

LỜI MỞ ĐẦU

Vốn luôn là một trong những yếu tố đầu vào cơ bản của quá trình hoạt động kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Chúng ta cần khẳng định không thể thực hiện được các mục tiêu kinh tế xã hội nói chung của Nhà nước, cũng như các mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp nói riêng nếu như không có vốn. Đối với các Ngân hàng thương mại với tư cách là một doanh nghiệp, một chế tài trung gian hoạt động trong lĩnh vực tiền tệ thì vốn lại có một vai trò hết sức quan trọng. Ngân hàng thương mại là đơn vị chủ yếu cung cấp vốn thu lãi. Nhưng để cung cấp đủ vốn đáp ứng nhu cầu thị trường, ngân hàng sẽ phải huy động vốn từ bên ngoài. Vì vậy, các Ngân hàng thương mại rất chú trọng đến vấn đề huy động vốn đáp ứng đầy đủ nhu cầu kinh doanh của mình.

Thực hiện đường lối phát triển của Đảng và Nhà nước, trong những năm gần đây hệ thống Ngân hàng nói chung và Hệ thống các Ngân hàng thương mại nói riêng đã huy động được khối lượng vốn lớn cho sản xuất kinh doanh và đầu tư phát triển kinh tế. Tuy nhiên để tạo được những bước chuyển mới cho nền kinh tế, công tác huy động vốn của các Ngân hàng đang đứng trước những thách thức mới, đòi hỏi các Ngân hàng phải thực sự quan tâm, chú ý nhằm nâng cao hiệu quả của công tác này.

Chính vì vậy, trong thời gian thực tập tại ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam, với những kiến thức đã được học và thực tế, cùng sự hướng dẫn giúp đỡ tận tình của cô giáo Th.s Hoàng Thị Hồng Lan và của các cán bộ công nhân viên Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam, em đã chọn đề tài: “ ***Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam***” làm đề tài khóa luận của mình.

Ngoài phần mở đầu và kết luận. Bài khóa luận của em gồm 3 phần:

Phần I. Cơ sở lý thuyết về huy động vốn và hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại.

Phần II. Thực trạng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

Phần III. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam

PHẦN I

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HUY ĐỘNG VỐN VÀ HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.

1.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại.

1.1.1. Khái niệm.

Ngân hàng thương mại (NHTM) là loại hình Ngân hàng giao dịch trực tiếp với các công ty, xí nghiệp, tổ chức kinh tế và cá nhân, bằng cách tiếp nhận tiền gửi, tiền tiết kiệm, rồi sử dụng số vốn đó để cho vay, chiết khấu, cung cấp các phương tiện thanh toán và cung ứng dịch vụ Ngân hàng cho các đối tượng nói trên.

Ngân hàng thương mại có số lượng lớn và rất phổ biến trong nền kinh tế. Sự có mặt của Ngân hàng thương mại trong hầu hết các mặt hoạt động của nền kinh tế xã hội đã chứng minh rằng: Ở đâu có một hệ thống Ngân hàng thương mại phát triển, thì ở đó sẽ có sự phát triển với tốc độ cao của nền kinh tế - xã hội.

Theo điều 20 Luật các Tổ chức Tín dụng của Việt Nam ban hành số 02/1997/QH10 ghi rõ: “ Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan”. Trong đó hoạt động Ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ Ngân hàng(huy động vốn dưới mọi hình thức, cho vay ngắn hạn, trung hạn, dài hạn, chiết khấu chứng từ có giá, bao thanh toán, cho thuê tài chính, thấu chi, cho vay trả góp, cho vay tiêu dùng và cung cấp mọi dịch vụ ngân hàng khác.

1.1.2. Chức năng.

Nghiệp vụ kinh doanh của Ngân hàng thương mại rất đa dạng và phong phú. Bên cạnh những nghiệp vụ truyền thống như huy động tiền gửi dưới nhiều hình thức để cho vay thì gần đây các Ngân hàng thương mại còn cho ra đời nhiều loại hình kinh doanh mới như: phát hành thẻ tín dụng, cung cấp dịch vụ kiểm toán đối với các công ty, tín dụng thuê mua, dịch vụ trả tiền tự động, môi

giới chứng khoán, bao thuê nợ, dịch vụ Ngân hàng trực tuyến, dịch vụ Ngân hàng điện tử.

1.1.2.1. Chức năng trung gian tín dụng.

Trong nền kinh tế thị trường các giao dịch kinh tế diễn ra rất sôi động đã tạo ra những khoản thu nhập, chi tiêu và tích lũy bằng tiền của các tầng lớp trong xã hội. Quá trình đó làm hình thành nên những người có tiền tích lũy có khả năng cung cấp tín dụng và những người có nhu cầu tín dụng để đáp ứng cho nhu cầu đầu tư phát triển. Nhưng làm thế nào để họ tìm gặp được nhau và làm sao có thể cùng thoả mãn những nhu cầu vốn đa dạng và to lớn trong khi các nguồn tiền tiết kiệm đang nằm phân tán trong xã hội mà mỗi khoản tiết kiệm lại theo đuổi một mục đích riêng.

Nhờ có thị trường tài chính và cơ chế chuyển giao vốn năng động của thị trường tài chính mà trong đó hệ thống Ngân hàng thương mại giữ vai trò chủ đạo, 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. Như vậy Ngân hàng đã biến những đồng tiền tạm thời nhàn rỗi thành những đồng tiền hoạt động, biến những đồng tiền tệ nằm phân tán thành nguồn tiền tệ tập trung phục vụ cho nhu cầu sản xuất kinh doanh, qua đó phát triển hoạt động kinh doanh của Ngân hàng.

1.1.2.2. Chức năng trung gian thanh toán.

Ở đây Ngân hàng thương mại đóng vai trò là thủ quỹ cho các doanh nghiệp và cá nhân, thực hiện các thanh toán theo yêu cầu của khách hàng như trích tiền từ tài khoản tiền gửi của họ để thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ hoặc nhập vào tài khoản tiền gửi của khách hàng tiền thu bán hàng và các khoản thu

khác theo lệnh của họ. Các Ngân hàng thương mại cung cấp cho khách hàng nhiều phương tiện thanh toán tiện lợi như séc, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thẻ rút tiền, thẻ thanh toán, thẻ tín dụng... Tùy theo nhu cầu, khách hàng có thể chọn cho mình phương thức thanh toán phù hợp. Nhờ đó mà các chủ thể kinh tế không phải giữ tiền trong túi, mang theo tiền để gặp chủ nợ, gặp người phải thanh toán dù ở gần hay xa mà họ có thể sử dụng một phương thức nào đó để thực hiện các khoản thanh toán. Vì vậy các chủ thể kinh tế sẽ tiết kiệm được rất nhiều chi phí, thời gian, lại đảm bảo thanh toán an toàn. Chức năng này đã thúc đẩy lưu thông hàng hóa, đẩy nhanh tốc độ thanh toán, tốc độ lưu chuyển vốn, từ đó góp phần phát triển kinh tế.

1.1.2.3. Chức năng tạo tiền.

Tạo tiền là một chức năng quan trọng, phản ánh rõ bản chất của Ngân hàng thương mại. Với mục tiêu tìm kiếm lợi nhuận như là một yêu cầu chính của sự tồn tại và phát triển, các Ngân hàng thương mại với nghiệp vụ kinh doanh mang tính đặc thù riêng của mình đã vô hình chung thực hiện chức năng tạo tiền cho nền kinh tế. Các nghiệp vụ kinh doanh đặc thù ấy chính là nghiệp vụ tín dụng và đầu tư trong mối liên hệ chặt chẽ với Ngân hàng trung ương. Sức mạnh của hệ thống Ngân hàng thương mại nhằm tạo ra tiền mang ý nghĩa kinh tế lớn. Hệ thống tín dụng năng động là điều kiện cần thiết cho sự phát triển kinh tế trên cơ sở của một mức tăng trưởng vững chắc. Nền kinh tế cần có một số cung ứng tiền tệ vừa đủ, phù hợp với mục tiêu khác như lạm phát, tăng trưởng kinh tế vững bền và tạo được việc làm. Các Ngân hàng thương mại đóng vai trò rất quan trọng trong việc thực hiện những chính sách này. Chúng được sử dụng như một kênh mà qua đó lượng tiền cung ứng tăng lên hoặc giảm xuống nhằm đạt được những mục tiêu quan trọng nói trên.

1.1.3. Hoạt động chủ yếu của Ngân hàng thương mại.

1.1.3.1. Hoạt động huy động vốn.

Ngân hàng thương mại được huy động vốn dưới các hình thức sau:

- Nhận tiền gửi của tổ chức, cá nhân và các tổ chức tín dụng khác dưới hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và các loại tiền gửi khác.
- Phát hành chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu và giấy tờ có giá khác để huy động vốn của tổ chức, cá nhân trong nước và ngoài nước.
- Vay vốn của các tổ chức tín dụng khác hoạt động tại Việt Nam và của tổ chức tín dụng nước ngoài.
- Vay vốn ngắn hạn của NHNN...

1.1.3.2. Hoạt động tín dụng.

Ngân hàng thương mại cấp tín dụng cho tổ chức, cá nhân dưới các hình thức sau:

- Cho vay trực tiếp: bao gồm cho vay ngắn, trung, dài hạn hoặc cho vay có bảo đảm, cho vay bằng tín chấp hoặc cho vay có tính chất sản xuất kinh doanh và cho vay tiêu dùng.
- Chiết khấu chứng từ có giá: người vay tạm thời chuyển nhượng quyền sở hữu chứng từ có giá chưa đáo hạn cho Ngân hàng để lấy một số tiền nhỏ hơn mệnh giá.
- Bao thanh toán: là dịch vụ do công ty con của Ngân hàng thực hiện trong đó ngân hàng sẽ đứng ra mua nợ trên cơ sở hóa đơn, chứng từ của người bán hàng, nhờ đó người bán có được tiền ngay để đáp ứng nhu cầu, khi đến hạn người mua phải thanh toán toàn bộ.
- Cho thuê tài chính: là loại hình tài trợ dưới hình thức cho thuê máy móc, thiết bị theo yêu cầu của người đi thuê và được thực hiện qua công ty con của Ngân hàng thương mại (công ty cho thuê tài chính).
- Bảo lãnh: là hình thức tín dụng bằng chữ ký, nhờ chứng thư bảo lãnh của Ngân hàng mà người được bảo lãnh có thể ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh tế một cách thuận lợi.

1.1.3.3. Hoạt động dịch vụ thanh toán và ngân quỹ.

- Cung cấp các phương tiện thanh toán.
- Thực hiện các dịch vụ thanh toán trong nước cho khách hàng.
- Thực hiện dịch vụ thu hộ và chi hộ.

- Thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định của NHNN.
- Thực hiện dịch vụ thanh toán quốc tế khi được NHNN cho phép.
- Thực hiện dịch vụ thu và phát tiền mặt cho khách hàng.
- Tổ chức hệ thống thanh toán nội bộ và tham gia hệ thống thanh toán liên ngân hàng.
- Tham gia hệ thống thanh toán quốc tế khi được NHNN cho phép.

1.1.3.4. Các hoạt động khác.

- Góp vốn và mua cổ phần:
 - + Góp vốn, mua cổ phần các doanh nghiệp và tổ chức tín dụng khác.
 - + Góp vốn, mua cổ phần và liên doanh với ngân hàng nước ngoài.
- Tham gia thị trường tiền tệ: thông qua hình thức mua bán các công cụ của thị trường tiền tệ.
- Kinh doanh ngoại hối: có thể trực tiếp kinh doanh hoặc thành lập công ty trực thuộc.
- Ủy thác và nhận ủy thác: trong các lĩnh vực liên quan đến hoạt động Ngân hàng kể cả việc quản lý tài sản, vốn đầu tư của tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước.
- Cung ứng dịch vụ bảo hiểm: có thể thành lập hoặc công ty liên doanh để kinh doanh bảo hiểm.
- Tư vấn tài chính: cung ứng qua hình thức tư vấn trực tiếp hoặc thành lập công ty tư vấn trực thuộc.
- Bảo quản vật quý giá: bảo quản vật quý, giấy tờ có giá, cho thuê tủ két, cầm cố và các dịch vụ khác.

1.2. Tổng quan về nguồn vốn và hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại .

1.2.1. Khái niệm về nguồn vốn của Ngân hàng thương mại.

Theo giáo trình Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại nguồn vốn của Ngân hàng thương mại được định nghĩa như sau: “Vốn của Ngân hàng thương mại là những giá trị tiền tệ do bản thân Ngân hàng thương mại tạo lập hoặc huy động

được dùng để cho vay, đầu tư hoặc thực hiện các dịch vụ kinh doanh khác”. Khái niệm trên đã nói đầy đủ những thành phần tạo nên vốn của Ngân hàng thương mại. Về thực chất vốn của Ngân hàng thương mại bao gồm các nguồn tiền tệ của chính bản thân Ngân hàng và của người có vốn tạm thời nhàn rỗi. Ngân hàng nhận được vốn từ đó tiến hành các hoạt động kinh doanh: cho vay, bảo lãnh, cho thuê.

1.2.2. Cơ cấu vốn của Ngân hàng thương mại.

Vốn của Ngân hàng thương mại bao gồm:

- Vốn chủ sở hữu.
- Vốn huy động.
- Vốn đi vay.
- Vốn khác.

Mỗi loại vốn đều có tính chất và vai trò riêng trong tổng nguồn vốn hoạt động và đều có tác động nhất định đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại.

1.2.2.1. Vốn chủ sở hữu.

Đây là nguồn vốn thuộc quyền sở hữu của chính Ngân hàng, Ngân hàng có toàn quyền sử dụng gồm các trang thiết bị, cơ sở vật chất, nhà cửa... Đây là nguồn vốn khá quan trọng tạo nên uy tín cho chính Ngân hàng.

