

MỞ RỘNG HUY ĐỘNG VỐN ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH LONG AN

Expanding Capital Mobilization from Individual Customers at Vietnam Prosperity Joint Stock Commercial Bank – Long An Branch

Nguyễn Trần Thị Nhật Lam¹ và Nguyễn Kim Thái²

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

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

nttnlamtc13@hv.dla.edu.vn

Tóm tắt — Bài báo phân tích thực trạng huy động vốn từ khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Long An giai đoạn 2022–2024 và đề xuất các giải pháp mở rộng huy động vốn đến năm 2027. Kết quả nghiên cứu cho thấy nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân tại chi nhánh tăng trưởng ổn định (khoảng 6,2 - 6,3%/năm), mặc dù tỷ trọng trong tổng nguồn vốn có xu hướng giảm nhẹ do định hướng đa dạng hóa nguồn vốn. Thị phần huy động vốn sau khi giảm vào năm 2023 đã có sự phục hồi tích cực lên mức 5,15% vào năm 2024. Đồng thời, giao dịch tiết kiệm trực tuyến (eSaving) tăng trưởng mạnh, chiếm khoảng 25–30% tổng số giao dịch tiết kiệm cá nhân, phản ánh xu hướng số hóa rõ rệt trong hành vi gửi tiền. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp đồng bộ nhằm mở rộng huy động vốn khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Long An, bao gồm: đa dạng hóa sản phẩm tiền gửi, linh hoạt lãi suất, đẩy mạnh ngân hàng số, tăng cường marketing và nâng cao chất lượng nhân sự. Những giải pháp này hướng đến mục tiêu tăng trưởng huy động 10–20%/năm, đồng thời nâng cao vị thế cạnh tranh của chi nhánh trên địa bàn.

Từ khóa — Huy động vốn, khách hàng cá nhân, ngân hàng thương mại, VPBank Chi nhánh Long An, ngân hàng số.

Abstract — This paper analyzes the current state of fund mobilization from individual customers at Vietnam Prosperity Joint-Stock Commercial Bank – Long An Branch during 2022–2024, and proposes solutions to expand personal deposit mobilization through 2027. The findings indicate that personal deposits at the branch grew steadily (approx. 6.2% - 6.3% per year), although their proportion in total capital decreased slightly due to diversification strategies. The branch's deposit market share recovered to 5.15% in 2024 after a dip in 2023. Meanwhile, online savings transactions (eSaving) increased significantly, accounting for 25–30% of total personal savings transactions, reflecting a clear digitalization trend. Based on these insights, the study proposes synchronous solutions including diversifying products, flexible interest rates, promoting digital banking, strengthening marketing, and enhancing staff capacity. These solutions aim to achieve an annual capital mobilization growth target of 10–20%, while enhancing the branch's competitive position in the local market.

Keywords — Deposit mobilization, individual customers, commercial bank, VPBank Long An Branch, digital banking.

1. Giới thiệu

Huy động vốn từ tiền gửi khách hàng cá nhân là nguồn vốn chiến lược, ổn định và có vai trò trọng yếu đối với sự tồn tại và phát triển của mọi ngân hàng thương mại. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt của thị trường tài chính hiện nay, việc mở rộng huy động vốn không chỉ giúp ngân hàng đảm bảo nguồn lực tài chính cho các hoạt động tín dụng và đầu tư, mà còn góp phần củng cố vị thế, nâng cao năng lực cạnh tranh và đảm bảo lợi nhuận bền vững. Long An là

một địa bàn kinh tế trọng điểm kết nối TP. Hồ Chí Minh và miền Tây Nam Bộ, Ngân hàng Thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) luôn xác định khách hàng cá nhân (KHCN) là phân khúc trọng tâm. Nguồn vốn từ KHCN luôn chiếm tỷ trọng lớn, trên 76% trong tổng nguồn vốn huy động tại chi nhánh. Tuy nhiên, thực tiễn giai đoạn 2022–2024 cho thấy tốc độ tăng trưởng nguồn vốn này đang có dấu hiệu chững lại và chịu áp lực cạnh tranh lớn từ các ngân hàng thương mại khác trên địa bàn, đặc biệt là khối ngân hàng quốc doanh. Cụ thể, tốc độ tăng

<https://doi.org/10.63783/dla.2026.007>

Ngày nộp bài: 10/12/2025; Ngày nhận bản chỉnh sửa: 07/03/2026; Ngày duyệt đăng: 25/03/2026

trường năm 2024 đạt 6,2%, một mức tăng trưởng dương nhưng chưa thực sự bứt phá so với tiềm năng.

Xuất phát từ thực tiễn trên, nghiên cứu này tập trung vào phân tích sâu sắc thực trạng huy động vốn đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Long An (VPBank Chi nhánh Long An) giai đoạn 2022–2024, làm rõ những kết quả đạt được về quy mô, cơ cấu, thị phần cũng như những hạn chế còn tồn tại. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất hệ thống giải pháp đồng bộ nhằm mở rộng nguồn vốn từ khách hàng cá nhân giai đoạn 2025–2027 mang lại hiệu quả và bền vững cho chi nhánh.

Nghiên cứu tập trung trả lời hai câu hỏi chính:

(1) Thực trạng huy động vốn KHCN tại VPBank Chi nhánh Long An giai đoạn 2022–2024 diễn ra như thế nào? Đây là những điểm sáng và những hạn chế cần khắc phục?

