

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**



ISO 9001 : 2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

Sinh viên : Vũ Thị Thỏ
Giảng viên hướng dẫn: Th.s Nguyễn Thị Thanh

HẢI PHÒNG – 2012

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC
HUY ĐỘNG VỐN TẠI PHÒNG GIAO DỊCH
TECHCOMBANK THỦY NGUYÊN**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**

**Sinh viên : Vũ Thị Thỏ
Giảng viên hướng dẫn: Th.s Nguyễn Thị Thanh**

HẢI PHÒNG – 2012

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Vũ Thị Thò

Mã SV: 120211

Lớp: QT1204T

Ngành: Tài chính Ngân hàng

Tên đề tài: Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn tại Phòng
giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp
 - Xây dựng cơ sở lý luận về công tác huy động vốn và hiệu quả công tác huy động vốn
 - Thu thập số liệu và phân tích thực trạng công tác huy động vốn
 - Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn và đề xuất kiến nghị
2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.
 - Báo cáo tài chí, Báo cáo thường niên, Bảng cân đối kế toán, Báo cáo kết quả kinh doanh, lãi suất huy động, cho vay bình quân của Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011
3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ Thương Việt Nam – Chi nhánh Techcombank Hải Phòng – Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: Nguyễn Thị Thanh

Học hàm, học vị: Thạc Sĩ

Cơ quan công tác: Học viện tài chính

Nội dung hướng dẫn: Khóa luận tốt nghiệp

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 02 tháng 04 năm 2012

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 07 tháng 07 năm 2012

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2012

Hiệu trưởng

GS.TS. NGUYỄN Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...):

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi bằng cả số và chữ):

.....
.....
.....

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2012

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng em. Các số liệu, kết quả nêu trong khóa luận là trung thực, xuất phát từ tình hình thực tế của đơn vị thực tập.

Sinh viên thực hiện

Vũ Thị Thỏ

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC BẢNG

DANH MỤC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

LỜI MỞ ĐẦU 1

CHƯƠNG I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN CỦA
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI..... 3

1.1 Khái quát về Ngân hàng thương mại 3

1.1.1 Khái niệm về Ngân hàng thương mại..... 3

1.1.2 Chức năng và vai trò của NHTM..... 3

1.1.2.1 Chức năng của NHTM 3

1.1.2.2 Vai trò của NHTM..... 6

1.1.3 Các nghiệp vụ cơ bản của NHTM..... 7

1.1.3.1 Nghiệp vụ huy động vốn 7

1.1.3.2 Nghiệp vụ sử dụng vốn..... 9

1.1.3.3 Các hoạt động cung cấp dịch vụ tài chính..... 11

1.2 Huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của NHTM 12

1.2.1 Sự cần thiết của vốn huy động trong hoạt động kinh doanh ngân hàng 12

1.2.2 Vai trò của vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của ngân hàng
thương mại..... 13

1.2.2.1 Nguồn vốn huy động giúp Ngân hàng tổ chức mọi hoạt động kinh
doanh 13

1.2.2.2 Nguồn vốn huy động quyết định quy mô của hoạt động tín dụng và
các hoạt động khác 13

1.2.2.3 Nguồn vốn huy động quyết định năng lực thanh toán và đảm bảo uy
tín của Ngân hàng trên thị trường. 14

1.2.2.4 Nguồn vốn huy động là một trong những nhân tố quyết định năng lực
cạnh tranh của Ngân hàng 14

1.2.3 Các hình thức huy động vốn của NHTM..... 15

1.2.3.1 Huy động thông qua tài khoản tiền gửi 16

1.2.3.2	Huy động thông qua các thị trường	20
1.2.3.3	Huy động thông qua phát hành chứng từ có giá.....	20
1.3	Hiệu quả huy động vốn của NHTM.....	21
1.3.1	<i>Quan điểm về hiệu quả huy động vốn của NHTM.....</i>	21
1.3.2	<i>Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả huy động vốn của NHTM.....</i>	22
1.3.3	<i>Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn của NHTM.....</i>	23
1.3.3.1	Chỉ tiêu đánh giá quy mô, tốc độ tăng trưởng vốn huy động.....	23
1.3.3.2	Chỉ tiêu đánh giá cơ cấu nguồn vốn huy động	23
1.3.3.3	Chỉ tiêu phản ánh khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh (sự phù hợp giữa huy động vốn và sử dụng vốn).....	24
1.3.3.4	Chỉ tiêu về chi phí huy động vốn.....	25
1.3.3.5	Một số chỉ tiêu khác.....	25
1.4	Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả huy động vốn của NHTM.....	26
1.4.1	<i>Các nhân tố khách quan.....</i>	26
1.4.1.1	Môi trường pháp lý và các chính sách vĩ mô	26
1.4.1.2	Môi trường kinh tế - chính trị - xã hội.....	27
1.4.1.3	Tâm lý và thói quen tiêu dùng của khách hàng.....	27
1.4.1.4	Đối thủ cạnh tranh	28
1.4.2	<i>Các nhân tố chủ quan</i>	28
1.4.2.1	Chiến lược kinh doanh của Ngân hàng	28
1.4.2.2	Quy mô, uy tín của Ngân hàng.....	29
1.4.2.3	Các dịch vụ ngân hàng.....	29
1.4.2.4	Chính sách lãi suất.....	30
1.4.2.5	Hoạt động marketing ngân hàng.....	30
1.4.2.6	Năng lực và trình độ của cán bộ công nhân viên ngân hàng.....	31
1.4.2.7	Công nghệ ngân hàng	31
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI PHÒNG GIAO DỊCH TECHCOMBANK THỦY NGUYÊN		
GIAO DỊCH TECHCOMBANK THỦY NGUYÊN		33
2.1	Khái quát về Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên.....	33
2.1.1	<i>Lịch sử hình thành và phát triển</i>	33
2.1.2	<i>Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ các bộ phận Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên.....</i>	36

2.1.2.1	Cơ cấu tổ chức	36
2.1.2.2	Chức năng nhiệm vụ các bộ phận.....	36
2.1.3	<i>Kết quả hoạt động kinh doanh Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên (2009 – 2011)</i>	38
2.1.3.1	Hoạt động huy động vốn	38
2.1.3.2	Hoạt động tín dụng	39
2.1.3.3	Các hoạt động kinh doanh khác.....	42
2.1.3.4	Kết quả hoạt động kinh doanh.....	42
2.2	Thực trạng công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên (2009 – 2011)	44
2.2.1	<i>Chiến lược huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên</i>	44
2.2.2	<i>Các sản phẩm huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên</i>	45
2.2.3	<i>Hiệu quả huy động vốn của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên</i> ...	45
2.2.3.1	Về quy mô, tốc độ tăng trưởng vốn huy động.....	45
2.2.3.2	Về cơ cấu nguồn vốn huy động	49
2.2.3.3	Chi phí huy động vốn	53
2.2.3.4	Cân đối giữa huy động vốn và sử dụng vốn.....	54
2.2.4	<i>Đánh giá hiệu quả công tác huy động vốn của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên</i>	55
2.2.4.1	Những kết quả đạt được của Techcombank Thủy Nguyên trong công tác huy động vốn	55
2.2.4.2	Những tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại trong công tác huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên	57
CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI PHÒNG GIAO DỊCH TECHCOMBANK THỦY NGUYÊN		62
3.1	Định hướng phát triển của Techcombank Thủy Nguyên trong giai đoạn 2010 -2015	62
3.2	Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên	63
3.2.1	<i>Thực hiện tốt công tác phân tích thị trường huy động vốn.</i>	63
3.2.2	<i>Đa dạng hoá các sản phẩm huy động vốn bằng cách gia tăng tiện ích và tính chất</i>	64

3.2.3	<i>Cần sử dụng chính sách lãi suất linh hoạt đáp ứng với sự biến động của thị trường</i>	65
3.2.4	<i>Gắn liền việc huy động vốn và sử dụng vốn có hiệu quả</i>	66
3.2.5	<i>Xây dựng chính sách tiếp cận và chăm sóc khách hàng hiệu quả (Xây dựng văn hoá ngân hàng)</i>	67
3.2.6	<i>Quản lý nguồn vốn theo đúng phương pháp, mục tiêu</i>	69
3.2.7	<i>Đào tạo nâng cao trình độ và nghiệp vụ của cán bộ</i>	70
3.2.8	<i>Mở rộng việc sử dụng tài khoản cá nhân</i>	70
3.3	Điều kiện thực hiện nhằm nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên	71
3.3.1	<i>Đối với Chính phủ</i>	71
3.3.1.1	Ổn định môi trường kinh tế vĩ mô	72
3.3.1.2	Tạo lập môi trường pháp lý ổn định và đồng bộ	72
3.3.2	<i>Đối với Ngân hàng Nhà nước</i>	73
3.3.2.1	Hoàn thiện môi trường pháp lý, chính sách liên quan đến hoạt động ngân hàng.....	73
3.3.2.2	Xây dựng chính sách lãi suất linh hoạt cho từng thời kỳ	73
3.3.2.3	Xây dựng và điều hành chính sách tiền tệ ổn định và hợp lý trong từng thời kì.....	74
3.3.3	<i>Đối với Ngân hàng Techcombank Việt Nam</i>	74
	KẾT LUẬN	75
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	76

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

CV KH	Chuyên viên khách hàng
GD PGD	Giám đốc Phòng giao dịch
GTCG	Giấy tờ có giá
HĐV	Huy động vốn
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTW	Ngân hàng Trung ương
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
NVHĐ	Nguồn vốn huy động
TCKT	Tổ chức kinh tế
TCTD	Tổ chức tín dụng
TGTT	Tiền gửi thanh toán
TGTK	Tiền gửi tiết kiệm

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
2.1	Tình hình huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên qua các năm 2009 – 2011	39
2.2	Tình hình hoạt động cho vay của Techcombank Thủy Nguyên năm 2009-2011	40
2.3	Tình hình nợ quá hạn tại Techcombank Thủy Nguyên 2009 -2011	41
2.4	Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh Techcombank Thủy Nguyên qua các năm 2009-2011	43
2.5	Quy mô nguồn vốn huy động theo cấu trúc	46
2.6	Sự biến động của nguồn vốn huy động Techcombank Thủy Nguyên năm 2009-2011	47
2.7	Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên theo đối tượng 2009-2011	49
2.8	Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên theo kì hạn 2009-2011	51
2.9	Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên theo loại tiền tệ 2009-2011	52
2.10	Chênh lệch lãi suất đầu vào và đầu ra của Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011	53

DANH MỤC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

Số hiệu biểu đồ	Tên biểu đồ	Trang
2.1	Tốc độ tăng trưởng tín dụng tại Techcombank Thủy Nguyên qua các năm (2009-2011)	40
2.2	Cơ cấu cho vay theo kì hạn tại ngày 31/12/2011	41
2.3	Kết quả hoạt động SXKD giai đoạn 2009-2011	44
2.4	Nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên năm 2009-2011	48
2.5	Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng	49
2.6	Cơ cấu nguồn vốn huy động theo kì hạn	52
2.7	Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ	53

Số hiệu sơ đồ	Tên sơ đồ	Trang
2.1	Các nguồn vốn huy động của NHTM	16
2.2	Cơ cấu tổ chức Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên	36

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Vốn là nhân tố quan trọng hàng đầu và không thể thiếu được trong hoạt động sản xuất kinh doanh, là nền tảng cho sự tồn tại và phát triển của mọi doanh nghiệp, đóng vai trò quyết định đến sự tăng trưởng và phát triển kinh tế đất nước. Để đáp ứng nguồn vốn cho nền kinh tế, nước ta cần có biện pháp và chính sách nhằm huy động tối đa nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế. Ở nước ta hiện nay, thị trường chứng khoán đang còn gặp nhiều gặp khó khăn do vậy lượng vốn huy động được bằng con đường tài chính trực tiếp thông qua phát hành cổ phiếu, trái phiếu và các giấy tờ có giá khác còn rất nhỏ so với nhu cầu vốn của nền kinh tế. Chính vì vậy, quá trình truyền vốn trên thị trường chủ yếu được thực hiện thông qua các NHTM, có thể nói ở Việt Nam phần lớn lượng vốn trong nền kinh tế là do hệ thống ngân hàng cung cấp. Do đó, vai trò của NHTM trong hoạt động huy động vốn cho nền kinh tế là cực kỳ quan trọng.

Cùng với sự phát triển chung của nền kinh tế nhu cầu về vốn ngày càng tăng và đòi hỏi phải được đáp ứng nhanh chóng kịp thời đồng thời việc tăng cường huy động vốn và sử dụng vốn hợp lý cũng giúp cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng được an toàn và hiệu quả hơn. Do vậy, trong thời gian tới để phát huy hơn nữa vai trò mình và đáp ứng cho sự phát triển của nền kinh tế cũng như cho chính bản thân hệ thống ngân hàng, việc huy động vốn cho nền kinh tế trong tương lai chắc chắn sẽ đặt lên hàng đầu đối với các NHTM.

Xuất phát từ vai trò to lớn của vốn ngân hàng trong nền kinh tế nói chung và trong hoạt động của ngân hàng nói riêng đồng thời qua một thời gian học tập và nghiên cứu tình hình thực tế tại Ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ Thương Việt Nam – chi nhánh Hải Phòng – Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên em xin đi sâu nghiên cứu đề tài : “ ***Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên***” với hy vọng sẽ đưa ra được những ý kiến đóng góp nhỏ bé của mình cho lời giải bài toán huy động vốn tại ngân hàng.

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài

Hệ thống hóa lý luận về huy động vốn của NHTM. Trên cơ sở lý luận được hệ thống hóa, tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên nhằm đánh giá những kết quả đạt được và những mặt còn tồn tại. Từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tại Techcombank Thủy Nguyên.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài

- Đối tượng nghiên cứu của luận văn là huy động vốn và giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn.
- Phạm vi nghiên cứu: Số liệu thu thập và phân tích của Techcombank Thủy Nguyên trong giai đoạn từ 2009 – 2011.

4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Đề tài được nghiên cứu nhằm mục đích phân tích và áp dụng những vấn đề lý thuyết về huy động vốn của NHTM vào thực tế hoạt động tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp tăng cường huy động vốn tại ngân hàng.

5. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung chính của luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Lý luận chung về công tác huy động vốn của NHTM

Chương 2: Thực trạng công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

CHƯƠNG I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 Khái quát về Ngân hàng thương mại

1.1.1 Khái niệm về Ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại (NHTM) đã hình thành, tồn tại và phát triển gắn liền với sự phát triển của kinh tế hàng hoá. Sự phát triển của hệ thống NHTM đã có tác động rất lớn và quan trọng đến quá trình phát triển của nền kinh tế hàng hoá, ngược lại kinh tế hàng hoá phát triển mạnh mẽ đến giai đoạn cao của nó – kinh tế thị trường – thì NHTM cũng ngày càng được hoàn thiện và trở thành những định chế tài chính không thể thiếu được. NHTM là định chế tài chính trung gian quan trọng vào loại bậc nhất trong nền kinh tế thị trường. Nhờ hệ thống định chế này mà các nguồn tiền vốn nhàn rỗi sẽ được huy động, tạo lập nguồn vốn tín dụng to lớn để có thể cho vay phát triển kinh tế.

Bản chất, chức năng và các hoạt động nghiệp vụ của ngân hàng hầu như là giống nhau song quan niệm về NHTM lại không đồng nhất giữa các nước trên thế giới. Sở dĩ như vậy là do hoạt động NHTM rất đa dạng, các thao tác trong từng nghiệp vụ của NHTM lại phức tạp và vấn đề này luôn biến động theo sự thay đổi chung của nền kinh tế.

Mặc dù có rất nhiều quan niệm khác nhau về NHTM nhưng về cơ bản đều phản ánh hoạt động của NHTM là kinh doanh tiền tệ - tín dụng, dịch vụ ngân hàng. Có thể khái quát lại như sau:

“Ngân hàng thương mại là doanh nghiệp đặc biệt, kinh doanh trong lĩnh vực tiền tệ, tín dụng. Một tổ chức cung ứng vốn chủ yếu và hữu hiệu của nền kinh tế. Việc tạo lập, tổ chức, quản lý vốn của NHTM là một trong những vấn đề được quan tâm hàng đầu không chỉ riêng đối với các NHTM mà còn vì sự phát triển của toàn bộ nền kinh tế”.

1.1.2 Chức năng và vai trò của NHTM

1.1.2.1 Chức năng của NHTM

❖ Chức năng trung gian tài chính

Đây là chức năng quan trọng nhất của NHTM quyết định sự duy trì và phát triển của ngân hàng. Nhờ có thị trường tài chính và cơ chế chuyển giao vốn năng

động trên thị trường tài chính mà trong đó NHTM giữ vai trò chủ đạo, NHTM hoạt động như một chiếc cầu nối giữa khả năng cung ứng vốn và nhu cầu về vốn tiền tệ trong xã hội, là trung gian tín dụng ngân hàng đóng vai trò là người môi giới giữa một bên là người có tiền cho vay và một bên là những người có nhu cầu chi tiêu cần đi vay vốn. Thông qua cơ chế thị trường, bằng những biện pháp, chính sách và áp dụng những phương pháp kỹ thuật theo hướng hiện đại ngân hàng có khả năng thu hút hầu hết những nguồn tiền tệ nhàn rỗi trong xã hội để phân bổ vốn cho nhu cầu sản xuất kinh doanh. Với chức năng này, ngân hàng đã biến vốn nhàn rỗi không hoạt động thành vốn hoạt động, kích thích quá trình luân chuyển vốn thúc đẩy sản xuất kinh doanh.

Như vậy, với chức năng trung gian tài chính, NHTM đã góp phần tạo ra lợi ích cho tất cả các bên trong quan hệ giữa người gửi tiền, ngân hàng, người đi vay và đảm bảo lợi ích cho nền kinh tế.

❖ **Chức năng trung gian thanh toán**

Ngân hàng làm chức năng trung gian thanh toán khi nó thực hiện thanh toán theo yêu cầu của khách hàng như trích tiền từ tài khoản tiền gửi của họ để thanh toán tiền hàng hoá dịch vụ hoặc nhập tiền vào tài khoản tiền gửi của khách hàng tiền thu bán hàng và các khoản thu khác theo lệnh của họ. Việc nhận tiền gửi và theo dõi các khoản thu chi trên tài khoản tiền gửi của khách hàng là tiền đề để ngân hàng thực hiện vai trò là trung gian thanh toán. Mặt khác, việc thanh toán trực tiếp bằng tiền mặt giữa các chủ thể trong nền kinh tế có nhiều hạn chế đó là rủi ro phải vận chuyển tiền, chi phí thanh toán lớn, đặc biệt là với khách hàng ở cách xa nhau đã tạo nên nhu cầu thanh toán qua ngân hàng.

Chức năng trung gian thanh toán có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động kinh tế. Trước hết thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng góp phần tiết kiệm chi phí lưu thông tiền mặt và đảm bảo thanh toán an toàn. NHTM sẽ cung cấp cho khách hàng nhiều hình thức thanh toán nhanh chóng và thuận tiện như: séc, uỷ nhiệm thu, uỷ nhiệm chi, thẻ thanh toán, thanh toán điện tử, thanh toán bù trừ... cho phép khách hàng lựa chọn hình thức thanh toán mà theo họ là hiệu quả và an toàn nhất. Điều này góp phần tăng nhanh tốc độ lưu thông hàng hoá, tốc độ luân chuyển vốn và hiệu quả của quá trình tái sản xuất xã hội. Mặt khác, chức năng này còn góp

phần tăng thu nhập cho ngân hàng thông qua việc thu phí thanh toán làm tăng uy tín của ngân hàng và tạo điều kiện cho ngân hàng thu hút nguồn vốn tiền gửi.

Chu chuyển tiền tệ hiện nay chủ yếu thông qua hệ thống NHTM nên các NHTM không ngừng đổi mới và cải tiến công nghệ để nâng cao chất lượng thanh toán đáp ứng nhu cầu của khách hàng ngày càng tốt hơn.

❖ Chức năng tạo tiền

Chức năng tạo tiền là chức năng cực kỳ quan trọng của NHTM. Chức năng này được thể hiện trong quá trình NHTM cấp tín dụng cho nền kinh tế và hoạt động đầu tư của NHTM, trong đó mối quan hệ với ngân hàng trung ương đặc biệt trong quá trình thực hiện chính sách tiền tệ mà mục tiêu của chính sách tiền tệ là ổn định giá trị đồng tiền. Từ một lượng tiền cơ sở do NHTU phát hành qua hệ thống NHTM sẽ được tăng lên gấp bội khi NHTM cấp tín dụng cho nền kinh tế. Khối lượng tiền qua hệ thống ngân hàng được tính theo công thức :

$$D = m.MB$$

D: khối lượng tiền qua hệ thống ngân hàng

MB: khối lượng tiền cơ sở

$m = 1/rd$: hệ số nhân tiền

rd: tỷ lệ dự trữ bắt buộc

Ngân hàng trung ương có thể điều tiết khối lượng tiền cung ứng bằng cách thay đổi lượng tiền tỷ lệ dự trữ bắt buộc để tăng hoặc giảm khả năng tạo tiền của NHTM từ đó ảnh hưởng đến khả năng cấp tín dụng cho nền kinh tế do đó đạt được hiệu quả mà mục tiêu chính sách tiền tệ đặt ra.

❖ Chức năng cung cấp các dịch vụ tài chính

Ngoài các dịch vụ truyền thống là huy động và cho vay, NHTM ngày nay còn cung cấp một danh mục dịch vụ khá đa dạng và phong phú: dịch vụ thanh toán, dịch vụ môi giới, bảo lãnh, tư vấn, bảo hiểm... Cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật, các loại dịch vụ ngân hàng cũng phát triển và mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng. Đồng thời, việc phát triển các dịch vụ này cũng làm tăng hiệu quả sử dụng vốn, tăng chu chuyển vốn trong nền kinh tế, làm giảm lượng tiền mặt trong lưu thông do đó tiết kiệm được chi phí in ấn kiểm đếm tiền.

Ngày nay, trong điều kiện cạnh tranh rất khốc liệt giữa các ngân hàng việc đưa ra các dịch vụ mới làm tăng tiện ích cho khách hàng là một yếu tố để cạnh

tranh. Chính vì vậy mà các ngân hàng tích cực đầu tư trang bị cơ sở vật chất, áp dụng công nghệ tin học, khoa học kỹ thuật vào hoạt động của mình. Nếu các NHTM có thể đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng về dịch vụ, tạo được uy tín với khách hàng thì đây cũng là một biện pháp, một yếu tố để tăng khả năng huy động vốn.

1.1.2.2 Vai trò của NHTM

❖ NHTM là nơi cung cấp vốn cho nền kinh tế

Khi nhắc tới vai trò của NHTM thì không thể không nhắc tới vai trò cung ứng vốn đáp ứng nhu cầu sản xuất kinh doanh của các chủ thể trong nền kinh tế. Để có thể tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh điều đầu tiên các chủ doanh nghiệp phải quan tâm đó là vốn. Nếu không có vốn thì doanh nghiệp sẽ bị mất cơ hội đầu tư, mất đi lợi nhuận mà lẽ ra có thể thu được.

Do nhược điểm của thị trường tài chính dẫn đến ảnh hưởng tới tính liên tục của chu trình tài chính như sự không khớp nhịp giữa cung vốn và cầu vốn qua vấn đề thời gian và lượng vốn, rủi ro đạo đức, rủi ro mất khả năng thanh toán... NHTM với tư cách là một chủ thể kinh doanh trên lĩnh vực tài chính tiền tệ có thể khắc phục được những nhược điểm trên. NHTM chính là người đứng ra tiến hành khơi thông nguồn vốn nhàn rỗi ở mọi tổ chức, cá nhân, mọi thành phần kinh tế ... hình thành nên quỹ cho vay và sử dụng chúng để đáp ứng nhu cầu vốn cho nền kinh tế.

Là một kênh phân phối vốn có hiệu quả NHTM đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có khả năng mở rộng sản xuất kinh doanh cải tiến qui trình công nghệ, từ đó nâng cao năng suất lao động để có thể đứng vững trước sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt của thị trường. Với khả năng cung cấp vốn, NHTM đã trở thành một trong những điểm khởi đầu cho sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia.

❖ NHTM là cầu nối giữa doanh nghiệp với thị trường

Để có thể tiếp cận với thị trường đầu ra và tìm kiếm lợi nhuận các doanh nghiệp cần phải quan tâm tới thị trường đầu vào của mình mà yếu tố đầu vào quan trọng nhất chính là vốn, đây luôn là mối quan tâm hàng đầu của các nhà kinh doanh vì nó đặt nền tảng đầu tiên cho mọi hoạt động của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp không thể chỉ trông chờ vào vốn tự có mà phải biết khai thác các nguồn vốn khác tài trợ cho hoạt động của mình. Nguồn vốn tín dụng của NHTM sẽ giúp doanh nghiệp giải quyết được khó khăn đó. Như vậy, ngân hàng chính là cầu nối đưa doanh nghiệp đến với thị trường giúp doanh nghiệp tìm kiếm được đầu vào,

bồi trơn hoạt động sản xuất kinh doanh làm cho nó phát huy hiệu quả một cách tốt nhất trên thị trường, giúp doanh nghiệp và thị trường gần nhau hơn cả về không gian và thời gian.

❖ **NHTM là công cụ để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế**

Nếu ngân hàng trung ương có nhiệm vụ xây dựng và thực thi chính sách tiền tệ thông qua các công cụ như: thị trường mở, dự trữ bắt buộc, lãi suất,... thì các NHTM một mặt chịu sự tác động trực tiếp của các công cụ này mặt khác nó còn tham gia điều tiết gián tiếp vĩ mô nền kinh tế thông qua mối quan hệ với các tổ chức kinh tế, cá nhân về các hoạt động tài chính tín dụng. Nói cách khác, thông qua hoạt động của NHTM với các chủ thể khác trong nền kinh tế, mọi thông tin có liên quan đến việc hoạch định chính sách tiền tệ sẽ được phản hồi lại ngân hàng trung ương, giúp ngân hàng trung ương có thể hoạch định các chính sách kinh tế vĩ mô phù hợp trong từng thời kỳ để đảm bảo thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng và phát triển ổn định.

❖ **NHTM là cầu nối nền tài chính quốc gia và nền tài chính quốc tế**

Trong nền kinh tế thị trường, khi các mối quan hệ hàng hoá, tiền tệ ngày càng được mở rộng thì nhu cầu giao lưu kinh tế - xã hội giữa các quốc gia trên thế giới ngày càng trở nên cần thiết và cấp bách. Việc phát triển kinh tế ở các quốc gia luôn gắn liền với sự phát triển của nền kinh tế thế giới và là một bộ phận cấu thành nên sự phát triển đó. Vì vậy, nền tài chính của mỗi quốc gia cũng phải hoà nhập với nền tài chính quốc tế và NHTM với các hoạt động của mình đã đóng góp vai trò vô cùng quan trọng trong sự hoà nhập này. Với các nghiệp vụ như thanh toán, nghiệp vụ hối đoái và các nghiệp vụ khác NHTM tạo điều kiện thúc đẩy hoạt động ngoại thương phát triển. Thông qua hoạt động thanh toán, kinh doanh ngoại hối, quan hệ tín dụng với các NHTM nước ngoài NHTM đã thực hiện vai trò điều tiết nền tài chính trong nước phù hợp với sự vận động của nền tài chính quốc tế .