1.2.2.2. Vốn huy động.

Vốn huy động (VHĐ) là tài sản bằng tiền của các tổ chức và cá nhân mà Ngân hàng đang tạm thời quản lý và sử dụng với trách nhiệm hoàn trả. Nó chiếm phần lớn nhất trong tổng nguồn vốn. Các Ngân hàng thương mại hoạt động được chủ yếu nhờ vào nguồn vốn này. Với việc huy động vốn, Ngân hàng có được quyền sử dụng vốn và có trách nhiệm phải hoàn trả cả gốc lẫn lãi đúng hạn cho người gửi. Ngân hàng có thể huy động vốn từ dân cư, các tổ chức kinh tế - xã hội ... với nhiều hình thức khác nhau.

* Đặc điểm:

- Vốn huy động là nguồn vốn không ổn định, vì khách hàng có thể rút tiền của họ mà không bị ràng buộc. Do đó Ngân hàng thương mại cần phải duy

trì một khoản dự trữ thanh khoản để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu rút tiền của khách hàng.

- Có chi phí sử dụng vốn tương đối cao và chiếm tỷ trọng chi phí đầu vào rất lớn trong hoạt động kinh doanh của các Ngân hàng thương mại.

- Đây là nguồn vốn có tính cạnh tranh cao, gay gắt giữa các Ngân hàng thương mại.

- Vốn huy động chỉ được sử dụng trong các hoạt động tín dụng và bảo lãnh, các Ngân hàng thương mại không được sử dụng nguồn vốn này để đầu tư.

* Cơ cấu vốn huy động:

- Tiền gửi không kỳ hạn.

- Tiền gửi có kỳ hạn.

- Phát hành chứng từ có giá.

- Nguồn vốn huy động khác: Tiền gửi ký quỹ, tiền gửi đảm bảo thanh toán, tiền tạm giữ, tiền đang chuyển....

1.2.2.3. Vốn đi vay.

Vốn đi vay là nguồn vốn giúp cho Ngân hàng thương mại bổ sung nguồn vốn ngắn hạn cho mình để đảm bảo duy trì hoạt động một cách bình thường. Bên cạnh việc huy động tiền gửi, nhiều lúc các Ngân hàng cũng phải đi vay để đảm bảo thanh toán, dự trữ bắt buộc.....Các Ngân hàng có thể vay ở: Vay Ngân hàng nhà nước, vay các tổ chức tín dụng khác, vay trên thị trường vốn.

* Cơ cấu vốn đi vay:

- Tái cấp vốn nhằm giúp cho các Ngân hàng thương mại bổ sung nguồn vốn ngắn hạn để họ có thể tiếp tục cho vay đối với các doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân, nhờ đó làm gia tăng khối lượng tín dụng cho nền kinh tế.

- Cho vay thanh toán

- Vốn đi vay các Ngân hàng thương mại và các tổ chức tín dụng khác: Loại vay này còn được gọi là vay trên thị trường tiền tệ, là loại cho vay lẫn nhau giữa các Ngân hàng theo phương thức tự vay tự trả.

1.2.2.4. Vốn khác.

- Vốn tiếp nhận: Là nguồn vốn tài trợ của Chính phủ, của các tổ chức tài chính tiền tệ, các tổ chức đoàn thể xã hội để tài trợ cho các chương trình dự án về phát triển kinh tế - xã hội và được chuyển qua Ngân hàng thương mại thực hiện.

- Vốn khác: Các khoản phải trả, các khoản tạm gửi....

1.2.3. Khái niệm về hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại.

Hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại là phạm trù phản ánh trình độ khả năng đảm bảo thực hiện công tác huy động vốn có kết quả cao với chi phí nhỏ nhất, rủi ro thấp nhất và đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn cho hoạt động đầu tư, cho vay của Ngân hàng một cách có hiệu quả nhất. Có nghĩa là đối với mặt lượng hiệu quả huy động vốn biểu hiện giữa kết quả thu được (số lượng, thời hạn...) và chi phí bỏ ra, còn đối với mặt chất, nó phản ánh năng lực và trình độ quản lý Ngân hàng. Hiệu quả huy động vốn được thể hiện trên các mặt sau:

Hiệu quả đối với xã hội: Hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại đối với xã hội được nhìn nhận trên góc độ các lợi ích mà lượng vốn này được sử dụng để bổ sung lượng vốn cho nền kinh tế và nâng cao mức sống của người dân thay vì sử dụng đồng vốn đó vào các chỉ tiêu khác. Hiệu quả này có được là nhờ việc tiết kiệm chi tiêu, tăng cường các hoạt động sản xuất kinh doanh, tạo nên công ăn việc làm cho người lao động, nâng cao mức sống người dân thông qua sinh lợi của khoản tiết kiệm tại Ngân hàng và các lợi ích gián tiếp của quá trình sử dụng vốn tiết kiệm để kinh doanh mang lại. Hiệu quả của việc huy động vốn từ dân cư của Ngân hàng thương mại đối với xã hội ngày càng cao trong điều kiện đất nước đang cần nhiều vốn để phát triển nền kinh tế, nhất là các nước đang phát triển.

Hiệu quả đối với khách hàng: khi khách hàng tham gia vào hoạt động huy động vốn thì hiệu quả của hoạt động này được hiểu là các lợi ích mà người dân thu được khi gửi tiền vào Ngân hàng. Hiệu quả này có được là nhờ sinh lời từ khoản tiền người dân cho ngân hàng sử dụng trong một thời gian nhất định và

các tiện ích khác khi tham gia vào dịch vụ Ngân hàng. Hiệu quả từ việc huy động vốn của Ngân hàng đối với khách hàng càng cao khi mức lãi suất và các ưu đãi khác họ được hưởng trên khoản tiền họ đã gửi vào Ngân hàng cao hơn so với các Ngân hàng khác và so với hình thức đầu tư khác.

Hiệu quả đối với Ngân hàng thương mại: Hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại dựa trên mối tương quan so sánh giữa kết quả thu được từ vốn huy động và chi phí bỏ ra để huy động. Hiệu quả này càng cao khi kết quả đạt được (chính là doanh thu của việc sử dụng khoản vốn huy động từ dân cư) càng cao và lượng chi phí bỏ ra càng thấp (bao gồm lãi phải trả và các chi phí khác). Để đạt được lợi nhuận cao, các ngân hàng phải đảm bảo cho các hoạt động đạt được hiệu quả cao. Chính vì vậy một trong các mục tiêu của Ngân hàng thương mại là đảm bảo cho hoạt động huy động vốn đạt hiệu quả cao bằng nhiều cách thức.

1.3.Các hình thức và biện pháp huy động vốn của Ngân hàng thương mại.

1.3.1.Các hình thức huy động vốn.

Trong bất cứ nền kinh tế nào việc huy động vốn của Ngân hàng thương mại đều luôn luôn có tầm quan trọng, đặc biệt là những nước đang phát triển như Việt Nam. Để có tiền cho vay trên lĩnh vực cho vay khác nhau Ngân hàng không thể dựa trên nguồn vốn điều lệ của mình mà phải huy động trên thị trường. Ngày nay, nguồn vốn huy động tại Ngân hàng thương mại chủ yếu được huy động từ cá nhân và doanh nghiệp, bộ phận này ngày càng tăng cao về số lượng, tỷ trọng và đóng góp vai trò quan trọng đối với Ngân hàng. Đối với cá nhân, các hình thức huy động ngày càng phong phú nhằm khai thác triệt để nguồn vốn từ dân cư. NHTM vừa là người đi vay vừa là người cho vay với mục đích hưởng lợi qua lãi suất.

1.3.1.1. Huy động tiền gửi:

1.3.1.1.1. Huy động tiền gửi không kỳ hạn:

Tiền gửi không kỳ hạn là hình thức gửi tiền mà người gửi có thể rút ra sử dụng bất cứ lúc nào. Tiền gửi không kỳ hạn có lãi suất thấp hoặc không được trả lãi bao gồm:

- Tiền gửi thanh toán: đó là các khoản tiền gửi không kỳ hạn, trước hết được sử dụng để tiến hành thanh toán chi trả cho các hoạt động hàng hoá dịch vụ và các khoản phát sinh trong quá trình kinh doanh một cách thường xuyên, an toàn và thuận lợi. Tiền gửi thanh toán thường được quản lý tại ngân hàng trên tài khoản tiền gửi thanh toán và tài khoản vãng lai.

- Tiền gửi không kỳ hạn thuần tuý: là khoản tiền được ký gửi với mục đích bảo quản an toàn tài sản. Khi cần khách hàng có thể đến rút ra để chi tiêu. Tại Việt Nam tiền gửi loại này được thể hiện dưới các hình thức như: Tiền gửi không kỳ hạn của các tổ chức, cá nhân. Do tỷ trọng thanh toán không dùng tiền mặt còn thấp, để khuyến khích thanh toán qua Ngân hàng, các Ngân hàng thương mại Việt Nam trả lãi cho loại tiền gửi này như tiền gửi không kỳ hạn khác. Các nước phát triển loại tiền gửi này chiếm vị trí quan trọng trong kết cấu nguồn vốn và có chi phí đầu vào rất thấp hoặc không hưởng được lãi.

Tiền gửi không kỳ hạn là một nguồn để các Ngân hàng huy động vốn với chi phí thấp, do lợi tức yêu cầu của người gửi với các khoản tiền gửi đó rất thấp, trong khi đó quy mô vốn huy động được khá lớn. Tuy nhiên, việc sử dụng các nguồn tiền này gặp nhiều bất lợi bởi nó mang tính chất không ổn định, do khách hàng có thể gửi hoặc rút ra bất cứ khi nào, đặt Ngân hàng trước rủi ro thanh khoản. Do đó, muốn sử dụng hiệu quả nguồn này, Ngân hàng phải tiến hành nghiên cứu khá kỹ lưỡng về đặc điểm kinh doanh, thu nhập, nhu cầu chi tiêu... của khách hàng để có kế hoạch khai thác hiệu quả trong từng thời kỳ.

1.3.1.1.2. Huy động tiền gửi có kỳ hạn.

Đây là loại tiền gửi có sự thoả thuận trước giữa khách hàng và Ngân hàng về thời hạn gửi và rút tiền. Đại bộ phận tiền gửi này có nguồn gốc từ tích lũy và

ký thác để hưởng lãi. Các Ngân hàng thương mại nhận hai loại tiền gửi có kỳ hạn đó là tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi báo rút. Thông thường tiền gửi có kỳ hạn thường có kỳ hạn dài và lãi suất cao. Đây là nguồn tiền tương đối ổn định, ngân hàng có thể sử dụng phần lớn để kinh doanh. Chính vì vậy, Ngân hàng thương mại luôn tìm cách để đa dạng hoá loại tiền gửi này nhằm đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng.

1.3.1.1.3. Tiền gửi tiết kiệm.

Xét về bản chất, tiền gửi tiết kiệm là một phần thu nhập của dân cư gửi vào Ngân hàng với mục đích tích lũy tiền một cách an toàn và hưởng một phần lãi từ số tiền đó. Tiền gửi tiết kiệm là một dạng đặc biệt để tích lũy tiền tệ trong lĩnh vực tiêu dùng cá nhân. Các hình thức của tiền gửi tiết kiệm:

- Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn: Là khoản tiền gửi có thể rút bất cứ lúc nào. Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn: Thực chất đây là khoản tiền gửi tiết kiệm thông thường. Đối với khoản tiền này, chủ tài khoản có thể rút tiền ra bất kỳ lúc nào mà không phải báo trước. Tuy nhiên, số dư tài khoản này thường không lớn, nhưng có ưu điểm hơn so với các tài khoản tiền gửi giao dịch ở chỗ: Số dư này ít biến động. Vì vậy, Ngân hàng trả lãi suất cho khoản tiền này cao hơn so với tiền gửi thanh toán. Đó là điều kiện để các Ngân hàng thương mại có thể dễ dàng huy động số vốn này.

- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn: Là khoản tiền gửi có sự thoả thuận về thời hạn gửi và rút tiền, có mức lãi suất cao hơn so với tiền gửi không kỳ hạn, các khoản gửi càng lâu thì lãi suất càng cao. Tiền gửi tiết kiệm được coi là một công cụ huy động vốn truyền thống của các Ngân hàng thương mại. Vốn huy động từ tài khoản tiền gửi tiết kiệm thường chiếm một tỷ trọng đáng kể. Tiền gửi tiết kiệm có thể chia ra thành ba loại: Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, có kỳ hạn ngắn và có kỳ hạn dài.

+ Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngắn: Loại này khá quen thuộc ở Việt Nam, Ngân hàng thương mại Việt Nam thường huy động tiết kiệm với các kỳ hạn 3 tháng đến 1 năm. Về nguyên tắc, khách hàng chỉ được rút ra khi đến hạn. Song,

để tăng tính cạnh tranh các Ngân hàng thương mại vẫn cho phép khách hàng rút trước thời hạn (với những quy định cụ thể).

+ Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn dài: Rất phổ biến ở một số nước công nghiệp phát triển. Tiền gửi tiết kiệm dài hạn chỉ được phép rút ra khi đến hạn. Nó tạo lên nguồn vốn có tính ổn định cho hoạt động cấp tín dụng dài hạn của Ngân hàng thương mại.

1.3.1.2. Phát hành các công cụ nợ.

Các NHTM có thể phát hành các công cụ nợ (nếu đủ điều kiện theo quy định) như: chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu Ngân hàng, trái phiếu Ngân hàng để huy động vốn trong một thời gian nhất định.