(2) Những giải pháp cụ thể nào cần được áp dụng để mở rộng huy động vốn KHCN tại VPBank Chi nhánh Long An giai đoạn 2025–2027, nhằm đạt mục tiêu tăng trưởng và gia tăng thị phần?

2. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận về huy động vốn ngân hàng thương mại

Huy động vốn là quá trình ngân hàng thu hút các nguồn tiền nhàn rỗi từ cá nhân, tổ chức trong xã hội dưới các hình thức như tiền gửi, phát hành giấy tờ có giá, vay vốn liên ngân hàng,... để hình thành nguồn vốn hoạt động. Đối với ngân hàng thương mại (NHTM), huy động vốn từ tiền gửi khách hàng – đặc biệt là tiền gửi của khách hàng cá nhân – luôn được xem là hoạt động truyền thống và quan trọng bậc nhất. Nguồn vốn huy động KHCN thường ổn định hơn so với tiền gửi của tổ chức kinh tế, do quy mô từng khoản tiền gửi cá nhân nhỏ và phân tán, ít chịu ảnh hưởng đồng loạt trước các cú sốc kinh tế. Đồng thời, huy động KHCN gắn liền với phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ, giúp ngân hàng mở rộng mạng lưới khách hàng và bán chéo các sản phẩm khác (cho vay tiêu dùng, thẻ tín dụng, bảo hiểm liên kết ngân hàng...). Chính vì vậy, tăng cường nguồn vốn từ khách hàng cá nhân là mục tiêu chiến lược của nhiều ngân hàng thương mại hiện nay.

Ngân hàng có thể nguồn vốn từ khách hàng cá nhân thông qua nhiều hình thức khác nhau, phổ biến nhất gồm:

(1) Tiền gửi không kỳ hạn – khách hàng gửi tiền vào tài khoản thanh toán, có thể rút ra bất cứ lúc nào, lãi suất thấp;

(2) Tiền gửi có kỳ hạn (tiết kiệm kỳ hạn) – khách hàng gửi tiền trong một kỳ hạn cố định (1 tháng, 3 tháng, 12 tháng, v.v.) để hưởng lãi suất cao hơn, rút trước kỳ hạn thường chịu lãi suất thấp hơn;

(3) Tiền gửi tiết kiệm trực tuyến (eSaving) – là một phần của các hình thức huy động vốn từ khách hàng cá nhân (KHCN), cho phép khách hàng mở sổ tiết kiệm, gửi tiền, quản lý và giao dịch tiết kiệm hoàn toàn qua ứng dụng di động (như VPBank NEO) hoặc Internet Banking, mà không cần đến quầy giao dịch. *eSaving* thường được ưu đãi lãi suất cao hơn so với gửi tại quầy, tiện lợi, nhanh chóng và phản ánh xu hướng số hóa mạnh mẽ trong *hành vi gửi tiền của khách hàng*;

(4) Phát hành chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu dành cho cá nhân – huy động vốn trung và dài hạn từ dân cư với lãi suất cố định cao, khách hàng có thể chuyển nhượng khi cần tiền;

(5) Huy động qua tài khoản thanh toán kết hợp dịch vụ – khuyến khích khách hàng duy trì số dư trên tài khoản thanh toán hoặc tham gia các gói sản phẩm tài khoản combo để vừa sử dụng dịch vụ thanh toán, vừa tạo nguồn tiền gửi không kỳ hạn cho ngân hàng. Việc đa dạng hóa hình thức huy động giúp ngân hàng mở rộng tệp khách hàng và tránh phụ thuộc quá mức vào một loại sản phẩm huy động, qua đó giảm rủi ro thanh khoản.

Hiệu quả huy động vốn KHCN tại ngân hàng thương mại được đánh giá qua một số chỉ tiêu sau:

- Quy mô vốn huy động KHCN là tổng số dư tiền gửi của khách hàng cá nhân tại chi nhánh (thường tính vào cuối kỳ hoặc bình quân trong kỳ). Quy mô này cho thấy tầm quan trọng của phân khúc KHCN đối với ngân hàng. Tốc độ tăng trưởng quy mô huy động (%) qua các năm phản ánh khả năng mở rộng huy động. Mức tăng trưởng cao và ổn định là dấu hiệu tích cực, cho thấy ngân hàng thu hút được ngày càng nhiều tiền gửi từ dân cư. Ngược lại, tăng trưởng chậm lại có thể là dấu hiệu cạnh tranh gay gắt hoặc sức hút dịch vụ giảm.

- Tỷ trọng huy động KHCN/Tổng huy động là tỷ lệ % vốn huy động từ KHCN trên tổng nguồn vốn huy động của chi nhánh. Chỉ tiêu này cho biết mức độ phụ thuộc vào phân khúc cá nhân của ngân hàng. Tỷ trọng cao (trên 60–70%) khẳng định vai trò trụ cột của KHCN đối với ngân hàng, nhưng cũng hàm ý ngân hàng chịu ảnh hưởng lớn từ hành vi gửi tiền của dân cư.