NHTM ra đời và ngày càng phát triển dựa trên cơ sở nền sản xuất lưu thông hàng hoá phát triển và nền kinh tế càng phát triển càng cần đến sự hoạt động của NHTM. Với vai trò quan trọng của mình NHTM trở thành một bộ phận quan trọng trong nền kinh tế quốc dân.

1.1.3 Các nghiệp vụ cơ bản của NHTM

1.1.3.1 Nghiệp vụ huy động vốn

Nghiệp vụ huy động nguồn vốn là hoạt động tiền đề có ý nghĩa đối với bản thân ngân hàng cũng như đối với xã hội. Trong nghiệp vụ này, ngân hàng thương mại được phép sử dụng những công cụ và biện pháp cần thiết mà luật pháp cho phép để huy động các nguồn tiền nhàn rỗi trong xã hội làm nguồn vốn tín dụng để cho vay đối với nền kinh tế.

Thành phần nguồn vốn của ngân hàng thương mại gồm: Vốn điều lệ; Các quỹ dự trữ; Vốn huy động; Vốn đi vay; Vốn tiếp nhận; Vốn khác.

Vốn điều lệ, các quỹ của ngân hàng được gọi là vốn tự có của ngân hàng là nguồn vốn khởi đầu và được bổ sung trong quá trình hoạt động.

+ Vốn điều lệ của ngân hàng trước hết được dùng để: Xây dựng nhà cửa, văn phòng làm việc, mua sắm tài sản, trang thiết bị nhằm tạo cơ sở vật chất đảm bảo cho hoạt động của ngân hàng, số còn lại để đầu tư, liên doanh, cho vay trung và dài hạn.

+ Các quỹ dự trữ của ngân hàng: Đây là các quỹ bắt buộc phải trích lập trong quá trình tồn tại và hoạt động của ngân hàng, các quỹ này được trích lập theo tỷ lệ qui định trên số lợi nhuận ròng của ngân hàng, bao gồm:

- . Quỹ dự trữ : Được trích từ lợi nhuận ròng hằng năm để bổ sung vốn điều lệ
- . Quỹ dự phòng tài chính: Quỹ này để dự phòng bù đắp rủi ro, thu lỗ trong hoạt động của ngân hàng
- . Quỹ phát triển kỹ thuật nghiệp vụ
- . Quỹ khen thưởng phúc lợi.
- . Lợi nhuận để lại để phân bổ cho các quỹ. Chênh lệch tỷ giá, đánh giá lại tài sản, nguồn vốn đầu tư xây dựng cơ bản.

Vốn tự có của ngân hàng là yếu tố tài chính quan trọng bậc nhất, nó vừa cho thấy qui mô của ngân hàng vừa phản ánh khả năng đảm bảo các khoản nợ của ngân hàng đối với khách hàng

Vốn huy động: Đây là nguồn vốn chủ yếu của các ngân hàng thương mại, thực chất là tài sản bằng tiền của các chủ sở hữu mà ngân hàng tạm thời quản lý và sử dụng nhưng phải có nghĩa vụ hoàn trả kịp thời, đầy đủ khi khách hàng yêu cầu. Nguồn vốn huy động là nguồn tài nguyên to lớn nhất, bao gồm:

- + Tiền gửi không kỳ hạn của các tổ chức, cá nhân
- + Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn
- + Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn
- + Tiền phát hành kỳ phiếu, trái phiếu
- + Các khoản tiền gửi khác

Đối với tiền gửi của cá nhân và đơn vị, ngoài lãi suất, thì nhu cầu giao dịch với những tiện lợi nhanh chóng và an toàn là yếu tố cơ bản để thu hút nguồn tiền này.

Đối với tiền gửi tiết kiệm, tiền phát hành kỳ phiếu, trái phiếu thì lãi suất là yếu tố quyết định và người gửi tiết kiệm hay mua kỳ phiếu đều nhằm mục đích kiếm lời.

Vốn đi vay: Nguồn vốn đi vay có vị trí quan trọng trong tổng nguồn vốn của NHTM. Thuộc loại này bao gồm:

- + Vốn vay trong nước:

.Vay ngân hàng trung ương: Ngân hàng trung ương sẽ tiếp vốn cho NHTM thông qua biện pháp chiết khấu, tái chiết khấu nếu các hồ sơ tín dụng cùng các chứng từ xin tái chiết khấu có chất lượng. Làm như vậy, ngân hàng trung ương sẽ trở thành chỗ dựa và là người cho vay cuối cùng đối với NHTM.

. Vay các NHTM khác thông qua thị trường liên ngân hàng

- + Vốn vay ngân hàng nước ngoài

Vốn tiếp nhận: Đây là nguồn tiếp nhận từ các tổ chức tài chính ngân hàng, từ ngân sách nhà nước... để tài trợ theo các chương trình, dự án về phát triển kinh tế xã hội, cải tạo môi sinh... nguồn vốn này chỉ được sử dụng theo đúng đối tượng và mục tiêu đã được xác định

Vốn khác: Đó là các nguồn vốn phát sinh trong quá trình hoạt động của ngân hàng (đại lý, chuyển tiền, các dịch vụ ngân hàng...)

1.1.3.2 Nghiệp vụ sử dụng vốn

Nghiệp vụ cho vay và đầu tư là nghiệp vụ sử dụng vốn quan trọng nhất, quyết định đến khả năng tồn tại và hoạt động của NHTM. Đây là các nghiệp vụ cấu thành bộ phận chủ yếu và quan trọng của tài sản Có của ngân hàng. Thành phần tài sản Có của ngân hàng bao gồm: Dự trữ; Cho vay; Đầu tư; Tài sản Có khác

Dự trữ : Hoạt động tín dụng của ngân hàng nhằm mục đích kiếm lời, song cần phải bảo đảm an toàn để giữ vững được lòng tin của khách hàng. Muốn có được sự tin cậy về phía khách hàng, trước hết phải bảo đảm khả năng thanh toán:

đáp ứng được nhu cầu rút tiền của khách hàng. Muốn vậy các ngân hàng phải để dành một phần nguồn vốn không sử dụng nó để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu thanh toán. Phần vốn để dành này gọi là dự trữ. Ngân hàng trung ương được phép ấn định một tỷ lệ dự trữ bắt buộc theo từng thời kỳ nhất định, việc trả lãi cho tiền gửi dự trữ bắt buộc do chính phủ qui định. Dự trữ bao gồm:

+ Dự trữ sơ cấp: bao gồm tiền mặt, tiền gửi tại ngân hàng trung ương, tại các ngân hàng khác

+ Dự trữ thứ cấp (cấp hai) là dự trữ không tồn tại bằng tiền mà bằng chứng khoán, nghĩa là các chứng khoán ngắn hạn có thể bán để chuyển thành tiền một cách thuận lợi. Thuộc loại này gồm: Tín phiếu kho bạc; Hối phiếu đã chấp nhận; Các giấy nợ ngắn hạn khác, gọi là dự trữ thứ cấp bởi nó chỉ được sử dụng khi các khoản mục dự trữ sơ cấp bị cạn kiệt. Khi quản lý dự trữ bắt buộc, ngân hàng trung ương có thể áp dụng 1 trong 3 phương pháp.

. Phương pháp phong tỏa: Theo đó toàn bộ mức dự trữ bắt buộc phải gửi vào một tài khoản tại ngân hàng TW và sẽ bị phong tỏa để đảm bảo thực hiện đúng mức dự trữ.

. Phương pháp bán phong tỏa: Theo đó một phần của mức dự trữ bắt buộc sẽ được quản lý và phong tỏa tại một tài khoản riêng ở NHTW.

. Phương pháp không phong tỏa: Theo phương pháp này tiền dự trữ được tính và thực hiện hàng ngày trên cơ sở số dư thực tế về tiền gửi không kỳ hạn và tiền gửi có kỳ hạn. Toàn bộ mức dự trữ sẽ không bị phong tỏa, nó có thể tồn tại dưới hình thức tiền mặt hay tiền gửi NHTW hay dưới dạng chứng khoán ngắn hạn là tùy NHTM, tuy nhiên đến cuối mỗi tháng, NHTW sẽ kiểm tra việc thực hiện dự trữ bắt buộc, nếu các NHTM không thực hiện đúng sẽ bị phạt (cảnh cáo, phạt tiền nếu tái phạm)

Cấp tín dụng: Số nguồn vốn còn lại sau khi để dành một phần dự trữ, các ngân hàng thương mại có thể dùng để cấp tín dụng cho các tổ chức, cá nhân bao gồm:

+ Cho vay : là nghiệp vụ tín dụng của NHTM. Trong đó NHTM sẽ cho người đi vay vay một số vốn để sản xuất kinh doanh, đầu tư hoặc tiêu dùng. Khi đến hạn người đi vay phải hoàn trả vốn và tiền lãi. Ngân hàng kiểm soát được người đi vay, kiểm soát được quá trình sử dụng vốn. Người đi vay có ý thức trả nợ cho nên bắt buộc họ phải quan tâm đến việc sử dụng làm sao có hiệu quả để hoàn trả nợ vay.

Trong cho vay thì mức độ rủi ro rất lớn, không thu hồi được vốn vay hoặc trả không hết hoặc không đúng hạn...do chủ quan hoặc khách quan. Do đó khi cho vay các ngân hàng cần sử dụng các biện pháp bảo đảm vốn vay: thế chấp, cầm cố ...

+ Chiết khấu : Đây là nghiệp vụ cho vay (gián tiếp) mà ngân hàng sẽ cung ứng vốn tín dụng cho một chủ thể và một chủ thể khác thực hiện việc trả nợ cho ngân hàng. Các đối tượng trong nghiệp vụ này gồm hối phiếu, kỳ phiếu, trái phiếu và các giấy nợ có giá khác.

+ Cho thuê tài chính : Là loại hình tín dụng trung, dài hạn. Trong đó các công ty cho thuê tài chính dùng vốn của mình hay vốn do phát hành trái phiếu để mua tài sản, thiết bị theo yêu cầu của người đi thuê và tiến hành cho thuê trong một thời gian nhất định. Người đi thuê phải trả tiền thuê cho công ty cho thuê tài chính theo định kỳ. Khi kết thúc hợp đồng thuê người đi thuê được quyền mua hoặc kéo dài thêm thời hạn thuê hoặc trả lại thiết bị tho bên cho thuê.

+ Bảo lãnh ngân hàng: Trong loại hình nghiệp vụ này khách hàng được ngân hàng cấp bảo lãnh cho khách hàng nhờ đó khách hàng sẽ được vay vốn ở ngân hàng khác hoặc thực hiện hợp đồng kinh tế đã ký kết.

Đầu tư : Khoản mục đầu tư có vị trí quan trọng thứ hai sau khoản mục cho vay, nó mang lại khoản thu nhập lớn và đáng kể của ngân hàng thương mại. Trong nghiệp vụ này, ngân hàng sẽ dùng nguồn vốn của mình và nguồn vốn ổn định khác để đầu tư dưới các hình thức như:

+ Góp vốn mua cổ phần, cổ phiếu của các Công ty; góp vốn mua cổ phần chỉ được phép thực hiện bằng vốn của ngân hàng

+ Mua trái phiếu chính phủ, chính quyền địa phương, trái phiếu công ty...

Tất cả hoạt động đầu tư chứng khoán đều nhằm mục đích mang lại thu nhập, mặt khác nhờ hoạt động đầu tư mà các rủi ro trong hoạt động ngân hàng sẽ được phân tán, mặt khác đầu tư vào trái phiếu chính phủ thì mức độ rủi ro sẽ rất thấp.

Tài sản Có khác: Những khoản mục còn lại của tài sản Có trong đó chủ yếu là tài sản lưu động nhằm: Xây dựng hoặc mua thêm nhà cửa để làm trụ sở văn phòng, trang thiết bị, máy móc, phương tiện vận chuyển, xây dựng hệ thống kho quỹ...ngoài ra còn các khoản phải thu, các khoản khác...

1.1.3.3 Các hoạt động cung cấp dịch vụ tài chính

Là nghiệp vụ của ngân hàng thực hiện các dịch vụ cho khách hàng thông qua đó nhận được các khoản thu dưới hình thức hoa hồng. Các hoạt động trung gian này có độ rủi ro thấp hơn hoạt động cho vay và đầu tư trong khi vẫn mang lại nguồn thu lớn cho ngân hàng. Nền kinh tế càng phát triển thì dịch vụ này càng mở rộng, bao gồm:

- + Tiến hành chuyển tiền cho khách hàng, thanh toán hộ khách hàng về các khoản tiền mua bán dịch vụ thông qua việc thu hộ, chi hộ khách hàng bằng hình thức séc, ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi, thư tín dụng ...

- + Đóng vai trò làm trung gian trong việc mua bán hộ cho khách hàng

- + Làm đại lý phát hành và bán chứng khoán cho công ty.

- + Liên kết hợp tác với các công ty bảo hiểm để bán các sản phẩm của mình kèm theo yếu tố bảo hiểm.

- + Tiến hành các hoạt động bảo lãnh, cho thuê các thiết bị trung và dài hạn, ủy thác, tư vấn, môi giới chứng khoán ...

Như vậy, NHTM là một doanh nghiệp đặc biệt kinh doanh trên lĩnh vực tiền tệ thông qua nghiệp vụ huy động vốn để cho vay, đầu tư và thực hiện các nghiệp vụ tài chính khác. Thông qua các nghiệp vụ, NHTM đã chứng tỏ được sự cần thiết của hệ thống ngân hàng trong phát triển nền kinh tế thị trường, là đòn bẩy của nền kinh tế.

1.2 Huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của NHTM

Huy động vốn là hoạt động cơ bản của NHTM, ngân hàng huy động tiền nhàn rỗi từ các tầng lớp kinh tế và dân cư sau đó thực hiện chức năng phân phối vốn tiền tệ, tác động tới sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Huy động vốn do đó được coi là đặc trưng cơ bản nhất của hoạt động ngân hàng, là tiêu thức để phân biệt ngân hàng với tổ chức tài chính khác. Kinh doanh ngân hàng chính là thực hiện mua bán quyền sử dụng vốn tiền tệ, giá cả chính là mức lãi suất mà ngân hàng phải trả cho người “cho vay” và đòi lại từ người mà ngân hàng cho vay vốn, phần chênh lệch giữa hai loại lãi suất này là nguồn chủ yếu hình thành nên lợi nhuận của ngân hàng.

1.2.1 Sự cần thiết của vốn huy động trong hoạt động kinh doanh ngân hàng

Trong tổng nguồn vốn của một ngân hàng, vốn chủ sở hữu chỉ chiếm một phần rất nhỏ, còn đại bộ phận là nguồn vốn huy động từ các đối tượng khác nhau. Phải có vốn huy động ngân hàng mới có thể hoạt động bình thường và phát triển

bởi chức năng chủ yếu của nguồn vốn chủ sở hữu là bảo vệ an toàn và điều chỉnh hoạt động ngân hàng. Như vậy trong quá trình hoạt động kinh doanh các ngân hàng dựa vào nguồn vốn chủ sở hữu để đưa ra các quyết định kinh tế cho phù hợp với các quy định của luật pháp. Còn nguồn vốn được sử dụng vào các hoạt động kinh doanh sinh lời của một ngân hàng chính là từ vốn huy động. Nguồn vốn huy động càng nhiều ngân hàng càng có khả năng cung ứng vốn kịp thời cho nền kinh tế từ đó thúc đẩy sự tăng trưởng cũng như làm giàu cho ngân hàng. Như vậy chỉ với vốn huy động ngân hàng mới có thể làm tốt chức năng trung gian tín dụng - chức năng quyết định sự duy trì và phát triển của ngân hàng, đồng thời là cơ sở để thực hiện các chức năng còn lại.

1.2.2 Vai trò của vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại

NHTM là trung gian tài chính với chức năng cơ bản là “đi vay để cho vay”. Dù bất kì hình thức nào các NHTM luôn đặt lợi nhuận lên hàng đầu. Để đạt được điều đó thì công cụ cần thiết mà các NHTM phải có là vốn. Nguồn vốn huy động dồi dào giúp cho các NHTM đa dạng hoạt động kinh doanh, nhằm phân tán rủi ro và thu được lợi nhuận cao. Vì vậy vốn huy động có vai trò rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của NHTM.

1.2.2.1 Nguồn vốn huy động giúp Ngân hàng tổ chức mọi hoạt động kinh doanh

Trong nền kinh tế thị trường, bất kì doanh nghiệp nào muốn sản xuất kinh doanh thì đều cần phải có vốn vì vốn phản ánh năng lực chủ yếu để quyết định khả năng kinh doanh của doanh nghiệp. Riêng đối với NHTM là một doanh nghiệp kinh doanh một loại hàng hóa đặc biệt là tiền tệ thì nguồn vốn huy động có vai trò rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của NHTM.

Một Ngân hàng không thể hoạt động kinh doanh tốt nếu các hoạt động nghiệp vụ của nó hoàn toàn phụ thuộc vào vốn đi vay: vay để cho vay, vay để đầu tư, vay để thanh toán. Ngược lại một Ngân hàng với nguồn vốn huy động dồi dào sẽ hoàn toàn tự quyết trong hoạt động kinh doanh của mình, không bỏ lỡ cơ hội kinh doanh. Nguồn vốn huy động dồi dào cũng làm tăng khả năng của Ngân hàng chủ động đa dạng hoá các hoạt động kinh doanh nhằm phân tán rủi ro thu được lợi nhuận cao nhất, đạt mục tiêu cuối cùng là an toàn sinh lời.

1.2.2.2 Nguồn vốn huy động quyết định quy mô của hoạt động tín dụng và các hoạt động khác

Vốn huy động có ảnh hưởng to lớn đến việc mở rộng hay thu hẹp khối lượng tín dụng cũng như các hoạt động khác. Thông thường so với các Ngân hàng nhỏ, các Ngân hàng lớn có khoản mục đầu tư, cho vay đa dạng hơn, phạm vi và khối lượng cho vay của các Ngân hàng này cũng lớn hơn. Trong khi các Ngân hàng lớn cho vay ở thị trường trong nước thậm chí quốc tế thì các Ngân hàng nhỏ lại giới hạn phạm vi hoạt động chủ yếu trong cộng đồng. Thêm vào đó, do khả năng vốn hạn hẹp nên các Ngân hàng nhỏ không phản ứng nhạy bén được với sự biến động của lãi suất, gây ảnh hưởng đến khả năng thu hút vốn đầu tư từ các tầng lớp dân cư và các thành phần kinh tế. Nếu khả năng vốn của Ngân hàng đó dồi dào thì chắc chắn Ngân hàng sẽ mở rộng và đáp ứng được nhu cầu vay vốn, có đủ điều kiện để mở rộng thị trường tín dụng, tăng khả năng thanh toán và các dịch vụ Ngân hàng.

1.2.2.3 Nguồn vốn huy động quyết định năng lực thanh toán và đảm bảo uy tín của Ngân hàng trên thị trường.

Trong nền kinh tế thị trường, để tồn tại và mở rộng quy mô hoạt động đòi hỏi Ngân hàng phải coi uy tín trên thị trường là điều quan trọng. Uy tín đó trước hết phải thể hiện ở khả năng sẵn sàng thanh toán chi trả cho khách hàng. Mà khả năng thanh toán của Ngân hàng càng cao thì vốn khả dụng của Ngân hàng càng lớn. Với tiềm năng vốn lớn, nguồn huy động dồi dào, Ngân hàng có thể hoạt động kinh doanh với quy mô ngày càng mở rộng, tiến hành cạnh tranh có hiệu quả vừa giữ chữ tín vừa nâng cao thanh thế của Ngân hàng trên thị trường.

1.2.2.4 Nguồn vốn huy động là một trong những nhân tố quyết định năng lực cạnh tranh của Ngân hàng

Thực tế đã chứng minh: quy mô trình độ nghề nghiệp, phương tiện kỹ thuật hiện đại của Ngân hàng là tiền đề cho việc thu hút nguồn vốn. Khả năng vốn lớn là điều kiện thuận lợi đối với Ngân hàng trong việc mở rộng quan hệ tín dụng với các thành phần kinh tế xét cả quy mô, khối lượng tín dụng, chủ động về thời gian gia hạn cho vay thậm chí quyết định mức lãi suất vừa phải cho khách hàng, điều này sẽ thu hút ngày càng nhiều khách hàng, doanh số hoạt động của Ngân hàng tăng lên nhanh chóng và Ngân hàng có điều kiện thuận lợi hơn trong kinh doanh.

Hơn nữa vốn của Ngân hàng lớn sẽ giúp cho Ngân hàng có đủ khả năng tài chính, kinh doanh đa năng trên thị trường, không chỉ đơn thuần là cho vay mà còn mở rộng hình thức liên doanh, liên kết, kinh doanh dịch vụ thuê mua... Và chính những hình thức kinh doanh đa năng này sẽ góp phần phân tán rủi ro trong hoạt động kinh doanh và tạo thêm nguồn vốn cho Ngân hàng, đặc biệt là tăng sức cạnh tranh của Ngân hàng trên thị trường.

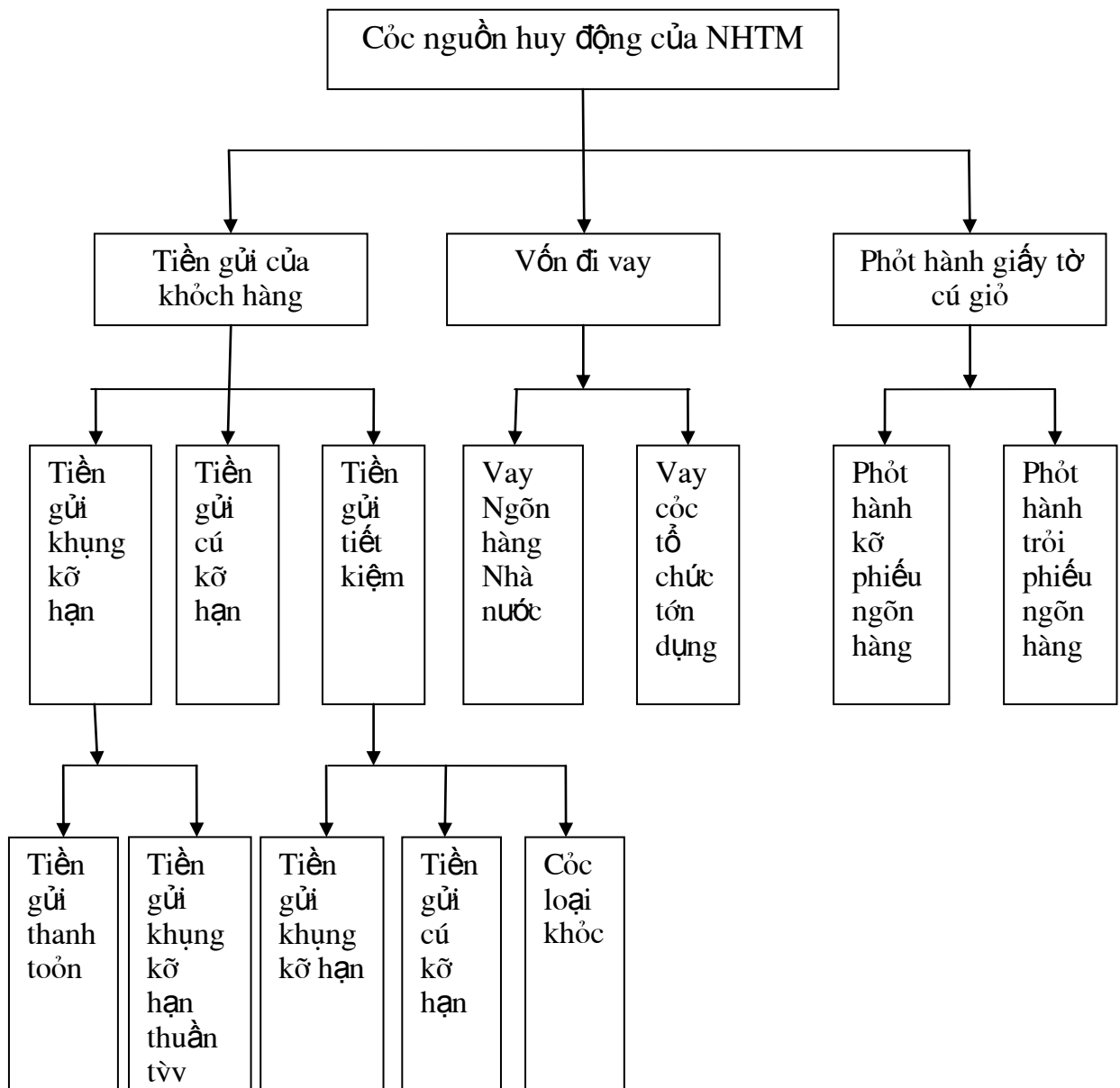
1.2.3 Các hình thức huy động vốn của NHTM

Vốn huy động là những giá trị tiền tệ do ngân hàng huy động thông qua các nghiệp vụ chủ yếu như: nghiệp vụ tiền gửi, nghiệp vụ phát hành giấy tờ có giá và các nghiệp vụ trung gian khác. Vốn huy động là nguồn vốn mà ngân hàng có thể chủ động tìm kiếm hoặc bị động trong việc tạo nguồn.

Vốn huy động chiếm một tỷ trọng rất lớn trong tổng nguồn vốn kinh doanh của ngân hàng thường ở mức 70 – 80%, đây chính là nguồn chủ yếu đáp ứng nhu cầu tín dụng của khách hàng và cũng là nguồn mang lại thu nhập chủ yếu cho ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng thông qua các công cụ tài chính với mức lãi suất khác nhau, thời hạn hoàn trả khác nhau để có thể huy động tới mức tối đa nguồn tiền tạm thời nhàn rỗi của khách hàng. Các NHTM phải làm sao thu hút được nhiều tiền của người tiêu dùng và các doanh nghiệp dù ngân hàng phải trả lãi cho loại tiền gửi này song việc thu hút nhanh và biết sử dụng vẫn mang lại nguồn lợi lớn cho ngân hàng.

Bản chất của vốn huy động là tài sản thuộc các sở hữu khác nhau, ngân hàng chỉ có quyền sử dụng mà không có quyền sở hữu và phải có trách nhiệm hoàn trả cả gốc lẫn lãi khi đến hạn hoặc khi khách hàng có nhu cầu rút vốn để chi trả trước hạn. Vì vậy ngân hàng không được phép sử dụng hết số vốn đó vào hoạt động kinh doanh mà phải dự trữ với một tỷ lệ hợp lý để đảm bảo khả năng thanh toán cho ngân hàng.

Sơ đồ 1.1: Các nguồn vốn huy động của NHTM



1.2.3.1 Huy động thông qua tài khoản tiền gửi

Tiền gửi của ngân hàng là nguồn tài nguyên quan trọng nhất của NHTM. Khi một ngân hàng bắt đầu hoạt động nghiệp vụ đầu tiên là mở các tài khoản tiền gửi để giữ hộ và thanh toán hộ cho khách hàng, bằng cách đó ngân hàng huy động tiền của các doanh nghiệp, tổ chức và dân cư. Để gia tăng tiền gửi trong môi trường cạnh tranh và để có được nguồn tiền có chất lượng ngày càng cao các ngân hàng đã

đưa ra và thực hiện nhiều hình thức huy động khác nhau do đó cũng có nhiều loại tiền gửi khác nhau.