Chứng chỉ tiền gửi là những giấy xác nhận tiền gửi định kỳ ở một Ngân hàng hay một định chế tài chính khác. Người sở hữu giấy này sẽ được thanh toán tiền lãi theo kỳ và nhận đủ tiền vốn khi hết hạn. Chứng chỉ sau khi phát hành được lưu thông trên thị trường tiền tệ. Các Ngân hàng phát hành chứng chỉ tiền gửi chủ yếu cho mục đích thanh khoản, lãi suất của chúng thường cao hơn lãi suất của tín phiếu kho bạc và mức độ rủi ro của nó cũng thấp.

Kỳ phiếu Ngân hàng là một công cụ nợ ngắn hạn do Ngân hàng phát hành theo từng đợt để huy động vốn một cách linh hoạt nhằm đáp ứng nhu cầu vốn cho những kế hoạch kinh doanh xác định của Ngân hàng. Việc phát hành kỳ phiếu tùy thuộc theo thời gian và tình hình cụ thể của nguồn vốn Ngân hàng. Vốn này chỉ chỉ được huy động trong thời gian nhất định, khi đã huy động đủ khối lượng theo dự kiến Ngân hàng sẽ ngừng việc huy động kỳ phiếu. Đây là hình thức huy động vốn nhanh vì còn có lãi suất cao hơn lãi suất tiết kiệm cùng thời hạn, lại có thể chuyển nhượng dễ dàng nên thu hút khối lượng vốn tương đối lớn.

Trái phiếu Ngân hàng là một công cụ nợ dài hạn của Ngân hàng, với các cam kết thanh toán gốc vào ngày đáo hạn và thanh toán vào những thời gian xác định. Lãi suất của trái phiếu thường cao hơn lãi suất tiền gửi tiết kiệm, kỳ phiếu... Trái phiếu dùng để huy động vốn trung dài hạn phục vụ cho những kế hoạch phát triển kinh doanh có quy mô lớn và dài hạn. Trong khi kỳ phiếu là

được phát hành ở từng chi nhánh với khung lãi suất, thời gian phát hành riêng biệt thì trái phiếu được phát hành với quy mô lớn, đồng loạt trong hệ thống mỗi Ngân hàng.

1.3.1.3. Các hình thức huy động vốn khác.

Ngoài các hình thức huy động vốn trên, Ngân hàng thương mại cũng có thể sử dụng những hình thức huy động vốn khác để thu hút nguồn vốn nhàn rỗi từ dân cư, từ nền kinh tế, từ nước ngoài thông qua các hoạt động uỷ thác về các dịch vụ xã hội như: dịch vụ câu lạc bộ... hoặc đứng ra làm đại lý phát hành chứng khoán cho các công ty, làm trung gian thanh toán, làm đại lý bảo hiểm...

1.3.2. Các biện pháp huy động vốn.

1.3.2.1. Lãi suất và thưởng vật chất.

Việc xây dựng chính sách lãi suất trong điều kiện cạnh tranh là yếu tố cơ bản trong việc duy trì và mở rộng tiền gửi. Ngoài yếu tố lãi suất, thưởng vật chất thông qua rút thăm trúng thưởng là một động lực khá hấp dẫn để huy động tiền gửi tiết kiệm.

1.3.2.2. Cơ sở vật chất và đội ngũ nhân sự.

Một tòa nhà đồ sộ, trang trí thẩm mỹ, sắp xếp công việc khoa học sẽ tạo ra ấn tượng tốt đẹp cho những người ký thác. Mặt khác, phải tạo dựng một đội ngũ nhân sự trực tiếp giao dịch với những khuôn mặt niềm nở, lễ phép và cũng cần phải có nét duyên dáng Á Đông nhưng lại mang tính hiện đại của thời kinh doanh điện tử.

1.3.2.3. Đa dạng hóa các dịch vụ cung ứng.

Trong tương lai, các Ngân hàng nào ứng dụng nhiều dịch vụ như phát hành thẻ thanh toán, cho vay tiêu dùng, tài trợ thuê mua, tài trợ xuất nhập khẩu.. sẽ là điều kiện tốt để gia tăng việc thu hút tiền gửi.

1.3.2.4. Thực hiện một chính sách kinh doanh hấp dẫn.

Một chính sách cho vay năng động cũng có thể thu hút sự chú ý của khách hàng, một chính sách quản trị biết quan tâm đến các hoạt động kinh doanh của

khách hàng hoặc cuộc sống đời thường của cá nhân cũng có tác dụng rất lớn trong việc duy trì và mở rộng khách hàng.

1.3.2.5. Mạng lưới tổ chức Ngân hàng.

Khách hàng có nhu cầu giao dịch với các Ngân hàng ở các vị thế thuận lợi như ở gần nhà, gần nơi làm việc nên đòi hỏi Ngân hàng cần phải phân bổ chi nhánh, phòng giao dịch ở những vị thế thích hợp. Đây cũng là yếu tố quan trọng để thu hút tiền gửi khách hàng.

1.3.3. Phân loại nguồn vốn huy động.

1.3.3.1. Tiền gửi không kỳ hạn (tiền gửi thanh toán).

Là loại tiền gửi do tổ chức và cá nhân gửi tiền vào Ngân hàng mà họ có thể rút ra bất cứ lúc nào. Mục đích của người gửi tiền là để đáp ứng nhu cầu thanh toán nên tiền gửi này còn gọi là tiền gửi thanh toán.

Tiền lãi = $[\Sigma(\text{Số dư Tài khoản} \times \text{Số ngày tồn tại số dư}) \times \text{Lãi suất}/30]$.

1.3.3.2. Tiền gửi kỳ hạn.

Là loại tiền gửi mà chủ sở hữu nó chỉ có thể rút ra theo thời hạn đã quy định trước mới được hưởng 100% lợi tức. Trong trường hợp người gửi rút trước hạn thì được hưởng lãi suất tiền gửi không kỳ hạn theo quy định của Ngân hàng.

1.3.3.3. Tiền gửi tiết kiệm.

Là loại tiền để dành của dân cư gửi vào Ngân hàng nhằm mục đích hưởng lãi. Tiền gửi tiết kiệm có các hình thức sau:

- + Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn.
- + Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn.
- + Tiền gửi tiết kiệm có mục đích

1.3.3.4. Phát hành giấy tờ có giá.

Đây là hình thức huy động vốn cho các mục đích sử dụng vốn nhất định theo kế hoạch kinh doanh của Ngân hàng. Có hai hình thức phát hành chủ yếu:

- Phát hành theo mệnh giá.
- Phát hành theo hình thức chiết khấu.

1.3.3.5. Các hình thức huy động vốn khác.

- Vay của Ngân hàng trung ương (NHTW): Thông thường, NHTW cho Ngân hàng thương mại vay khi các Ngân hàng này có nhu cầu bổ sung vốn khả dụng và đang nằm trong giới hạn cung ứng tiền cho phép.
- Vay các Ngân hàng thương mại khác: đây là hình thức vay nhằm mục đích khắc phục thiếu hụt dự trữ tài sản tạm thời thông qua thị trường liên Ngân hàng.
- Vay nước ngoài: các Ngân hàng thương mại cũng có thể huy động vốn trên thị trường quốc tế thông qua phát hành các phiếu nợ ghi bằng ngoại tệ.
- Vay các tổ chức tài chính phi Ngân hàng: các Ngân hàng thương mại có thể phát hành hợp đồng mua lại chứng khoán bán cho các tổ chức tài chính phi Ngân hàng.

1.4. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại.

1.4.1. Khối lượng vốn, mức tăng trưởng và tính bền vững.

Vốn huy động (VHD) của Ngân hàng phải có sự tăng trưởng ổn định về số lượng để thoả mãn nhu cầu tín dụng, thanh toán cũng như các hoạt động kinh doanh khác ngày càng tăng của Ngân hàng. Nếu Ngân hàng huy động được một lượng vốn lớn, nhưng lại không ổn định, thường xuyên có những dòng tiền lớn bị rút ra thì lượng vốn dành cho đầu tư, cho vay sẽ không lớn, hiệu quả huy động vốn không cao, thường xuyên phải đối đầu với vấn đề thanh khoản.

1.4.2. Chi phí huy động vốn.

Chỉ tiêu huy động vốn được thể hiện thông qua chỉ tiêu tỷ trọng các khoản mục chi phí.

Quản lý chi phí vốn là hoạt động thường xuyên và quan trọng của mỗi ngân hàng, vì mỗi sự thay đổi về cơ cấu nguồn vốn hay lãi suất đều có thể làm thay đổi chi phí trả lãi, từ đó ảnh hưởng đến thu nhập ròng của ngân hàng.

$$\text{Tỷ trọng các khoản mục chi phí} = \frac{\text{Số chi cho từng khoản mục}}{\text{Tổng chi phí}} \times 100(\%)$$

Qua chỉ số này có thể biết được kết cấu các khoản chi phí để có thể hạn chế các khoản chi phí bất hợp lý, tăng cường các chi phí có lợi cho hoạt động huy động vốn.

$$\text{Lãi suất bình quân đầu vào} = \frac{\text{Tổng chi phí trả lãi thực tế}}{\text{Tổng số vốn huy động bình quân}} \times 100(\%)$$

Trả lãi tiền gửi là khoản chi phí chiếm tỷ trọng lớn nhất, nó là yếu tố quyết định đến việc hoạch định lãi suất cho vay, do vậy Ngân hàng cần phải phân tích cụ thể chỉ tiêu lãi suất bình quân đầu vào.

Chi phí khác: Bên cạnh chi phí là lãi suất, trong quá trình huy động vốn Ngân hàng còn phải chịu một số chi phí khác như: chi phí tiền lương nhân viên, chi phí in ấn giấy tờ nghiệp vụ, chi phí cơ sở vật chất, chi phí giao dịch... Chi phí này thường chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng chi phí, nhưng nếu tiết kiệm được cũng góp phần giảm bớt gánh nặng chi phí cho Ngân hàng.

1.4.3. Khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh.

Để đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh, thường sử dụng các chỉ tiêu so sánh nguồn vốn huy động được với các nhu cầu tín dụng, thanh toán và các nhu cầu khác để thấy nguồn vốn huy động có thể đáp ứng được bao nhiêu, Ngân hàng phải vay thêm bao nhiêu để thoả mãn nhu cầu ấy. Để đạt được mục tiêu này, Ngân hàng phải có cơ cấu vốn hợp lý. Cơ cấu vốn huy động ở đây 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. Cơ cấu vốn hợp lý có thể đáp ứng được tối đa nhu cầu sử dụng vốn, không có tình trạng bất hợp lý giữa vốn huy động với nhu cầu sử dụng vốn. Ví dụ: phân tích cơ cấu vốn để đánh giá về khả năng và quy mô thu hút vốn từ nền kinh tế của Ngân hàng thương mại dựa vào chỉ số:

$$\text{Khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh} = \frac{\text{Vốn huy động}}{\text{Sử dụng vốn}} \times 100(\%)$$

1.4.4. 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.

1.4.5. Một số chỉ tiêu khác.

- Mức độ hoạt động của vốn huy động: Được đánh giá qua chỉ tiêu hệ số sử dụng vốn. Hệ số sử dụng vốn càng tiến đến 1 càng tốt (trong điều kiện vẫn đảm bảo các giới hạn an toàn trong hoạt động kinh doanh) điều này thể hiện nguồn vốn được sử dụng tối đa.

- 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.

- Một số chỉ tiêu khác như số lượng vốn bị rút ra trước hạn, kỳ hạn thực tế của nguồn vốn.

1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả huy động vốn.

1.5.1. Nhân tố khách quan.

1.5.1.1. Môi trường chính trị - pháp luật.

Pháp luật đặt ra là để điều chỉnh mọi quan hệ xã hội. Do vậy tất cả mọi hoạt động của Ngân hàng đều chịu sự điều chỉnh của pháp luật. Lĩnh vực hoạt động của Ngân hàng là vô cùng quan trọng trong nền kinh tế, vì vậy các hoạt động của Ngân hàng luôn được nhà nước quản lý một cách chặt chẽ bởi các quy phạm pháp luật. Mỗi văn bản đều có ảnh hưởng sâu sắc đến hoạt động của Ngân hàng cụ thể là hoạt động huy động vốn. Ngân hàng thương mại là doanh nghiệp kinh doanh hàng hóa tiền tệ nên chịu tác động của nhiều chính sách, quy định của Chính phủ và ngân hàng nhà nước. Sự thay đổi của chính sách nhà nước, Ngân hàng nhà nước về tài chính, tiền tệ, tín dụng, lãi suất sẽ ảnh hưởng đến khả năng

thu hút vốn cũng như chất lượng nguồn vốn của Ngân hàng thương mại. Các chính sách đầu tư ưu tiên phát triển mũi nhọn...cũng ảnh hưởng sâu sắc tới việc huy động vốn của Ngân hàng thương mại.

1.5.1.2.Môi trường kinh tế - xã hội.

Thu nhập và sự phân bố dân cư là một nguồn lực tiềm năng có thể khai thác nhằm mở rộng quy mô huy động vốn của Ngân hàng thương mại. Môi trường văn hóa cũng như tập quán, thói quen sử dụng tiền mặt của dân cư có ảnh hưởng nhiều đến quyết định kinh tế của dân cư. Họ có thể lựa chọn giữa hình thức tiêu dùng hay tiết kiệm để sử dụng được số tiền của mình một cách hiệu quả nhất, đòi hỏi các Ngân hàng phải tăng cường quảng cáo, quảng bá hình ảnh, hoạt động, lợi ích của người gửi tiền và các thủ tục cần thiết.

1.5.1.3.Các nhân tố thuộc về khách hàng.

