	2,5	1,25
2023	2.200	3	1,36
2024	2.100	3,5	1,67

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh)

Số tài khoản tiết kiệm mới tăng nhẹ từ 2,000 (tỷ đồng) năm 2022 lên 2.200 (tỷ đồng) năm 2023 nhưng giảm xuống 2.100 (tỷ đồng) năm 2024, trong khi chi phí tiếp thị tăng từ 2,5 tỷ đồng lên 3,5 tỷ đồng. Chi phí bình quân mỗi tài khoản mới tăng từ 1,25 (triệu đồng) lên 1,67 (triệu đồng) cho thấy

hiệu quả tiếp thị giảm dần. Điều này có thể do chiến lược tiếp thị chưa tập trung vào các kênh số như mạng xã hội hoặc quảng cáo trực tuyến.

4.7. Phân khúc khách hàng cá nhân theo độ tuổi

Bảng 7. Cơ cấu khách hàng cá nhân theo độ tuổi tại Chi nhánh Trường Chinh năm 2024

Nhóm tuổi	Số lượng khách hàng (khách hàng)	Tiền gửi bình quân (triệu đồng)	Tỷ trọng tiền gửi cá nhân (%)
18–30	2.500	50	7,86
31–45	3.000	200	37,76
46–60	2.200	350	48,46
> 60	800	250	12,58

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh)

Nhóm khách hàng 4660 (tuổi) đóng góp lớn nhất vào tiền gửi cá nhân (48,46%), với tiền gửi bình quân cao nhất 350 (triệu đồng). Nhóm 18–30 (tuổi) có tỷ trọng thấp nhất (7,86%), phản ánh hạn chế trong việc thu hút khách hàng trẻ, vốn ưu tiên các sản phẩm số hóa và linh hoạt. Điều này nhấn

mạnh nhu cầu phát triển các sản phẩm tiết kiệm trực tuyến và chiến dịch tiếp thị nhắm vào nhóm trẻ.

4.8. So sánh hiệu quả huy động vốn với chi nhánh khác

Bảng 8. So sánh huy động vốn giữa Chi nhánh Trường Chinh và Chi nhánh Tân Bình (2022–2024)

Năm	Chi nhánh	Tổng vốn huy động (tỷ đồng)	Tiền gửi cá nhân (tỷ đồng)	Tỷ trọng cá nhân (%)
2022	Trường Chinh	2.650	1.540	58,11
2022	Tân Bình	3.200	2.100	65,63
2023	Trường Chinh	3.555	1.588	44,67
2023	Tân Bình	4.000	2.600	65

2024	Trường Chinh	3.899	1.589	40,75
2024	Tân Bình	4.500	2.900	64,44

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á - Chi nhánh Trường Chinh)

Chi nhánh Tân Bình có tổng vốn huy động và tỷ trọng tiền gửi cá nhân cao hơn đáng kể, duy trì tỷ trọng cá nhân trên 64% [1]. Điều này cho thấy Chi nhánh Tân Bình có chiến lược tiếp cận khách hàng cá nhân hiệu quả hơn, có thể nhờ vào các

chương trình tiếp thị mạnh mẽ và cơ sở hạ tầng số hóa tốt hơn.

4.9. Dự báo huy động vốn giai đoạn 2025–2027

Bảng 9. Dự báo huy động vốn tại Chi nhánh Trường Chinh (2025–2027)

Năm	Tổng vốn huy động (tỷ đồng)	Tiền gửi cá nhân (tỷ đồng)	Tiền gửi doanh nghiệp (tỷ đồng)	Tỷ trọng cá nhân (%)
2025	4.500	1.900	2.600	42,22
2026	5.200	2.300	2.900	44,23
2027	6.000	2.800	3.200	46,67

(Nguồn: Ngân hàng Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh)

Với các giải pháp như lãi suất linh hoạt, đa dạng hóa sản phẩm và chuyển đổi số, dự báo tiền gửi cá nhân sẽ tăng từ 1.589 (tỷ đồng) năm 2024 lên 2.800 (tỷ đồng) năm 2027, nâng tỷ trọng cá nhân lên 46,67%. Tổng vốn huy động được dự báo đạt 6.000 tỷ đồng vào năm 2027, với tốc độ tăng trưởng bình quân 15% mỗi năm, nhờ vào cải thiện hiệu quả tiếp thị và dịch vụ số hóa.

Áp dụng lãi suất lũy tiến dựa trên quy mô tiền gửi và các chương trình khách hàng thân thiết để khuyến khích gửi tiền lớn và dài hạn. Ví dụ, lãi suất cao hơn 0,5% cho các khoản tiền gửi trên 500 (triệu đồng).

Phát triển các sản phẩm tiết kiệm linh hoạt, như rút gốc từng phần và gói tiết kiệm kết hợp đầu tư, để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Nâng cấp ứng dụng ngân hàng di động với các tính năng như cập nhật lãi suất thời gian thực, kế hoạch tiết kiệm tự động và thanh toán mã QR.