❖ Tiền gửi không kì hạn:

Tiền gửi không kì hạn (còn gọi là tiền gửi giao dịch hay tiền gửi thanh toán), là loại tiền gửi mà người gửi tiền được quyền rút tiền ra bất kì lúc nào trong thời gian ngân hàng làm việc. Tiền gửi không kì hạn bao gồm: tiền gửi của các tổ chức kinh tế, cá nhân, các tổ chức đoàn thể - xã hội.

Chủ tài khoản tiền gửi không kì hạn gửi tiền vào ngân hàng không nhằm mục đích thu lãi, mà để phục vụ cho nhu cầu giao dịch, thanh toán. Chính vì vậy, ngân hàng nào cung cấp dịch vụ ngân quỹ và thanh toán tốt nhất sẽ có điều kiện để thu hút nguồn vốn này nhiều hơn. Tiền gửi không kì hạn có mức lãi suất thấp nhất, vì vậy đây là nguồn vốn kinh doanh mang lại hiệu quả cao, tuy nhiên do tính chất không kì hạn nên nguồn vốn này thường biến động theo diễn biến của tình hình kinh tế tài chính, nói cách khác, nguồn vốn tiền gửi không kì hạn có mức độ rủi ro thanh khoản rất cao, cần lưu ý khi khai thác và sử dụng nguồn vốn này.

Tùy theo mục đích gửi tiền mà người ta phân chia thành tiền gửi thanh toán và tiền gửi không kì hạn thuần túy:

+ *Tiền gửi thanh toán*: Đây là khoản tiền gửi thanh toán của các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân gửi vào ngân hàng trước hết được sử dụng để thanh toán, chi trả cho các hoạt động hàng hóa, dịch vụ, và các khoản chi phí khác phát sinh trong quá trình kinh doanh một cách thường xuyên, an toàn và thuận tiện. Khi sử dụng các tiện ích thanh toán, chủ tài khoản phải trả cho ngân hàng một khoản phí.

Tiền gửi thanh toán thường được bảo quản tại ngân hàng trên hai loại tài khoản: tài khoản tiền gửi thanh toán và tài khoản vãng lai. Đối với tài khoản tiền gửi thanh toán, việc rút tiền hoặc chi trả cho bên thứ ba thường được thực hiện bằng séc hay chuyển khoản. Khách hàng mở tài khoản này nhằm mục đích thanh toán, và sử dụng dễ dàng, thuận tiện đồng vốn khi cần. Tài khoản vãng lai là tài khoản có lúc dư nợ, có lúc dư có. Với tài khoản này, khách hàng còn có thể được ngân hàng đáp ứng nhu cầu tín dụng trong một khoảng thời gian nhất định và một giới hạn nhất định được gọi là hạn mức thấu chi.

+ *Tiền gửi không kì hạn thuần túy*: Đây là khoản tiền gửi của doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân gửi vào ngân hàng trong khi chưa có kế hoạch sử dụng cụ thể nhằm mục đích đảm bảo an toàn tài sản, và khi cần có thể sử dụng ngay. Không mang

tính chất phục vụ thanh toán. Khi cần khách hàng có thể đến rút ra để chi tiêu. Hình thức tiền gửi này không được ngân hàng cho phép phát hành séc.

Nói chung, tài khoản tiền gửi của khách hàng tại ngân hàng phản ánh mối quan hệ kinh tế, pháp lý giữa ngân hàng với người gửi tiền nên giữa ngân hàng với người gửi tiền phải tuân thủ quy chế mở và sử dụng tiền gửi do Thống đốc NHNN ban hành và các văn bản quy phạm pháp luật khác có liên quan, đồng thời chủ tài khoản phải làm thủ tục mở tài khoản và đăng kí chữ kí mẫu đối với khách hàng là cá nhân, mẫu chữ kí chủ tài khoản và kế toán trưởng, mẫu con dấu đối với khách hàng là doanh nghiệp, tổ chức xã hội tại các ngân hàng mở tài khoản. Ngân hàng được từ chối thanh toán nếu khách hàng vi phạm quy định quản lý tài khoản thanh toán và chứng từ chế độ kế toán ngân hàng.

Đứng trên góc độ ngân hàng, tiền gửi không kì hạn là một khoản nợ mà ngân hàng luôn phải chủ động trả cho khách hàng vào bất cứ lúc nào. Tuy nhiên, trong mỗi ngân hàng có sự không khớp nhịp giữa xuất và nhập trên mỗi tài khoản tiền gửi thanh toán, hay giữa các tài khoản của các doanh nghiệp làm cho nhập lớn hơn xuất, tạo nên tồn khoản. Khi đã đảm bảo khả năng thanh toán của mình, ngân hàng có thể sử dụng tồn khoản vào làm vốn kinh doanh.

❖ Tiền gửi có kỳ hạn:

Tiền gửi có kỳ hạn là những giá trị tiền tệ tạm thời chưa sử dụng mà khách hàng gửi vào ngân hàng dưới hình thức ký thác có kỳ hạn. Theo nguyên tắc thì khách hàng không được phép rút tiền trước thời hạn. Tuy nhiên, trên thực tế, do áp lực cạnh tranh nên các ngân hàng thường cho phép khách hàng rút ra trước hạn với điều kiện là người gửi không được trả lãi suất hoặc chịu một mức phạt nào đó tùy thuộc chính sách huy động vốn của ngân hàng và loại tiền gửi định kỳ. Mục đích chính của người gửi tiền là tìm kiếm lợi tức vì lãi suất mà ngân hàng chi trả cho loại này cao hơn lãi suất chi trả cho tiền gửi không kỳ hạn. Ngân hàng có thể chủ động trong việc sử dụng nguồn vốn này vì tính chất ổn định của nguồn vốn. Tiền gửi có kỳ hạn từ một năm trở lên chủ yếu được dùng để đầu tư cho vay trung và dài hạn.

Các NHTM thường đưa ra nhiều loại kỳ hạn khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người gửi tiền: 1 tháng, 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng, 12 tháng, 2 năm... Mức lãi suất phụ thuộc vào thời hạn gửi tiền, thông thường kỳ hạn càng dài

lãi suất càng cao để khuyến khích hàng gửi tiền theo kỳ hạn dài. Ngân hàng có thể áp dụng lãi suất cố định hoặc thả nổi. Nếu áp dụng lãi suất thả nổi thì lấy lãi suất thị trường liên ngân hàng làm cơ sở cho việc xác định lãi suất.

❖ Tiền gửi tiết kiệm:

Tiền gửi tiết kiệm là loại tiền gửi của các tầng lớp dân cư trong xã hội với mục đích tích lũy và hưởng lãi. Về hình thức, người gửi tiền được cấp một quyển sổ gọi là sổ tiết kiệm, trên sổ này ghi rõ số tiền gửi, kì hạn và lãi suất mà khách hàng thống nhất với ngân hàng.

Tiền gửi tiết kiệm chia thành hai loại là: tiết kiệm không kỳ hạn, tiết kiệm có kỳ hạn.

+ *Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn:*

Theo hình thức này, khách hàng có thể gửi tiền nhiều lần và rút ra theo nhu cầu sử dụng vào bất cứ thời điểm nào. Tuy nó là tiền gửi không kỳ hạn nhưng không phải là tiền gửi thanh toán nên người gửi tiền không được hưởng các tiện ích thanh toán, bù lại họ thường được nhận mức lãi suất cao hơn lãi suất tiền gửi thanh toán. Nguồn vốn này cũng thường xuyên biến động, ngân hàng phải chủ động trong việc chi trả cho khách hàng nên nhìn chung lãi suất của loại tiền gửi này vẫn thấp.

+ *Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn:*

Khác với tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, người gửi tiết kiệm có kỳ hạn chỉ được rút cả gốc và lãi khi đáo hạn. Tuy nhiên để tăng sức cạnh tranh, thu hút tiền gửi các ngân hàng vẫn cho phép khách hàng rút tiền trước hạn, khi đó tiền lãi mà khách hàng được hưởng sẽ bị khấu trừ một phần hoặc khách hàng chỉ hưởng lãi theo mức lãi suất của tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn. Mục đích gửi tiền của họ là an toàn và hưởng lãi vì khách hàng đã xác định trước và có kế hoạch chi tiêu cụ thể đối với khoản tiền này. Khoản tiền gửi có kỳ hạn càng dài thì lãi suất càng cao bởi vì ngân hàng có thể chủ động sử dụng nó cho hoạt động kinh doanh của mình đặc biệt là để cho vay trung, dài hạn.

Là sản phẩm huy động truyền thống với các hình thức phong phú và kỳ hạn đa dạng nên tiền gửi tiết kiệm rất phù hợp với dân cư, đáp ứng được nhu cầu người gửi, khả năng huy động của ngân hàng từ nguồn vốn này là rất tiềm năng. Tuy nhiên ngân hàng cần chú ý đến chính sách lãi suất huy động, nghiên cứu để đưa ra

các hình thức huy động hấp dẫn, phù hợp với tính năng phong phú và phức tạp của đối tượng dân cư.

1.2.3.2 Huy động thông qua các thị trường

Đây là nguồn vốn mà ngân hàng có được nhờ quan hệ vay mượn giữa NHTM với NHNH, giữa các NHTM với nhau và với các tổ chức tín dụng khác. Nguồn vốn này ngân hàng phải chịu vay với chi phí cao hơn, vì vậy chỉ trong trường hợp ngân hàng thiếu vốn kinh doanh trong thời gian ngắn thì ngân hàng mới đi vay.

+ *Vay NHTW*: NHTW sẽ tiếp vốn (cho vay) đối với các NHTM thông qua nghiệp vụ chiết khấu và tái chiết khấu thương phiếu hoặc các chứng từ có giá trị hoặc cho vay lại theo hồ sơ tín dụng mà NHTM xuất trình. Điều kiện tiếp vốn của NHTW với NHTM khắt khe hay dễ dàng phụ thuộc vào mục tiêu của chính sách tiền tệ trong từng thời kì, uy tín và chất lượng hoạt động tín dụng của mỗi NHTM. Vay NHTW gồm có:

- Vay cầm cố chứng từ có giá
- Vay lại theo hồ sơ tín dụng
- Vay chiết khấu và tái chiết khấu
- Vay thanh toán

+ *Vay các tổ chức tín dụng khác*: Các NHTM có thể cho vay lẫn nhau thông qua thị trường liên ngân hàng. Nếu là thị trường Liên ngân hàng có tổ chức thì đây là trường hợp các ngân hàng có tình trạng vốn khả dụng thiếu sẽ được vay trên thị trường liên ngân hàng theo sắp xếp, tổ chức của NHNN Việt Nam, khi có các ngân hàng khác có lượng vốn khả dụng dư thừa. Trường hợp thị trường Liên ngân hàng tự do, các ngân hàng có thể cho vay trực tiếp lẫn nhau để tự giải quyết tình trạng dư thừa và thiếu hụt nguồn vốn khả dụng.

1.2.3.3 Huy động thông qua phát hành chứng từ có giá

Các giấy tờ có giá là các công cụ nợ do ngân hàng chủ động phát hành để huy động vốn trên thị trường, nhằm phục vụ cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Ưu thế của hình thức huy động này là ngân hàng huy động được đúng số lượng vốn cần thiết và có thời hạn đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng. Lãi suất của loại này phụ thuộc vào sự cấp thiết của việc huy động vốn nên thường cao hơn lãi suất tiền gửi có kỳ hạn thông thường. Có các loại giấy tờ có giá như:

** Chứng chỉ tiền gửi (CDs)*

CDs là công cụ vay nợ do NHTM bán cho người gửi tiền với lãi suất nhất định và được lưu thông khi chưa đến hạn thanh toán. Khả năng chuyển nhượng trên thị trường của CDs là rất cao. Người sở hữu CDs có thể được hoàn trả hết toàn bộ số tiền gửi cộng với lãi hoặc có thể bán CDs trên thị trường thứ cấp. CDs là công cụ mang lãi suất, lãi suất của nó được tính toán trên cơ sở 360 ngày và được trả theo mệnh giá và thời hạn.

** Trái phiếu:*

Trái phiếu là một chứng thư xác nhận một khoản nợ của tổ chức phát hành đối với người sở hữu, trong đó cam kết sẽ hoàn trả nợ kèm lãi trong một thời gian nhất định. Kỳ hạn của trái phiếu thường là trên một năm. Thông qua phát hành trái phiếu, ngân hàng có thể thu hút được nguồn vốn trung và dài hạn để cho vay mở rộng sản xuất kinh doanh và đầu tư. Việc phát hành trái phiếu chỉ được thực hiện khi ngân hàng đã có kế hoạch sử dụng vốn để cho vay trung dài hạn.

** Kỳ phiếu:*

Kỳ phiếu là chứng chỉ huy động vốn có mục đích, có thời hạn, có lãi suất tương ứng với từng loại kỳ hạn hoặc phương thức trả lãi trước hoặc sau. Đây là giấy tờ có giá ngắn hạn vì thời hạn của nó thường dưới một năm. Ngân hàng thường phát hành kỳ phiếu khi cần huy động vốn ngắn hạn.

Ở nước ta hiện nay các hình thức huy động qua phát hành công cụ nợ còn thấp so với nguồn huy động khác. Tùy theo từng thời kỳ, khi nào cần thì ngân hàng mới huy động. Sử dụng nguồn này ngân hàng chủ động được thời gian sử dụng, số lượng và giá cả của vốn. Tuy ngân hàng phải trả mức lãi suất cao hơn mức lãi suất huy động vốn, nhưng có tác dụng kiềm chế lạm phát và góp phần cho sự hình thành và phát triển của thị trường chứng khoán.

1.3 Hiệu quả huy động vốn của NHTM

1.3.1 Quan điểm về hiệu quả huy động vốn của NHTM

Hiệu quả huy động vốn được thể hiện ở những nội dung sau:

- Lượng vốn huy động tăng trưởng cao hàng năm, tốc độ tăng trưởng được duy trì và tăng dần theo mục tiêu đã định. Theo đó kế hoạch huy động vốn phải được thực hiện thành công, mức vốn đạt được phải bằng hoặc vượt mức kế hoạch.

- Chi phí cho việc huy động vốn phải ở mức chấp nhận được. Lãi suất huy động phải được xác định dựa trên mối quan hệ với lãi suất cho vay để người vay vốn chấp nhận được lãi vay và ngân hàng vẫn có lợi nhuận.
- Chất lượng nguồn vốn huy động phải đảm bảo, mang những tính chất như: hợp pháp, ổn định, lâu dài... để đảm bảo hiệu quả cho các hoạt động khác của ngân hàng.
- Cơ cấu nguồn vốn phải hợp lý theo mục tiêu, chiến lược huy động vốn mà ngân hàng đã đề ra. Sự hợp lý trong cơ cấu nguồn cũng là điều kiện để ngân hàng có cơ sở thực hiện, triển khai các kế hoạch hoạt động kinh doanh của mình theo chiều hướng có lợi hơn.

1.3.2 Ý nghĩa của việc nâng cao hiệu quả huy động vốn của NHTM

Huy động vốn là một hoạt động hết sức quan trọng của các NHTM vì nó là kênh cung cấp đầu vào trong hoạt động của NHTM. Có thể nói rằng hoạt động kinh doanh của ngân hàng có phát triển tốt hay không phụ thuộc rất nhiều vào việc huy động vốn. Ngoài ý nghĩa hết sức quan trọng trong hoạt động kinh doanh của NHTM thì nghiệp vụ huy động vốn còn có một số ý nghĩa khác như:

- Huy động vốn đảm bảo nhu cầu đầu tư phát triển của nền kinh tế

Đây là một vấn đề quan trọng trong sự nghiệp phát triển kinh tế của bất kỳ quốc gia, dân tộc nào trên thế giới. Để thực hiện được điều đó thì quan trọng hơn cả là nguồn vốn đầu tư. Càng có nhiều nguồn vốn thì cơ hội để phát triển nền kinh tế càng lớn. Vì vậy, nghiệp vụ huy động vốn góp phần không nhỏ đảm bảo nhu cầu phát triển của nền kinh tế quốc dân.

- Huy động vốn tạo điều kiện cân bằng cung cầu tiền tệ, giảm lạm phát:

Lạm phát là khi mà lượng tiền lưu thông vượt quá nhu cầu cần thiết làm cho chúng bị mất giá, làm cho giá cả của các loại hàng hoá không ngừng tăng lên. Trong khi đó nếu nghiệp vụ huy động vốn của NHTM hoạt động không hiệu quả thì lượng tiền nhàn rỗi trong xã hội còn cao dễ dẫn đến nguy cơ xảy ra lạm phát. Vì thế nghiệp vụ HDV của Ngân hàng đã góp phần làm giảm lạm phát, ổn định tiền tệ và ổn định nền kinh tế.

- Huy động vốn tạo điều kiện đưa tiền nhàn rỗi vào lưu thông, làm cho chúng có thể sinh lời.

Thực tế khi huy động vốn thì chắc chắn NHTM sẽ phải trả một khoản lãi suất theo quy định tương ứng với số vốn huy động cho người sở hữu số vốn đó.

Như vậy nghiệp vụ huy động vốn của NHTM không những có thể đưa tiền nhàn rỗi trong xã hội vào lưu thông mà còn góp phần làm cho đồng tiền có khả năng sinh lời và làm tăng thu nhập cho người sở hữu vốn.

1.3.3 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn của NHTM

Nguồn vốn huy động từ bên ngoài của NHTM bao gồm nhiều bộ phận khác nhau như nguồn tiền gửi, tiền vay và các nguồn khác. Mỗi thành phần có đặc trưng về quy mô, cơ cấu, chi phí lãi suất phải trả, tính ổn định, khả năng thanh toán và rủi ro lãi suất khác nhau.

1.3.3.1 Chỉ tiêu đánh giá quy mô, tốc độ tăng trưởng vốn huy động

Để đánh giá khả năng huy động vốn của NHTM, trước hết người ta sử dụng chỉ tiêu quy mô và tốc độ tăng trưởng vốn huy động.

Quy mô là chỉ tiêu phản ánh khối lượng nguồn vốn huy động của NHTM. Quy mô nguồn vốn huy động càng tăng sẽ hỗ trợ vốn cho Ngân hàng hoạt động, phát triển và mở rộng phạm vi hoạt động của mình. Quy mô nguồn vốn huy động thể hiện tính ổn định và tăng tiềm lực của khách hàng.

$$\text{Tốc độ tăng nguồn vốn huy động} = \frac{\text{NV huy động kỳ này} - \text{NV huy động kỳ trước}}{\text{NV huy động kỳ trước}} * 100\%$$

1.3.3.2 Chỉ tiêu đánh giá cơ cấu nguồn vốn huy động

Cơ cấu nguồn vốn huy động là tỷ trọng từng loại nguồn vốn huy động trong tổng nguồn vốn huy động.

$$\text{Tỷ trọng nguồn vốn huy động thứ } i = \frac{\text{NV huy động thứ } i}{\text{Tổng NV huy động}} * 100\%$$

Chỉ tiêu này được sử dụng để nghiên cứu sự thay đổi theo thời gian, đánh giá tính hợp lý của xu hướng biến động của cơ cấu nguồn vốn huy động để phát hiện được mặt mạnh, mặt yếu của ngân hàng trong kinh doanh. Nếu ngân hàng nào có tỷ trọng tiền gửi không kỳ hạn cao thì ngân hàng đó có nhiều thuận tiện trong việc tạo lợi nhuận bởi vì đầu vào của nguồn vốn huy động này rẻ nhưng ngân hàng đó phải tính toán kỹ khi cho vay để tránh rủi ro thanh toán. Ngược lại, ngân hàng nào có tỷ lệ nguồn vốn có kỳ hạn cao thì sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc giải quyết đầu ra của nguồn vốn vì lãi suất trả cho loại tiền gửi này cao nhưng đòi lại

nguồn vốn ổn định do đó ngân hàng có thể sử dụng nguồn vốn này để mở rộng cho vay trung và dài hạn. Nhìn vào đây các NHTM xác định rõ cơ cấu nguồn vốn huy động cho hợp lý từ đó giúp NHTM hạn chế rủi ro và tối thiểu hoá chi phí đầu vào.

1.3.3.3 Chỉ tiêu phản ánh khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh (sự phù hợp giữa huy động vốn và sử dụng vốn)

Các nguồn vốn huy động được phân chia vào danh mục tài sản của ngân hàng như: Tiền mặt, tiền gửi ngân hàng khác, cho vay, mua chứng khoán,... Danh mục tài sản của ngân hàng cũng cần được xem xét dưới góc độ cấu trúc kỳ hạn để xác định sự phù hợp với nguồn vốn. Thông thường các ngân hàng vẫn sử dụng một phần vốn có thời hạn ngắn để đầu tư vào các tài sản có thời hạn dài hơn nhưng chỉ ở một tỷ lệ nhất định vì nếu lớn hơn nữa, tức là sử dụng vốn ngắn hạn để cho vay thời hạn dài thì ngân hàng đến một thời điểm nào đó sẽ chịu sức ép về khả năng thanh toán. Ngược lại, nếu ngân hàng sử dụng nguồn vốn dài hạn để cho vay ngắn hạn thì sẽ khó đảm bảo chênh lệch lãi suất và không hiệu quả vì nguồn vốn dài hạn có chi phí cao hơn trong khi lãi suất cho vay ngắn hạn thường thấp hơn lãi suất cho vay trung và dài hạn. Mô hình cấu trúc kỳ hạn giúp chúng ta phân tích sự phù hợp giữa nguồn vốn và sử dụng vốn. Dựa vào đó ngân hàng tiến hành điều chỉnh cơ cấu nguồn vốn (bao gồm cơ cấu vốn theo ngắn hạn và trung hạn, dài hạn, cơ cấu vốn theo nội tệ và ngoại tệ, theo tiền gửi dân cư và tiền gửi doanh nghiệp) và danh mục tài sản để vừa nâng cao hiệu suất sử dụng vốn, tăng doanh lợi đồng thời duy trì khả năng thanh toán (trường hợp thiếu dự trữ), đầu tư thêm tài sản sinh lời (trường hợp thừa vốn) hoặc chuẩn bị tái đầu tư cho một số tài sản sắp đến hạn.

Để so sánh khả năng cho vay và khả năng huy động vốn của ngân hàng đồng thời xác định hiệu quả của một đồng vốn huy động người ta dùng chỉ số:

$$\text{Hệ số sử dụng vốn trong kì} = \frac{\text{Tổng dư nợ cho vay trong kì}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động trong kì}}$$

Số lượng vốn được sử dụng trong tổng nguồn vốn huy động càng tăng thì hệ số sử dụng vốn càng lớn điều này cho thấy số vốn huy động được quay vòng nhanh và có hiệu quả từ đó làm cho lợi nhuận thu được cũng tăng theo vì vậy hệ số sử dụng vốn cũng là một phân quan trọng khi đánh giá hiệu quả huy động vốn. Nhưng

đồng thời nó phản ánh rủi ro tín dụng càng lớn. Do vậy để sử dụng có hiệu quả nguồn vốn huy động thì phải lựa chọn khách hàng để giảm thiểu rủi ro.

1.3.3.4 Chỉ tiêu về chi phí huy động vốn

Do tiền gửi của khách hàng giống như món nợ của ngân hàng đối với khách hàng nên ngân hàng cần phải trả lãi đó chính là chi phí huy động vốn của ngân hàng (lãi suất huy động). Lãi suất huy động càng cao thì càng khuyến khích khách hàng gửi tiền vào ngân hàng, tuy nhiên nếu lãi suất đầu vào cao thì sẽ ảnh hưởng đến lãi suất đầu ra và cũng ảnh hưởng đến lợi nhuận của ngân hàng. Do vậy, đòi hỏi ngân hàng phải tìm ra được mức lãi suất hợp lý để có thể tối thiểu hóa chi phí trong khi vẫn hoàn thành được kế hoạch nguồn vốn và đem lại lợi nhuận cho ngân hàng.

Chi phí huy động vốn là một trong những chỉ tiêu quan trọng nhất để đánh giá hiệu quả huy động vốn của NHTM, chi phí huy động vốn được đánh giá qua chỉ tiêu lãi suất huy động bình quân, lãi suất huy động từng nguồn.

Lãi suất huy động từng nguồn = Lãi trả cho nguồn huy động + chi phí huy động khác

$$\text{Lãi suất huy động bình quân} = \frac{\text{Tổng chi phí huy động}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động}}$$

Chỉ tiêu này cho phép đánh giá sự hợp lý trong cơ cấu huy động hay chất lượng nguồn vốn huy động của ngân hàng từ đó tới chất lượng của tài sản, đòi hỏi tính nhạy bén của nhà quản lý ngân hàng. Ngân hàng cần phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quy mô và cấu trúc nguồn huy động, để xác định lãi suất và các chi phí huy động khác. Định giá huy động cần tính toán kỹ lưỡng yếu tố lãi và phi lãi, cân nhắc lợi thế của mỗi yếu tố trong những trường hợp cụ thể.

1.3.3.5 Một số chỉ tiêu khác

❖ Chỉ tiêu lợi nhuận

Lợi nhuận của Ngân hàng là chỉ tiêu được xác định thông qua doanh thu và chi phí của Ngân hàng. Lợi nhuận càng cao càng chứng tỏ Ngân hàng có hoạt động hiệu quả, có thể bỏ ra chi phí ít mà hiệu quả thu lại cao. Muốn vậy Ngân hàng cần có các kênh huy động hiệu quả với chi phí thấp nhưng sao cho vẫn đáp ứng được nhu cầu sử dụng vốn của mình.

❖ Mức độ thuận tiện của khách hàng:

Được đánh giá qua các thủ tục gửi tiền, rút tiền, các dịch vụ kèm theo của ngân hàng. Tiết kiệm thời gian và chi phí cho khách hàng.

- ❖ Thời gian để huy động một lượng vốn nhất định.
- ❖ Quản lý các rủi ro liên quan đến huy động vốn.

Trên đây là một số chỉ tiêu dùng để đánh giá hiệu quả công tác huy động vốn. Tuy nhiên, sử dụng một chỉ tiêu thì không thể phản ánh đầy đủ được, mà cần phải kết hợp nhiều chỉ tiêu thì mới đánh giá đúng và thực chất hiệu quả công tác huy động vốn tại một NHTM. Trong điều kiện cụ thể sẽ có từng hệ thống chỉ tiêu riêng phù hợp với đặc điểm kinh doanh của mỗi ngân hàng.

1.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả huy động vốn của NHTM

Trong xu hướng quốc tế hoá hiện nay đòi hỏi các doanh nghiệp nói chung và các tổ chức trung gian tài chính nói riêng phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình, mà yêu cầu quan trọng là năng lực tài chính. Để đánh giá năng lực tài chính của NHTM có nhiều tiêu chí nhý: quy mô vốn điều lệ, quy mô tài sản có, tỷ lệ nợ xấu, quy mô lợi nhuận, tỷ lệ vốn tự có trên tổng tài sản. Do đó cho thấy việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến vấn đề tạo vốn của NHTM là một việc làm hết sức cấp thiết. Các nhân tố ảnh hưởng đến vấn đề tạo vốn của mỗi ngân hàng bao gồm các nhân tố khách quan và các nhân tố chủ quan.

1.4.1 Các nhân tố khách quan

Đây là các yếu tố mà khi tác động đến ngân hàng sẽ không thể chống được, đó là các rủi ro không thể tránh. Ngân hàng chỉ có thể nhận thức, dự báo và tìm cách giảm thiểu các rủi ro khi nó xảy ra.