- Thị phần huy động KHCN là thị phần (%) tiền gửi KHCN của chi nhánh trên địa bàn so với các ngân hàng khác. Thị phần phản ánh vị thế cạnh tranh trong

mảng huy động dân cư. Nếu thị phần tăng, chi nhánh đang thu hút khách hàng tốt hơn đối thủ; thị phần giảm cho thấy khả năng cạnh tranh suy giảm hoặc đối thủ đang vươn lên mạnh hơn.

- Số lượng khách hàng cá nhân gửi tiền bao gồm tổng số khách hàng KHCN có tiền gửi tại chi nhánh (thể hiện độ phủ thị trường) và số lượng khách hàng mới mở tài khoản tiền gửi mỗi năm (phản ánh hiệu quả thu hút khách hàng mới). Số lượng khách hàng tăng đều đặn là dấu hiệu tốt, đặc biệt nếu số dư huy động tăng nhanh hơn số khách hàng tăng, cho thấy ngân hàng giữ chân và mở rộng quan hệ với khách hàng hiện hữu một cách hiệu quả.

- Mức độ ứng dụng ngân hàng số trong huy động thể hiện qua tỷ lệ khách hàng sử dụng kênh Mobile Banking/Internet Banking để gửi tiền, tỷ trọng giao dịch gửi tiền trực tuyến (eSaving) so với tổng giao dịch tiết kiệm. Chỉ tiêu này cho thấy xu hướng hành vi khách hàng; tỷ lệ càng cao nghĩa là ngân hàng đáp ứng tốt nhu cầu số hóa, khách hàng càng tiện lợi và gắn bó hơn.

2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến huy động vốn khách hàng cá nhân

Từ góc độ ngân hàng, khả năng huy động vốn từ khách hàng cá nhân chịu tác động bởi nhiều yếu tố, bao gồm:

(1) Lãi suất huy động – đây là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định gửi tiền của khách hàng. Lãi suất cạnh tranh sẽ thu hút nhiều tiền gửi hơn, nhưng ngân hàng phải cân đối để đảm bảo chi phí vốn hợp lý.

(2) Uy tín và thương hiệu ngân hàng – khách hàng chỉ yên tâm gửi tiền khi tin tưởng vào độ an toàn và uy tín của ngân hàng. Ngân hàng có thương hiệu mạnh, hoạt động minh bạch sẽ thuận lợi trong huy động vốn hơn.

(3) Chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng – thủ tục gửi/rút tiền thuận tiện, thái độ phục vụ tận tình, tư vấn chuyên nghiệp sẽ tạo thiện cảm và giữ chân khách hàng.

(4) Độ đa dạng của sản phẩm huy động – ngân hàng có nhiều loại hình tiền gửi phù hợp các nhu cầu khác nhau (kỳ hạn linh hoạt, gói tiết kiệm tích lũy, sản phẩm combo...) sẽ hấp dẫn được nhiều nhóm khách hàng.

(5) Mạng lưới chi nhánh và kênh phân phối – phạm vi phục vụ rộng, điểm giao dịch thuận tiện hoặc kênh ngân hàng số thân thiện sẽ giúp tiếp cận nhiều khách hàng hơn, đặc biệt ở vùng nông thôn hoặc khách hàng trẻ ưa thích giao dịch trực tuyến.

(6) Chính sách chăm sóc và khuyến mãi – các chương trình quà tặng, thưởng lãi suất, tích điểm đổi quà, ưu đãi cho khách hàng thân thiết sẽ khuyến khích khách hàng gửi tiền nhiều hơn và gắn bó lâu dài. Tất cả các yếu tố trên đòi hỏi ngân hàng phải có chiến lược quản trị huy động vốn linh hoạt, lấy khách hàng làm trung tâm, thường xuyên nghiên cứu thị trường và đổi mới sản phẩm dịch vụ để cạnh tranh hiệu quả.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Để đánh giá thực trạng huy động vốn KHCN tại VPBank Chi nhánh Long An giai đoạn 2022–2024, nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả kết hợp phân tích định tính. Dữ liệu thứ cấp được lấy từ báo cáo hoạt động kinh doanh và báo cáo khách hàng của chi nhánh, tập trung vào các chỉ tiêu như tiền gửi KHCN, số lượng khách hàng và thị phần huy động.

Phương pháp phân tích trong nghiên cứu chủ yếu là phân tích mô tả dựa trên bảng số liệu và biểu đồ. Ngoài ra, nghiên cứu cũng kế thừa kết quả từ tài liệu và nghiên cứu trước về huy động vốn ngân hàng tham khảo từ các nghiên cứu trước như [2], [7], [9] nhằm so sánh đối chiếu và rút ra bài học kinh nghiệm phù hợp cho VPBank Chi nhánh Long An.

Sau khi thu thập và phân tích dữ liệu, tác giả tiến hành tổng hợp các phát hiện chính về những mặt đạt được và chưa đạt được trong huy động nguồn vốn từ khách hàng cá nhân, từ đó xây dựng một hệ thống giải pháp thực tiễn và khả thi. Các giải pháp được đề xuất dựa trên đặc thù hoạt động của VPBank Chi nhánh Long An, đồng thời tham khảo định hướng phát triển của hệ thống VPBank giai đoạn 2025–2027, đảm bảo tính phù hợp và có khả năng ứng dụng cao.