Ngân hàng là một trong các tổ chức tài chính quan trọng nhất của nền kinh tế. Trong đó Ngân hàng thương mại chiếm tỷ trọng lớn nhất về quy mô tài sản, thị phần và số lượng các Ngân hàng.Chính vì thế mà khách hàng của Ngân hàng cũng bao gồm nhiều đối tượng khác nhau. Mỗi loại khách hàng lại có nhu cầu khác nhau. Vì vậy để đáp ứng nhu cầu của từng loại khách hàng thì Ngân hàng cần phải có chính sách, chiến lược phát triển phù hợp.

1.5.1.4. Đối thủ cạnh tranh của Ngân hàng.

Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh là hiện tượng phổ biến và khách quan. Hiện nay tại Việt Nam số lượng Ngân hàng được phép hoạt động ngày càng tăng (với trên 60 ngân hàng: Ngân hàng nhà nước, Ngân hàng thương mại cổ phần, ...)cùng với sự ra đời và phát triển mạnh mẽ của nhiều tổ chức phi Ngân hàng trong đó nguồn vốn nằm rải rác trong dân cư và các tổ chức kinh tế là có hạn. Từ đó làm mất tính độc quyền của hệ thống Ngân hàng và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của Ngân hàng. Ngân hàng cạnh tranh nhau chủ yếu bằng hình thức lãi suất và dịch vụ. Hiện nay ở nước ta các Ngân hàng chủ yếu cạnh tranh nhau bằng hình thức lãi suất là chủ yếu. Do đó Ngân hàng cần xây dựng được mức lãi suất như thế nào là hợp lý nhất, hấp dẫn nhất kết hợp với

đanh tiếng và uy tín của mình để tăng được thị phần huy động. Điều này rất khó vì lãi suất cao hơn đối thủ cạnh tranh thì lãi suất cho vay cũng phải tăng theo để đảm bảo Ngân hàng vẫn có lãi. Nếu lãi suất thấp hơn thì không hấp dẫn được khách hàng.

1.5.2.Nhân tố chủ quan.

1.5.2.1.Chiến lược kinh doanh của Ngân hàng.

Chiến lược kinh doanh có thể nói là đường lối, phương hướng hoạt động cho một Ngân hàng. Mỗi Ngân hàng có một chiến lược kinh doanh khác nhau và nó phụ thuộc vào từng điểm mạnh, điểm yếu, khả năng và hạn chế của Ngân hàng. Chiến lược kinh doanh xác định quy mô huy động có thể mở rộng hay thu hẹp, cơ cấu vốn có thể thay đổi về tỷ lệ các loại nguồn vốn, chi phí hoạt động có thể tăng hay giảm. Chiến lược kinh doanh có liên quan đến huy động vốn bao gồm: Chính sách về giá, lãi suất tiền gửi, tỷ lệ hoa hồng và phí dịch vụ. Với việc lãi suất huy động tăng sẽ dẫn đến nguồn vốn vào Ngân hàng tăng nhưng đồng thời hiệu quả của việc huy động vốn có thể giảm do chi phí huy động tăng. Do đó, số lượng nguồn vốn huy động được sẽ phụ thuộc chủ yếu và chiến lược kinh doanh hay phụ thuộc vào chính bản thân Ngân hàng.

1.5.2.2.Hình thức huy động vốn, chất lượng phục vụ và mạng lưới hoạt động của Ngân hàng.

Một hình thức huy động vốn được đánh giá là tốt ngoài những yếu tố đáp ứng nhu cầu với chi phí thấp cần cần phải có sự ổn định. Thông thường các nguồn vốn huy động đều có thể dự tính được trước thời gian sử dụng như: tiền gửi có thời hạn, tiền gửi tiết kiệm,..vốn huy động phải có sự tăng trưởng đều đặn về mặt số lượng và thời gian để thỏa mãn nhu cầu tín dụng cũng như nhu cầu của các hoạt động khác. Ví dụ nếu Ngân hàng huy động được một nguồn vốn lớn đáp ứng được yêu cầu tín dụng nhưng lại không đánh giá được khả năng ổn định của nguồn vốn đó sẽ làm ảnh hưởng đến hoạt động của Ngân hàng với những rủi ro không thể lường trước được và ngược lại. Để huy động vốn có hiệu quả ngoài việc các hình thức huy động vốn phải đa dạng, phù hợp... thì trình độ

của nhân viên Ngân hàng cũng đóng góp vai trò quan trọng, là bộ mặt của Ngân hàng.

1.5.2.3. Chính sách lãi suất của Ngân hàng.

Lãi suất được coi là giá cả của các sản phẩm dịch vụ tài chính. Ngân hàng sử dụng hệ thống lãi suất tiền gửi ngân hàng như một công cụ quan trọng trong việc huy động tiền gửi và thay đổi quy mô nguồn vốn. Để duy trì và thu hút thêm nguồn vốn, Ngân hàng cần ấn định mức lãi suất cạnh tranh, thực hiện những ưu đãi về giá cho những khách hàng lớn, gửi tiền thường xuyên. Hơn nữa hệ thống lãi suất cần phải linh hoạt, phù hợp với quy mô và cơ cấu nguồn vốn. Bên cạnh đó, Ngân hàng cũng cần phải chú ý đến lãi suất tiền vay để các hoạt động kinh doanh được hợp lý, đem lại các khoản thu nhập cao nhất cho Ngân hàng để bù đắp những khoản chi phí đã bỏ ra và vẫn mang lại lợi nhuận cho ngân hàng.

1.5.2.4. Uy tín của Ngân hàng.

Uy tín của Ngân hàng được thể hiện qua hình ảnh của Ngân hàng trong lòng khách hàng, 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 thường lựa chọn những Ngân hàng lâu đời để gửi tiền chứ không lựa chọn Ngân hàng mới thành lập. Hình thức bảo hiểm tiền gửi làm tăng độ an toàn, tăng uy tín của Ngân hàng. 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 chi phí rẻ và tiết kiệm được thời gian.

1.5.2.5. Chiến lược Marketing của ngân hàng.

Marketing là công cụ không thể thiếu trong Ngân hàng thương mại hiện nay bởi vì mục tiêu cuối cùng là thỏa mãn nhu cầu của khách hàng vừa đảm bảo khả năng sinh lời, khả năng cạnh tranh an toàn trong kinh doanh. Vì vậy, Ngân hàng cần nắm bắt được thay đổi của thị trường để đưa ra những sản phẩm phù hợp.

Chính sách Marketing với hai nhiệm vụ chính:

+ Nhằm bắt kịp thời sự thay đổi môi trường, thị trường cũng như nhu cầu của khách hàng đối với dịch vụ sản phẩm mà Ngân hàng cung cấp.

+ Xây dựng chính sách, giải pháp thích hợp để vượt qua đối thủ cạnh tranh đạt được mục tiêu lợi nhuận.

1.5.2.6. Trình độ công nghệ Ngân hàng.

Công nghệ Ngân hàng hiện nay hiện đại khác xa so với trước. Việc sử dụng máy tính vào trong hoạt động của Ngân hàng là một thay đổi lớn nhờ đó thu thập và lưu trữ được nhiều thông tin khách hàng. Từ đó có thể hoạch định ra các hình thức huy động, hình thức trả lãi... nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn. Các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng trở nên phổ biến, đó là xu thế tất yếu. Việc thanh toán không dùng tiền mặt sẽ khiến cho các Ngân hàng ngày càng gắn liền với hoạt động xã hội.

1.6. Ý nghĩa của huy động vốn đối với Ngân hàng thương mại.

Vốn huy động (VHD) là những giá trị tiền tệ mà Ngân hàng huy động được từ các tổ chức kinh tế và các cá nhân trong xã hội thông qua hoạt động tín dụng, thanh toán, các nghiệp vụ kinh doanh khác và được dùng làm vốn để kinh doanh.

Đối với Ngân hàng: Nguồn vốn hoạt động của các Ngân hàng thương mại rất đa dạng, song bộ phận vốn huy động vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất. Nhu cầu về sử dụng vốn trong Ngân hàng để thực hiện cho vay, đầu tư và các hoạt động khác là rất lớn so với vốn tự có ban đầu và vốn ngân hàng có thể vay. Về hiệu quả kinh doanh, vốn huy động là nguồn vốn có chi phí rẻ nhất trong các loại vốn. Vì vậy mỗi Ngân hàng đều cần quan tâm thường xuyên đến công tác huy động vốn, đáp ứng yêu cầu kinh doanh của bản thân Ngân hàng và nhu cầu về vốn cho nền kinh tế.

Đối với khách hàng: Đối với khách hàng là người gửi tiền thì thông qua công tác huy động vốn, các tổ chức kinh tế cũng như người dân sẽ thu được lợi ích từ khoản vốn tạm thời nhàn rỗi của mình thông qua lãi tiền gửi mà Ngân hàng trả cho họ. Hơn nữa, Ngân hàng còn đảm bảo cho họ sự an toàn về khoản tiền gửi và cung cấp các dịch vụ thanh toán tiện lợi. Đối với khách hàng là người

vay, họ sẽ thỏa mãn được nhu cầu vốn để kinh doanh, chi tiêu, thanh toán mà không phải chi phí nhiều về sức lực, thời gian tìm kiếm nơi cung ứng vốn tiện lợi, chắc chắn và hợp pháp.

Đối với nền kinh tế: Vốn huy động còn có ý nghĩa to lớn với nền kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế vì nó đáp ứng nhu cầu vốn để đảm bảo quá trình tái sản xuất được thực hiện liên tục và để mở rộng quy mô sản xuất. Ngân hàng thương mại thông qua hoạt động huy động vốn 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 phát triển.

Phần cơ sở lý luận tập chung chủ yếu vào việc nghiên cứu cơ sở lý luận về huy động vốn và hiệu quả huy động vốn đối với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Với việc tìm hiểu về khái niệm, chức năng, hoạt động chủ yếu của Ngân hàng thương mại; cơ cấu nguồn vốn và hiệu quả huy động vốn; các biện pháp và hình thức huy động vốn; các chỉ tiêu; các nhân tố ảnh hưởng và ý nghĩa của hoạt động huy động vốn đối với Ngân hàng thương mại làm tiền đề cho việc nghiên cứu, áp dụng vào thực tiễn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

PHẦN II

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM.

2.1 Khái quát về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

2.1.1 Lịch sử hình thành và quá trình phát triển..

- Tên Ngân hàng: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam
- Tên viết tắt : TECHCOMBANK
- Hội sở chính: 70-72 Bà Triệu, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội.
- Mã số thuế : 01002308004.46368
- Điện thoại: 04.3944.6362
- Fax: 04.394.46362
- Web: www.techcombank.com.vn
- Logo:



- Slogan: Giữ trọn niềm tin.
- Ngành nghề hoạt động: Tài chính và Ngân hàng

Sau hơn 17 năm hoạt động với 107 Chi nhánh của Techcombank đã và đang sẵn sàng đi vào hoạt động. Trong năm 2010, Techcombank đã nâng tổng số chi nhánh trên toàn hệ thống lên gần 300 điểm và lắp đặt mới 505 máy ATM nâng tổng số máy ATM phục vụ khách hàng trên toàn quốc lên hơn 1020 máy, phủ sóng hơn 40 tỉnh/thành phố của cả nước.

Techcombank phục vụ trên 1 triệu khách hàng cá nhân, gần 42.000 khách hàng doanh nghiệp và với gần 100,000 khách hàng cá nhân chiếm 27% doanh số tín dụng của Techcombank. Với khách hàng cá nhân, Techcombank cung ứng

trộn bộ các sản phẩm Ngân hàng đáp ứng mọi nhu cầu có thể phát sinh của khách hàng bao gồm các sản phẩm tài khoản, tiết kiệm, tín dụng, thanh toán, thẻ, đầu tư, bảo lãnh..., nhiều tiện ích và giá trị gia tăng cho khách hàng, trong đó trụ cột là các nhóm sản phẩm thẻ, tài trợ tiêu dùng và cho vay mua nhà trả góp.

Các cột mốc lịch sử.

*1993: Ngân hàng thành lập với tên gọi Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam - Techcombank với số vốn điều lệ ban đầu 20 tỷ VND và trụ sở chính ban đầu đặt tại số 24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

*Năm 1995: Tăng vốn điều lệ lên 51.495 tỷ đồng. Thành lập Chi nhánh Techcombank Hồ Chí Minh, khởi đầu cho quá trình phát triển nhanh chóng của Techcombank tại các đô thị lớn.

*Năm 1996: Thành lập một số chi nhánh, tăng vốn điều lệ lên 70 tỷ đồng.

*Năm 1998: Trụ sở chính chuyển sang số 15 Đào Duy Từ Hà Nội.

*Năm 1999: Tăng vốn điều lệ lên 80,020 tỷ đồng.

*Năm 2001: Tăng vốn điều lệ lên 102,345 tỷ đồng.

*Năm 2002: Vốn điều lệ tăng lên 104,435 tỷ đồng. Chuẩn bị phát hành cổ phiếu mới để tăng vốn điều lệ Techcombank lên 202 tỷ đồng.

*Năm 2003: Vốn điều lệ tăng lên 180 tỉ tại 31/12/2004.

*Năm 2004: Tăng vốn điều lệ lên 234 tỉ đồng vào 30/6/2004. Tăng vốn điều lệ lên 252,255 tỷ đồng vào ngày 02/8/2004. Tăng vốn điều lệ lên 412 tỷ đồng vào 26/11/2004.

*Năm 2006: Cung cấp ra thị trường nhiều sản phẩm mới như: Phát hành chứng chỉ tiền gửi Lộc Xuân, tài khoản Tiết kiệm đa năng, Tài khoản Tiết kiệm trả lãi định kỳ, ra mắt thẻ thanh toán quốc tế Techcombank Visa.