1.4.1.1 Môi trường pháp lý và các chính sách vĩ mô

Kinh doanh ngân hàng là một trong những ngành chịu sự giám sát chặt chẽ của pháp luật và các cơ quan chức năng của chính phủ. Hoạt động ngân hàng được điều chỉnh rất chặt chẽ bởi các quy định của pháp luật. Môi trường pháp lý đem lại cho ngân hàng hàng loạt các cơ hội và thách thức. Ví dụ như việc dỡ bỏ các hạn chế về huy động vốn tiền gửi nội tệ sẽ mở đường cho các ngân hàng nước ngoài phát triển các sản phẩm để huy động tiền gửi nội tệ và các sản phẩm về cho vay nội tệ.

Ngoài ra ngân hàng còn chịu sự điều chỉnh của rất nhiều bộ luật : luật các tổ chức tín dụng, luật kinh tế, luật dân sự, các quy định của chính phủ... Do đó hoạt động huy động vốn của ngân hàng cũng bị ảnh hưởng bởi chính sách pháp luật của

nhà nước, chính sách của ngân hàng trung ương như: chính sách tiền tệ, lãi suất, tài chính, tín dụng... Sự thay đổi của những chính sách này sẽ ảnh hưởng đến khả năng thu hút vốn và chất lượng nguồn của NHTM.

1.4.1.2 Môi trường kinh tế - chính trị - xã hội

Bất kì một NHTM nào cũng chịu sự tác động của môi trường kinh tế, chính trị, xã hội.

Các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô như: Tốc độ tăng trưởng, tỷ lệ lạm phát, tỷ lệ thất nghiệp,... có ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Mức tăng trưởng của nền kinh tế quyết định đến thu nhập của người lao động. Khi nền kinh tế phát triển, tỷ lệ thất nghiệp giảm xuống làm cho thu nhập của người lao động tăng lên; khi đó, họ sẽ có các khoản tiền nhàn rỗi phát sinh sau khi đã trang trải đủ cho các nhu cầu sinh hoạt, từ đó họ sẽ nghĩ tới khả năng gửi tiền để tích lũy cho các nhu cầu tài chính cho tương lai. Ngược lại, nếu nền kinh tế phát triển không ổn định, thường xuyên có lạm phát hoặc khủng hoảng kinh tế; khi đó, người dân sẽ thích đầu tư vào vàng, bất động sản hay các loại ngoại tệ mạnh khác hơn là gửi tiền vào ngân hàng. Lúc này, ngân hàng sẽ phải bỏ ra một khoản chi phí lớn hơn bằng cách tăng lãi suất huy động để có thể thu hút được các khoản tiền nhàn rỗi từ dân cư.

Môi trường chính trị - xã hội cũng có sự tác động đáng kể đến hoạt động huy động vốn của NHTM. Sự ổn định chính trị - xã hội một mặt giúp các quốc gia thu hút được các nguồn đầu tư trong và ngoài nước, thúc đẩy kinh tế phát triển, tạo điều kiện cho ngân hàng thu hút nhiều vốn.

1.4.1.3 Tâm lý và thói quen tiêu dùng của khách hàng

Thói quen sử dụng các dịch vụ ngân hàng của người dân ảnh hưởng rất nhiều đến quá trình huy động vốn của ngân hàng. Ở nơi nào mà người dân có thói quen tiết kiệm chi tiêu ở hiện tại để phục vụ cho nhu cầu trong tương lai thì ngân hàng sẽ dễ dàng hơn trong việc thu hút các nguồn tiền nhàn rỗi đó và ngược lại. Bên cạnh đó, thói quen tiêu dùng cũng ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Nếu như ở những vùng dân cư quen sử dụng tiền nhàn rỗi dưới hình thức cất trữ thì công tác huy động vốn của các ngân hàng cũng sẽ gặp rất nhiều khó khăn. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển không ngừng của nền kinh tế thì trình độ dân trí của người dân ngày càng được nâng cao. Họ bây giờ gửi tiền vào

ngân hàng không chỉ với mục đích hưởng lãi mà còn có mục đích sử dụng các dịch vụ do ngân hàng cung cấp như các dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, séc, thẻ tín dụng, thẻ rút tiền,... Và khi thói quen sử dụng các dịch vụ ngân hàng của người dân được hình thành thì các NHTM sẽ có cơ hội lớn hơn trong việc huy động vốn từ dân cư.

1.4.1.4 Đối thủ cạnh tranh

Trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh là hiện tượng phổ biến và khách quan. Ngành ngân hàng là một trong những ngành có mức độ cạnh tranh cao và ngày càng phức tạp. Trong những năm qua, thị trường tài chính ngày càng trở nên sôi động hơn do sự tham gia của nhiều loại hình ngân hàng và các tổ chức tài chính phi ngân hàng. Do đó, cạnh tranh có xu hướng gia tăng mạnh, làm mất đi tính độc quyền của hệ thống ngân hàng và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Các ngân hàng cạnh tranh nhau chủ yếu bằng hình thức lãi suất và cung cấp dịch vụ, hiện nay chủ yếu ở nước ta cạnh tranh giữa các ngân hàng chủ yếu là hình thức lãi suất do đó ngân hàng phải xây dựng mức lãi suất như thế nào là hợp lý nhất, hấp dẫn nhất kết hợp với uy tín để tăng thêm nguồn vốn huy động. Điều này rất khó khăn vì nếu lãi suất cao hơn đối thủ cạnh tranh thì lãi suất cho vay cũng phải tăng lên để đảm bảo ngân hàng vẫn có lãi, nếu lãi suất thấp hơn thì không hấp dẫn được khách hàng. Các ngân hàng mang lại cho người gửi tiền nhiều lợi ích hơn sẽ thu hút được nhiều khách hơn đến với ngân hàng của mình, và điều này sẽ làm giảm đi đáng kể lượng vốn huy động được từ các ngân hàng khác.

1.4.2 Các nhân tố chủ quan

Là các nhân tố bên trong, nằm trong sự kiểm soát của Ngân hàng.

1.4.2.1 Chiến lược kinh doanh của Ngân hàng

Mỗi Ngân hàng phải tự hoạch định cho mình một chiến lược kinh doanh riêng biệt, phù hợp với các điều kiện bên trong và bên ngoài Ngân hàng. Chiến lược kinh doanh có tính quyết định tới hiệu quả hoạt động của Ngân hàng. Ngân hàng cần phải xác định vị trí hiện tại của mình trong hệ thống, thấy được điểm mạnh, điểm yếu, thấy được những cơ hội và thách thức. Trên cơ sở đó dự đoán sự thay đổi của môi trường để xây dựng được chiến lược kinh doanh phù hợp mà trong đó chiến lược phát triển qui mô và chất lượng nguồn vốn là một bộ phận quan trọng trong chiến lược tổng thể của Ngân hàng. Trong từng thời kỳ, dựa trên

chỉ tiêu được giao về hoạt động huy động vốn, sử dụng vốn và các hoạt động khác của NHTW cùng với tình hình thực tế của từng Ngân hàng, Ngân hàng phải lập kế hoạch và lên cân đối giữa huy động vốn và sử dụng vốn. Nếu nhận thấy trong năm có những dự án tốt cần vay vốn với khối lượng lớn, thời hạn dài thì Ngân hàng sẽ có kế hoạch huy động vốn để tìm kiếm được nguồn vốn tương ứng bằng cách đưa ra các loại hình huy động với lãi suất hấp dẫn, kỳ hạn đa dạng. Còn nếu nhận thấy trong năm tới Ngân hàng cần phải thu hẹp khối lượng tín dụng thì Ngân hàng sẽ có kế hoạch huy động một lượng vốn vừa đủ để tối đa hoá hiệu quả sử dụng vốn. Mặt khác, trong chiến lược kinh doanh của mình Ngân hàng cần phải đặc biệt chú trọng vào chi phí vốn mà Ngân hàng phải chịu trong khâu huy động. Phải tìm kiếm nguồn vốn rẻ, thời hạn dài thông qua việc lựa chọn các hình thức huy động khác nhau, có như vậy Ngân hàng mới chủ động trong việc tìm kiếm và sử dụng vốn.

1.4.2.2 Quy mô, uy tín của Ngân hàng

Trong thời điểm nền kinh tế thị trường phát triển mạnh mẽ, các ngân hàng phải chịu sự cạnh tranh quyết liệt trực tiếp từ các ngân hàng khác hoặc gián tiếp từ các doanh nghiệp đầu tư khác. Quy mô và uy tín của ngân hàng sẽ quyết định xem vị thế của họ trong cuộc đua.

Đó là hình ảnh của ngân hàng trong lòng khách hàng, là niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng. Uy tín của mỗi ngân hàng được xây dựng, hình thành trong cả một quá trình lâu dài. Người gửi tiền khi gửi thường lựa chọn những ngân hàng lâu đời chứ không phải là những ngân hàng mới thành lập. Ngân hàng lớn thường được ưu tiên lựa chọn so với các ngân hàng nhỏ. Hình thức bảo hiểm tiền gửi làm tăng độ an toàn, tăng uy tín của ngân hàng. Một điều quan trọng ở nước ta là hình thức sở hữu cũng có ảnh hưởng quan trọng tới huy động vốn. Các ngân hàng quốc doanh bao giờ cũng có độ an toàn cao hơn cho người gửi tiền, uy tín của các ngân hàng thương mại quốc doanh cao hơn so với các ngân hàng khác. Những ngân hàng có uy tín luôn chiếm được lòng tin của khách hàng là tiền đề cho việc họ huy động được những nguồn vốn lớn hơn với chi phí rẻ hơn và tiết kiệm được thời gian.

1.4.2.3 Các dịch vụ ngân hàng

Trong điều kiện cạnh tranh hiện nay, việc đa dạng hoá các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng có ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Với nhiều loại sản phẩm khác nhau,

khách hàng có thể lựa chọn một sản phẩm phù hợp với điều kiện khả năng của mình. Có như vậy, NHTM mới thu hút được ngày càng nhiều khách hàng đến với mình. Không những thế, ngân hàng còn phải đưa ra được các dịch vụ kèm theo tốt và đa dạng để tăng lợi thế cạnh tranh. Với nhiều tiện ích kèm theo, sẽ giúp ngân hàng thu hút được ngày càng nhiều nguồn vốn của mọi thành phần kinh tế và dân cư trong xã hội. Qua đó, tạo thêm nhiều mối quan hệ gắn bó chặt chẽ hơn giữa các ngân hàng và khách hàng.

1.4.2.4 Chính sách lãi suất

Chính sách lãi suất là một công cụ quan trọng trong hoạt động huy động vốn của NHTM, xây dựng một chính sách linh hoạt hợp lý là điều kiện giúp ngân hàng có được nguồn vốn hợp lý về quy mô và cơ cấu. Chính sách đó phải đảm bảo cho ngân hàng một mặt thu hút được nhiều vốn mặt khác vẫn phải đảm bảo cho ngân hàng kinh doanh có lãi. Ngân hàng sử dụng hệ thống lãi suất như là một công cụ quan trọng trong việc huy động và thay đổi quy mô nguồn vốn thu hút vào ngân hàng, đặc biệt là quy mô tiền gửi. Để duy trì và thu hút thêm nguồn vốn, ngân hàng cần phải ấn định mức lãi suất cạnh tranh, thực hiện ưu đãi về lãi suất cho khách hàng lớn, gửi thường xuyên.

Tuy nhiên, không phải ngân hàng cứ đưa ra lãi suất cao là thu hút được nguồn vốn nhàn rỗi của dân cư mà vấn đề là ở chỗ mức lãi suất mà ngân hàng đưa ra có đem lại lợi ích thực tế cho người gửi tiền là bao nhiêu. Đồng thời, khi quyết định đưa ra mức lãi suất nào đó còn phụ thuộc vào các yếu tố như kỳ hạn tiền gửi, mức độ rủi ro, lợi nhuận mang lại từ các khoản đầu tư khác (chi phí cơ hội), các quy định của ngân hàng nhà nước, mức lãi suất cho vay....

1.4.2.5 Hoạt động marketing ngân hàng

Marketing ngân hàng là yếu tố vô cùng quan trọng trong việc đưa hình ảnh của ngân hàng gần gũi hơn với dân chúng. Hoạt động Marketing ngân hàng tốt sẽ giúp ích nhiều trong việc đưa khách hàng đến gần hơn với các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, từ đó có thể huy động vốn một cách hiệu quả. Các ngân hàng phải vận dụng đồng bộ chính sách Marketing hỗn hợp bao gồm chính sách giá cả, sản phẩm, phân phối... Đối với các sản phẩm dịch vụ cần phải tạo nên sự khác biệt, độc đáo, mới lạ để thu hút sự chú ý của khách hàng. Bên cạnh đó, cần phải nghiên cứu thị trường kỹ càng để có thể đưa ra chính sách Marketing đối với từng đối

tượng khách hàng một cách phù hợp. Hoạt động Marketing hiệu quả sẽ nâng cao hình ảnh của ngân hàng, từ đó thu hút được nhiều đối tượng khách hàng hơn.

1.4.2.6 Năng lực và trình độ của cán bộ công nhân viên ngân hàng

Trong bất kỳ một hoạt động nào, yếu tố nhân lực luôn đóng vai trò quan trọng hàng đầu. Dù cho những yếu tố khác đầy đủ đến đâu mà bộ phận nhân lực yếu kém thì cũng khó mà đi đến thành công. Đối với một ngân hàng cũng vậy. Chính vì thế, các ngân hàng cần chú ý để nâng cao năng lực và trình độ đội ngũ cán bộ của mình.

Trình độ cán bộ ảnh hưởng lớn tới chất lượng dịch vụ. Nếu cán bộ ngân hàng có trình độ giỏi thì sẽ thực hiện các nghiệp vụ một cách kịp thời, chính xác mà vẫn đảm bảo an toàn, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ. Họ tiếp cận nhanh đối với công nghệ hiện đại và có khả năng tư vấn phù hợp đối với khách hàng để thu hút khách hàng đến với ngân hàng. Cán bộ giỏi cũng sẽ quản lý nguồn vốn tốt, đảm bảo được an toàn vốn và có thể phân tích, đánh giá để đưa ra nhiều giải pháp hữu hiệu góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn.

Thái độ trong tiếp xúc của nhân viên với khách hàng cũng rất quan trọng. Nó có thể thu hút khách hàng làm tăng nguồn vốn huy động đồng thời cũng có thể làm khách hàng rời bỏ gây ra những hậu quả vô cùng nghiêm trọng trong hoạt động của ngân hàng, trước hết là trong khâu huy động vốn. Các nhân viên ngân hàng là những người mang hình ảnh cho cả ngân hàng. Do đó, để tăng cường huy động vốn thì một điều cực kỳ quan trọng là các nhân viên ngân hàng phải có đủ những tiêu chí của một nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp: hiểu biết khách hàng, hiểu biết nghiệp vụ, hiểu biết quy trình, hoàn thiện phong cách phục vụ.

1.4.2.7 Công nghệ ngân hàng

Trong thời đại khoa học kỹ thuật phát triển mạnh mẽ như ngày nay, các ngân hàng không thể xem nhẹ yếu tố công nghệ. Việc đầu tư trang thiết bị đầy đủ, hiện đại hóa công nghệ là một yêu cầu cấp thiết. Trình độ công nghệ ngân hàng ngày càng cao sẽ cho phép ngân hàng phát triển các sản phẩm dịch vụ đa năng, tiện lợi, nâng cao chất lượng dịch vụ, thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Công nghệ hiện đại cũng giúp ngân hàng bảo mật tốt hơn các thông tin khiến khách hàng yên tâm hơn khi gửi tiền tại các ngân hàng hoặc khi sử dụng các dịch vụ thanh toán, rút tiền tự động. Với cùng một lãi suất huy động như nhau, ngân

hàng nào cải tiến chất lượng dịch vụ tốt hơn, tạo sự thuận tiện cao hơn cho khách hàng thì sức cạnh tranh sẽ cao hơn, thu hút được nhiều khách hàng hơn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG I:

Chương I của khóa luận tập trung nghiên cứu: Nguồn vốn của NHTM và vai trò của nguồn vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh ngân hàng, các hình thức huy động vốn của NHTM, hiệu quả huy động vốn của NHTM, các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động huy động vốn của NHTM.

Những nội dung này giúp chúng ta có một cơ sở lý luận rõ ràng để đi phân tích thực trạng công tác huy động vốn của NHTMCP Kỹ thương Việt Nam (Techcombank) - chi nhánh Hải Phòng – Phòng giao dịch Thủy Nguyên trong giai đoạn hiện nay, để từ đó đưa ra được các giải pháp phù hợp nhằm mở rộng huy động vốn một cách có hiệu quả.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI PHÒNG GIAO DỊCH TECHCOMBANK THỦY NGUYÊN

2.1 Khái quát về Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển

Theo giấy phép hoạt động số 0400/NH-GP do Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp ngày 06/08/1993, giấy phép thành lập số 1534/QĐ-UB do UBND thành phố Hà Nội cấp ngày 04/09/1993, giấy phép kinh doanh số 055697 do Trọng tài kinh tế Hà Nội (nay là Sở kế hoạch và đầu tư Hà Nội) cấp ngày 07/09/1993 Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam – Techcombank được chính thức thành lập. Đây là một trong những Ngân hàng Thương mại Cổ phần đầu tiên ở Việt Nam được thành lập trong bối cảnh đất nước chuyển sang nền kinh tế thị trường với số vốn điều lệ là 20 tỷ đồng và trụ sở chính ban đầu được đặt tại số 24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Không ngừng lớn mạnh cùng với thời gian, từ năm 1994-1995 Techcombank đã tăng vốn điều lệ lên 51,595 tỷ đồng. Đồng thời thành lập chi nhánh Techcombank Hồ Chí Minh khởi đầu cho quá trình phát triển nhanh chóng.

Năm 1996, Techcombank thành lập tiếp chi nhánh Techcombank Thăng Long cùng phòng giao dịch Nguyễn Chí Thanh Hà Nội, thành lập phòng giao dịch Thăng Lợi trực thuộc Techcombank Hồ Chí Minh và tiếp tục tăng vốn điều lệ lên 70 tỷ đồng.

Năm 1998, Trụ sở chính của Techcombank được chuyển sang toàn nhà Techcombank – 15 Đào Huy Từ, Hà Nội và thành lập chi nhánh Techcombank tại Đà Nẵng. Như vậy, chỉ sau 5 năm hoạt động Techcombank đã nhanh chóng mở rộng thị trường và có mặt tại 3 thành phố lớn của cả nước đó là Hà Nội, Hồ Chí Minh và Đà Nẵng.

Năm 1999, Số vốn điều lệ của Techcombank tăng 80,020 tỷ đồng và khai trương phòng giao dịch số 3 tại phố Khâm Thiên, Hà Nội

Năm 2000, thành lập phòng giao dịch tại Thái Hà, Hà Nội.

Năm 2001, vốn điều lệ tiếp tục tăng lên 102.345 tỷ đồng. Đây cũng là năm đáng nhớ của Techcombank khi ngân hàng triển khai hệ thống phần mềm ngân

hàng Globus cho toàn hệ thống Techcombank nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Quan tâm đến nhu cầu của khách hàng, chăm lo tới khách hàng luôn là nhu cầu hàng đầu của Techcombank.

Với những nỗ lực không biết mệt mỏi của tập thể ban lãnh đạo và toàn thể cán bộ công nhân viên, Techcombank đã chiếm lĩnh được thị trường ngân hàng vốn rất sôi động và nhiều thách thức, thu hút ngày càng nhiều khách hàng trong và ngoài nước. Để mở rộng thị trường, phục vụ nhu cầu giao dịch của khách hàng năm 2002, Techcombank đã thành lập hàng loạt các chi nhánh tại các tỉnh thành phố trong cả nước đó là: chi nhánh Chương Dương và chi nhánh Hoàn Kiếm tại Hà Nội, chi nhánh Thanh Khê tại Đà Nẵng, chi nhánh Tân Bình tại thành phố Hồ Chí Minh, chi nhánh Hải Phòng tại Hải Phòng. Techcombank cũng là ngân hàng thương mại cổ phần có mạng lưới rộng nhất Thủ đô Hà Nội. Mạng lưới bao gồm Hội sở chính và 8 chi nhánh cùng 4 phòng giao dịch tại các thành phố lớn trong cả nước. Cũng trong năm 2002, số vốn điều lệ của ngân hàng tăng lên 104,435 tỷ đồng.

Năm 2003, Techcombank hợp tác với Vietcombank chính thức phát hành thẻ thanh toán [F@stAccess-Connect](#) 24. Triển khai thành công hệ thống phần mềm Globus trên toàn hệ thống vào ngày 16/12/2003. Tiến hành xây dựng một biểu tượng mới cho ngân hàng. Đưa chi nhánh Techcombank Chợ lớn vào hoạt động và tăng vốn điều lệ lên 180 tỉ đồng.

Năm 2004, Techcombank khai trương biểu tượng mới của ngân hàng và tăng vốn điều lệ lên 252,255 tỷ đồng.

Năm 2005, Techcombank thành lập các chi nhánh cấp 1 tại Lào Cai, Hưng Yên, Vĩnh Phúc, Bắc Ninh... Đưa vào hoạt động các phòng giao dịch và thời điểm này ngân hàng tăng vốn điều lệ lên 555 tỷ đồng. Ngày 29/9/2005, Ngân hàng khai trương phần mềm chuyển mạch và quản lý thẻ của hãng Compass Plus. Ngày 3/12/2005, ngân hàng nâng cấp hệ thống phần mềm Globus sang phiên bản mới nháy T24 R5.

Năm 2006 là năm Techcombank nhận được rất nhiều các giải thưởng như giải thưởng về thanh toán quốc tế từ Bank of New Yorks, Cúp vàng “Vì sự tiến bộ của xã hội và phát triển bền vững” do Tổng liên đoàn lao động Việt Nam trao, được xếp hạng tín nhiệm do hãng Moody’s công bố. Cũng trong thời gian này

Techcombank đã phát hành chứng chỉ tiền gửi Lộc Xuân và hoàn thiện hệ thống siêu tài khoản, ra mắt thẻ quốc tế Techcombank Visa. Vốn điều lệ tăng lên 1500 tỷ đồng.

Năm 2007, Techcombank trở thành ngân hàng cổ phần có mạng lưới chi nhánh lớn thứ 2 tại Việt Nam và nằm trong top 3 ngân hàng thương mại cổ phần về quy mô kinh doanh với tổng tài sản đạt gần 2,5 tỷ USD. Ngân hàng nâng cấp hệ thống corebanking T24R06 và là năm phát triển vượt bậc dịch vụ thẻ với tổng số lượng phát hành đạt trên 200.000 thẻ các loại. Cũng trong thời gian này, một loạt các sản phẩm mới được ra mắt. Techcombank trở thành ngân hàng đầu tiên và duy nhất được Financial Insights công nhận thành tựu về ứng dụng công nghệ đi đầu trong giải pháp phát triển thị trường.

Năm 2008, Techcombank triển khai máy gửi tiền tự động ADM và hàng loạt các dự án hiện đại hóa công nghệ. Ra mắt thẻ tín dụng Techcombank Visa Credit, thẻ đồng thương hiệu Techcombank – Vietnam Airlines – Visa. Đồng thời, ngân hàng tăng tỷ lệ sở hữu của đối tác chiến lược HSBC từ 15% lên 20% và tăng vốn điều lệ lên 3.165 tỷ đồng.

Năm 2009, Techcombank ra mắt sản phẩm “tiết kiệm online” giàu tính công nghệ và lập tức thu hút được hơn 2000 khách hàng chỉ sau 3 tháng. TCB trở thành ngân hàng hàng đầu trong nhóm các ngân hàng thương mại cổ phần về hiệu quả kinh doanh với chỉ số ROA và ROE cao nhất. TCB nhận được nhiều giải thưởng danh giá trong thời gian này và tăng vốn điều lệ lên 5.400 tỷ đồng.

Năm 2010, Techcombank mở thêm 94 chi nhánh và phòng giao dịch, trở thành ngân hàng tốc độ phát triển mạng lưới nhanh nhất thị trường, trong khi vẫn tiếp tục dẫn đầu thị trường về chỉ số ROA và ROE, tiến lên vị trí thứ 2 trong khối về tổng tài sản. Cũng trong năm này, Techcombank được trao giải thưởng “Ngân hàng tốt nhất 2010 tại Việt Nam” bởi tạp chí Euromoney. Ngân hàng tăng vốn điều lệ lên 6.932 tỷ đồng.

Năm 2011 nối tiếp là 8 giải thưởng quốc tế uy tín, trong đó có sự kiện là ngân hàng Việt Nam đầu tiên đạt trọn 3 giải thưởng quan trọng của Finance Asia.

Nhìn lại, 18 năm con đường Techcombank, một giá trị cốt lõi để tạo nên thành công là sự mạnh dạn đi trước với tầm nhìn quyết đoán.

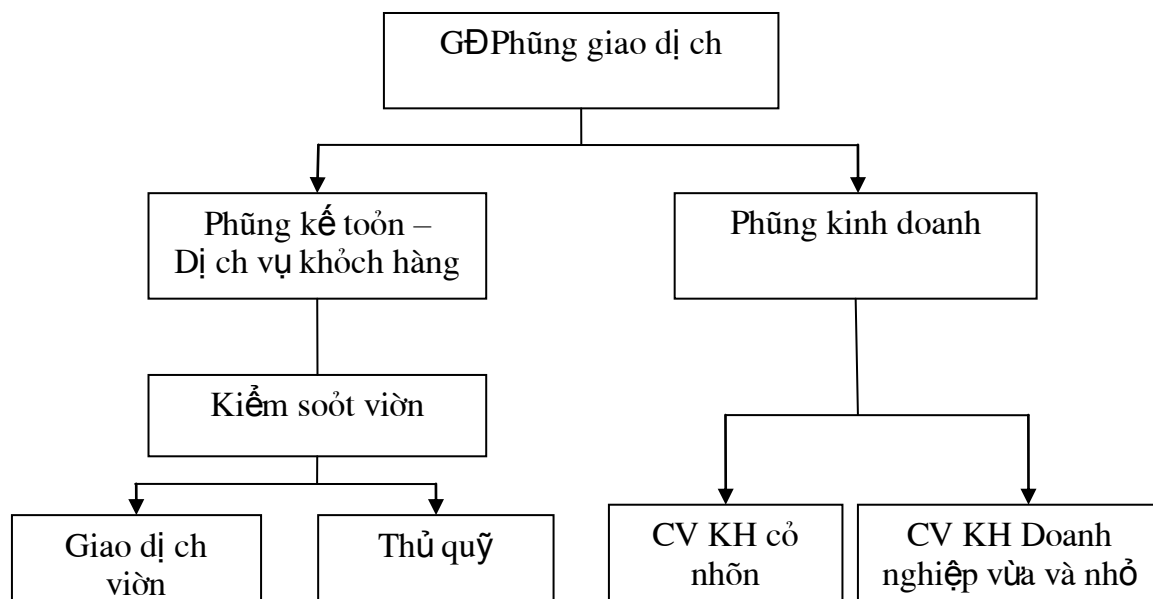
Quá trình hình thành và phát triển của ngân hàng Techcombank tuy gặp rất nhiều khó khăn trở ngại nhưng đã đạt được nhiều thành tựu to lớn. Cùng với sự

phát triển đó ngày 24/4/2002 Techcombank Hải Phòng được thành lập tại địa chỉ số 5 Lý Tự Trọng – Hồng Bàng – Hải Phòng. Tính đến ngày 31/6/2009 Techcombank có 5 phòng giao dịch trực thuộc gồm: phòng giao dịch Ngô Quyền, Kiến An, Văn Cao, Tô Hiệu, Thủy Nguyên. Techcombank Thủy Nguyên thành lập ngày 15 / 12 /2006 tại số 40 – Đà Nẵng – Thủy Nguyên – Hải Phòng. Hiện nay, tập thể lãnh đạo và cán bộ nhân viên Techcombank Thủy Nguyên đang phấn đấu nỗ lực, làm việc không mệt mỏi nhằm duy trì sự ổn định của ngân hàng, khách hàng, góp phần thực hiện tốt chính sách tiền tệ kiểm soát lạm phát, ổn định giá trị đồng tiền và duy trì sự tăng trưởng kinh tế. Với những mục tiêu và kế hoạch đã đề ra trong năm 2012, Techcombank Thủy Nguyên đang vươn lên trở thành một địa chỉ uy tín, tin cậy của người dân và doanh nghiệp tại địa bàn huyện Thủy Nguyên.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ các bộ phận Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

2.1.2.1 Cơ cấu tổ chức

Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên



2.1.2.2 Chức năng nhiệm vụ các bộ phận

❖ Giám đốc Phòng giao dịch

- Lập và tổ chức triển khai kế hoạch hoạt động kinh doanh của Phòng giao dịch căn cứ trên sự phê duyệt của Ban Giám đốc chi nhánh. Thực hiện phê duyệt các nghiệp vụ tại Phòng giao dịch trong thẩm quyền do Tổng giám đốc uỷ quyền, tuân thủ theo đúng các Quy định của Techcombank.