3. Thực trạng huy động vốn khách hàng cá nhân tại VPBank Chi nhánh Long An giai đoạn 2022–2024

3.1. Quy mô và tăng trưởng huy động vốn

Trong giai đoạn 2022–2024, hoạt động huy động vốn từ KHCN tại VPBank Chi nhánh Long An có sự tăng trưởng đáng kể về quy mô, với tốc độ tăng khá cao mỗi năm.

Bảng 1 trình bày tổng số dư huy động KHCN cuối năm của chi nhánh qua ba năm, kèm tốc độ tăng trưởng và tỷ trọng so với tổng huy động. Tổng vốn huy động từ KHCN tại VPBank Chi nhánh Long An tăng từ 3.452 tỷ đồng năm 2022 lên 3.897 tỷ đồng năm 2024 tương ứng mức tăng trưởng bình quân khoảng 6,2%/năm. Đặc biệt, năm 2023 ghi nhận mức tăng 6,3% lên 3.670 tỷ đồng năm 2023 và 3.897 tỷ đồng năm 2024. Tốc độ tăng trưởng khá cao, phản

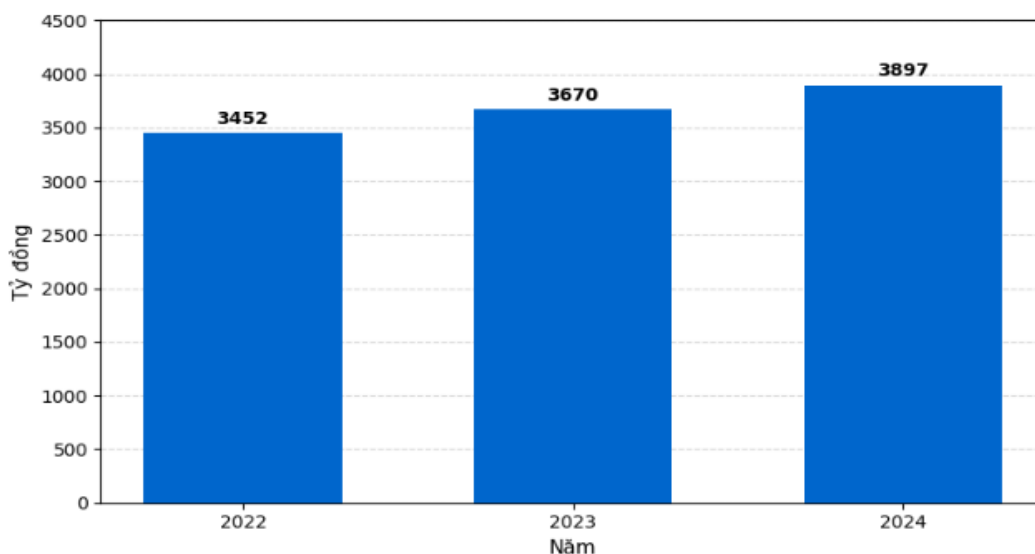
ảnh nỗ lực của chi nhánh trong việc thu hút nguồn tiền gửi từ KHCN. Tuy nhiên, tỷ trọng huy động KHCN trong tổng huy động từ 78,96% năm 2022 giảm còn 76,59% năm 2024. Điều này khẳng định vai trò trụ cột của phân khúc khách hàng cá nhân –

chiếm khoảng 2/3 tổng nguồn vốn huy động của VPBank Chi nhánh Long An. Nói cách khác, chi nhánh ngày càng phụ thuộc vào vốn huy động từ KHCN phù hợp với định hướng chiến lược ngân hàng bán lẻ của VPBank.

Bảng 1. Quy mô huy động vốn khách hàng cá nhân giai đoạn 2022–2024

Năm	Huy động khách hàng cá nhân (tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Tỷ trọng khách hàng cá nhân/Tổng huy động (%)
2022	3.452	-	78,96%
2023	3.670	+6,3%	78,02%
2024	3.897	+6,2%	76,59%

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VPBank Chi nhánh Long An 2022–2024)



Hình 1. Doanh số huy động vốn khách hàng cá nhân giai đoạn 2022–2024

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VPBank Chi nhánh Long An)

Hình 1 minh họa trực quan xu hướng tăng trưởng ổn định của doanh số huy động KHCN qua các năm. Quy mô tiền gửi KHCN tăng thêm 445 tỷ đồng sau hai năm (từ 3.452 tỷ đồng năm 2022 lên 3.897 tỷ đồng năm 2024). Kết quả này đạt được trong bối cảnh kinh tế địa phương dần phục hồi sau đại dịch và lãi suất huy động trên thị trường biến động cho thấy VPBank Chi nhánh Long An đã nỗ lực duy trì đà tăng trưởng cơ sở tiền gửi từ KHCN. Việc số tiền huy động bình quân trên mỗi khách hàng phục hồi và tăng nhẹ vào năm 2024 đạt 258 triệu đồng/khách hàng chứng tỏ chi nhánh đã tạo được uy tín và chất lượng dịch vụ tốt, giữ chân và khai thác hiệu quả tệp khách hàng hiện hữu. Tuy nhiên, tỷ trọng vốn KHCN trong tổng nguồn vốn có xu hướng giảm nhẹ phản ánh định hướng đa dạng hóa cơ cấu nguồn vốn của chi nhánh nhằm giảm bớt sự phụ thuộc tương đối lớn vào tiền gửi KHCN, dù đây vẫn là nguồn vốn chủ đạo.