*Năm 2007 : Tổng tài sản đạt gần 2,5 tỷ USD, trở thành Ngân hàng có mạng lưới giao dịch lớn thứ hai trong khối Ngân hàng TMCP với gần 130 chi nhánh và phòng giao dịch tại thời điểm cuối năm 2007. Trong năm này thì Ngân hàng HSBC(đây là cổ đông chiến lược của Ngân hàng Techcombank) tăng phần vốn góp lên 20% và trực tiếp hỗ trợ tích cực trong quá trình hoạt động của

Techcombank. Chuyển biến sâu sắc về mặt cơ cấu với việc hình thành khối dịch vụ khách hàng doanh nghiệp, thành lập Khối Quản lý tín dụng và quản trị rủi ro, hoàn thiện cơ cấu Khối Dịch vụ ngân hàng và tài chính cá nhân. Nâng cấp hệ thống corebanking T24R06. Năm phát triển vượt bậc của dịch vụ thẻ với tổng số lượng phát hành đạt trên 200.000 thẻ các loại.

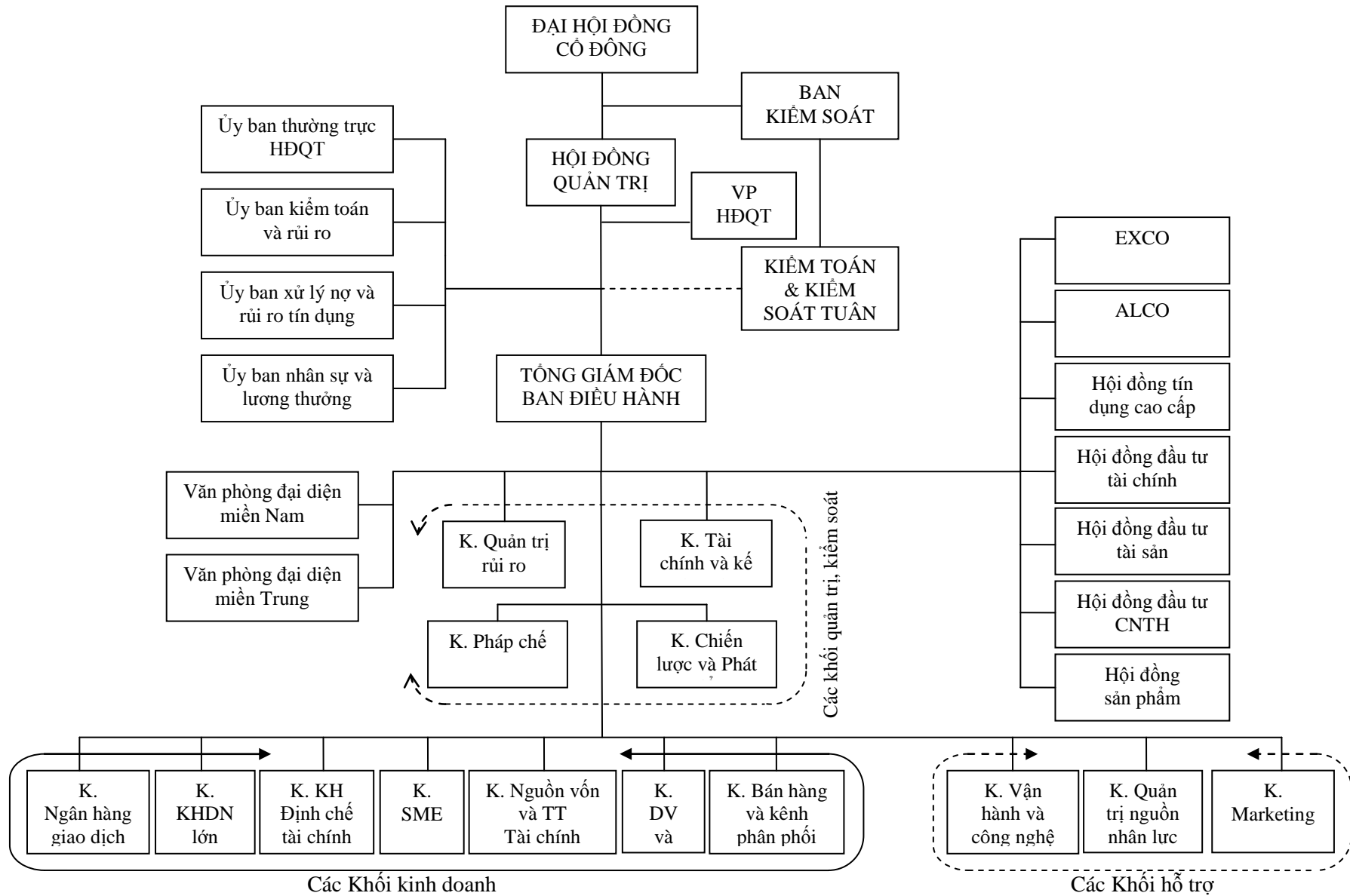
*Năm 2008: Ra mắt thẻ tín dụng Techcombank Visa Credit, thẻ đồng thương hiệu Techcombank – Vietnam Airlines – Visa ,triển khai máy gửi tiền tự động ADM.

*Năm 2009: Tăng vốn điều lệ lên 4.337 tỷ đồng. Tháng 09/2009 Tăng vốn điều lệ lên 5.400 tỷ đồng.

*Năm 2010 : Triển khai các chương trình chuyển đổi chiến lược tổng thể, công bố tầm nhìn sứ mệnh và các giá trị cốt lõi của Techcombank. Đồng thời thực hiện việc tái cấu trúc mô hình kinh doanh, quản lý và chuyển đổi văn hóa doanh nghiệp. Tăng vốn điều lệ lên 6.932 tỷ đồng .

2.1.2.Cơ cấu tổ chức tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam.

Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam



2.1.2.1. Chức năng nhiệm vụ của các khối.

2.1.2.1.1. Hội đồng quản trị: Là cơ quan quản trị của Ngân hàng, có toàn quyền nhân danh Ngân hàng để quyết định, kiểm tra, giám sát mọi hoạt động của Ngân hàng, của Ban giám đốc điều hành. Quyết định chiến lược, kế hoạch phát triển trung hạn và kế hoạch kinh doanh hằng năm của Ngân hàng. Đánh giá thực trạng công tác quản lý của Ngân hàng và báo cáo với Đại hội đồng cổ đông hàng năm.

2.1.2.1.2. Tổng giám đốc ban điều hành: Là người có trách nhiệm quản lý và điều hành mọi hoạt động của toàn hệ thống Ngân hàng Techcombank theo đúng pháp luật Nhà nước, các quy định của ngành, điều lệ, quy chế, quy định, đồng thời là người tham mưu cho hội đồng quản trị về mặt hoạch định các mục tiêu, chính sách.

2.1.2.1.3. Các khối quản trị kiểm soát.

* **Khối quản trị rủi ro:** Xây dựng, triển khai các chính sách, hoạt động nhằm kiểm soát việc tuân thủ các chính sách rủi ro, các chính sách tín dụng, tài liệu hướng dẫn thẩm định, phê duyệt tín dụng, hệ thống ủy quyền phê duyệt tín dụng. Thực hiện thẩm định tín dụng các hồ sơ của khách hàng doanh nghiệp và các định chế tài chính có giá trị lớn. Xây dựng các mô hình quản trị rủi ro tín dụng.

* **Khối pháp chế:** Làm đầu mối theo chỉ đạo của cấp có thẩm quyền hoặc phối hợp với các đơn vị đầu mối soạn thảo các tài liệu nội bộ, văn bản và hợp đồng phục vụ hoạt động kinh doanh trong quá trình cung cấp sản phẩm, dịch vụ ngân hàng của Ngân hàng....bảo đảm tính pháp lý cho các văn bản trước khi trình duyệt cấp lãnh đạo. Tư vấn cho Ban lãnh đạo Ngân hàng và các đơn vị về ảnh hưởng của các quy định pháp luật có liên quan đến hoạt động của Ngân hàng nhằm đảm bảo mục tiêu tiến hành hoạt động kinh doanh đúng pháp luật, bảo vệ tối đa quyền lợi của Ngân hàng. Hướng dẫn nghiệp vụ, kiểm tra đôn đốc công tác thu hồi nợ trong toàn hệ thống, tư vấn cho các đơn vị trong hệ thống về các vấn đề pháp lý liên quan đến việc xử lý thu hồi nợ.

***Khối tài chính và kế hoạch:** Phân tích và lập tất cả các báo cáo về kế hoạch và định hướng của Ngân hàng, thông tin kế toán, báo cáo tài chính và kế hoạch vốn. Cùng hợp tác với các đơn vị khác để thực hiện phác họa, quản lý các hệ thống và dự án tài chính của Ngân hàng. Xây dựng hệ thống báo cáo quản trị của ngân hàng, phát triển hệ thống phân tích kinh doanh và đánh giá kết quả kinh doanh của Ngân hàng. Thực hiện các công tác khác do Tổng giám đốc phân công.

***Khối chiến lược và phát triển Ngân hàng:** Quản lý thực hiện chiến lược chung của Ngân hàng, giám sát, điều phối và hỗ trợ các chiến lược bộ phận, các chương trình hành động của các khối kinh doanh, Khối hỗ trợ nhằm đảm bảo các chiến lược của từng khối gắn liền với chiến lược chung của Ngân hàng theo lộ trình đã được sắp đặt. Thường xuyên phân tích cập nhật các thông tin môi trường, chính sách và đối thủ cạnh tranh nhằm thúc đẩy, hỗ trợ các Khối kinh doanh chủ động xây dựng kịp thời các biện pháp thích ứng và đẩy nhanh tiến trình thực hiện các mục tiêu.

2.1.2.1.4. Các khối kinh doanh.

***Khối Ngân hàng giao dịch:** Thực hiện các hoạt động kinh doanh Ngân hàng sinh lợi phù hợp với yêu cầu chiến lược và kế hoạch phát triển của Techcombank. Cung cấp các sản phẩm, dịch vụ cho các khách hàng. Theo dõi động thái thị trường đặc biệt là các đối thủ cạnh tranh để đánh giá các sản phẩm và dịch vụ Ngân hàng giao dịch bao gồm các đặc điểm, chính sách, quy trình dựa trên nhu cầu của thị trường và khách hàng. Phát triển và triển khai các sản phẩm dịch vụ mới trong phạm vi hoạt động. Hỗ trợ ban điều hành trong việc xây dựng chiến lược tổng thể cho Ngân hàng. Thực hiện các công việc và nhiệm vụ khác theo yêu cầu của Tổng giám đốc.

***Khối khách hàng doanh nghiệp lớn:** Định hướng hoạt động Ngân hàng của các đơn vị kinh doanh đối với toàn bộ phân khúc là các doanh nghiệp lớn .

***Khối dịch vụ và tài chính cá nhân:** Chịu trách nhiệm về chiến lược, chính sách và quản lý phát triển sản phẩm, phân tích kinh doanh. Bên cạnh đó,

chịu trách nhiệm thi hành các chính sách, chiến lược, phát triển liên kết hợp tác kinh doanh với các đối tác.

***Khối nguồn vốn và thị trường tài chính:** Phát triển chiến lược kinh doanh nhằm tăng lợi nhuận ở mức tối đa từ các hoạt động trên thị trường tài chính và thị trường vốn. Phát triển, điều hành dịch vụ môi giới và các hoạt động liên quan đến sàn giao dịch, kinh doanh mua bán cổ phiếu. Rà soát và cải thiện các quá trình nhằm đảm bảo các hoạt động hiệu quả trên thị trường

***Khối bán hàng và kênh phân phối:** Trực tiếp lên kế hoạch và giám sát chất lượng cũng như hoạch định chiến lược phát triển mạng lưới. Bên cạnh đó đưa ra các tiêu chuẩn, đào tạo và phát triển đội ngũ cán bộ nhân viên để nâng cao chất lượng đội ngũ bán hàng.

2.1.2.1.5. Các khối hỗ trợ.

***Khối vận hành và công nghệ:** Xây dựng, triển khai các hoạt động cung cấp các sản phẩm Ngân hàng, các hoạt động hỗ trợ, vận hành, nâng cao chất lượng dịch vụ nội bộ cho toàn hệ thống .

***Khối quản trị nguồn nhân lực:** Chịu trách nhiệm quản lý, điều hành các hoạt động liên quan đến chính sách, quy trình và các dịch vụ nguồn nhân lực bao gồm: Tuyển dụng, lương, thưởng, phúc lợi khác, quản trị thông tin nhân sự, phát triển tổ chức và hoạch định chiến lược về nhân sự.

***Khối Marketing:** Xây dựng chiến lược Marketing tổng thể cho Ngân hàng hướng tới tất cả các đối tượng khách hàng. Triển khai các chương trình truyền thông, khuyến mại hỗ trợ các đơn vị kinh doanh chiến lược để tiếp cận thu hút khách hàng nhằm đạt mục tiêu kinh doanh. Điều tra, nghiên cứu thị trường về các sản phẩm và thương hiệu của Ngân hàng.

2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam trong những năm qua.

2.1.3.1. Phân tích báo cáo kết quả kinh doanh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam 2008-2010.

- Tổng tài sản toàn hệ thống là : 150.291 tỷ đồng tăng 62% so với năm 2009, vượt 17% so với kế hoạch.

- Lợi nhuận trước thuế của toàn hệ thống cả năm là 2.744 tỷ đồng. Toàn hệ thống tăng so với năm 2009 là 22%, đạt 98% so với kế hoạch.

- Tổng nguồn vốn huy động của toàn hệ thống đạt 108.334 tỷ đồng tăng gần 50% so với năm 2009 và đạt 93% kế hoạch.