- Triển khai các hoạt động xây dựng văn hóa bán hàng nói riêng và văn hóa kinh doanh nói chung tại Phòng giao dịch theo các chương trình của Ban Giám đốc Chi nhánh.
- Thu thập thông tin, xây dựng và mở rộng cơ sở khách hàng, địa bàn kinh doanh.
- Gặp gỡ và tư vấn thuyết phục khách hàng mới có tiềm năng sử dụng sản phẩm và dịch vụ của Techcombank một cách triệt để và hiệu quả.
- Chăm sóc gìn giữ cơ sở khách hàng hiện có, gợi mở nhu cầu và khai thác tối đa khách hàng hiện có
- Quản lý và kiểm soát công tác hạch toán kế toán, các hoạt động thanh toán, công tác kho quỹ tại Phòng giao dịch theo đúng quy định của Techcombank
- Thông tin, báo cáo kịp thời diễn biến tình hình thị trường và hoạt động của Phòng giao dịch với Ban Giám đốc Chi nhánh và Khối Bán Lẻ theo đúng thẩm quyền báo cáo.
- Lập báo cáo định kỳ và đột xuất theo yêu cầu của Ban Giám đốc Chi nhánh, Giám đốc Điều hành các hoạt động bán lẻ khu vực

❖ *Phòng kế toán – dịch vụ khách hàng*

Huy động vốn bằng nội, ngoại tệ theo các sản phẩm huy động hiện có của Techcombank cho khách hàng dân cư, doanh nghiệp, tổ chức.

- Cung cấp dịch vụ mở, quản lý tài khoản, thanh toán trong nước.
- Cung cấp các dịch vụ ngoại hối, thanh toán quốc tế khi được phép
- Phát hành thẻ và đại lý chấp nhận thẻ tại địa bàn của Phòng giao dịch.
- Đầu mối tiếp thị trực tiếp của khách hàng trên địa bàn cho phòng giao dịch.
- Đảm bảo an toàn trong các hoạt động kế toán, kho quỹ, tín dụng tại trụ sở phòng giao dịch.

❖ *Phòng kinh doanh*

- Thực hiện việc tiếp thị khách hàng, phát triển thị trường, giới thiệu các sản phẩm dịch vụ khách hàng doanh nghiệp, dịch vụ bán lẻ của Techcombank được triển khai ngay tại Phòng giao dịch

- Tiếp xúc, hướng dẫn thủ tục, thu thập hồ sơ, tài liệu đối với khách hàng có nhu cầu sử dụng các sản phẩm dịch vụ

- Thẩm định các hồ sơ đề nghị giao dịch của khách hàng, đánh giá, đề xuất trình cấp lãnh đạo có đủ thẩm quyền phê duyệt.
- Ký kết các văn bản nghiệp vụ liên quan theo phân cấp, ủy quyền của Tổng giám đốc hoặc Giám đốc chi nhánh, Giám đốc Phòng giao dịch.
- Thực hiện các giao dịch với khách hàng theo phê duyệt của các cấp có đủ thẩm quyền.
- Quản lý các giao dịch và khách hàng đang có giao dịch tại Phòng giao dịch.
- Đôn đốc khách hàng thực hiện nghĩa vụ đã thỏa thuận với ngân hàng.
- Tiếp nhận đề nghị, thu thập hồ sơ, số liệu và tiến hành thẩm định, đánh giá, đề xuất trình cấp lãnh đạo đủ thẩm quyền về các đề nghị của khách hàng như gia hạn giao dịch, miễn,...
- Nghiên cứu, đề xuất và thực hiện theo sự phê duyệt, phân công của Giám đốc Phòng giao dịch đối với việc: xử lý nợ, khởi kiện khách hàng..
- Đối chiếu định kỳ với phòng kế toán giao dịch và kho quỹ về hồ sơ hoặc tài sản thế chấp, cầm cố, bảo lãnh, các cam kết ngoại bảng.
- Hỗ trợ các đơn vị khác trong hệ thống theo các nội dung công việc nghiệp vụ đã được Giám Đốc thỏa thuận.
- Thực hiện các nhiệm vụ khác theo sự chỉ đạo, phân công của Giám đốc Phòng giao dịch.

2.1.3 Kết quả hoạt động kinh doanh Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên (2009 – 2011)

2.1.3.1 Hoạt động huy động vốn

Tạo vốn hiện đang là vấn đề được ngành tài chính ngân hàng, các doanh nghiệp hết sức quan tâm. Bởi vì chỉ khi nguồn vốn được đảm bảo thì mới tạo đà cho việc sử dụng vốn hợp lý vào mục đích khác nhau. Và để có thể tạo được nguồn vốn riêng cho mình với chi phí rẻ nhất thì cách tốt nhất là ngân hàng huy động từ nền kinh tế mà chủ yếu từ tổ chức kinh tế và dân cư.

Huy động vốn là một hoạt động mang tính chất truyền thống của mỗi ngân hàng, đóng vai trò khởi nguồn mọi hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Nhận thức được tầm quan trọng đó, Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên rất chú trọng đến công tác huy động vốn. Với uy tín và năng lực hoạt động tốt, Phòng giao dịch đã

thu hút được một lượng khách hàng lớn và thường xuyên. Có thể thấy sự tăng trưởng của nguồn vốn của Phòng giao dịch qua các năm như sau :

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn Techcombank Thủy Nguyên qua các năm (2009-2011)

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	So sánh năm 2010 với năm 2009		So sánh năm 2011 với 2010	
				Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Tổng vốn huy động	139.170,743	158.039,46	167.639,843	18.868,717	13,6	9.600,383	6,07

(Nguồn: Báo cáo thường niên Techcombank Thủy Nguyên 3 năm qua)

- Năm 2010 tăng 18.868,717 triệu đồng (tương đương tăng 13,6%) so với năm 2009
- Năm 2011 tăng 9.600,383 triệu đồng (tương đương tăng 6,07%) so với 2010

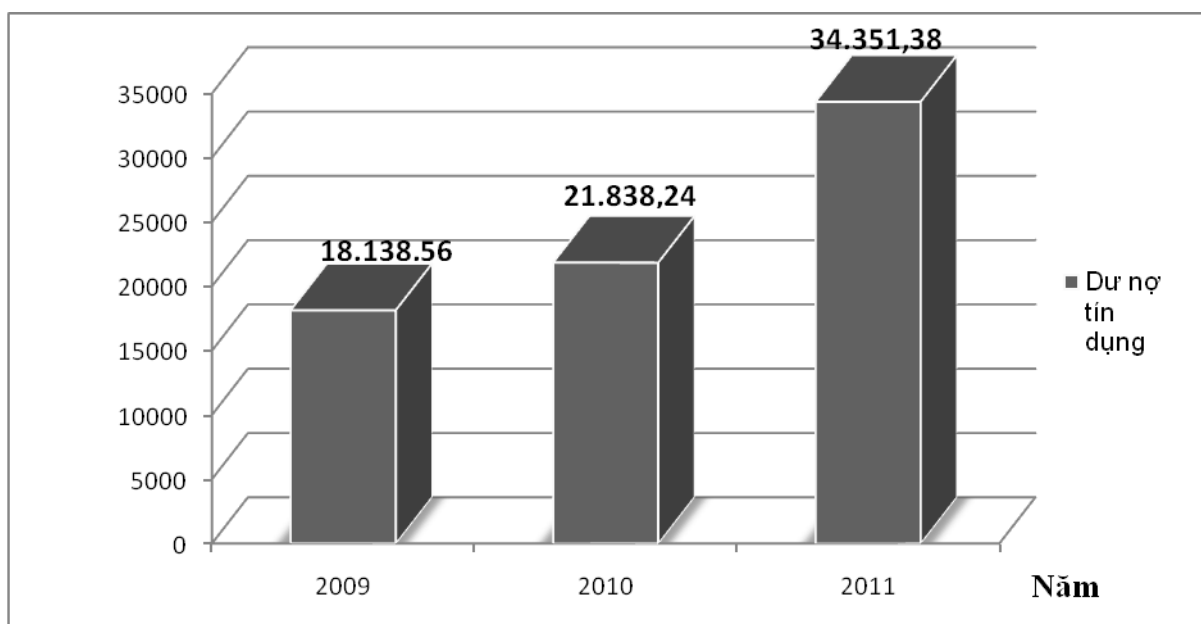
Điều này cho thấy uy tín Phòng giao dịch trên địa bàn huyện Thủy Nguyên ngày càng tăng lên. Đạt được kết quả này là sự cố gắng lớn của tập thể cán bộ ngân hàng. Tốc độ tăng 2011 thấp hơn so với năm 2010 có thể do tình hình kinh tế cả nước năm 2011 gặp khá nhiều khó khăn. Năm 2011 đối mặt với một loạt khó khăn và thách thức: lạm phát tăng trở lại, kinh tế vĩ mô có nhiều bất ổn, lãi suất tăng cao, doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong sản xuất kinh doanh do tín dụng thu hẹp, tỷ giá có những thời điểm biến động phức tạp gây khó khăn cho ngân hàng trong công tác huy động vốn.

2.1.3.2 Hoạt động tín dụng

Bên cạnh việc coi trọng công tác huy động vốn, Techcombank Thủy Nguyên đặc biệt coi trọng công tác sử dụng vốn vì đây là hoạt động chủ yếu đem lại lợi nhuận cho ngân hàng. Mặt khác nếu làm tốt công tác sử dụng vốn có thể tác động trở lại thúc đẩy hoạt động huy động vốn. Phòng giao dịch đã tích cực trong việc tìm kiếm và thu hút khách hàng bằng nhiều chính sách khách hàng hấp dẫn. Kết quả hoạt động tín dụng qua 3 năm như sau:

Biểu đồ 2.1: Tốc độ tăng trưởng tín dụng tại Techcombank Thủy Nguyên qua các năm (2009-2011)

(ĐVT: triệu đồng)



Bảng 2.2: Tình hình hoạt động cho vay tại Techcombank Thủy Nguyên năm 2009 -2011

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	So sánh 2010/2009		So sánh 2011/2010	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Doanh số cho vay	45.352,67	51.165,41	69.458,96	5.812,74	12,82	18.293,55	35,75
Ngắn hạn	27.211,62	27.629,32	36.340,31	417,7	1,54	8.710,99	31,53
Trung-dài hạn	18.141,05	23.536,09	33.118,65	5.395,04	29,74	9.582,56	40,71
Doanh số thu nợ	38.536,23	47.465,73	56.945,82	8.929,5	23,17	9.480,09	19,97
Ngắn hạn	25.843,62	28.125,34	31.940,05	2.281,72	8,83	3.814,71	13,56
Trung-dài hạn	12.692,61	19.340,39	25.005,77	6.647,78	52,38	5.665,38	29,29
Dư nợ	18.138,56	21.838,24	34.351,38	3.69,68	20,4	12.513,14	57,3
Ngắn hạn	9.156,08	8.660,06	13.060,37	-496,02	-5,42	4.400,31	50,81
Trung-dài	8.982,48	13.178,18	21.291,01	4.195,7	46,71	8.112,83	61,56

hạn							
-----	--	--	--	--	--	--	--

(Nguồn: Báo cáo thường niên Techcombank Thủy Nguyên 3 năm qua)

Dư nợ tín dụng tăng nhanh : năm 2011 tăng thêm 57,3% so với năm 2010, năm 2010 tăng 20,4% so với năm 2009. Điều này thể hiện Phòng giao dịch đã thực hiện hoạt động cho vay có hiệu quả hơn trong năm 2011, điều này đồng nghĩa với khả năng tạo lợi nhuận của Phòng giao dịch cũng tăng lên.

- Cơ cấu cho vay theo kì hạn : Cho vay vốn ngắn hạn vẫn chiếm phần lớn trong tổng cho vay (trên 50% cả 3 năm). Trong cho vay ngắn hạn, tiền VNĐ vẫn chiếm chủ yếu và ngày càng tăng lên. Qua đó ta thấy được sự thay đổi trong cơ cấu tín dụng của Phòng giao dịch có xu hướng biến động theo nhu cầu vay của khách hàng. Nhu cầu vay vốn ngắn hạn tăng do nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu vốn lưu động trên địa bàn tăng lên).

Biểu đồ 2.2: Cơ cấu cho vay theo kì hạn tại ngày 31/12/2011



Tình hình nợ quá hạn:

Chỉ tiêu nợ quá hạn là một chỉ tiêu phản ánh rõ nét nhất chất lượng tín dụng của Ngân hàng, bên cạnh đó nó còn phản ánh năng lực thẩm định khách hàng của nhân viên tín dụng.

Bảng 2.3: Tình hình nợ quá hạn tại Techcombank Thủy Nguyên năm 2009-2011

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng

Tổng dư nợ	18.138,56	100%	21.838,24	100%	34.351,38	100%
Nợ quá hạn	282,962	1,56%	200,912	0,92%	261,071	0,76%

(Nguồn: Báo cáo thường niên Techcombank Thủy Nguyên 3 năm qua)

Qua bảng trên ta thấy tỉ lệ nợ xấu của Phòng giao dịch cụ thể như sau:

Qua 3 năm, trong khi dư nợ tăng lên mà tỉ lệ nợ quá hạn giảm từ 1,56% xuống còn 0,76% và luôn thấp hơn chỉ tiêu cho phép của Techcombank là 2,4%. Điều đó cho thấy chất lượng tín dụng đang được cải thiện.

2.1.3.3 Các hoạt động kinh doanh khác

Bên cạnh 2 hoạt động chính là huy động vốn và cho vay, Phòng giao dịch cũng thực hiện các hoạt động dịch vụ khác như : thanh toán quốc tế, mua bán ngoại tệ, bảo lãnh, Các dịch vụ này không những góp phần đa dạng hoá hoạt động mà còn làm gia tăng thu nhập cho Phòng giao dịch. Thu nhập ròng từ hoạt động dịch vụ của Techcombank Thủy Nguyên trong năm 2011 chiếm 22,54% lợi nhuận trước thuế, trong đó:

- Thanh toán quốc tế chiếm : 18%
- Thanh toán trong nước : 42%
- Bảo lãnh chiếm : 12%
- Kinh doanh ngoại tệ : 20%
- Dịch vụ khác : 8%

Đáng chú ý nhất vẫn là hoạt động thanh toán trong nước (chiếm 42% thu nhập ròng từ hoạt động kinh doanh ngoài huy động và cho vay). Bên cạnh đó Thanh toán quốc tế cũng chiếm 18% thu nhập ròng từ hoạt động kinh doanh và được coi là một trong những thế mạnh của Techcombank Thủy Nguyên với đội ngũ nhân viên trẻ, năng động, thành thạo nghiệp vụ, tạo nhiều thuận lợi cho khách hàng. Vì vậy, lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này của Phòng giao dịch ngày càng đông.

2.1.3.4 Kết quả hoạt động kinh doanh

Được sự chỉ đạo và hỗ trợ nhiều mặt của Hội sở Trung ương, chi nhánh Techcombank Hải Phòng và các phòng giao dịch, quỹ tiết kiệm trong cùng hệ thống, trong năm qua tập thể lãnh đạo, nhân viên của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên đã tích cực trong công tác, vượt qua những khó khăn đảm bảo kinh doanh có lãi.

Bảng 2.4: Kết quả hoạt động kinh doanh Techcombank Thủy Nguyên qua các năm (2009-2011)

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	So sánh 2010/2009		So sánh 2011/2010	
				Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Tổng thu nhập	12.525,496	16.952,183	26.444,35	4.426,687	35,34	9.492,167	55,99
Tổng chi phí	10.912,159	13.882,597	20.330,61	2.970,438	27,22	6.448,013	46,45
Tổng LNTT	1.613,337	3.069,586	6.113,74	1.456,249	90,26	3.044,154	99,17

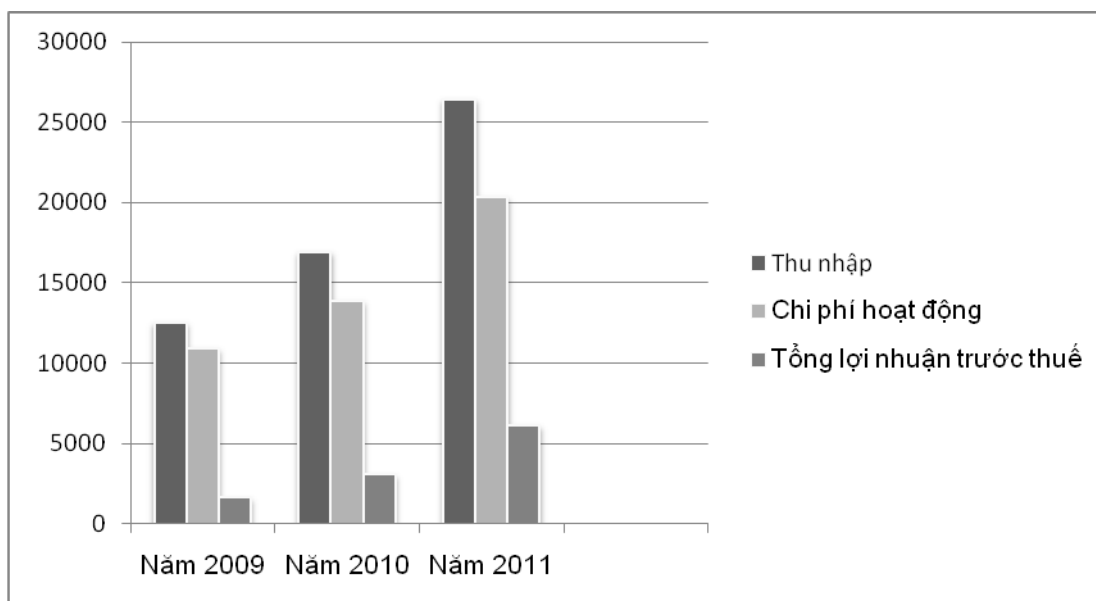
(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011)

Tổng thu của Techcombank Thủy Nguyên trong năm 2010 là 16.952,183 triệu đồng tăng so với năm 2009 là 4.426,687 triệu đồng tương đương với 35,34%, sang năm 2011 tổng thu nhập lại tăng với tốc độ 55,99% tương đương tăng 9.492,167 triệu đồng.

Cùng với mức tăng thu nhập thì chi phí qua các năm cũng tăng lên. Năm 2010 tăng so với 2009 là 2.970,438 triệu đồng tương đương với 27,22%. Năm 2011 tổng chi phí tăng 6.448,013 triệu đồng so với 2010 tương đương với 46,45%. Mặc dù chi phí cho hoạt động tăng nhưng thu nhập từ hoạt động lại tăng cao hơn, mang lại lợi nhuận không nhỏ cho Ngân hàng. Lợi nhuận năm 2010 tăng so với 2009 là 1.456,249 triệu đồng, năm 2011 tăng so với 2010 là 3.044,154 triệu đồng. Lợi nhuận qua các năm tăng trên 90%.

Biểu đồ 2.3: Kết quả hoạt động SXKD giai đoạn 2009-2011

(ĐVT: Triệu đồng)



Trong 3 năm qua, mặc dù nền kinh tế thị trường biến động, các doanh nghiệp gặp khó khăn trong sản xuất kinh doanh nhưng kết quả trên cho thấy Techcombank Thủy Nguyên vẫn tăng trưởng tốt, an toàn, hiệu quả và có lãi.

2.2 Thực trạng công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên (2009 – 2011)

2.2.1 Chiến lược huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

Xác định rõ được tầm quan trọng của nguồn vốn đối với hoạt động kinh doanh, Techcombank Thủy Nguyên luôn luôn xây dựng chiến lược và kế hoạch huy động vốn mỗi năm kết hợp với những dự báo, phân tích về thị trường và bản thân Phòng giao dịch trong năm mới. Trọng tâm của các chiến lược huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên tập trung vào các nội dung sau:

- Thực hiện hiệu quả kế hoạch huy động vốn từ Ngân Hàng Techcombank Việt Nam, chi nhánh Techcombank Hải Phòng giao xuống mỗi năm (bao gồm : tổng lượng vốn huy động kế hoạch, chính sách lãi suất, cơ cấu nguồn vốn huy động...). Đồng thời triển khai thành công các đợt huy động vốn theo quý cùng với Ngân Hàng Techcombank Việt Nam, đặc biệt là các đợt huy động vốn tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm phát lộc, tặng quà khách hàng...

- Đẩy mạnh hoạt động huy động vốn trên địa bàn bằng nhiều biện pháp như: tăng cường quảng cáo, tiếp thị các sản phẩm huy động vốn tới khách hàng (cá nhân và doanh nghiệp), nâng cao trình độ cán bộ và nhân viên giao dịch, kiến nghị Ngân hàng Techcombank Việt Nam điều chỉnh chính sách lãi suất hợp lý.

- Tích cực tìm kiếm nguồn vốn có chi phí thấp, ổn định. Tăng tỷ trọng tiền gửi không kì hạn và có kì hạn của các tổ chức kinh tế, tiếp tục đẩy mạnh huy động vốn từ dân cư trên địa bàn.

- Phấn đấu tăng thị phần huy động vốn trên địa bàn huyện Thủy Nguyên lên, duy trì nguồn vốn ổn định và phát triển.

2.2.2 Các sản phẩm huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên

Trong thời gian qua, Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên đã từng bước tìm cho mình những hướng đi mới phù hợp với sự biến động của thị trường. Các sản phẩm huy động vốn ngày càng đa dạng và phong phú đáp ứng tốt cho nhu cầu ngày càng phức tạp của khách hàng. Các sản phẩm huy động vốn của Phòng giao dịch:

- Tiền gửi thanh toán
- Tiền gửi tiết kiệm
- Phát hành giấy tờ có giá (kỳ phiếu, trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi)

Trong đó sản phẩm về tiền gửi tiết kiệm là đa dạng và phong phú nhất với các hình thức như: không kỳ hạn, có kỳ hạn từ 1 đến 24 tháng, tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm phát lộc, tích lũy tài tâm, tài hiên... Các sản phẩm này có kèm theo nhiều tiện ích như: tiền gửi của khách hàng luôn được bảo hiểm, khách hàng có thể chiết khấu hoặc cầm cố sổ tiết kiệm để vay vốn, thủ tục nhanh chóng, thuận tiện, tiết kiệm thời gian và chi phí, các hình thức gửi tiền phong phú về loại hình, linh hoạt về kỳ hạn, luôn được phục vụ nhiệt tình chu đáo, khách hàng có thể ủy quyền cho người khác lĩnh thay. Chính các tiện ích này đã thu hút rất hiệu quả nguồn vốn huy động cho chi nhánh. Đây là kênh huy động vốn có hiệu quả, thu hút được lượng vốn lớn từ khách hàng.

2.2.3 Hiệu quả huy động vốn của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

2.2.3.1 Về quy mô, tốc độ tăng trưởng vốn huy động

➤ Về quy mô vốn huy động:

Chúng ta đi phân tích nguồn vốn huy động theo cấu trúc từng nguồn

❖ **Tiền gửi (Bảng 2.5: Quy mô nguồn vốn huy động theo cấu trúc)**

✓ **Tiền gửi thanh toán:**

Các tổ chức kinh tế, cá nhân gửi tiền vào ngân hàng với mục đích chính để thực hiện các khoản thanh toán trong hoạt động sản xuất kinh doanh và tiêu dùng của họ. Do vậy đối với tiền gửi thanh toán các tổ chức kinh tế, cá nhân thường gửi không kỳ hạn để có thể rút ra bất cứ lúc nào trong phạm vi số dư tài khoản khi có nhu cầu. Nhận biết được điều đó Phòng giao dịch luôn cung cấp các dịch vụ thanh toán tiện lợi nhất cho khách hàng. Trong tất cả các nguồn mà ngân hàng có khả năng huy động thì đây là nguồn có chi phí huy động thấp nhất, nhưng tính ổn định thấp vì ngân hàng luôn phải đáp ứng nhu cầu thanh toán thường xuyên của khách hàng. Trong ba năm trở lại đây số lượng TGTT của Techcombank Thủy Nguyên ngày càng tăng, chứng tỏ Techcombank Thủy Nguyên đang dần khẳng định được uy tín, hình ảnh của mình thể hiện qua sự tăng trưởng của nguồn vốn huy động mà cụ thể là thông qua tài khoản tiền gửi thanh toán.

Bảng 2.5: Quy mô nguồn vốn huy động theo cấu trúc

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	So sánh 2010/2009		So sánh 2011/2010	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Tổng VHD	139.170,743	158.039,46	167.639,843	18.868,717	13,56	9.600,383	6,07
<i>Tiền gửi</i>	139.170,743	158.039,46	163.808,056	18.868,717	13,6	5.768,596	3,65
<i>TGTT</i>	20.436,172	22.654,995	24.460,383	2.218,823	10,9	1.805,388	7,97
<i>TGTK</i>	118.685,819	135.334,465	139.270,169	16.648,646	14	9.935,704	2,91
<i>Ký quỹ</i>	48,752	50	77,504	1.248	2,56	27,504	55
Vay NHNN và các TCTD	0	0	0	0		0	
Phát hành	0	0	3.831,787	0		3.831,787	

GTCG							
-------------	--	--	--	--	--	--	--

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011)

✓ **Tiền gửi tiết kiệm**

Đối với ngân hàng thì nguồn tiền gửi tiết kiệm là rất quan trọng. Nó đáp ứng phần lớn cho các hoạt động tín dụng của ngân hàng. Qua các năm nguồn tiền gửi tiết kiệm của Ngân Hàng đều tăng. Năm 2009 khoản tiền này là 118.685,819 triệu đồng đến năm 2010 là 135.334,465 triệu đồng tăng 16.648,646 triệu đồng và tỷ lệ gia tăng là 14%, năm 2011 con số này là 139.270,169 triệu đồng tăng 9.935,704 triệu đồng so với năm 2010. Điều này phản ánh hoạt động huy động vốn từ nguồn này vẫn duy trì hiệu quả trong khi môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Ngân hàng đã khẳng định được vị thế vững chắc của mình trên địa bàn.