3.2. Thị phần huy động và cạnh tranh địa bàn

Mặc dù quy mô huy động tăng mạnh, thị phần huy động KHCN của VPBank Chi nhánh Long An

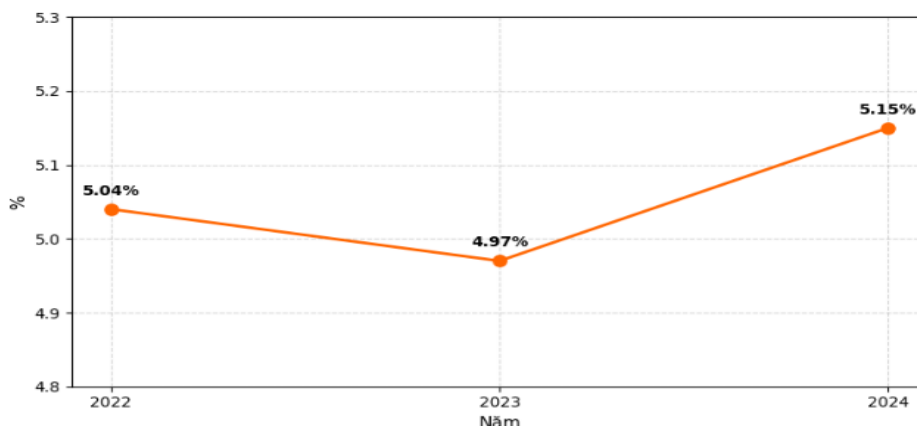
trên địa bàn lại có xu hướng giảm nhẹ trong giai đoạn 2022–2024. Hình 2 cho thấy thị phần tiền gửi KHCN của chi nhánh so với tổng tiền gửi KHCN tại các ngân hàng trên địa bàn tỉnh.

Năm 2022, VPBank Chi nhánh Long An chiếm 5,04% thị phần huy động KHCN trên địa bàn. Sang năm 2023, thị phần này giảm nhẹ còn 4,97%. Nguyên nhân chủ yếu đến từ cạnh tranh giữa các ngân hàng trong khu vực, khi các ngân hàng quốc doanh và ngân hàng thương mại lớn đẩy mạnh thu hút tiền gửi bằng việc mở rộng mạng lưới và lãi suất hấp dẫn. Tuy nhiên, đến năm 2024, thị phần đã có sự phục hồi và tăng trưởng trở lại, đạt mức 5,15%. Sự phục hồi này tăng 0,18 điểm phần trăm so với năm 2023 cho thấy các chính sách điều chỉnh về lãi suất, marketing và nâng cao chất lượng dịch vụ của chi nhánh đã bắt đầu phát huy hiệu quả, giúp ngân hàng lấy lại đà tăng trưởng và củng cố vị thế trên thị trường huy động địa phương.

Đến cuối năm 2024, thị phần huy động KHCN của VPBank Chi nhánh Long An ở mức 5,15%, đồng nghĩa cứ 100 đồng tiền gửi KHCN tại địa phương thì

có hơn 5 đồng nằm ở VPBank. Chi nhánh đặt mục tiêu tiếp tục mở rộng và nâng cao thị phần này trong giai đoạn 2025–2027, hướng tới việc gia tăng sự hiện diện so với các ngân hàng khác. Để làm được điều

đó, VPBank Chi nhánh Long An cần duy trì đa phục hồi hiện có, vừa gia tăng quy mô huy động tuyệt đối, vừa đảm bảo tốc độ tăng trưởng nhanh hơn so với mặt bằng chung ngành ngân hàng tại địa phương.



Hình 2. Thị phần huy động vốn khách hàng cá nhân giai đoạn 2022–2024

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VPBank Chi nhánh Long An)

3.3. Số lượng khách hàng và mở rộng tệp khách hàng cá nhân

Cùng với sự gia tăng về quy mô tiền gửi, số lượng KHCN của VPBank Chi nhánh Long An cũng mở rộng đáng kể qua các năm. Bảng 2 thống kê tổng số lượng KHCN có gửi tiền (tài khoản hoạt động) tại chi nhánh vào cuối mỗi năm.

Tính đến cuối năm 2024, VPBank Chi nhánh Long An có 15.108 khách hàng cá nhân đang sử dụng dịch vụ, tăng thêm 1.585 khách so với cuối năm 2022 (13.523 khách). Mặc dù tốc độ tăng trưởng số lượng khách hàng không quá nhanh năm 2023 tăng 1.368 khách, năm 2024 tăng 217 khách, nhưng đây là kết quả tích cực trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt. Việc phát triển mạng lưới phòng giao dịch và chiến lược bán lẻ số hóa với ứng dụng VPBank NEO đã giúp chi

nhánh tiếp cận hiệu quả các phân khúc khách hàng mới, duy trì đà tăng trưởng cơ sở khách hàng liên tục qua các năm.

Song song với việc mở rộng số lượng, chất lượng và hiệu quả huy động trên từng khách hàng cũng có sự chuyển biến tích cực. Cụ thể, mức huy động bình quân trên mỗi khách hàng sau khi giảm nhẹ vào năm 2023 xuống 246 triệu đồng do mở rộng tệp khách hàng đại trà, đã phục hồi và tăng lên mức 258 triệu đồng vào năm 2024. Sự phục hồi này cho thấy VPBank Chi nhánh Long An đã thành công trong việc khai thác chiều sâu, củng cố niềm tin để khách hàng hiện hữu gửi thêm tiền, khẳng định chi nhánh đã xây dựng được tệp khách hàng trung thành và chất lượng – tài sản quan trọng để mở rộng huy động bền vững trong tương lai.