- Tổng dư nợ cho vay khách hàng tại thời điểm kết thúc năm 2010 đạt 52.928 tỷ đồng tăng 26% so với năm 2009, đạt 89% kế hoạch.

- Vào tháng 6/2010 Techcombank tiến hành tăng thêm hơn 1500 tỷ vốn điều lệ từ 5400 tỷ đồng lên 6932 tỷ đồng. Đây là khoản lợi nhuận để lại của năm 2009 năm trong phương án tăng vốn được đại hội đồng cổ đông thông qua.

BẢNG 2.1: BẢNG BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2009-2010

Đơn vị : Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | Năm 2009 | Năm 2010 | Chênh lệch 2009/2008 | | Chênh lệch 2010/2009 | |
|---|------------------|------------------|------------------|-------------------------|------------------|-------------------------|---------------------|
| | | | | Tuyệt đối | Tương đối (%) | Tuyệt đối | Tương đối (%) |
| 1.Thu nhập lãi và các khoản thu nhập tương tự | 6.218.777 | 6.882.366 | 10.934.383 | 663.589 | 10,67 | 4.052.017 | 58,88 |
| 2. Chi phí lãi và các chi phí tương tự | (4.458.034) | (4.382.546) | (7.750.034) | 75.488 | (1,69) | (3.367.488) | 76,84 |
| I. Thu nhập lãi thuần | 1.760.743 | 2.499.820 | 3.184.349 | 739.077 | 41,98 | 684.529 | 27,38 |
| 3. Thu nhập từ hoạt động dịch vụ | 543.270 | 740.427 | 1.186.620 | 197.157 | 36,29 | 446.193 | 60,26 |
| 4.Chi phí hoạt động dịch vụ | (60.393) | (99.368) | (256.820) | (38.975) | 64,54 | (157.452) | 158,45 |
| II. Lãi thuần từ hoạt động dịch vụ | 482.877 | 641.059 | 929.800 | 158.182 | 32,76 | 288.741 | 45,04 |
| III. Lãi thuần từ hoạt động kinh doanh ngoại hối và vàng | 21.793 | 48.089 | (91.383) | 26.296 | 120,66 | (139.472) | (290,03) |
| IV.Lãi thuần từ mua bán chứng khoán kinh doanh | 2.587 | 150.453 | (71.418) | 147.866 | 5715,73 | (221.871) | (147,47) |
| V. Lãi thuần từ mua bán chứng khoán đầu tư | 780.197 | 372.165 | 160.335 | (408.032) | (52,30) | (211.830) | (56,92) |
| 5. Thu nhập từ hoạt động khác | 16.034 | 196.134 | 696.116 | 180.100 | 1123,24 | 499.982 | 254,92 |

Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam

| | | | | | | | |
|--|------------------|--------------------|--------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
| 6.Chi phí hoạt động khác | (5.740) | (18.007) | (169.525) | (12.267) | 213,71 | (151.518) | 841,44 |
| VI. Lãi thuần từ hoạt động khác | 10.294 | 178.127 | 526.591 | 167.833 | 1630,40 | 348.464 | 195,63 |
| VII. Thu nhập từ góp vốn, mua cổ phần | 79.582 | 28.441 | 80.747 | (51.141) | (64,26) | 52.306 | 183,91 |
| VIII.Chi phí hoạt động | (910.511) | (1.183.772) | (1.587.749) | (273.261) | 30,01 | (403.977) | 34,13 |
| IX.Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh trước chi phí dự phòng rủi ro tín dụng | 2.227.562 | 2.734.382 | 3.131.272 | 506.820 | 22,75 | 396.890 | 14,51 |
| X. Chi phí dự phòng rủi ro tín dụng | (611.707) | (481.485) | (387.645) | 130.222 | (21,29) | 93.840 | (19,49) |
| XI.Tổng lợi nhuận trước thuế | 1.615.855 | 2.252.897 | 2.743.627 | 637.042 | 39,42 | 490.730 | 21,78 |
| 7.Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp hiện hành | (432.772) | (574.670) | (672.852) | (141.898) | 32,79 | (98.182) | 17,08 |
| 8.Lợi ích thuế thu nhập doanh nghiệp hoãn lại | - | 21.942 | 1.980 | 21.942 | 0,00 | (19.962) | (90,98) |
| XII.Chi phí thuế thu nhập doanh nghiệp | (432.772) | (552.728) | (670.872) | (119.956) | 27,72 | (118.144) | 21,37 |
| XIII. Lợi nhuận sau thuế | 1.183.083 | 1.700.169 | 2.072.755 | 517.086 | 43,71 | 372.586 | 21,91 |
| XV.Lãi cơ bản trên cổ phiếu(VNĐ/cổ phiếu) | 2.293 | 2.453 | 2.990 | 160 | 6,98 | 537 | 21,89 |

(Báo cáo thường niên 2008 - 2010 của Techcombank)

Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng năm 2010 tăng lên so với năm 2009 và năm 2008. Lợi nhuận sau thuế của Ngân hàng năm 2010 là 2.072.755 triệu đồng tăng lên 372.586 triệu đồng so với năm 2009 và tăng lên 517,086 triệu đồng, tương ứng với 43,71% so với năm 2009 và 21,91% năm 2010. Sở dĩ lợi nhuận sau thuế tăng lên như vậy là do thu nhập lãi và các khoản thu nhập tương tự của năm 2009 tăng lên so với năm 2008 là 663.589 triệu đồng tương ứng 10,67% , đến năm 2010 là 10.934.383 triệu đồng tăng 58,88% so với năm 2009. Thu nhập lãi thuần của năm 2010 là 3.184.349 triệu đồng tăng 27,38% so với năm 2009. Lãi thuần từ hoạt động dịch vụ năm 2010 là 929.800 triệu đồng tăng 45,4% so với năm 2009. Lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh trước chi phí dự phòng rủi ro tín dụng năm 2010 là 3.131.272 triệu đồng tăng lên 396.890 triệu đồng tương ứng với 14,51% so với năm 2009. Ngoài ra, do lợi nhuận từ các hoạt động dịch vụ và các hoạt động khác tăng lên tương đối nên lợi nhuận của Ngân hàng tăng lên. Bên cạnh đó, do Ngân hàng hạn chế được rất nhiều khoản chi phí như : Chi phí lãi và các chi phí tương tự năm 2009 giảm so với năm 2008 là 75.488 triệu đồng, đến năm 2010 là -7.550.034 triệu đồng giảm cho với năm 2009 là 4.382.546 triệu đồng. Chi phí hoạt động dịch vụ năm 2010 là -256.820 triệu đồng giảm so với năm 2009 là -157.452 triệu đồng.

2.1.3.2. Phân tích một số hoạt động chủ yếu của Ngân hàng trong năm 2010.

* Công tác huy động vốn:

- Năm 2010, tổng nguồn vốn huy động của toàn hệ thống là 8.334 tỷ đồng. So với cuối năm 2009, nguồn huy động tăng lên 35.640 tỷ đồng. Nguồn vốn huy động tuy không đạt được kế hoạch đề ra nhưng đã có sự tăng trưởng rất tốt khi huy động dân cư tăng 44% so với cuối năm 2009. Đây là một thành công rất lớn của Techcombank trong công tác huy động, đặc biệt là huy động từ dân cư là nguồn vốn có tính ổn định cao nhất trong các loại nguồn vốn huy động vào Ngân hàng.
- Trong năm Ngân hàng tăng vốn điều lệ từ 5.400 tỷ đồng năm 2009 lên 6.932 tỷ đồng tăng 28%. Tỷ lệ an toàn vốn đến thời điểm cuối năm 2010 là 13,11% cao

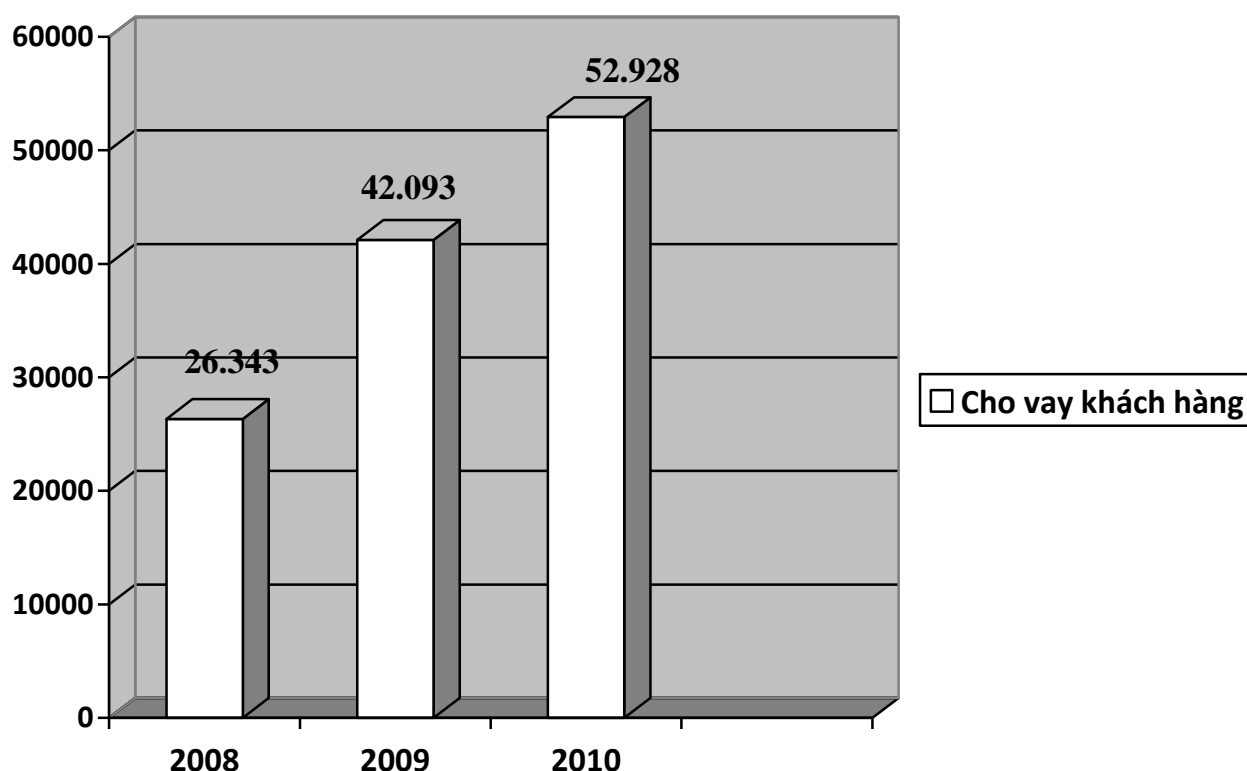
hơn nhiều so với mức quy định 9% của Ngân hàng Nhà nước. Năm 2010 Techcombank có thêm 3.000 tỷ đồng trái phiếu chuyển đổi. Theo quy định của Ngân hàng nhà nước giá trị trái phiếu chuyển đổi này được xem vốn cấp 2 giúp tăng tỷ lệ an toàn vốn của Ngân hàng.

*Hoạt động sử dụng vốn:

Bên cạnh công tác huy động vốn, việc sử dụng nguồn vốn đã huy động được như thế nào để có hiệu quả là vấn đề hết sức quan trọng. Hoạt động này quyết định sự tồn tại và phát triển của các Ngân hàng. Hoạt động tín dụng là hoạt động mang lại nhiều lợi tức nhất cho Ngân hàng.

Bảng 2.2: Bảng kết quả cho vay tại Techcombank Việt Nam.

Đơn vị: Tỷ đồng



Hoạt động sử dụng vốn của Ngân hàng được thể hiện qua chỉ tiêu kết quả cho vay khách hàng. Với số vốn huy động được Ngân hàng thực hiện hoạt động tín dụng cho vay. Tính đến cuối năm 2010, dư nợ cho vay khách hàng đã tăng 26% so với thời điểm cuối năm 2009 trong đó tỷ lệ nợ 3-5 là 2,3%. Mức tăng trưởng tín dụng của Techcombank trong năm vừa qua là thấp nhất trong mười

năm và thấp hơn mức tăng trưởng trung bình của ngành Ngân hàng với mục tiêu cấu trúc lại cơ cấu dư nợ cho phù hợp với chiến lược hoạt động mới. Hoạt động trên thị trường liên Ngân hàng của Techcombank khá năng động để đáp ứng tốt nhất nhu cầu thanh khoản của hệ thống và tối ưu hóa nguồn vốn trong những lúc đầu ra tín dụng cần phải thắt chặt do những khó khăn của nền kinh tế dẫn đến khả năng trả nợ của khách hàng khó được đảm bảo chắc chắn.

*** Hoạt động khác:**

- Hoạt động bảo lãnh: Nghiệp vụ bảo lãnh trong nước tiếp tục phát triển góp phần không nhỏ vào doanh thu phí lãi của Ngân hàng. Tổng thu phí bảo lãnh trong năm đạt 159,77 tỷ đồng chiếm 20% tổng thu phí dịch vụ trong nước, tăng 74 tỷ đồng so với năm 2009.
- Thanh toán quốc tế: Tổng thu phí từ thanh toán quốc tế trong năm qua đạt 513,97 tỷ đồng chiếm 36,48% tổng thu phí dịch vụ. Thanh toán quốc tế tiếp tục là một nguồn thu phí quan trọng của Ngân hàng và là một thế mạnh của Techcombank.
- Về triển khai dịch vụ thẻ: Tổng số thẻ hiện có vượt con số 1 triệu thẻ, trong đó có 87,163 thẻ tín dụng và ghi nợ quốc tế chiếm 7% thị phần thẻ quốc tế. Số thẻ quốc tế trong năm qua có bị giảm sút ở nhóm thẻ thanh toán nhưng tăng trưởng ở nhóm thẻ tín dụng. mặc dù không đạt được kế hoạch đề ra song Techcombank vẫn là một trong số các Ngân hàng phát hành thẻ lớn nhất trên thị trường.