✓ **Tiền gửi ký quỹ**

Qua 3 năm số lượng tiền gửi ký quỹ bảo lãnh tăng lên. Chúng tôi Techcombank Thủy Nguyên ngày càng tạo được lòng tin ở đông đảo khách hàng.

❖ **Vay NHNN và các TCTD khác**

Vì Techcombank Thủy Nguyên là phòng giao dịch thuộc chi nhánh Techcombank Hải Phòng. Tất cả nhu cầu về vốn giao dịch hàng ngày đều do quỹ chi nhánh điều chuyển xuống. Nên vay vốn NHNN và các TCTD khác chỉ thực hiện ở chi nhánh.

❖ **Phát hành giấy tờ có giá**

Năm 2009 và 2010 nguồn vốn huy động Techcombank Thủy Nguyên không thông qua phát hành giấy tờ có giá. Năm 2011, số lượng vốn huy động thông qua hình thức này là 3.831,787 triệu đồng, chủ yếu thông qua phát hành chứng chỉ tiền gửi vàng và ngoại tệ.

➤ **Về tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động**

Tốc độ tăng trưởng vốn huy động của Techcombank Thủy Nguyên được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.6: Biến động nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên năm 2009 – 2011

(ĐVT: triệu đồng)

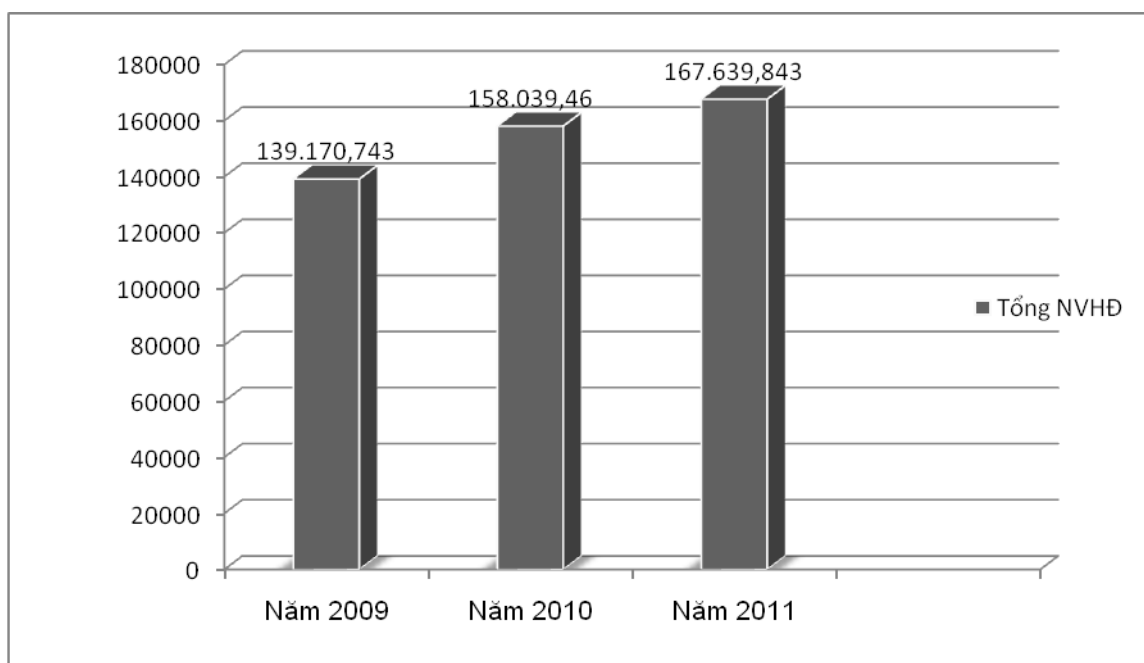
Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	So sánh 2010/2009	So sánh 2011/2010
----------	----------	----------	----------	----------------------	----------------------

				số tiền	%	số tiền	%
Tổng vốn huy động	139.170,743	158.039,46	167.639,843	18.868,717	13,6	9.600,383	6,07

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011)

Biểu đồ 2.4: Nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên năm 2009-2011

(ĐVT: triệu đồng)



Qua bảng và biểu đồ trên cho ta thấy trong 3 năm qua NVHĐ không ngừng biến động tăng. Năm 2010, tổng NVHĐ đạt 158.03,46 triệu đồng, tăng 18.868,717 triệu đồng so với năm 2009 với tỷ lệ tăng là 13,6 %. Năm 2011, tổng NVHĐ đạt 167.639,843 triệu đồng, tăng 9.600,383 triệu đồng so với năm 2010, tỷ lệ tăng là 6,07%. Tỷ lệ tăng vốn huy động năm 2011 thấp hơn so với năm 2010 là do nền kinh tế nước ta năm 2011 gặp rất nhiều khó khăn: lạm phát tăng cao, nhiều doanh nghiệp và cá nhân phá sản, thị trường bất động sản đóng băng... dẫn đến huy động vốn của toàn ngành ngân hàng nói chung và Techcombank Thủy Nguyên nói riêng gặp không ít khó khăn. Kết quả này có được là do Phòng giao dịch đã làm tốt công tác HĐV, chính sách khách hàng mềm dẻo, phong cách phục vụ khách hàng tốt nên đã thu hút được khối lượng khách hàng gửi tiền. Mặt khác, Techcombank Thủy Nguyên đã tiến hành hiện đại hoá ngân hàng, đưa công nghệ thông tin hiện đại vào hoạt động. Đối với những khách hàng có nguồn vốn lớn, Ngân hàng đã sử dụng khéo léo các hình thức ưu đãi trong vận động khách hàng để đảm bảo hài

hoà lợi ích cả hai bên trong quan hệ gửi và nhận vốn. Sử dụng những cán bộ có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp tốt, khéo léo trong giao tiếp để làm công tác huy động vốn.

2.2.3.2 Về cơ cấu nguồn vốn huy động

❖ *Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng*

Bảng 2.7: Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên theo đối tượng (2009-2011)

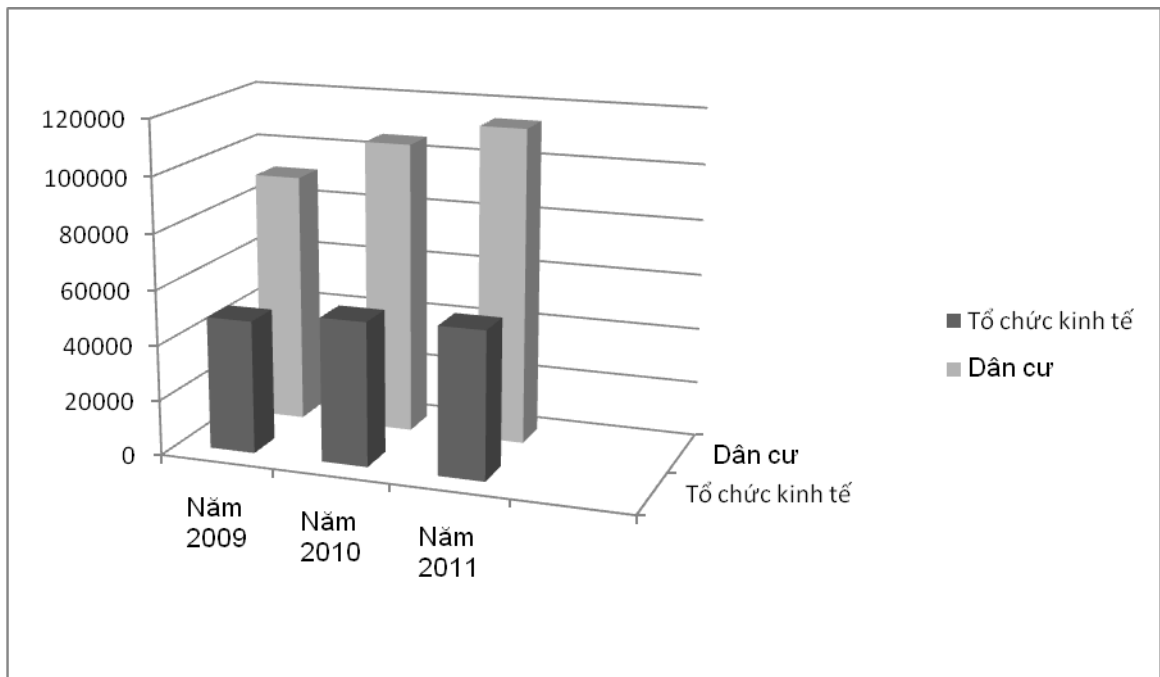
(ĐVT: triệu đồng)

Đối tượng	Năm 2009		Năm 2010			Năm 2011		
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	% tăng	Số tiền	Tỷ trọng (%)	% tăng
Dân cư	90.897,924	65,31	105.852,081	66,98	16,45	114.162,733	68,1	7,85
Tổ chức kinh tế	48.272,819	34,69	52.187,379	33,02	8,11	53.477,11	31,9	2,47
Tổng VHD	139.170,743	100	158.039,46	100	13,56	167.639,843	100	6,07

(Nguồn: Báo cáo thường niên Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011)

Biểu đồ 2.5: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng

(ĐVT: triệu đồng)



Qua bảng số liệu trên và biểu đồ 2.5 ta có nhận xét chung về tình hình huy động vốn theo đối tượng của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên như sau :

- Nguồn vốn huy động từ tổ chức luôn chiếm phần ít hơn nguồn vốn huy động từ dân cư, cao nhất là năm 2009: tỷ lệ huy động vốn từ tổ chức chiếm 34,69% tổng nguồn vốn huy động, tỷ lệ trên thấp nhất vào năm 2011: là 31,9% . Khoảng cách giữa nguồn vốn huy động từ dân cư và từ tổ chức ngày càng rộng ra sau mỗi năm: từ 42.625,105 triệu đồng (năm 2009) lên tới 60.685,623 triệu đồng (năm 2011). Bên cạnh đó, sự tăng trưởng tiền huy động từ tổ chức mỗi năm không đều, năm 2010 tăng hơn 8% so với 2009 nhưng năm 2011 lượng tiền huy động được điều chỉnh tăng thêm 2,47% so với năm 2010. Nguyên nhân của tình trạng này có thể do chính sách huy động những năm trước của Techcombank Thủy Nguyên chưa chú ý tới việc huy động vốn từ tổ chức và tình hình tích lũy tiết kiệm của các tổ chức trên địa bàn chưa cao .Mặt khác đối tượng huy động vốn thuộc tổ chức kinh tế của Phòng giao dịch chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong khi đó nguồn vốn huy động từ dân cư lại tăng mạnh và đều đặn, tỷ trọng luôn trên 50% tổng nguồn vốn huy động. Điều này thể hiện thế mạnh của việc tập trung huy động vốn từ dân cư của Phòng giao dịch. Thực ra đây cũng là điều dễ hiểu bởi Techcombank Thủy Nguyên luôn có mối quan hệ tốt với người dân trên địa bàn huyện Thủy Nguyên nên lượng tiền gửi của dân cư tại Phòng giao dịch nhiều, dẫn tới lượng vốn huy động được lớn.

- Tuy nhiên nếu cứ duy trì tình trạng không cân đối trong cơ cấu huy động vốn theo đối tượng và sự tăng giảm không ổn định của lượng vốn huy động từ các tổ chức như vậy thì sẽ không tốt cho hoạt động của Phòng giao dịch. Bởi nguồn vốn huy động từ các tổ chức kinh tế là một phần quan trọng tạo nên thế mạnh cho Ngân hàng. Do vậy trong những năm tiếp theo Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên nên chú ý hơn tới việc huy động vốn từ các tổ chức kinh tế, cơ cấu lại 2 thành phần vốn này cho hợp lý hơn.

❖ *Cơ cấu nguồn vốn huy động theo kì hạn*

Bảng số liệu 2.8 – Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên theo kì hạn (2009 -2011) – trang 48: phản ánh sự tăng trưởng của lượng vốn huy động theo từng kì hạn qua 3 năm của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên, cụ thể:

- Năm 2009 : nguồn vốn có kì hạn < 12 tháng là 72.925,469 triệu đồng, chiếm 52,4% tổng nguồn huy động, nguồn vốn kì hạn > 12 tháng là 66.245,274 triệu đồng, chiếm 47,6% tổng nguồn huy động.

- Năm 2010: Nguồn vốn có kì hạn < 12 tháng là: 86.447,585 triệu đồng, tăng 18,54% so với năm 2009, chiếm 54,7% tổng nguồn vốn huy động, nguồn vốn có kì hạn >12 tháng cũng tăng thêm 8,07%, chiếm 45,3% tổng nguồn huy động. Đây là sự tăng trưởng vượt bậc của nguồn vốn trong năm 2010, đặc biệt là nguồn kì hạn > 12 tháng. Dấu hiệu tăng trưởng này thể hiện hiệu quả trong huy động vốn cả ngắn hạn-trung và dài hạn của chi nhánh.

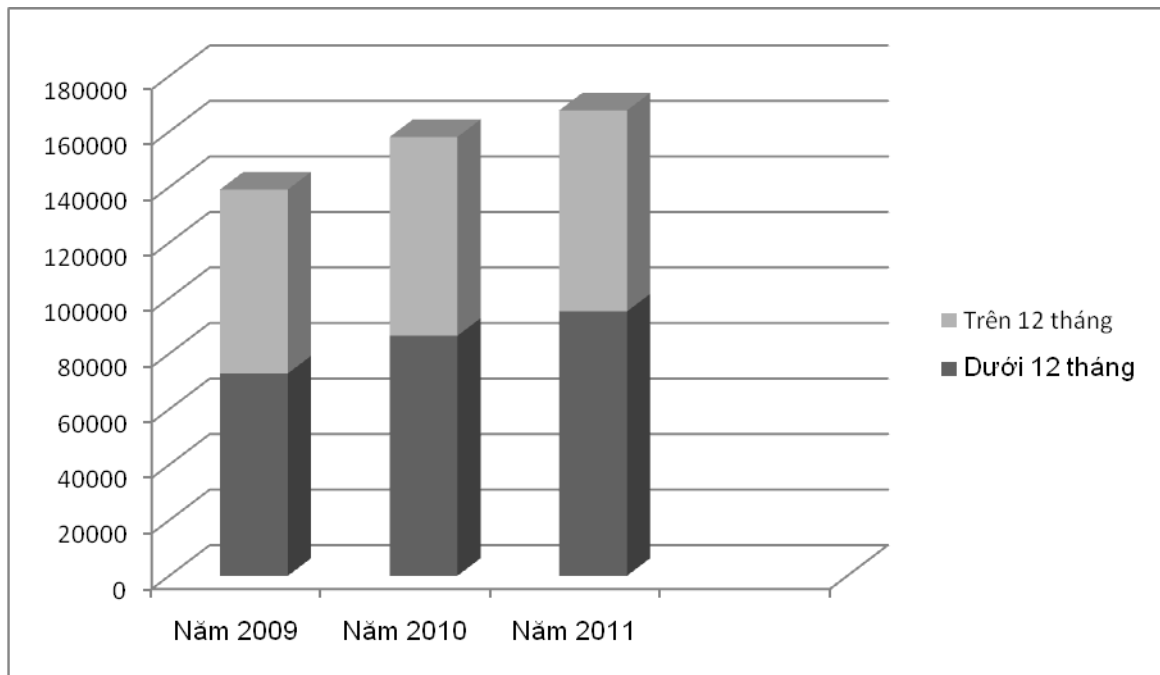
- Năm 2011: Mức tăng của nguồn vốn kì hạn < 12 tháng năm 2011 là 10,15%, so với năm 2010, chiếm 56,8% tổng nguồn huy động. Có thể thấy lượng tiền gửi không kì hạn và ngắn hạn của chi nhánh đã tăng lên đáng kể, và luôn chiếm ưu thế trong tổng nguồn huy động. Nguồn vốn có kì hạn > 12 tháng là: 72.420,412 triệu đồng, tăng trưởng 1,16%, giảm hơn 1/4 so với mức tăng năm 2010. Sự sụt giảm này một cho thấy sự cạnh tranh về huy động tiền gửi trung và dài hạn của các ngân hàng trên địa bàn huyện Thủy Nguyên khá gay gắt. Và chính sách lãi suất mà Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên đang áp dụng cho nguồn vốn huy động kì hạn > 12 tháng là chưa hợp lý. Vì với lượng thời gian gửi dài hơn thì lãi suất huy động phải cao hơn nhưng Techcombank Thủy Nguyên áp dụng lãi suất với tiền gửi trên 12 tháng bằng lãi suất gửi ngắn hạn.

Bảng 2.8: Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên theo kì hạn (2009-2011)

(ĐVT: triệu đồng)

Kì hạn	Năm 2009		Năm 2010			Năm 2011		
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	% tăng	Số tiền	Tỷ trọng (%)	% tăng
Dưới 12 tháng	72.925,469	52,4	86.447,585	54,7	18,54	97.219,431	57,99	12,46
Trên 12 tháng	66.245,274	47,6	71.591,875	45,3	8,07	70.420,412	42,01	-1,64
Tổng VNĐ	139.170,743	100	158.039,46	100		167.639,843	100	

(Nguồn: Báo cáo thường niên Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011)

Biểu đồ 2.6: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo kì hạn*(ĐVT: triệu đồng)*

Nhìn chung, trong cả 3 năm nguồn vốn kì hạn < 12 tháng luôn chiếm phần lớn (trên 50%) trong tổng nguồn huy động và có mức tăng trưởng đều và ổn định hơn so với nguồn vốn kì hạn > 12 tháng. Điều này cũng thể hiện thế mạnh tập trung huy động vốn ngắn hạn của Phòng giao dịch từ dân cư và các tổ chức trên địa bàn. Song sự không ổn định trong nguồn vốn huy động trung và dài hạn là một điều bất lợi cho Phòng giao dịch khi phải sử dụng nguồn vốn ngắn hạn để cho vay trung và dài hạn, điều này đồng nghĩa với việc tăng rủi ro trong hoạt động.

❖ *Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ*

Bảng 2.9: Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Techcombank Thủy Nguyên theo loại tiền tệ (2009-2011)

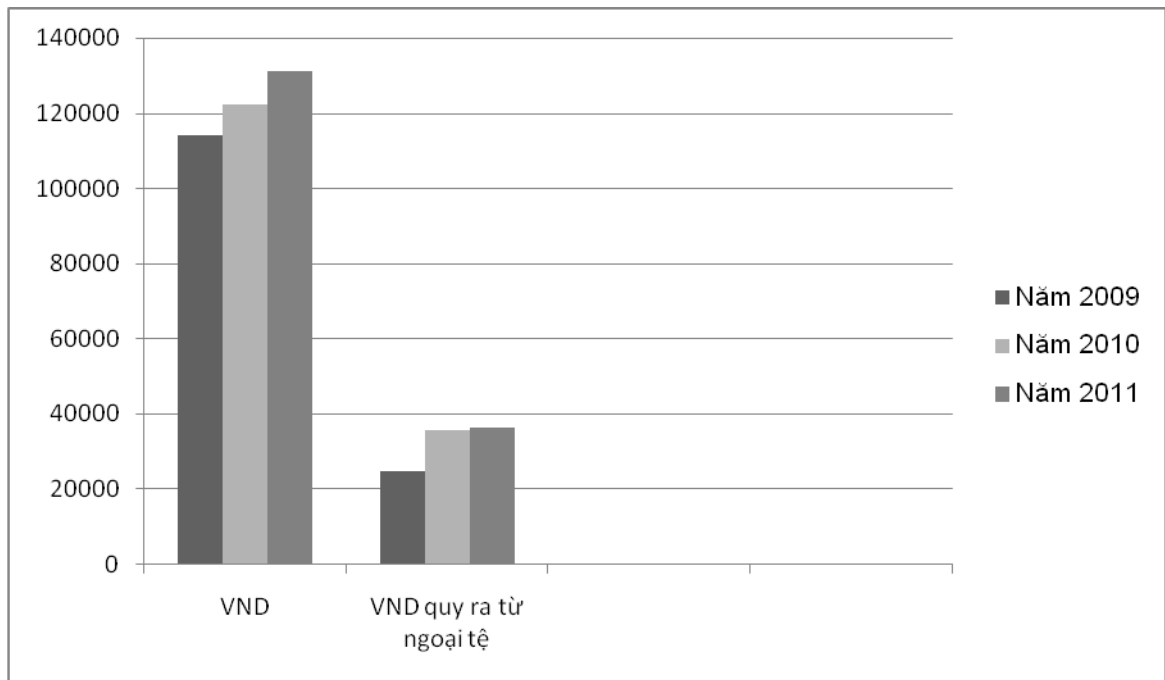
(ĐVT: triệu đồng)

Loại tiền tệ	Năm 2009		Năm 2010			Năm 2011		
	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)	% tăng	Số lượng	Tỷ trọng (%)	% tăng
VNĐ	114.259,18	82,1	122.164,503	77,3	6,92	131.094,357	78,2	7,31
Ngoại tệ quy đổi	24.911,563	17,9	35.874,957	22,7	44	36.545,486	21,8	1,87
Tổng	139.170,743		158.039,46			167.639,843		

(Nguồn: Báo cáo thường niên Techcombank Thủy Nguyên 2009-2011)

Biểu đồ 2.7: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền tệ

(ĐVT: triệu đồng)



Qua bảng 2.9 và biểu đồ 2.7 ta thấy vốn huy động bằng đồng Việt Nam tương đối ổn định, chiếm tỷ trọng cao trong tổng nguồn vốn tương ứng. Cụ thể năm 2009, huy động vốn bằng VND chiếm tỷ trọng 82,1% trong tổng tiền gửi của tổ chức kinh tế, năm 2010 chiếm 77,3% và năm 2011 chiếm 78,2%. Bên cạnh đó nguồn vốn huy động bằng ngoại tệ cũng rất quan trọng, ngân hàng cần quan tâm và có những biện pháp thực tế để tăng nguồn huy động này như điều chỉnh khung lãi suất ngoại tệ hợp lý, hoàn thiện và nâng cao các dịch vụ thu hút đồng ngoại tệ: dịch vụ kiều hối, tài trợ các hoạt động xuất nhập khẩu, kinh doanh mua bán ngoại tệ . . . thì sẽ đưa lại nguồn lợi nhuận cho ngân hàng.

2.2.3.3 Chi phí huy động vốn

Bảng 2.10 : Chênh lệch lãi suất đầu vào và lãi suất đầu ra của Techcombank Thủy Nguyên (2009-2011)

(ĐVT: VND%/năm; USD%/năm)

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	VND	USD	VND	USD	VND	USD
1.Lãi suất huy động bình quân	9,5	5.5	15,4	4,5	13,6	2,5
2.Lãi suất cho vay bình quân	13,8	7.0	20	8	20,5	5,5

3. Chênh lệch	4,3	1,5	4,6	3,5	6,9	3
---------------	-----	-----	-----	-----	-----	---

(Nguồn: Phòng kế toán tài chính Techcombank Thủy Nguyên)

Hiện nay Techcombank Thủy Nguyên vẫn sử dụng chủ yếu phương pháp chi phí bình quân. Quan sát bảng số liệu ta thấy Phòng giao dịch vẫn duy trì được mức chênh lệch lãi suất dương cả lãi suất đồng nội tệ và lãi suất đồng ngoại tệ, cụ thể :

- Năm 2009: Mức chênh lệch giữa lãi suất huy động và lãi suất cho vay bằng VND là 4,3%, mức chênh lệch này bằng USD là 1,5%.

- Năm 2010: Mức chênh lệch này bằng VND là 4,6%, tăng 0,3% so với năm 2009. Còn mức chênh lệch này bằng USD là 3,5%, tăng 2% so với 2009

- Năm 2011: Mức chênh lệch này bằng VND là 6,9% tăng 2,3% so với năm 2010. Còn mức chênh lệch này bằng USD là 3% giảm đi 0,5% so với 2010

Nhận thấy mức chênh lệch giữa lãi suất đầu vào và lãi suất đầu ra bằng đồng nội tệ vẫn dương và tăng đều qua các năm. Từ các số liệu trên cho thấy rằng kết quả kinh doanh của Phòng giao dịch qua các năm là tốt.

2.2.3.4 Cân đối giữa huy động vốn và sử dụng vốn

Đánh giá sự cân đối này, ta sử dụng hệ số sử dụng vốn trong kì

$$\text{Hệ số sử dụng vốn trong kì} = \frac{\text{Tổng dư nợ cho vay trong kì}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động trong kì}}$$

Năm 2009:

$$\frac{\text{Tổng dư nợ cho vay trong kì}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động trong kì}} = \frac{18.138,56 \text{ triệu đồng}}{139.170,743 \text{ triệu đồng}} = 0,13$$

Năm 2010:

$$\frac{\text{Tổng dư nợ cho vay trong kì}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động trong kì}} = \frac{21.838,29 \text{ triệu đồng}}{158.039,46 \text{ triệu đồng}} = 0,138$$

Năm 2011:

$$\frac{\text{Tổng dư nợ cho vay trong kỳ}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động trong kỳ}} = \frac{34.351,38 \text{ triệu đồng}}{167.639,843 \text{ triệu đồng}} = 0,2$$

Qua các năm, chỉ số này ngày càng tăng lên: từ 0,13 năm 2009 lên 0,138 năm 2010 và 0,2 năm 2011. Điều này chứng tỏ vốn tồn đọng của ngân hàng ngày càng giảm, ngân hàng sử dụng vốn huy động để cho vay ngày một hiệu quả nhưng đồng thời rủi ro tín dụng tăng lên. Vì vậy ngân hàng cần có giải pháp cho vay đúng hướng đảm bảo sự an toàn trong quá trình cho vay.

2.2.4 Đánh giá hiệu quả công tác huy động vốn của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

2.2.4.1 Những kết quả đạt được của Techcombank Thủy Nguyên trong công tác huy động vốn

Một là về quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn

+ Nguồn vốn huy động là nguồn vốn cơ bản và quan trọng để ngân hàng dùng vào hoạt động kinh doanh tiền tệ của mình. Do đó công tác huy động vốn được ngân hàng quan tâm đúng mức. Trong những năm qua, với nhiều nỗ lực cố gắng Techcombank đã đạt được những kết quả khả quan trong công tác huy động vốn. Nguồn vốn của ngân hàng tăng trưởng nhanh và bền vững, hình thức huy động đa dạng hơn. Quy mô nguồn vốn năm 2010 tăng so với năm 2009 là 18.868,717 triệu đồng với tốc độ tăng là 13,6%. Năm 2011 tăng so với 2010 là 9.600,383 triệu đồng, tốc độ tăng là 6,07%, giảm so với 2010.

+ Quy trình nghiệp vụ ngày càng được hoàn thiện, đổi mới nhằm làm giảm thời gian giao dịch của khách hàng và tăng khối lượng huy động vốn trong thời gian làm việc của ngân hàng. Đặc biệt đối với các quầy giao dịch với khách hàng nhân viên ngân hàng luôn có thái độ nhiệt tình hướng dẫn cũng như trả lời khách hàng. Điều đó đã gây được thiện cảm đối với khách hàng, tăng uy tín của ngân hàng trên thị trường từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho việc huy động vốn của ngân hàng.