Bảng 2. Tổng số khách hàng cá nhân gửi tiền đang hoạt động (cuối kỳ)

Năm	Đơn vị tính	Tổng số khách hàng cá nhân hoạt động tại VPBank Chi nhánh Long An
2022	Khách hàng	13.523
2023	Khách hàng	14.891
2024	Khách hàng	15.108

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VPBank Chi nhánh Long An)

4. Giải pháp mở rộng huy động vốn khách hàng cá nhân tại VPBank Chi nhánh Long An giai đoạn 2025–2027

4.1. Định hướng mục tiêu giai đoạn 2025–2027

Trên cơ sở phân tích thực trạng, VPBank Chi nhánh Long An đề ra mục tiêu cụ thể như sau:

Phấn đấu đến cuối năm 2027, dư tiền gửi KHCN

tại chi nhánh đạt mức tăng trưởng cao hơn giai đoạn trước, hướng tới mốc 5.500–6.000 tỷ đồng. Mức tăng trưởng này được xác định dựa trên định hướng phát triển chung của toàn hệ thống nhằm đảm bảo nguồn vốn dồi dào cho hoạt động tín dụng.

Tiếp tục đà tăng trưởng số lượng khách hàng, đặc biệt chú trọng khai thác sâu hơn tại các khu vực nông thôn – nơi dư địa tăng trưởng còn lớn hiện mới chiếm khoảng 9,6% tỷ trọng. Đồng thời, tập trung

vào phân khúc khách hàng trẻ am hiểu công nghệ để thúc đẩy sản phẩm số. Hướng tới mục tiêu xây dựng hình ảnh ngân hàng chuyên nghiệp, tận tâm. Đảm bảo 100% đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản về kỹ năng chăm sóc khách hàng và tư vấn tài chính. Lấy sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng làm thước đo hiệu quả hoạt động.

Đẩy mạnh tỷ trọng giao dịch qua kênh số (eSaving) để giảm tải cho quầy giao dịch và tiết kiệm chi phí vận hành. Mục tiêu đưa các sản phẩm tiết kiệm online trở thành kênh huy động mũi nhọn với các chính sách lãi suất ưu đãi linh hoạt. Tiếp đà phục hồi thị phần đạt 5,15% năm 2024, chi nhánh đặt mục tiêu tiếp tục mở rộng thị phần trong giai đoạn tới, khẳng định vị thế cạnh tranh so với các ngân hàng thương mại cổ phần khác trên địa bàn thông qua các chiến lược khác biệt hóa về sản phẩm và dịch vụ.

Để hiện thực hóa các mục tiêu trên, định hướng chung của chi nhánh là lấy khách hàng cá nhân làm trọng tâm, bám sát chiến lược “ngân hàng số dẫn đầu” của toàn hệ thống. Cụ thể, VPBank Chi nhánh

Long An sẽ tập trung phát triển các sản phẩm huy động đa dạng, sáng tạo phù hợp từng nhóm khách hàng; đồng thời triển khai thêm các dịch vụ gia tăng tạo khác biệt; ví dụ gói combo tài khoản thanh toán – tiết kiệm – thẻ tín dụng với ưu đãi phí, chương trình khách hàng thân thiết tích điểm đổi quà. Chi nhánh cũng chú trọng mở rộng mạng lưới phục vụ về huyện, vùng nông thôn thông qua mở phòng giao dịch mới hoặc mô hình ngân hàng lưu động kết hợp với tăng cường năng lực đội ngũ nhân sự bán lẻ – đào tạo nhân viên có kỹ năng tư vấn tài chính cá nhân chuyên nghiệp, am hiểu địa bàn. Giai đoạn 2025–2027, VPBank Chi nhánh Long An định hướng mở rộng quy mô huy động song song với nâng cao chất lượng dịch vụ, vừa tăng số lượng và giá trị tiền gửi, vừa giữ chân khách hàng lâu dài, qua đó đóng góp tích cực vào chiến lược bán lẻ của toàn hệ thống VPBank. Bảng 3 so sánh một số chỉ tiêu chính của hoạt động huy động KHCN tại VPBank Chi nhánh Long An trước và sau năm 2024, nhằm làm rõ hiệu quả bước đầu từ các nỗ lực cải thiện đã triển khai và xác định khoảng cách tới các mục tiêu 2027.

Bảng 3. So sánh một số chỉ tiêu huy động khách hàng cá nhân

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2023	2024	Tỷ lệ thay đổi 2024 so với 2023
Số dư huy động khách hàng cá nhân	tỷ đồng	3.670	3.897	+6,2%
Thị phần huy động khách hàng cá nhân	%	4,97%	5,15%	+0,18%
Số khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ	khách hàng	14.891	15.108	+1,45%
Tỷ lệ chi phí huy động vốn khách hàng cá nhân	%	5,20%	5,12%	-0,08%

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo hoạt động VPBank Chi nhánh Long An 2023–2024 và kết quả khảo sát khách hàng t3/2025)

Bảng 3 cho thấy từ 2023 đến 2024, chi nhánh đã có bước tiến tích cực quy mô huy động tăng trưởng ổn định (6,2%), thị phần có sự phục hồi (tăng 0,18 điểm %) và chi phí huy động vốn được kiểm soát tốt (giảm nhẹ xuống 5,12%). Đặc biệt, số lượng khách hàng tiếp tục mở rộng khẳng định niềm tin của khách hàng. Những kết quả này làm cơ sở vững chắc để chi nhánh xây dựng giải pháp cho giai đoạn tới, tập trung phát huy các mặt mạnh và khắc phục hạn chế về tốc độ tăng trưởng.