*** Quản trị công nghệ thông tin:**

- Kế thừa nền tảng công nghệ cao từ Ngân hàng HSBC chuyển giao lại, năm 2010 tiếp tục là một năm thành công của mảng công nghệ trong việc xây dựng và triển khai các quy trình quản lý công nghệ cũng như quản lý rủi ro công nghệ. Việc xây dựng quy trình tập trung vào 2 mục tiêu: Tăng nhận thức về rủi ro an ninh thông tin và giảm dần rủi ro hiện hữu để thực hiện mục tiêu này một loạt các hoạt động được hoàn thành, nâng cao tính chuyên nghiệp hiệu quả và chất lượng dịch vụ công nghệ thông qua việc xây dựng và đào tạo một loạt các quy trình hoạt động dựa vào các tiêu chuẩn, thực tiễn tốt như ITIL, PRINCE2.

- Trong năm qua các bộ phận công nghệ đã và đang triển khai thành công trên 30 dự án lớn nhỏ, đáng chú ý là các dự án: nâng cấp hệ thống corebanking T24 lên phiên bản R10. Techcombank vẫn khẳng định vị trí tiên phong trong lĩnh vực Ngân hàng điện tử.

* Về phát triển mạng lưới : Năm 2010, mạng lưới hoạt động của Techcombank phát triển cả về số lượng và chất lượng từ 187 điểm giao dịch năm 2009 đến cuối năm 2010 Techcombank đã khai trương thể 95 điểm giao dịch trong đó có 8 chi nhánh và 52 phòng giao dịch, 35 quỹ tiết kiệm đạt 85% kế hoạch được giao nâng tổng số điểm giao dịch của Techcombank trên 282 điểm (58 chi nhánh, 187 phòng giao dịch, 37 quỹ tiết kiệm). Có thể nói đây là một mảng đạt kết quả cao trong năm vừa qua, một hoạt động đầu tư có tính chất nền tảng quan trọng tạo tiền đề cho sự phát triển kinh doanh trong năm 2011 và các năm tiếp theo.

* Công tác đào tạo nhân sự: Năm 2010, dưới định hướng của Hội đồng Quản trị, Ban điều hành cùng với nhà tư vấn chiến lược McKensey, Techcombank đã xây dựng được “ chiến lược nhân sự” cụ thể rõ ràng, kế hoạch hành động cụ thể, cho từng giai đoạn phù hợp. Năm 2010 tổng số lượng nhân viên là 6.960 người, tăng 38% so với năm 2009.

* Kiểm soát rủi ro: Cùng với việc mở rộng và phát triển kinh doanh, trong năm 2010 Techcombank cũng không ngừng chú ý và nâng cao khả năng rủi ro, từng bước hoàn thiện hệ thống quản lý, giám sát rủi ro chuyên sâu. Góp phần kiểm soát nợ xấu ở 2,3%. Công tác hỗ trợ rủi ro thị trường trong năm 2010 đã hỗ trợ và giúp cho ban lãnh đạo Ngân hàng điều hành hiệu quả trước những biến động phức tạp của thị trường, quản lý rủi ro thanh toán và rủi ro lãi suất được hiệu quả và an toàn.

* Các công ty con: Bên cạnh những thành công trong hoạt động Ngân hàng thương mại truyền thống năm 2010, ba công ty trực thuộc của Techcombank cũng đạt được một số thành tích đáng khích lệ.

- Công ty Quản lý nợ và khai thác tài sản – TechcomAMC: Hoạt động quản lý, bảo vệ tài sản. Dịch vụ quản lý tòa nhà của AMC đã từng bước được tổ chức theo hướng chuyên nghiệp hóa đảm bảo an ninh Ngân hàng cũng như vận hành các tài sản một cách tiết kiệm và có hiệu quả nhất.. Chất lượng công tác bảo vệ các tài sản, kho tàng của Ngân hàng ngày càng được nâng cao, không có tình trạng thất tài sản vật tư của Ngân hàng, công ty và của khách hàng. Năm 2010, lợi nhuận trước thuế của TechcomAMC đạt 360,72 tỷ đồng.

- Công ty quản lý quỹ Kỹ thương – TechcomCapital: Trong nửa cuối năm 2010 đã tập trung xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản nội bộ về chính sách, quy trình đầu tư và quản trị rủi ro để trình các cấp thẩm quyền phê duyệt. Mặc dù có nhiều biến động về nhân sự, cơ cấu tổ chức và những khó khăn trên thị trường tài chính nói chung. TechcomCapital vẫn đạt được kết quả tài chính tương đối khả quan: Tổng số vốn nhận ủy thác đến cuối năm 2010 đạt 2,197 tỷ đồng. Lợi nhuận trước thuế cả năm 2010 đạt 16,7 tỷ đồng.

- Công ty chứng khoán Kỹ thương – Techcomsecurities: Năm 2010 là một năm chứng khoán gắn liền với chính sách tiền tệ, sự tăng trưởng tín dụng khó khăn của những tháng đầu năm đã hạn chế dòng tiền chảy vào thị trường chứng khoán. Tuy nhiên năm qua Securities vẫn có những nỗ lực phát triển kinh doanh: doanh thu môi giới đạt 658 triệu đồng. Doanh thu từ đầu tư cổ tức và bán chứng khoán đạt 15,6 tỷ đồng.

Năm 2010 là một năm với các diễn biến phức tạp trên thị trường, đặc biệt là nửa cuối năm 2010 với những biến động mạnh về tỷ giá USD và vàng trên thị trường. Mặt khác thông tư 13 quy định về mức vốn điều lệ tối thiểu về nguồn vốn huy động, tỷ lệ an toàn vốn (CAR), hệ số rủi ro đối với các khoản vay đầu tư chứng khoán và bất động sản sẽ dẫn tới những thay đổi đáng kể trong hoạt động của các ngân hàng thương mại khi phải tiến hành tăng vốn và cơ cấu lại tài sản. Với tốc độ phục hồi ngày càng nhanh của nền kinh tế, thu nhập bình quân đầu người được cải thiện và số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) tăng dần, các ngân hàng đang có tiềm năng rất lớn để phát triển các dịch vụ Ngân

hàng bán lẻ cũng như các dịch vụ tài chính cho SMEs. Thông tư này có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của các Ngân hàng nói chung, Techcombank nói riêng. Song Techcombank vẫn có những bước phát triển mạnh mẽ, ấn tượng đưa tổng tài sản tăng lên gấp rưỡi và lợi nhuận hợp nhất của toàn hệ thống đạt 2,744 tỷ đồng, mọi chỉ số đều ở mức an toàn cho phép. Quy mô phát triển, hiệu quả hoạt động Techcombank vẫn luôn duy trì ở mức cao.

2.2.Thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam thời gian qua.

Tất cả các Ngân hàng Thương mại muốn đi vào hoạt động phải cần huy động vốn. Huy động vốn là cơ sở tạo cho Ngân hàng có nguồn vốn kinh doanh để thu được lợi nhuận. Nhận thức được vấn đề đó, Techcombank đã coi việc huy động vốn là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu. Toàn thể cán bộ công nhân viên của Ngân hàng đã cố gắng để hoàn thực hiện mục tiêu trên. Trong những năm qua nguồn vốn huy động của Ngân hàng luôn ổn định năm sau cao hơn năm trước. Bên cạnh đó, đội ngũ nhân viên Ngân hàng với trình độ chuyên môn cao, phương pháp làm việc hiện đại, khoa học... đã góp phần làm giảm chi phí huy động. Kết quả mà Ngân hàng đạt được là do việc đa dạng hóa các hình thức huy động, linh hoạt về lãi suất, hình thức trả lãi, nâng cao chất lượng các dịch vụ Ngân hàng. Ngân hàng luôn tích cực tìm kiếm nguồn vốn có chất lượng để phục vụ cho mục đích kinh doanh của mình.

Trong thời gian qua Techcombank 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 nhu cầu ngày càng phức tạp của khách hàng. Các sản phẩm huy động vốn của Ngân hàng bao gồm:

- Tiền gửi tiết kiệm.
- Tiền gửi thanh toán.
- Phát hành giấy tờ có giá.

Trong đó sản phẩm về tiền gửi tiết kiệm đa dạng và phong phú nhất với các hình thức như: Không kỳ hạn, có kỳ hạn từ 1 đến 36 tháng, tiết kiệm bội thu, tiết

kiệm phát lộc, tiết kiệm online, tiết kiệm giáo dục, tiết kiệm đa năng... Các sản phẩm này có kèm theo nhiều tiện ích như tiền gửi khách hàng có thể chiết khấu hoặc cầm cố sổ tiết kiệm để vay vốn, tiền gửi của khách hàng luôn được bảo hiểm, thủ tục nhanh chóng, tiết kiệm thời gian và chi phí; các hình thức tiền gửi thì phong phú, linh hoạt về kỳ hạn, được phục vụ nhiệt tình chu đáo, khách hàng có thể ủy quyền cho người khác lĩnh hộ tiền. Nhờ vào sự đa dạng của các hình thức và các tiện ích mà nguồn huy động từ tiết kiệm mang lại hiệu quả lớn cho Ngân hàng. Đây là kênh huy động vốn có hiệu quả và thu hút được lượng vốn lớn từ khách hàng.

Đánh giá chung về tổng vốn của Ngân hàng thông qua bảng sau:

BẢNG 2.3: BẢNG TỔNG NGUỒN VỐN

Đơn vị: Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Chênh lệch | | | |
|-----------------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|------------|-----------|-----------|-----------|
| | Giá trị | Tỷ trọng(%) | Giá trị | Tỷ trọng(%) | Giá trị | Tỷ trọng(%) | Giá trị | % | Giá trị | % |
| | Giá trị | Tỷ trọng(%) | Giá trị | Tỷ trọng(%) | Giá trị | Tỷ trọng(%) | 2008/2009 | 2008/2009 | 2009/2010 | 2009/2010 |
| Vốn chủ sở hữu | 5.625 | 9.518 | 7.324 | 7.911 | 9.389 | 6.247 | 1.699 | 0.302 | 2.065 | 0.220 |
| Vốn huy động | 48.588 | 82.215 | 72.69 | 78.518 | 108.334 | 72.083 | 24.105 | 0.496 | 35.641 | 0.329 |
| Vốn vay | 4.886 | 8.267 | 12.25 | 13.228 | 32.251 | 21.459 | 7.361 | 1.507 | 20.004 | 0.620 |
| Vốn khác | - | - | 317 | 342.403 | 317 | 210.924 | - | - | - | - |
| Tổng vốn | 59.099 | 100 | 92.580 | 100 | 150.291 | 100 | 33.482 | 0.567 | 57.711 | 0.384 |

(Nguồn : Phòng kế toán Techcombank)

Tổng nguồn vốn của Ngân hàng tăng qua các năm. Năm 2008, vốn chủ sở hữu của Ngân hàng là 5.625 tỷ đồng chiếm 9.518% trong tổng nguồn vốn thì sang đến năm 2009, con số này đã tăng lên 7.324 tỷ đồng và sang đến năm 2010 là 9.389 tỷ đồng. So với năm 2008, vốn chủ sở hữu tăng 1,699 tỷ đồng trong năm 2009 tương đương tăng 0,302% trong tổng tỷ trọng. Và năm 2010 tăng 2.065 tỷ đồng tương đương tăng 0,22% trong tổng tỷ trọng nguồn vốn của Ngân hàng. Việc tăng vốn chủ sở hữu sẽ làm tăng sự độc lập về tài chính cũng như khẳng định sự chắc chắn về sự tự đảm bảo tính an toàn, tạo niềm tin đối với khách hàng khi đến giao dịch tại Ngân hàng. Trong tổng nguồn vốn thì ngoài vốn chủ sở hữu thì phải kể đến vốn huy động của Ngân hàng. Khi vốn chủ sở hữu tăng thì vốn huy động lại giảm qua các năm tính theo tổng giá trị tỷ trọng. Năm 2008, vốn huy động là 48.588 tỷ đồng chiếm 82,215% tổng tỷ trọng nguồn vốn. Sang đến năm 2009, vốn huy động là 72.69 tỷ đồng tương đương chiếm 78.518%(tăng 24.105 tỷ đồng tương đương tăng 0.496% về mặt tỷ trọng). Năm 2010, vốn huy động tăng 35.641 tỷ đồng tương đương tăng 0.329%.

Bảng 2.4: Bảng cơ cấu tài sản của Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam.