Hai là về cơ cấu nguồn vốn huy động

+ Trong cơ cấu vốn huy động thì vốn huy động tiết kiệm từ dân cư là một nguồn vốn chiếm tỷ trọng cao và quan trọng đối với hoạt động của ngân hàng. Đây là nguồn vốn có độ ổn định cao điều đó giúp ngân hàng chủ động hơn trong việc sử dụng vốn để phục vụ cho các hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Thu hút được một lượng vốn lớn từ khu vực dân cư trên địa bàn. Nguồn vốn này có tính chất ổn định do mối quan hệ giữa ngân hàng và người dân trên địa bàn bền chặt và uy tín của ngân hàng với đối tượng đó. Mặt khác do Phòng giao dịch đã triển khai khá thành công các đợt huy động vốn do ngân hàng Techcombank Việt Nam phát động : Các chương trình Tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm phát lộc, tiết kiệm theo thời gian thực gửi đa năng ... Các chương trình này đã thu hút được một lượng lớn vốn từ dân cư trên địa bàn huyện Thủy Nguyên. Có được thành công trên là do mỗi lần tổ chức một chương trình huy động tiết kiệm mới, Techcombank Thủy Nguyên đều treo băng rôn khẩu hiệu tại trụ sở kết hợp với việc tuyên truyền trên các phương tiện thông tin như : trên mạng internet, trên báo và tờ rơi tạo điều kiện cho khách hàng nắm được thông tin nhanh hơn.

Bên cạnh đó lượng tiền gửi từ các tổ chức kinh tế cũng tăng theo các năm nhất là năm 2011 vừa qua, cho thấy ngân hàng đã có những chiến lược phù hợp để thu hút vốn huy động từ các tổ chức kinh tế này.

Trong cơ cấu kì hạn: Cơ cấu nguồn huy động giữa ngắn hạn và trung dài hạn chênh lệch ít. Đây là một kết quả khả quan. Ngân hàng có thể sử dụng vốn trung dài hạn huy động để cho vay đối với các doanh nghiệp. Giảm thiểu rủi ro thanh khoản cho Ngân hàng.

Ba là về chi phí huy động vốn:

+ Techcombank Thủy Nguyên đã luôn quan tâm đến lợi ích của khách hàng trên cơ sở tối đa hoá lợi nhuận. Ngân hàng đã đưa ra mức lãi suất tương ứng với nhiều kỳ hạn gửi tiền khác nhau do vậy khách hàng có thể chọn cho mình cách thức gửi tiền phù hợp.

+ Techcombank Thủy Nguyên cung cấp sản phẩm tiền gửi cho khách hàng doanh nghiệp gồm tiền gửi không kỳ hạn và tiền gửi có kỳ hạn. Đối với tiền gửi không kỳ hạn của khách hàng doanh nghiệp, lãi suất áp dụng cho tiền gửi không kỳ hạn là lãi suất thả nổi. Đối với tiền gửi có kỳ hạn có thời hạn có định từ 01 đến 60 tháng và lãi suất áp dụng có thể là lãi suất thả nổi hoặc lãi suất cố định, người gửi có thể rút tiền trước hạn tuy nhiên trong trường hợp này khoản tiền gửi chỉ được hưởng lãi suất không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn thông thường được tự động quay vòng.

+ Ngân hàng bán lẻ là lĩnh vực thế mạnh truyền thống của Techcombank đặc biệt trong việc thu hút tiền gửi cá nhân bằng việc cung cấp cho khách hàng cá nhân một

loạt sản phẩm tiền gửi với lãi suất linh hoạt cụ thể như: lãi suất tiết kiệm F@stsaving, lãi suất tiết kiệm theo tuần, lãi suất tiết kiệm kỳ hạn 8,9,10,11,12,15,17 ngày với số tiền gửi từ 1 triệu đồng trở lên, lãi suất huy động đối với sản phẩm tiết kiệm thường, đối với sản phẩm tiết kiệm phát lộc, tiết kiệm online, phát lộc online, lãi suất tài khoản “ tích lũy tài tâm – tài hiền” ,...

Ngoài ra, sự đoàn kết thống nhất của cán bộ công nhân viên, tuổi đời còn tương đối trẻ có trình độ nghiệp vụ vững chắc, nhiệt tình công tác, có khả năng nhanh chóng tiếp cận các ứng dụng hiện đại nhất trong lĩnh vực ngân hàng tiền tệ, cùng việc điều hành kinh doanh ngày càng khoa học và thống nhất đã tạo nên sức mạnh tổng hợp thúc đẩy hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung cũng như hoạt động huy động vốn của ngân hàng nói riêng.

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường thường xuyên biến động, sự cạnh tranh giữa các TCTD diễn ra ngày càng gay gắt thì những kết quả trên đây của Techcombank Thủy Nguyên thật đáng khích lệ. Nó chứng tỏ sự phát triển vững chắc của Techcombank trong mọi hoạt động kinh doanh nói chung cũng như hoạt động huy động vốn nói riêng, một nguồn vốn tăng trưởng khá vững chắc.

2.2.4.2 Những tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại trong công tác huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên

❖ Tồn tại

Một là về quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn

- Trong 3 năm qua, mặc dù quy mô nguồn vốn huy động của Techcombank ngày càng mở rộng nhưng tốc độ tăng trưởng vẫn chưa cao. Đặc biệt là năm 2011, tốc độ tăng trưởng chỉ đạt 6,07%. Giảm một nửa so với 2010.

Hai là về cơ cấu nguồn vốn huy động

- Cơ cấu vốn của Phòng giao dịch vẫn chưa hợp lý. Tỷ lệ vốn huy động từ tổ chức kinh tế thấp hơn nhiều so với tỷ lệ vốn huy động từ dân cư.

- Số lượng vốn huy động bằng ngoại tệ chiếm tỷ trọng chưa cao trong tổng nguồn vốn huy động dẫn đến việc sử dụng ngoại tệ thu được để cho vay đối với các khách hàng có nhu cầu ngoại tệ còn hạn chế, đây là một bất lợi cho ngân hàng về việc sử dụng số tiền huy động này thậm chí còn có thể chịu rủi ro tỷ giá. Ngân hàng chủ yếu chỉ có thể sử dụng số ngoại tệ thu được để gửi vào NHNN để hưởng chênh lệch lãi suất.

Ba là về lãi suất huy động

- Việc huy động vốn hiện nay gặp nhiều khó khăn, bởi lãi suất huy động trong năm 2011 đang thấp hơn lạm phát, tức là lãi suất thực của Việt Nam đang âm. CPI tháng 7/2011 đã tăng tới 22,16%, thế chỗ mức tăng 20,82% của tháng trước. Đến tháng 8/2011 chỉ số giá tiêu dùng chỉ tăng 0,93% so với tháng 7. Như vậy, CPI bình quân tám tháng đầu năm tăng 17,64% so với bình quân cùng kỳ năm 2010. Trong khi đó lãi suất tiết kiệm tối đa chỉ là 14%/năm, như vậy có thể thấy trong tình hình hiện nay việc gửi tiết kiệm của người dân không sinh ra được đồng lãi nào vì lãi suất tiết kiệm còn thấp hơn nhiều so với lạm phát ở Việt Nam. Đồng thời lãi suất huy động cũng đang thấp hơn tỷ suất lợi nhuận của một số kênh đầu tư khác. Khi Thống đốc ngân hàng Nhà nước ra chỉ thị 02 nghiêm cấm các ngân hàng không được huy động vượt trần lãi suất 14%/năm đối với tiền đồng thì lại càng làm giảm sức hấp dẫn của các sản phẩm tiết kiệm của ngân hàng và việc huy động vốn lại càng gặp khó khăn hơn.

Sản phẩm dịch vụ của ngân hàng đã phát triển thêm nhiều hình thức mới nhưng chủ yếu vẫn là những sản phẩm truyền thống, những sản phẩm huy động vốn của ngân hàng Techcombank Việt Nam, Phòng giao dịch chưa phát triển được sản phẩm riêng biệt nào. Thực ra để phát triển một sản phẩm riêng thì phải có sự đồng ý và có kế hoạch của Ngân hàng Techcombank Việt Nam nên điều này khó thực hiện ngay. Nhưng Phòng giao dịch cũng nên quan tâm và lập kế hoạch phát triển sản phẩm huy động vốn mới để góp phần tăng cường thu hút vốn trên địa bàn. Ngân hàng chủ yếu cạnh tranh bằng lãi suất, còn các dịch vụ khác thì còn ở mức hạn chế. Trong thời gian tới cần nghiên cứu ứng dụng và nhân ra diện rộng các loại hình dịch vụ mới nhằm tăng thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

Công tác Marketing của Techcombank tuy đã được chú trọng và là công tác trọng tâm của ngân hàng trong điều kiện gay gắt nhưng vẫn chưa được thực hiện theo một chính sách nhất quán. Từng bộ phận, từng cán bộ vẫn chưa ý thức được hết tầm quan trọng của công tác này, nhận thức còn đơn giản nên trong phối hợp thực hiện vẫn chưa đạt được kết quả như mong muốn. Tuy ngân hàng đã chủ động tìm đến khách hàng nhưng do môi trường cạnh tranh quyết liệt, do điều kiện và phương pháp tiếp cận chưa phù hợp nên hiệu quả chưa cao. Công tác thu thập

thông tin về thị trường, về nhu cầu khách hàng, về đối thủ cạnh tranh còn hạn chế do vậy mà thiếu thông tin phản hồi để có những điều chỉnh kịp thời.

❖ Nguyên nhân của những tồn tại

Những tồn tại trên đã ảnh hưởng không nhỏ tới công tác huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên. Xem xét đầy đủ các mặt có thể rút ra một số các nguyên nhân sau:

Nguyên nhân khách quan

- Nguyên nhân khách quan đầu tiên là do tình trạng phát triển của nền kinh tế. Đây là giai đoạn nền kinh tế Việt Nam có nhiều biến động, chưa thực sự ổn định do chịu ảnh hưởng chung của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, còn chứa đựng nhiều yếu tố biến động khó dự đoán về lạm phát, tỷ giá, lãi suất. . Vì vậy, các khoản tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngắn thường được khách hàng lựa chọn để dễ dàng chuyển đổi mục đích sử dụng vốn sang mua vàng, ngoại tệ hơn là gửi tiết kiệm.

- Nguyên nhân thứ hai là do ảnh hưởng của môi trường chính trị pháp luật. Sự điều hành chính sách tiền tệ, lãi suất của nhà nước còn chưa đồng bộ và phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn của nền kinh tế. Hệ thống pháp luật chưa hoàn chỉnh, liên tục thay đổi và còn nhiều chồng chéo đôi khi còn mâu thuẫn nhau, còn phải chịu sự điều chỉnh của nhiều luật khác làm cho hoạt động huy động vốn gặp khó khăn trong công tác quản lý, gây tâm lý thiếu tin tưởng cho nhà đầu tư. Đặc biệt là trong thời điểm lạm phát tăng cao như hiện nay, NHNN cần đưa ra chính sách lãi suất hợp lý vừa có lợi cho cả doanh nghiệp, vừa có lợi cho cả ngân hàng.

- Do tâm lý ưa dùng tiền mặt của người dân Việt Nam cũng có tác động không nhỏ tới hoạt động huy động của ngân hàng, chưa thật sự tạo điều kiện cần thiết cho các dịch vụ thanh toán qua tài khoản cá nhân mở tại các ngân hàng, mà vẫn còn thu tiền mặt là chủ yếu. Một số khách hàng chưa thật sự tin vào Ngân hàng, có một bộ phận nhỏ trong dân chúng vẫn chưa quen với các hoạt động cũng như sử dụng các tiện ích của ngân hàng, tâm lý lo sợ tiền mất giá... khiến họ vẫn ngần ngại trong việc gửi tiền vào ngân hàng

- Sự cạnh tranh gay gắt trong huy động vốn của các ngân hàng và các tổ chức tài chính trên địa bàn huyện Thủy Nguyên. Cùng với sự mở rộng và phát triển kinh tế của huyện, các ngân hàng trên địa bàn thành phố Hải Phòng đã tích cực mở thêm chi nhánh, Phòng giao dịch tại huyện Thủy Nguyên. Sự tăng lên về số lượng các

ngân hàng ở địa bàn vừa tạo ra khó khăn thách thức vừa là động lực thúc đẩy cho sự phát triển của Phòng giao dịch, đặc biệt là hoạt động huy động vốn.

Nguyên nhân chủ quan

- Trong cơ cấu nguồn vốn của Techcombank Thủy Nguyên tiền gửi tiết kiệm chiếm một tỷ trọng khá lớn còn nguồn tiền huy động từ các TCKT chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ. Do đó Techcombank Thủy Nguyên cần quan tâm hơn nữa tới việc thu hút tiền gửi từ các TCKT. Bởi vì đây là nguồn tiền ngân hàng chỉ phải trả với một mức lãi suất tương đối thấp, tạo điều kiện cho ngân hàng có thể giảm chi phí huy động vốn.
- Công tác huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên vẫn còn nặng về các biện pháp huy động truyền thống, chủ yếu thực hiện qua công cụ lãi suất, biện pháp tiếp thị chưa rộng khắp đến các khu vực dân cư. Các hình thức khuyến mãi, quảng cáo còn hạn chế một phần do cơ chế, một phần do tính thiếu chủ động trong nghiên cứu, đề xuất các biện pháp huy động, chưa nghiên cứu sâu thị hiếu của thị trường. Mặc dù thông tin về sản phẩm, dịch vụ mới được truyền tải đến các chủ thể trong nền kinh tế nhưng Phòng giao dịch vẫn chưa khai thác triệt để các kênh truyền thông tin hiện có.
- Phòng giao dịch chưa có nhiều chiến lược khách hàng rõ ràng, cũng như vạch ra biện pháp tăng cường huy động vốn cụ thể trong tình hình mới (cạnh tranh huy động vốn gay gắt) vì thế lượng vốn huy động trong năm 2011 không tăng mạnh như năm 2010. Sự chậm lại này cho thấy Phòng giao dịch cần phải tích cực cải thiện tình hình huy động vốn hơn để đẩy nhanh tốc độ tăng vốn huy động, đáp ứng kịp thời nhu cầu vốn cho hoạt động tín dụng của Phòng giao dịch.
- Cán bộ nhân viên trẻ, năng động, đào tạo bài bản nhưng do tuổi đời còn trẻ nên đội ngũ nhân sự này không tránh khỏi việc thiếu kinh nghiệm chuyên môn lẫn thực tế.
- Công nghệ ngân hàng cả về quy trình nghiệp vụ lẫn trang thiết bị công nghệ là yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh của ngân hàng còn hạn chế
- Tuy đã có sự đổi mới trong qui trình giao dịch nhưng thủ tục giấy tờ vẫn còn rườm rà. Cụ thể khi khách hàng muốn gửi tiền tiết kiệm thì phải viết giấy gửi tiền có chứng minh nhân dân kèm theo, viết bảng kê nộp tiền và nộp tiền tại quỹ và sau một loạt các thủ tục khác do kế toán tiến hành thì sổ tiết kiệm mới đến tay khách hàng...

Điều này làm mất nhiều thời gian của khách hàng làm cho khách hàng ngại đến ngân hàng giao dịch từ đó làm giảm hiệu quả công tác huy động vốn của ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG II:

Chương II tập trung phân tích, đánh giá thực trạng tình hình huy động vốn, tìm ra những ưu điểm, tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại đó trong công tác huy động vốn tại Techcombank Thủy Nguyên qua các năm 2009 – 2011. Từ đó làm cơ sở cho chương III đưa ra một số giải pháp nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên. Đề xuất một số kiến nghị với Techcombank, với NHNN, với Nhà nước để tạo điều kiện cho những giải pháp trên phát huy tác dụng trong thực tiễn.

CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI PHÒNG GIAO DỊCH TECHCOMBANK THỦY NGUYÊN

3.1 Định hướng phát triển của Techcombank Thủy Nguyên trong giai đoạn 2010 - 2015

Định hướng phát triển của Techcombank Thủy Nguyên trong thời gian tới được xác định căn cứ vào định hướng phát triển của Ngân hàng Techcombank Việt Nam và chi nhánh Techcombank Hải Phòng, định hướng phát triển kinh tế huyện Thủy Nguyên và tình hình thực tế trong hoạt động của Phòng giao dịch. Nội dung định hướng phát triển của Techcomabank Thủy Nguyên giai đoạn 2010-2015 tập trung vào các nội dung cơ bản sau :

- **Một là**, phấn đấu thực hiện huy động vốn trên địa bàn tăng trưởng với tốc độ bình quân 23-24%/ năm. Với tốc độ này trong những năm tiếp theo Phòng giao dịch sẽ tăng thêm lượng vốn huy động lên nhiều và đáp ứng được nhu cầu cho vay ngày một tăng lên.

- **Hai là**, đa dạng hoá các hình thức huy động vốn, đặc biệt là các hình thức huy động vốn kì hạn trên 12 tháng để nâng cao khả năng cạnh tranh với các ngân hàng trên cùng địa bàn, đồng thời đảm bảo cân đối giữa cơ cấu huy động và cho vay. Tiếp tục tìm kiếm nguồn vốn hoạt động có chi phí thấp, ổn định.

- **Ba là**, tiếp tục đẩy mạnh huy động vốn từ tổ chức kinh tế đặc biệt là các doanh nghiệp mạnh để cân đối cơ cấu vốn huy động và đảm bảo duy trì nguồn vốn ổn định. Xây dựng cụ thể chiến lược khách hàng doanh nghiệp để phục vụ tốt cho công tác huy động vốn.

- **Bốn là**, thực hiện nghiệp vụ Ngân hàng doanh nghiệp vì trong thực tế đối tượng khách hàng chủ yếu của Phong giao dịch là dân cư và các doanh nghiệp vừa và nhỏ do vậy Phòng giao dịch cần đẩy mạnh cho vay các doanh nghiệp lớn và các thành phần kinh tế có đủ điều kiện tín dụng và hoạt động hiệu quả, tăng thu phí dịch vụ, phục vụ tốt mọi thành phần kinh tế.

3.2 Giải pháp nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

Xuất phát từ việc phân tích hoạt động và kết quả huy động vốn của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên trong một số năm ở trên, Em xin mạnh dạn đưa ra một số đề xuất nhỏ nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn cho Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên như sau :

3.2.1 Thực hiện tốt công tác phân tích thị trường huy động vốn.

Thị trường huy động vốn là một thị trường có sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác. Trước khi phát triển và triển khai các sản phẩm huy động vốn mới, các ngân hàng đều phải tiến hành công tác phân tích thị trường huy động vốn. Phân tích thị trường huy động vốn là phân tích môi trường hoạt động của ngân hàng nhằm xác định nhu cầu của thị trường, các sản phẩm huy động vốn của các đối thủ cạnh tranh để thay đổi phương hướng hoạt động của ngân hàng cho phù hợp với sự biến đổi của thị trường. Đối với Techcombank Thủy Nguyên, địa bàn huyện Thủy Nguyên là thị trường hoạt động chính của Phòng giao dịch, là thị trường mà Phòng giao dịch cần phải phân tích kỹ để hoạt động tốt hơn. Việc phân tích thị trường vẫn luôn được Techcombank Thủy Nguyên quan tâm thực hiện, tuy nhiên để phân tích có hiệu quả thì em xin được đề xuất hướng phân tích như sau :

- *Nghiên cứu cầu thị trường* : Tức là phân tích quy mô cơ cấu và sự vận động của thị trường để xác định những tiềm năng của thị trường đối với ngân hàng, từ đó có cơ sở để ra các quyết định về sản phẩm. Đây là việc nghiên cứu tập tính, thói quen, nhu cầu của khách hàng đối với những sản phẩm huy động vốn của khách hàng. Phòng giao dịch có thể tiến hành công việc này bằng cách điều tra nhu cầu của khách hàng trên địa bàn, phân loại khách hàng thành từng nhóm và đánh giá nhằm tìm ra nhóm khách hàng có triển vọng nhất đối với các loại sản phẩm huy động vốn của Phòng giao dịch. Cần phải đặc biệt chú ý tới những khách hàng truyền thống trên các mặt: sự thay đổi trong nhu cầu, sự thay đổi về số lượng khách hàng...để có cơ sở dự báo nhu cầu trong tương lai và phát triển các sản phẩm mới phù hợp.

- *Nghiên cứu cung (khả năng thích ứng cầu)*: Đây là việc nghiên cứu khả năng cung ứng các loại sản phẩm huy động vốn của Phòng giao dịch và khả năng

cung ứng của các đối thủ cạnh tranh. Trước hết về khả năng cung ứng các loại sản phẩm huy động vốn của Techcombank Thủy Nguyên: hiện nay các sản phẩm huy động vốn của Phòng giao dịch đều là các sản phẩm của Ngân hàng Techcombank Việt Nam, số lượng cũng khá đa dạng, thu hút được nhiều khách hàng. Đặc biệt về huy động tiết kiệm, có hình thức huy động “ Tiết kiệm phát lộc ” rất hấp dẫn khách hàng song được triển khai không thường xuyên trong năm. Bên cạnh đó, sự cạnh tranh về sản phẩm huy động vốn của các ngân hàng trên địa bàn rất gay gắt. Một số ngân hàng cũng đưa ra hình thức tiết kiệm dự thưởng, tặng quà như Ngân hàng Nông nghiệp, Ngân hàng Vietcombank, Ngân Hàng BIDV(tiết kiệm ỏ trứng vàng)... để cạnh tranh lôi kéo khách hàng gửi tiền. Để có thể hấp dẫn thu hút khách hàng thường xuyên hơn nữa Phòng giao dịch cần có kế hoạch phát triển sản phẩm mới cho riêng mình dựa trên những phân tích về cầu và cung đối với các sản phẩm của phòng giao dịch, ưu thế của các ngân hàng trên địa bàn và trình lên Ngân hàng Techcombank Việt Nam xem xét.

3.2.2 Đa dạng hoá các sản phẩm huy động vốn bằng cách gia tăng tiện ích và tính chất.

Để tăng cường thu hút vốn, Techcombank Thủy Nguyên cần phải đa dạng hoá các sản phẩm huy động vốn nhằm hấp dẫn và thoả mãn nhu cầu của khách hàng khi lựa chọn sản phẩm gửi tiền. Mỗi một loại sản phẩm huy động vốn đều có những tính chất và hình thức riêng, phù hợp với nhu cầu một nhóm khách hàng nào đó. Đồng thời, lượng khách hàng của các nhóm rất khác nhau. Vì thế các sản phẩm huy động càng đa dạng, mới lạ cũng như đem lại lợi ích cao cho khách hàng thì càng có có khả năng được nhiều nhóm khách hàng chọn lựa, làm cho lượng vốn huy động của ngân hàng tăng lên cả về số lượng lẫn chủng loại.

Các sản phẩm của ngân hàng nói riêng và các sản phẩm huy động vốn nói chung đều rất dễ bắt chước. Hiện nay, hầu như tất cả các ngân hàng trên địa bàn Hải Phòng đều có những sản phẩm huy động vốn có bản chất giống nhau như: tiền gửi thanh toán, tiền gửi kì hạn, tiết kiệm... Để có thể thu hút khách hàng, mỗi ngân hàng đều thêm vào những sản phẩm truyền thống đó những *tính chất, đặc điểm, tiện ích mới* nhằm tạo ra nét riêng độc đáo. Việc đa dạng hoá các sản phẩm của Techcombank Thủy Nguyên cũng đã và sẽ dựa trên việc làm đó. Em xin được đề

xuất một số ý tưởng về các sản phẩm huy động vốn mới cho chi Phòng giao dịch như sau:

- *Tăng cường các tiện ích cho tiền gửi thanh toán và thẻ ATM:*

+ Triển khai dịch vụ thanh toán hoá đơn điện thoại, internet...qua tài khoản, thẻ ATM cho khách hàng. Để thực hiện được dịch vụ này, Phòng giao dịch cần kí hợp đồng với các công ty viễn thông. Ngoài ra cần xây dựng thêm những cây rút tiền tự động...

+ Dịch vụ đầu tư tự động với những khách hàng có số dư tiền gửi giao dịch lớn. Khách hàng có thể yêu cầu ngân hàng đầu tư theo ý mình.

- *Tạo sự linh hoạt, thuận tiện cho khách hàng khi sử dụng hình thức tiền gửi tiết kiệm truyền thống:* Sự đa dạng của các mức lãi suất tiền gửi tiết kiệm của chi nhánh tạo ra nhiều cơ hội lựa chọn cho khách hàng. Để khách hàng có thể thoải mái lựa chọn kì hạn phù hợp với mình, Phòng giao dịch nên tạo điều kiện cho khách hàng chuyển đổi kì hạn dễ dàng hơn, cho phép khách hàng rút gốc từng phần khi cần thiết ...khuyến khích khách hàng gửi tiền nhiều hơn.

- *Phát triển các loại sản phẩm tiền gửi theo đối tượng gửi tiền dựa trên phân loại về thu nhập, tuổi tác, giới tính...* Việc thực hiện giải pháp này có thể tốn nhiều chi phí và thời gian song nó tạo ra sức hấp dẫn, tạo được điểm nhấn trong loạt sản phẩm huy động vốn đa dạng của Phòng giao dịch. Chẳng hạn: vào những dịp kỉ niệm ngày của phụ nữ (20-10, 8-3), Phòng giao dịch có thể triển khai loại sản phẩm tiền gửi tiết kiệm kết hợp với việc tặng quà khuyến mại, dự thưởng...dành riêng cho phụ nữ với những tiện ích hấp dẫn.

3.2.3 Cần sử dụng chính sách lãi suất linh hoạt đáp ứng với sự biến động của thị trường

Mỗi ngân hàng đều có một chiến lược kinh doanh riêng cho mình - trong đó chính sách về lãi suất là một yếu tố quan trọng. Sử dụng chính sách lãi suất hợp lý sẽ vừa đẩy mạnh thu hút ngày càng nhiều các nguồn vốn trong xã hội, vừa kích thích các đơn vị, tổ chức kinh tế sử dụng vốn có hiệu quả trong sản xuất kinh doanh. Lãi suất là công cụ quan trọng để ngân hàng thu hút nguồn tiền gửi có trong các tầng lớp dân cư, doanh nghiệp, các tổ chức tín dụng khác. Lãi suất là yếu tố cấu thành phần lớn thu nhập và chi phí của ngân hàng vì vậy mọi biến động về lãi suất sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Do lãi suất có tầm quan trọng như vậy nên chính sách lãi suất phải được xây dựng trên cơ sở

khoa học và thực tiễn, phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội trong từng thời kỳ, đặc biệt là trong hoạt động huy động vốn của chính bản thân ngân hàng. Lãi suất là yếu tố tác động mạnh mẽ nhất đến lượng vốn huy động được của ngân hàng bởi vì trong cơ cấu nguồn vốn thì tiền gửi tiết kiệm chiếm tỷ trọng (lớn hơn 60%) của tổng nguồn vốn huy động tại chỗ mà mục đích của cá nhân và tổ chức khi gửi tiền theo hình thức tiết kiệm là nhằm tìm kiếm một khoản thu nhập. Mặt khác các cá nhân và tổ chức gửi tiền thanh toán vẫn mong muốn có thêm một khoản thu nhập. Do vậy lãi suất ngân hàng là yếu tố đầu tiên mà người gửi tiền quan tâm để có sự lựa chọn gửi tiền vào ngân hàng hay là đầu tư vào các tài sản khác.

Xuất phát từ tầm quan trọng của lãi suất, Techcombank Thủy Nguyên cần có chính sách lãi suất vừa hấp dẫn người gửi tiền vừa hạn chế gia tăng lãi suất đầu ra, cụ thể như:

- + Nâng lãi suất đối với tiền gửi trung và dài hạn, hạ thấp lãi suất tiền gửi không kỳ hạn và kỳ hạn ngắn. Đảm bảo lãi suất trung bình không tăng lên đối với toàn bộ nguồn vốn huy động.