4.2. Các giải pháp cụ thể

Để đạt các mục tiêu đề ra, VPBank Chi nhánh Long An cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp: Sản phẩm dịch vụ, lãi suất, công nghệ, marketing và nhân sự. Các giải pháp cụ thể là:

- Đa dạng hóa sản phẩm huy động và linh hoạt lãi suất, phát triển thêm tiết kiệm tích lũy, tiết kiệm

bậc thang, gói gia đình... kết hợp chính sách lãi suất cạnh tranh và thưởng lãi suất để thu hút và giữ chân khách hàng.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng, chuẩn hóa quy trình, rút ngắn thời gian giao dịch, đào tạo kỹ năng cho nhân viên và bổ sung tiện ích (xếp hàng tự động, khu vực ưu tiên) để nâng trải nghiệm.

- Phát triển kênh ngân hàng số và tiện ích điện tử, tối ưu ứng dụng VPBank NEO và Internet Banking với tính năng đặt lịch gửi, nhắc đáo hạn, đổi quà trực tuyến; đảm bảo an ninh, khuyến khích khách hàng chuyển sang kênh số.

- Đẩy mạnh hoạt động marketing và khuyến mãi, tăng cường truyền thông đa kênh, tổ chức hội thảo, khuyến mãi định kỳ và sự kiện cộng đồng nhằm thu hút khách mới và quảng bá thương hiệu.

- Chăm sóc khách hàng thân thiết và cá nhân hóa dịch vụ, xây dựng chương trình khách hàng thân thiết, ưu đãi sinh nhật, chăm sóc VIP và tư vấn tài chính cá nhân hóa để tạo gắn bó lâu dài.

- Tăng cường kiểm soát nội bộ và quản trị rủi ro huy động, siết chặt kiểm tra nội bộ, đảm bảo quy trình an toàn, minh bạch, xử lý nhanh khiếu nại để củng cố niềm tin khách hàng.

- Nâng cao năng lực đội ngũ nhân sự huy động, tuyển dụng và đào tạo bài bản, khuyến khích sáng kiến, áp dụng cơ chế khen thưởng – thăng tiến hợp lý để xây dựng đội ngũ chuyên nghiệp, gắn bó.

Những giải pháp trên cần được thực thi đồng bộ và linh hoạt chi nhánh nên lập kế hoạch hành động chi tiết theo từng năm, phân công rõ trách nhiệm cho các bộ phận có liên quan như Phòng Dịch vụ khách hàng, Phòng Marketing, Phòng Nhân sự. Đồng thời, thường xuyên giám sát tiến độ và kết quả đạt được; ví dụ hàng quý đánh giá số lượng khách hàng mới, tăng trưởng huy động, mức độ hài lòng. Từ đó có thể điều chỉnh kịp thời các biện pháp cho phù hợp với tình hình thực tế. Ngoài ra, VPBank Chi nhánh Long An cần phối hợp chặt chẽ với Hội sở chính để xin phê duyệt các chương trình lãi suất đặc thù, chiến dịch marketing quy mô lớn, cũng như tranh thủ nguồn lực hỗ trợ về công nghệ và nhân sự từ trụ sở chính khi cần thiết.

5. Kết luận và kiến nghị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu về mở rộng huy động vốn khách hàng cá nhân tại VPBank Chi nhánh Long An cho thấy trong giai đoạn 2022–2024, chi nhánh đã đạt được những tiến bộ đáng kể quy mô huy động KHCN tăng trưởng ổn định bình quân khoảng 6%/năm, số lượng khách hàng mở rộng, chất lượng dịch vụ được đánh giá cao và xu hướng số hóa dịch vụ rõ rệt. Đây là nền tảng quan trọng để chi nhánh tiếp tục phát triển.

Tuy nhiên, thách thức cũng hiện hữu khi thị phần huy động KHCN của chi nhánh còn khiêm tốn (~5%) và chịu áp lực cạnh tranh gay gắt từ các ngân hàng khác, dù đã có sự phục hồi tích cực vào năm 2024. Điều này đòi hỏi VPBank Chi nhánh Long An phải nỗ lực hơn nữa với các giải pháp sáng tạo và đồng bộ nhằm vừa gia tăng quy mô, vừa nâng cao hiệu quả huy động vốn.

Trên cơ sở phân tích, nghiên cứu đề xuất giải pháp khả thi tập trung vào đa dạng sản phẩm, ưu đãi lãi suất, phát triển ngân hàng số, đẩy mạnh marketing, chăm sóc khách hàng và nâng cao năng lực nhân sự. Nếu triển khai tốt, các giải pháp này

được kỳ vọng sẽ giúp VPBank Chi nhánh Long An đạt mục tiêu tăng trưởng huy động KHCN 10–20%/năm, tiếp tục mở rộng và nâng cao thị phần vào năm 2027, đồng thời duy trì sự hài lòng và trung thành cao của khách hàng, qua đó đóng góp tích cực vào chiến lược ngân hàng bán lẻ hiện đại, số hóa và khách hàng làm trung tâm của VPBank trong giai đoạn tới.