Triển khai các chiến dịch tiếp thị trên mạng xã hội (Zalo) và tổ chức sự kiện cộng đồng để nâng cao nhận diện thương hiệu.

Tổ chức các chương trình đào tạo hàng quý về quản lý quan hệ khách hàng và kỹ năng ngân hàng số để nâng cao chất lượng dịch vụ.

Các giải pháp này phù hợp với xu hướng thị trường về số hóa và dịch vụ lấy khách hàng làm trung tâm, đảm bảo tính cạnh tranh trong bối cảnh tài chính năng động.

5. Kết luận

Nghiên cứu nhấn mạnh vai trò quan trọng của huy động vốn trong việc duy trì hoạt động và tăng trưởng của Ngân hàng Nam Á – Chi nhánh Trường Chinh. Mặc dù đạt tăng trưởng mạnh mẽ về tổng nguồn vốn huy động giai đoạn 2022–2024, sự chững lại của tiền gửi cá nhân cho thấy cần có các biện pháp chiến lược. Các giải pháp đề xuất gồm lãi suất linh hoạt, đa dạng hóa sản phẩm, chuyển đổi số, tăng cường tiếp thị và đào tạo nhân sự, cung cấp lộ trình toàn diện để mở rộng huy động vốn giai đoạn 2025–2027.

Bằng cách giải quyết áp lực cạnh tranh và đáp ứng sở thích khách hàng về sản phẩm tài chính số

4.10. Kết quả đạt được và một số hạn chế

4.10.1. Kết quả đạt được:

Tăng trưởng ổn định tổng nguồn vốn huy động, nhờ mối quan hệ mạnh mẽ với khách hàng doanh nghiệp.

Triển khai các dịch vụ ngân hàng số cơ bản (ứng dụng di động, eKYC).

Mức độ hài lòng khách hàng cao với dịch vụ truyền thống, CSI trên 80% [1].

4.10.2. Một số hạn chế:

Tiền gửi cá nhân chững lại do thiếu sản phẩm đa dạng và tiếp thị số yếu.

Chi phí huy động vốn cao 5.8% năm 2024 ảnh hưởng đến lợi nhuận.

Hiệu quả tiếp thị giảm, với chi phí bình quân mỗi tài khoản mới tăng.

Hạn chế trong việc thu hút khách hàng trẻ từ 18-30 (tuổi).

Hiệu quả huy động thấp hơn so với Chi nhánh Tân Bình.

4.11. Giải pháp đề xuất cho giai đoạn 2025–2027

Để khắc phục một số hạn chế, tác giả đề xuất các giải pháp sau:

và linh hoạt, chi nhánh có thể nâng cao thị phần và đảm bảo ổn định tài chính. Các nghiên cứu trong tương lai nên tích hợp mô hình định lượng để kiểm định hành vi khách hàng và so sánh hiệu quả giữa các chi nhánh của Ngân hàng Nam Á.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] P. S. Rose and S. C. Hudgins, *Bank Management & Financial Services*, 9th ed. New York, NY, USA: McGraw-Hill Education, 2012.
- [2] D. W. Diamond and P. H. Dybvig, "Bank runs, deposit insurance, and liquidity," *Journal of Political Economy*, vol. 91, no. 3, pp. 401-419, Jun. 1983.
- [3] Ngân hàng Thương mại cổ phần Nam Á, *Báo cáo thường niên 2022-2024*, Thành phố Hồ Chí Minh, 2025.
- [4] H. M. Markowitz, "Portfolio Selection," *The Journal of Finance*, Vol. 7, No. 1, pp. 77-91, Mar. 1952.
- [5] J. C. Hull, *Risk Management and Financial Institutions*, 5th ed. Hoboken, NJ, USA: Wiley, 2018.
- [6] E. F. Fama and K. R. French, "Common risk factors in the returns on stocks and bonds," *Journal of Financial Economics*, vol. 33, no. 1, pp. 3-56, Feb. 1993.
- [7] J. Lintner, "The valuation of risk assets and the selection of risky investments in stock portfolios and capital budgets," *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 47, No. 1, pp. 13-37, Feb. 1965.
- [8] J. C. Van Horne, *Financial market rates and flows*, 6th ed. Upper Saddle River, NJ, USA: Prentice Hall, 2001.
- [9] X. Freixas and J.C. Rochet, *Microeconomics of Banking*, 2nd ed. Cambridge, MA, USA: MIT Press, 2008.
- [10] R. G. King and R. Levine, "Finance and growth: Schumpeter might be right," *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 108, No. 3, pp. 717-737, Aug. 1993.
- [11] N. T. M. Tâm, "Mở rộng huy động vốn tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Thanh Hóa, Long An," Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, 2020.
- [12] Quốc hội, *Luật Các tổ chức tín dụng, số 47/2010/QH12 ngày 16 tháng 6 năm 2010*, 2010.
- [13] N. Đ. Dòn, *Giáo trình Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, 2014.
- [14] T. T. Liên, "Mở rộng huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn - Chi nhánh Tiền Giang," Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, 2019.
- [15] N. V. Nguyễn, "Huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Bến Tre," Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, 2023.