- + Có biện pháp khuyến khích khách hàng duy trì số dư tài khoản với thời gian dài hơn thời hạn gửi ban đầu. Ví dụ: người gửi tiền với kỳ hạn 6 tháng nhưng qua 3 lần kỳ hạn gộp lãi mà người gửi vẫn chưa rút tiền thì ngân hàng nên có chính sách thưởng thêm một tỷ lệ % về lãi suất tiền gửi .

- + Lãi suất được xây dựng phù hợp với từng đối tượng gửi tiền, từng khu vực dân cư và trong từng thời kỳ cụ thể. Lãi suất phải xây dựng dựa trên tình hình tăng trưởng kinh tế, tỷ lệ lạm phát, biến động tỷ giá . . .

- + Ngân hàng cần phải thường xuyên theo dõi tình hình biến động lãi suất trên thị trường, dự đoán xu hướng biến động, thực hiện tính toán lãi suất đầu ra, đầu vào để đưa ra chính sách lãi suất vừa có tính cạnh tranh, vừa linh hoạt, vừa hấp dẫn nhưng cũng phải tuân theo lãi suất cơ bản của ngân hàng nhà nước quy định và trong biên độ giao động cho phép. Điều này vừa đảm bảo quyền lợi cho ngân hàng vừa đảm bảo quyền lợi cho khách hàng.

3.2.4 Gắn liền việc huy động vốn và sử dụng vốn có hiệu quả

Trong hoạt động ngân hàng, giữa nguồn vốn và sử dụng vốn có quan hệ thường xuyên, tác động hỗ trợ và chi phối lẫn nhau. Nguồn vốn là cơ sở, là tiền đề để ngân hàng thực hiện công tác sử dụng vốn. Về mặt kinh tế, sử dụng vốn có hiệu quả sẽ

đảm bảo cho ngân hàng có khả năng trang trải cho những nguồn vốn đã huy động, tạo ra uy tín của ngân hàng đồng thời tạo cơ sở để ngân hàng áp dụng các biện pháp kinh tế trong công tác huy động vốn sau này. Hơn nữa việc sử dụng vốn có hiệu quả thúc đẩy sự phát triển trong quan hệ giữa ngân hàng với khách hàng của mình, tạo cho ngân hàng ngày càng có nhiều khách hàng đến giao dịch, gửi tiền vào ngân hàng. Do đó, sử dụng vốn là căn cứ quan trọng để Ngân hàng xác định nguồn vốn cần huy động.

Techcombank Thủy Nguyên cần đưa ra các giải pháp thích hợp cho việc huy động vốn và sử dụng vốn có hiệu quả:

+ Thường xuyên bám sát chủ trương, đường lối phát triển kinh tế xã hội, bám sát mục tiêu, biện pháp của ngành. Nắm chắc thị trường, cả thị trường hiện tại và thị trường dự báo để xây dựng chiến lược tổng thể về bề rộng của thị trường.

+ Thực hiện phương châm cho vay an toàn – hiệu quả. Kế toán cho vay phải tuân thủ nghiêm ngặt các tỷ lệ giới hạn an toàn vốn trong kinh doanh được qui định trong Luật NHNN và Luật Các TCTD bao gồm:

. Tỷ lệ đảm bảo an toàn về khả năng chi trả gồm tỷ lệ dự trữ bắt buộc, tỷ lệ đảm bảo khả năng chi trả theo qui định của NHNN.

. Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu.

. Tỷ lệ tối đa dư nợ cho vay trên vốn huy động.

. Tỷ lệ cho vay tối đa trên vốn tự có.

. Tỷ lệ chuyển hoá vốn

. Tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ. . .

+ Techcombank cần cân đối giữa huy động vốn và sử dụng vốn, đảm bảo sự tương ứng về thời hạn và lãi suất cho nguồn vốn nào thì cho vay loại hình đó. Tuy nhiên, trong điều kiện có chênh lệch giữa nguồn vốn huy động và cho vay, ngân hàng có thể cân đối vốn cho vay bằng cách: nếu có nguồn vốn ngắn hạn có tính ổn định cao hoặc nguồn vốn thường xuyên luân chuyển ngân hàng có thể sử dụng để cho vay trung dài hạn, việc sử dụng tất nhiên phải chú ý đến một tỷ lệ nhất định.

3.2.5 Xây dựng chính sách tiếp cận và chăm sóc khách hàng hiệu quả (Xây dựng văn hoá ngân hàng)

Khi tiến hành đa dạng hoá các sản phẩm huy động vốn, Phòng giao dịch cần phải đồng thời xây dựng chính sách tiếp cận và chăm sóc khách hàng hiệu quả.

Đây là công việc có ý nghĩa quyết định tới sự thành công của các chiến lược huy động vốn, có tác dụng lâu dài đối với hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Dựa trên việc phân nhóm khách hàng, phân tích nhu cầu, đặc điểm khách hàng Phòng giao dịch có thể xây dựng một chiến lược tiếp cận khách hàng hợp lý. Khi tung ra một sản phẩm huy động vốn nào điều quan trọng nhất là phải có 1 chương trình tuyên truyền, quảng cáo ấn tượng để khách hàng có thể biết và tham gia. Không những chỉ quảng cáo sản phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng mà cần phải gửi tờ rơi đến tận tay khách hàng, để họ có thể tìm hiểu kỹ hơn về sản phẩm mới của ngân hàng. Bên cạnh đó, tại Phòng giao dịch luôn phải có một bộ phận hỗ trợ nhằm giải đáp những thắc mắc của khách hàng về sản phẩm, truyền đạt sâu hơn những thông tin về sản phẩm để kích thích nhu cầu của khách hàng. Việc chăm sóc khách hàng sau khi cung cấp sản phẩm cũng rất quan trọng. Nó sẽ làm cho khách hàng có ấn tượng tốt về sự chu đáo và chuyên nghiệp của Phòng giao dịch, góp phần tạo ra một lượng khách hàng truyền thống đông đảo cho Phòng giao dịch trong tương lai. Tuy nhiên công việc này chưa được chú ý đúng mức không chỉ ở Techcombank Thủy Nguyên mà còn ở rất nhiều ngân hàng tại Việt Nam. Nguyên nhân có thể do họ chưa ý thức được tầm quan trọng của việc làm này trong hoạt động Marketing ngân hàng và một phần do lượng khách hàng của ngân hàng quá đông. Em xin được nêu vài gợi ý nhỏ cho việc chăm sóc khách hàng cho Phòng giao dịch :

- Cuối mỗi đợt trả lãi và gốc cho mỗi khách hàng, Phòng giao dịch nên có thư (thư điện tử) cảm ơn tới khách hàng. Vào dịp lễ Tết, kỷ niệm ngày thành lập chi nhánh nên gửi thiệp hoa chúc mừng tới những khách hàng truyền thống, những khách hàng có lượng tiền gửi lớn...Những việc làm này tuy nhỏ nhưng lại có tác dụng rất lớn trong việc giữ chân khách hàng.

- “ **Khách hàng giới thiệu khách hàng** ” và “ **khách hàng là người trả lương cho nhân viên ngân hàng** ” – là các phương châm mà Techcombank cần hướng tới và thực hiện.

- Ngân hàng cần nắm được những đặc điểm và thông tin liên quan đến khách hàng để giúp cho việc chăm sóc khách hàng phù hợp hơn.

- Mỗi khi triển khai đợt huy động vốn mới, sản phẩm mới...Phòng giao dịch nên có sự tuyên truyền rộng rãi không chỉ ở trụ sở phòng giao dịch mà còn nên

đăng báo, hoặc phát tờ rơi tới tay khách hàng. Bên cạnh đó việc điều tra thăm dò ý kiến của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ mới cũng là điều rất nên làm (có thể phát bảng câu hỏi đến tận tay khách hàng tại quầy giao dịch để khách hàng điền vào).

- Huy động vốn bằng “ Tiết kiệm dự thưởng”. Ngoài những đợt triển khai vẫn có thể tặng quà khách hàng cá nhân, tổ chức tùy theo lượng tiền gửi.

Những việc làm này thể hiện sự quan tâm của ngân hàng đối với khách hàng của mình. Để làm được những việc này Phòng giao dịch nên đẩy mạnh hoạt động của bộ phận marketing hơn nữa. Cần phải xây dựng văn hoá Ngân hàng chuẩn mực và thân thiện để khách hàng xem: ” **ngân hàng luôn là người bạn đồng hành của khách hàng**”.

3.2.6 Quản lý nguồn vốn theo đúng phương pháp, mục tiêu.

Để huy động vốn hiệu quả, Phòng giao dịch cũng cần có phương pháp quản lý nguồn vốn hợp lý. Cụ thể là quản lý nguồn vốn trên các mặt : Cơ cấu nguồn vốn mỗi thời kì và mối quan hệ của các thành phần, chi phí huy động vốn, tính thanh khoản của các khoản nợ.

- *Quản lý quy mô, cơ cấu nguồn vốn của Phòng giao dịch*: bao gồm các nội dung sau :

+ Thống kê đầy đủ, kịp thời những thay đổi về các loại nguồn, tốc độ quay vòng của mỗi loại, so sánh tốc độ tăng trưởng các nguồn qua mỗi năm để thấy được những thay đổi, từ đó tìm ra nguyên nhân để có những điều chỉnh kịp thời.

+ Phân tích kĩ lưỡng những nhân tố gắn liền với thay đổi đó.

+ Lập kế hoạch nguồn cho từng giai đoạn phù hợp với yêu cầu và mục tiêu sử dụng nguồn.

- *Quản lý chi phí huy động vốn* : bao gồm quản lý lãi suất huy động vốn và chi phí huy động vốn phi lãi suất. Quản lý lãi suất huy động vốn là xác định lãi suất chi trả phù hợp cho mỗi loại nguồn, đồng thời xác định khả năng chi trả lãi của chi nhánh cho khách hàng trong mối quan hệ với lãi thu được từ hoạt động cho vay. Bên cạnh đó, cần xác định chi phí phi lãi suất cần thiết mỗi khi triển khai kế hoạch huy động vốn, làm thế nào để sử dụng chi phí này có hiệu quả mà vẫn tiết kiệm được cho ngân hàng.

- *Quản lý tính thanh khoản của các khoản nợ (vốn huy động)*: Đây là việc xác định kì hạn của nguồn phù hợp với yêu cầu về kì hạn sử dụng đồng thời tạo sự ổn

định của nguồn. Phòng giao dịch nên nghiên cứu phát triển các sản phẩm có kì hạn mới, các sản phẩm dễ chuyển đổi kì hạn thoả mãn nhu cầu của khách hàng.

3.2.7 Đào tạo nâng cao trình độ và nghiệp vụ của cán bộ.

Yếu tố con người là luôn yếu tố quan trọng nhất trong suốt quá trình hoạt động của Ngân hàng. Bởi tất cả các chiến lược huy động vốn, các biện pháp nâng cao sức huy động vốn có thành công đều phụ thuộc lớn vào khả năng, trình độ của con người. Đào tạo nâng cao trình độ và nghiệp vụ là một công việc nên làm thường xuyên vì có tác dụng vừa phát triển trình độ nghiệp vụ vừa nâng cao khả năng sáng tạo của nhân viên để thích ứng tốt với những điều kiện mới. Trong quá trình đào tạo nên chú ý đến hai vấn đề sau :

- *Nâng cao kĩ năng nghiệp vụ cho các giao dịch viên:* Vai trò của các giao dịch viên là rất quan trọng, là hình ảnh và sự đánh giá của khách hàng về Phòng giao dịch. Do đó cần nâng cao hơn nữa ý thức tác phong nghiệp vụ giao tiếp của đội ngũ giao dịch viên bằng việc đào tạo nghiệp vụ: Thuê các chuyên gia về Marketing, tiếp xúc khách hàng, đào tạo các kĩ năng xử lý tình huống. Bên cạnh đó cần có chế độ khen thưởng nhân viên giao dịch hợp lý để khuyến khích tinh thần làm việc của họ.

- *Cử cán bộ nguồn vốn đi học thêm các khoá ngắn hoặc dài hạn về huy động vốn, marketing...* để họ có thêm những kiến thức mới và cập nhật thông tin về các sản phẩm và phương pháp huy động vốn mới của các ngân hàng trên thế giới để từ đó xây dựng được những chính sách huy động vốn hiệu quả hơn.

- *Ban giám đốc nên có những buổi “ Training ” và trao đổi với nhân viên bộ phận kế toán.* Trong những buổi Training đó đào tạo cho các nhân viên kế toán các kĩ năng về giao tiếp, nói chuyện, đàm phán, thuyết phục... với khách hàng. Thông qua những buổi như vậy Ban giám đốc có thể nâng cao được ý thức của giao dịch viên nói riêng và tất cả cán bộ nhân viên của Phòng giao dịch để họ hiểu rằng : “*Khi tiền về ngân hàng cũng như tiền về nhà mình và khi tiền ra khỏi ngân hàng cũng như tiền ra khỏi nhà mình*”.

3.2.8 Mở rộng việc sử dụng tài khoản cá nhân

Hoạt động huy động vốn của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam chủ yếu chỉ dựa vào hai công cụ chủ yếu là tài khoản tiết kiệm và ngân phiếu. Nhưng do có rất nhiều ngân hàng với các hình thức khác nhau cộng với sự có mặt của các tổ

chức tài chính phi ngân hàng tham gia vào thị trường làm cho cạnh tranh trở nên gay gắt và sự cạnh tranh đó đã bộc lộ những mặt tiêu cực. Trong tình hình đó tài khoản cá nhân và những dịch vụ kèm theo nó với dịch vụ có từ trước tạo nên sự kết hợp tuyệt vời giúp ngân hàng thoát khỏi phạm vi cạnh tranh nhỏ hẹp, thu hút khách hàng về phía mình. Tài khoản cá nhân là cơ sở giúp ngân hàng thực hiện thành công đa dạng hóa, dịch vụ ngân hàng.

Tài khoản cá nhân tạo tiền đề cho việc mở rộng hoạt động thanh toán qua ngân hàng. Từ hoạt động này ngân hàng sẽ thu được phí và thay đổi cơ cấu doanh thu của mình : giảm tỷ trọng thu từ hoạt động tín dụng, tăng nguồn thu từ hoạt động cung cấp dịch vụ nhằm. Dần dần đưa ngân hàng đạt thu nhập từ hoạt động dịch vụ ngân hàng chiếm không dưới 30% tổng thu nhập của ngân hàng, đạt tiêu chuẩn ngân hàng tiên tiến theo tiêu chí của ngân hàng thế giới.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, việc đa dạng hình thức huy động vốn là cần thiết, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng trong giao dịch kinh tế, vừa giúp ngân hàng huy động được nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội. Ngân hàng cần mở rộng quảng cáo việc sử dụng tài khoản cá nhân để khách hàng hiểu được lợi ích của việc sử dụng tài khoản này. Có như vậy mới thu hút được nhiều khách hàng sử dụng tài khoản cá nhân. Mang lại lợi ích không nhỏ cho công tác huy động vốn của ngân hàng. Việc mở rộng và phát triển tài khoản cá nhân giúp cho ngân hàng huy động được một nguồn vốn rẻ nhất mà ngân hàng có thể có được, sử dụng thực hiện cho vay và đầu tư kiếm lời.

3.3 Điều kiện thực hiện nhằm nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên

Để có thể tăng cường khả năng huy động tiền gửi của khách hàng, góp phần mở rộng thị phần, nâng cao năng lực cạnh tranh của NH TMCP Kỹ Thương Việt Nam trên thị trường thì nỗ lực của bản thân ngân hàng là chưa đủ mà cần có sự giúp đỡ các ban ngành chức năng của Nhà nước và của ngân hàng trung ương.

3.3.1 Đối với Chính phủ

Giải pháp huy động vốn của Techcombank cũng như nhiều NHTM khác chỉ có thể thực hiện tốt được nếu có các điều kiện kinh tế - xã hội và pháp lý cần thiết tạo nên một hệ thống các giải pháp hỗ trợ tác động tới công tác huy động vốn của ngân hàng. Đó chính là vai trò của Nhà nước, của Chính phủ trong việc ổn định

môi trường kinh tế vĩ mô, môi trường pháp lý và môi trường tâm lý phù hợp với quy luật của nền kinh tế thị trường. Vì vậy, ở tầm quản lý vĩ mô, Nhà nước cần quan tâm tới các yếu tố sau

3.3.1.1 Ổn định môi trường kinh tế vĩ mô

Môi trường kinh tế vĩ mô gồm nhiều yếu tố bao trùm lên hoạt động kinh doanh của các chủ thể kinh tế như: tăng trưởng kinh tế, lạm phát, thâm hụt cán cân thanh toán, chính sách tỷ giá... Môi trường kinh tế vĩ mô có tác động lớn đến hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động huy động vốn của ngân hàng nói riêng. Do vậy, Nhà nước cần phải đưa ra các định hướng, chiến lược phát triển kinh tế trong dài hạn, tạo lập môi trường kinh tế ổn định, kiềm chế và đẩy lùi lạm phát, ổn định sức mua của đồng tiền, ổn định giá cả, khuyến khích đầu tư trong và ngoài nước, đồng thời mở rộng quan hệ hợp tác với các nước trên thế giới và tranh thủ các nguồn tài chính của các tổ chức tài chính tiền tệ thế giới. Đây là điều kiện cần thiết cho việc thực hiện các giải pháp huy động vốn có hiệu quả. Như vậy, Nhà nước có vai trò quan trọng trong lãnh đạo điều hành môi trường kinh tế vĩ mô, tạo điều kiện cho hệ thống NHTM phát huy vai trò là kênh huy động vốn trong nước phục vụ sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội.

3.3.1.2 Tạo lập môi trường pháp lý ổn định và đồng bộ

Hoạt động của các NHTM nằm trong một môi trường pháp lý do Nhà nước quy định, chịu sự tác động của hệ thống pháp luật về kinh doanh ngân hàng. Vì vậy, tạo lập môi trường pháp lý ổn định, đồng bộ là điều kiện thuận lợi để các NHTM hoạt động kinh doanh có hiệu quả theo đúng quy định của luật pháp.

Hiện nay, hệ thống luật kinh tế nước ta đã có những điều chỉnh, sửa đổi phù hợp với tình hình kinh tế chung trên đất nước song chưa thực sự thống nhất và đồng bộ. Các ngân hàng vẫn còn tình trạng thực hiện theo những qui định riêng của mình. Điều này không những không đảm bảo được quyền lợi của người gửi tiền mà còn gây khó khăn cho ngân hàng trong việc thực thi các điều khoản của pháp luật. Do đó, để đảm bảo quyền chính đáng của người đầu tư (đầu tư trực tiếp, đầu tư gián tiếp qua ngân hàng) và người sử dụng vốn đầu tư cần có một hệ thống pháp luật đồng bộ như luật bảo vệ quyền tài sản cá nhân, luật chứng khoán và thị trường chứng khoán, luật kế toán và kiểm soát độc lập.

Việc ban hành hệ thống pháp lý đồng bộ rõ ràng sẽ tạo niềm tin của công chúng. Đồng thời, với những quy định khuyến khích của Nhà nước sẽ tác động trực tiếp tới việc điều chỉnh quan hệ giữa người tiêu dùng và tiết kiệm, chuyển một phần tiêu dùng sang đầu tư, chuyển dần cất trữ tài sản dưới dạng vàng, ngoại tệ, bất động sản sang đầu tư vào sản xuất kinh doanh hay gửi vốn vào ngân hàng.

3.3.2 Đối với Ngân hàng Nhà nước

Ngân hàng Nhà nước thực hiện chức năng quản lý nhà nước trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, đóng vai trò quản lý của mình đối với NHTM từ đó tác động vào nền kinh tế. Với vai trò là ngân hàng của các ngân hàng, ngân hàng nhà nước định hướng cho các NHTM trong việc thực hiện các hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng. Do đó, Ngân hàng Nhà nước cần thực hiện các biện pháp như:

3.3.2.1 Hoàn thiện môi trường pháp lý, chính sách liên quan đến hoạt động ngân hàng.

Hoạt động của ngân hàng chịu sự điều chỉnh của Luật Ngân hàng Nhà nước, luật các tổ chức tín dụng, và nhiều quy định khác... Tuy nhiên, trong văn bản quy phạm pháp luật vẫn còn các quy định chưa rõ ràng như quy định về vốn tự có của ngân hàng, quy định về hoạt động huy động vốn, các chỉ tiêu hoạt động của ngân hàng còn bị thay đổi quá nhiều trong thời gian ngắn. Điều đó cho thấy những yếu tố còn thiếu chặt chẽ trong luật và các văn bản dưới luật do Ngân hàng Nhà nước ban hành. Điều này đòi hỏi các cơ quan ban hành văn bản quy phạm về lĩnh vực ngân hàng tiếp tục nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung các văn bản luật và dưới luật một cách có hệ thống, chính xác, đảm bảo mọi hoạt động tài chính, tiền tệ, tín dụng đều được sự điều chỉnh của luật pháp tạo nên một môi trường ổn định về pháp lý và chế độ chính sách của các ngân hàng.

3.3.2.2 Xây dựng chính sách lãi suất linh hoạt cho từng thời kỳ

Lãi suất là công cụ quan trọng để ngân hàng có thể thu hút nguồn vốn nhàn rỗi trong các tầng lớp dân cư, tổ chức kinh tế và các doanh nghiệp. Chính sách lãi suất hợp lý sẽ phát huy hiệu quả trong hoạt động huy động vốn. Sử dụng lãi suất hợp lý sẽ thu hút nguồn vốn ngày càng nhiều trong xã hội, kích thích các đơn vị tổ chức kinh tế sử dụng vốn có hiệu quả trong sản xuất kinh doanh. Chính sách lãi suất hợp lý phải được xây dựng trên cơ sở đảm bảo quyền lợi của cả ngân hàng và khách

hàng, đồng thời phải phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế xã hội trong từng thời kỳ theo nguyên tắc thị trường.

Xây dựng lãi suất giao dịch bình quân trên thị trường tiền tệ liên ngân hàng khoa học vì nó có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động ngân hàng là cơ sở để tổ chức tín dụng tham khảo và xác định lãi suất kinh doanh. Lãi suất giao dịch bình quân phản ánh đúng bản chất giá cả trong quan hệ tín dụng giữa khách hàng và ngân hàng.

3.3.2.3 Xây dựng và điều hành chính sách tiền tệ ổn định và hợp lý trong từng thời kỳ

NHNN cần thực thi các chính sách ổn định kinh tế vĩ mô, trong đó có việc kiểm soát lạm phát, đảm bảo sự vận hành của hệ thống tài chính tiền tệ có hiệu quả nâng cao sự tin nhiệm của đồng Việt Nam trong quan hệ tài chính quốc tế. Bên cạnh đó, NHNN cần thực thi chính sách lãi suất và chính sách tỷ giá linh hoạt theo quan hệ cung cầu, phù hợp với sự phát triển của kinh tế xã hội trong từng thời kỳ từ đó góp phần tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của các NHTM.

Chính sách này cần phải theo sát với tín hiệu của thị trường, góp phần ổn định giá trị đồng tiền tạo lòng tin cho người dân yên tâm gửi tiền vào ngân hàng, khi đó ngân hàng có cơ hội thu hút nhiều nguồn vốn hơn đáp ứng nhu cầu cho vay, đầu tư phát triển kinh tế.

3.3.3 Đối với Ngân hàng Techcombank Việt Nam

Để tăng cường huy động vốn, Ngân hàng Techcombank cần xây dựng chính sách huy động vốn cụ thể và phù hợp với tình hình thị trường huy động vốn. Trong đó, Ngân hàng nên điều chỉnh biểu lãi suất huy động để tăng cao khả năng cạnh tranh đối với các ngân hàng thương mại cổ phần trong nước. Bên cạnh đó, Ngân hàng nên khuyến khích các chi nhánh tự xây dựng và thực hiện các chương trình huy động vốn riêng nhằm phát huy cao sự chủ động của các chi nhánh trong quá trình hoạt động kinh doanh. Khi các chi nhánh gặp khó khăn thì ngân hàng nên dùng nhiều biện pháp hỗ trợ khác nhau ngoài biện pháp cấp vốn trực tiếp. Về nhân sự, Ngân hàng Techcombank cũng nên thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn về nghiệp vụ, kỹ năng làm việc cho các cán bộ của các chi nhánh. Ngoài ra, mối liên hệ giữa các chi nhánh cũng cần được thúc đẩy hơn, để các chi nhánh có điều kiện giúp nhau cùng thực hiện hoạt động kinh doanh có hiệu quả.

KẾT LUẬN

Vốn là một trong những yếu tố rất quan trọng, là tiền đề cho sự tăng trưởng kinh tế. Vốn cho đầu tư phát triển có thể được tạo thành từ nhiều nguồn khác nhau và huy động vốn qua kênh ngân hàng vẫn là phổ biến và hiệu quả nhất. Nhu cầu vốn đầu tư ngày càng tăng của nền kinh tế cũng tương đương với việc huy động vốn của các Ngân hàng thương mại phải được tăng cường, mở rộng cho phù hợp. Mặt khác việc tăng cường huy động và sử dụng vốn hợp lý cũng giúp cho hoạt động kinh doanh của Ngân hàng được an toàn, hiệu quả hơn.

Trên cơ sở vận dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu, những lý thuyết được học trong chương trình đào tạo bậc đại học – Đại học Dân lập Hải Phòng vào điều kiện thực tế ở Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên, Khóa luận đã thực hiện được các nội dung sau đây:

Thứ nhất, phân tích làm rõ nội dung cơ bản về công tác huy động vốn của NHTM trong nền kinh tế thị trường.

Thứ hai, đánh giá thực trạng tình hình huy động vốn, tìm ra những ưu điểm, tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại đó trong công tác huy động vốn tại Techcombank Thủy Nguyên.

Thứ ba, đưa ra một số giải pháp nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tại Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên. Đề xuất một số kiến nghị với Techcombank, với NHNN, với Nhà nước để tạo điều kiện cho những giải pháp trên phát huy tác dụng trong thực tiễn.

Khóa luận được hoàn thành với sự giảng dạy tận tình của tập thể giảng viên Đại học Dân lập Hải Phòng, sự hướng dẫn đầy tâm huyết của hai cô Ths. Nguyễn Thị Thanh. Mặc dù đã cố gắng nghiên cứu và vận dụng lý thuyết vào tình huống cụ thể, nhưng do thời gian nghiên cứu có hạn, trình độ chuyên môn, kinh nghiệm thực tiễn còn nhiều hạn chế nên những vấn đề được trình bày trong khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự quan tâm góp ý của các thầy cô trong Hội đồng, và Ths. Nguyễn Thị Thanh để bài khóa luận của em được hoàn chỉnh hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại – PGS.TS Nguyễn Thị Mùi.
Nhà xuất bản tài chính Hà Nội 2008
2. Quản trị Ngân hàng Thương mại hiện đại – PGS.TS NGuyễn Đăng Dòn.
Nhà xuất bản Phương Đông
3. Các số báo ngân hàng năm 2009, 2010, 2011
4. Website: Tachcombank.com.cn
5. Báo cáo thường niên của Phòng giao dịch Trchcombank Thủy Nguyên các năm 2009, 2010, 2011.
6. Báo cáo tài chính của Phòng giao dịch Techcombank Thủy Nguyên các năm 2009, 2010, 2011.