5.2. Kiến nghị

Để các giải pháp đề ra phát huy hiệu quả tối đa, cần có sự hỗ trợ và phối hợp từ nhiều phía:

- Kiến nghị Hội sở tạo điều kiện cho VPBank Chi nhánh Long An trong việc phê duyệt những chương trình linh hoạt về lãi suất trong biên độ cho phép để phản ứng nhanh với thị trường địa phương. Đồng thời, tiếp tục đầu tư nâng cấp hệ thống Core Banking, ứng dụng VPBank NEO và hỗ trợ ngân sách cho các chiến dịch marketing đồng bộ tại địa phương. Hội sở cũng nên xem xét cơ chế khen thưởng dựa trên kết quả huy động vượt trội để khuyến khích tinh thần thi đua.

- Đối với Ngân hàng Nhà nước kiến nghị tiếp tục duy trì môi trường cạnh tranh lành mạnh, ổn định chính sách tiền tệ để tạo tâm lý an tâm cho người gửi tiền. Bên cạnh đó, cần tiếp tục hỗ trợ phát triển hạ tầng viễn thông và thanh toán không dùng tiền mặt tại khu vực nông thôn để tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai ngân hàng số.

- Về phía VPBank Chi nhánh Long An ban lãnh đạo cần quyết liệt trong tổ chức thực hiện, theo dõi sát sao tiến độ và linh hoạt điều chỉnh chiến lược khi môi trường thay đổi. Tin rằng với sự chủ động đổi mới của chi nhánh cùng sự hỗ trợ đồng bộ từ Hội sở, VPBank Chi nhánh Long An sẽ ngày càng nâng cao hiệu quả nguồn vốn từ khách hàng cá nhân, đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của ngân hàng và cộng đồng địa phương trong những năm tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chính phủ, “Quyết định số 32/2021/QĐ-TTg ngày 20/10/2021 về hạn mức trả tiền bảo hiểm,” 2021. Hiệu lực từ 12/12/2021.
- [2] N. T. L. Châu, “Mở rộng huy động vốn đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT Việt Nam – Chi nhánh huyện Ba Tri, tỉnh Long An,” Luận văn thạc sĩ, Trường ĐH Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2022.
- [3] P. T. T. Hà, *Giáo trình Ngân hàng thương mại*. Hà Nội, Việt Nam: NXB ĐH Kinh tế Quốc dân, 2007.
- [4] N. Q. Huy, “Nâng cao năng lực huy động vốn của các ngân hàng thương mại Việt Nam,” *Tạp chí Công Thương*, số 24, 11/2022.

- [5] Đ. T. Hồng, *Bài giảng Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*. Trường ĐH Kinh tế Công nghiệp Long An, 2025.
- [6] [6] L. T. Lợi, “Phát triển huy động vốn tại Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT Việt Nam – Chi nhánh tỉnh Long An,” Luận văn thạc sĩ, Trường ĐH Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2020.
- [7] T. T. Liên, “Mở rộng huy động vốn tiền gửi KHCN tại Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT Việt Nam – Chi nhánh tỉnh Tiền Giang,” Luận văn thạc sĩ, Trường ĐH Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2019.
- [8] Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng, “Nghị quyết 85/2019/NQ-ĐHĐCĐ ngày 16/04/2019 về sửa đổi, bổ sung Điều lệ tổ chức và hoạt động VPBank,” 2019.
- [9] Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng, “Quyết định 115-2024/QĐ-TGD ngày 30/09/2024: Quy định về mở và sử dụng tài khoản thanh toán tại VPBank,” 2024.
- [10] Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng, “Quy trình gửi tiết kiệm 42-2013/QT-TGD ngày 17/04/2013: Quy định về tiền gửi tiết kiệm trong hệ thống VPBank,” 2013.
- [11] VPBank – Chi nhánh Long An, *Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh các năm 2022, 2023, 2024*. Long An, Việt Nam, 2025.
- [12] Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, “Thông tư 48/2018/TT-NHNN ngày 31/12/2018 quy định về tiền gửi tiết kiệm,” 2018.
- [13] Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, “Thông tư 36/2014/TT-NHNN ngày 20/11/2014 quy định các giới hạn, tỷ lệ bảo đảm an toàn trong hoạt động của TCTD,” 2014.
- [14] Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, “Thông tư 16/2018/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư 36/2014/TT-NHNN về giới hạn an toàn TCTD,” 2018.
- [15] Quốc hội, “Luật bảo hiểm tiền gửi số 06/2012/QH13 thông qua ngày 18/6/2012,” 2012.
- [16] Quốc hội, “Luật các tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12 ngày 16/6/2010 và Luật sửa đổi, bổ sung 2017,” 2010 (sửa đổi 2017).
- [17] N. Q. Thái, “Mở rộng huy động vốn tại Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT Việt Nam – Chi nhánh huyện Châu Thành, tỉnh Bến Tre,” Luận văn thạc sĩ, Trường ĐH Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam, 2020.
- [18] N. M. Tiến, *Giáo trình Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*. NXB Thống kê, 2012.