Đơn vị: Tỷ đồng

| Chi tiêu | Năm 2008 | | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Chênh lệch | | | | | |
|---|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | Giá trị | Tỷ trọng (%) | Giá trị | Tỷ trọng (%) | Giá trị | Tỷ trọng (%) | Giá trị | % | Giá trị | % | Cơ cấu (%) | |
| | | | | | | | 2009 /2008 | 2009 /2008 | 2010 /2009 | 2010 /2009 | 2009 /2008 | 2010/ 2009 |
| I. Tiền mặt và vàng | 1.566 | 2,65 | 1.973 | 2,02 | 4.316 | 2,87 | 407 | 25,99 | 2.343 | 118,75 | -0,63 | 0,85 |
| II. Tiền gửi tại NHNN Việt Nam | 2.297 | 3,89 | 2.72 | 2,21 | 2.753 | 1,83 | 423 | 18,42 | 33 | 12,13 | -1,68 | -0,38 |
| III. Tiền gửi và cho vay các tổ chức tín dụng khác | 15.647 | 26,48 | 26.269 | 28,22 | 46.831 | 31,16 | 10.622 | 67,89 | 20.562 | 78,27 | 1,74 | 2,94 |
| IV. Chứng khoán kinh doanh | 150 | 0,25 | 425 | 0,46 | 488 | 0,32 | 275 | 183,33 | 63 | 14,82 | 0,21 | -0,14 |
| V. Các công cụ tài chính phái sinh và các tài sản tài chính khác | 30 | 0,05 | 46 | 0,05 | 0 | 0,00 | 16 | 53,33 | -46 | -1 | 0,00 | -0,05 |
| VI. Cho vay khách hàng | 26.02 | 44,03 | 41.58 | 44,51 | 52.317 | 34,81 | 15.561 | 59,8 | 10.737 | 25,82 | 0,48 | -9,7 |
| VII. Chứng khoán đầu tư | 10.35 | 17,51 | 13.61 | 16,56 | 31.045 | 20,66 | 3.261 | 31,51 | 17.437 | 128,12 | -0,95 | 4,1 |
| VIII. Góp vốn đầu tư dài hạn | 66 | 0,11 | 66 | 0,06 | 70 | 0,05 | 0 | 0 | 4 | 6,06 | -0,05 | -0,01 |
| IX. Tài sản cố định | 564 | 0,95 | 701 | 0,64 | 1.004 | 0,67 | 137 | 24,3 | 303 | 43,22 | -0,31 | 0,03 |
| X. Tài sản có khác | 2.412 | 4,08 | 5.193 | 5,45 | 11.467 | 7,63 | 2.781 | 115,3 | 6.274 | 120,82 | 1,37 | 2,18 |
| TỔNG TÀI SẢN | 59.098 | 100 | 92.581 | 100 | 150.291 | 100 | 33.483 | 56,66 | 57.710 | 62,33 | 0,00 | 0,00 |

Nhìn chung vào bảng cơ cấu tổng tài sản của Ngân hàng qua các năm đều tăng cả về mặt giá trị và tỷ trọng. Xét các thành phần nhỏ trong tổng giá trị tài sản của Ngân hàng như sau:

+ Tiền mặt và vàng: Trong năm 2008, khoản mục này chiếm 2,65% trong tổng tỷ trọng tài sản tương đương với số tiền là 1.566 tỷ đồng. Sang đến năm 2009 là 1,973 tỷ đồng(tăng 0,407 tỷ đồng tương đương tăng 25,98% về mặt tỷ trọng). Và năm 2010 tăng 2.343 tỷ đồng tương đương tăng 118,75%). Tiền mặt tồn quỹ tại ngân hàng là để giải quyết các giao dịch tiền mặt hàng ngày với khách hàng.

+ Tiền gửi tại Ngân hàng Nhà nước Việt Nam: thành phần này cũng tăng qua các năm. So với năm 2008, khoản mục này tăng 0.423 tỷ đồng tương đương tăng 18,42% trong năm 2009. Và đến năm 2010, con số này là 2.753 tỷ đồng tương đương 33%. Khoản tiền này tăng lên chứng tỏ Ngân hàng tận dụng được lãi tiền gửi nhận được sau hàng tháng, hàng quý, hàng năm. Đây cũng có thể coi là khoản lợi nhuận đem lại một phần doanh thu cho Ngân hàng.

+ Ngân hàng được niêm yết trên sàn giao dịch chứng khoán, Ngân hàng cũng đã tham gia vào chứng khoán đầu tư. Điều này thể hiện ở chỉ tiêu chứng khoán đầu tư trong bảng tổng giá trị tài sản. Trong năm 2008, con số này là 10,35 tỷ đồng. Tuy nhiên, sang đến năm 2009, đã tăng lên 13,61 tỷ đồng tương đương tăng 3,261 tỷ đồng(tăng 31,52% về mặt tỷ trọng). Và đến năm 2010, tăng lên là 31,045 tỷ đồng(chiếm 20,66% trong tổng tỷ trọng của tài sản, tăng 31,52% so với năm 2009 và 4,1% về mặt cơ cấu)

Bảng 2.5: Phân tích cơ cấu nguồn vốn thông qua bảng cân đối kế toán.

Đơn vị : Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Chênh lệch | | | | | |
|--|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | Giá trị | Tỷ trọng (%) | Giá trị | Tỷ trọng (%) | Giá trị | Tỷ trọng (%) | Giá trị | % | Giá trị | % | Cơ cấu (%) | |
| | | | | | | | 2009 /2008 | 2009 /2008 | 2010 /2009 | 2010 /2009 | 2009 /2008 | 2010 /2009 |
| A: NỢ PHẢI TRẢ | 53.473 | 90,48 | 85.256 | 92,09 | 140.902 | 93,75 | 31.783 | 59,44 | 55.646 | 65,27 | 1,61 | 1,66 |
| I. Các khoản nợ Chính phủ và NHNN Việt Nam | | 0 | 3.932 | 4,25 | 8.091 | 5,25 | 3.932 | 0,00 | 4.159 | 105,77 | 4,25 | 1 |
| II. Tiền gửi và cho vay các tổ chức tín khác | 8.970 | 15,18 | 10.346 | 11,18 | 27.783 | 18,44 | 1.376 | 15,34 | 17.437 | 168,54 | -4 | 7,26 |
| III. Tiền gửi của khách hàng | 39.618 | 67,04 | 62.347 | 67,34 | 80.551 | 53,6 | 22.729 | 57,37 | 18.204 | 29,2 | 0,3 | -13,74 |
| V. Vốn tài trợ, ủy thác đầu tư, cho vay tổ chức tín dụng chịu rủi ro | 2320 | 0,39 | 1.633 | 1,76 | 6.694 | 4,43 | -230.367 | -99,3 | 5.061 | 309,92 | 1,37 | 2,67 |
| VI. Phát hành giấy tờ có giá | 2.762 | 4,67 | 5.037 | 5,44 | 15.024 | 9,99 | 2.275 | 82,37 | 9.987 | 198,27 | 0,77 | 4,55 |
| VII. Các khoản nợ khác | 1.891 | 3,2 | 1.963 | 2,12 | 2.759 | 1,84 | 0.071 | 3,75 | 0.797 | 40,62 | -1,08 | -0,28 |
| B: VỐN CHỦ SỞ HỮU | 5.625 | 9,52 | 7.324 | 7,91 | 9.389 | 6,45 | 1.7 | 30,22 | 2.064 | 28,18 | -1,61 | -1,46 |
| VIII. Vốn và các quỹ | 5.625 | 9,52 | 7.324 | 7,91 | 9.389 | 6,45 | 1.699 | 30,2 | 2.065 | 28,19 | -1,61 | -1,46 |
| TỔNG NGUỒN VỐN | 59.098 | 100 | 92.581 | 100 | 150.291 | 100 | 33.483 | 56,66 | 57.710 | 62,33 | 0,00 | 0,00 |

Tổng nguồn vốn tăng qua các năm. Nhìn vào bảng phân tích cơ cấu nguồn vốn cho biết nợ phải trả và vốn chủ sở hữu có sự thay đổi trong 3 năm. Cụ thể năm 2008 nợ phải trả là 53.473 tỷ đồng. Năm 2009 nợ phải trả tăng 1,61% so với năm 2008. Tổng nợ phải trả năm 2010 là 140.902 tỷ đồng tăng 55.646 tỷ đồng (tương ứng tăng 1,66%) so với năm 2009. Nguồn vốn chủ sở hữu Ngân hàng tăng về mặt số lượng nhưng tỷ trọng lại giảm nguyên nhân là do việc tăng vốn chủ sở hữu không tương ứng với việc tăng của tổng nguồn vốn. Vốn chủ sở hữu năm 2009 tăng 1.699 tỷ đồng nhưng về tỷ trọng lại giảm đi 1,61 %. Năm 2010 so với năm 2009 tăng về số lượng là 2.065 tỷ đồng nhưng tỷ trọng cũng giảm đi 1,46%. Điều này ban lãnh đạo cần phải chú ý quan tâm.

• **Tổng nợ phải trả**

Tổng nợ phải trả trong 3 năm qua có sự thay đổi. Cụ thể năm 2008 nợ phải trả là 53.473 tỷ đồng. Năm 2009 nợ phải trả tăng 1,61% so với năm 2008. Tổng nợ phải trả năm 2010 là 140.902 tỷ đồng tăng 55.646 tỷ đồng (tương ứng tăng 1,66%) so với năm 2009.

Trong đó :

- Các khoản nợ Chính phủ và Ngân hàng NNVN tăng đều qua các năm. Năm 2008 khoản nợ này bằng 0 nhưng sang đến năm 2009 con số này đã tăng lên là 3.932 tỷ đồng về giá trị tương ứng với % chênh lệch là 4.25% . Tương tự con số nợ này trong năm 2010 lại tăng về giá trị là 4.159 tỷ đồng tương ứng với chênh lệch % là 1%.

- Tiền gửi của khách hàng nhìn tổng quan thì tăng về giá trị nhưng có sự chênh lệch về cơ cấu. năm 2009 con số này tăng về giá trị so với năm 2008 là 22.729 tỷ đồng với 5 chênh lệch tương ứng là 0.30%. Đến năm 2010 tiền gửi này tăng lên là 80.551 tỷ đồng nhưng tỷ trọng lại giảm từ 67,34% xuống còn 53,06% làm cho chênh lệch về % giảm đi 13,74%.

- Tiền gửi và cho vay các tổ chức tín dụng khác:

- **Vốn chủ sở hữu**

Nguồn vốn chủ sở hữu trong 3 năm cũng có sự thay đổi. Năm 2009 nguồn vốn chủ sở hữu tăng so với năm 2008. Cụ thể : Nguồn vốn chủ sở hữu năm 2009 tăng 1.669 tỷ đồng so với năm 2008 nhưng về chênh lệch tỷ trọng lại giảm 1,61%. Năm 2010 giảm 1,46% so với năm 2009 nhưng về giá trị thì nguồn vốn chủ sở hữu năm 2010 lại tăng 2.065 tỷ đồng. Sở dĩ có sự tăng lên về nguồn vốn chủ sở hữu nhưng do quy mô của Ngân hàng càng ngày càng được mở rộng nên nguồn vốn chủ sở hữu này chưa tăng đều so với tổng nguồn vốn của Ngân hàng.

2.2.1. Đánh giá tình hình huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam trong giai đoạn 2008-2010.

Sau quá trình hoạt động, tốc độ tăng trưởng về vốn huy động của Techcombank có sự thay đổi về số lượng và tỷ lệ. Nó được thể hiện qua bảng sau:

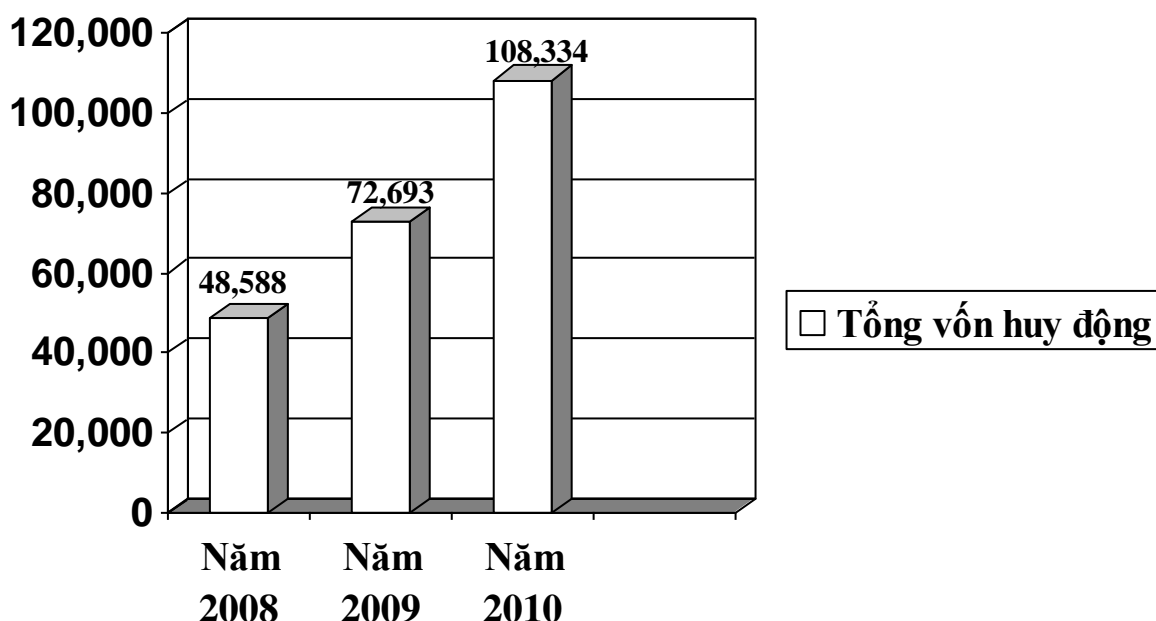
Bảng 2.6: Biến động nguồn vốn huy động qua các năm

Đơn vị: Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm | | |
|---|--------|--------|---------|
| | 2008 | 2009 | 2010 |
| Tổng vốn huy động | 48.588 | 72.693 | 108.334 |
| Lượng vốn huy động gia tăng sau mỗi năm | 13.741 | 24.105 | 35.641 |
| Tỷ lệ gia tăng năm sau so với năm trước | 39,43% | 49,61% | 49,03% |

(Nguồn : Phòng kế toán Techcombank)

Biểu đồ 2.6: Biến động nguồn vốn huy động qua các năm.



Khối lượng vốn huy động của Ngân hàng tăng qua các năm. Năm 2008 khối lượng vốn huy động của Ngân hàng tăng 39,43% so với năm 2007. Năm 2009 khối lượng vốn huy động tăng 49,61% so với năm 2008. Đến năm 2010, khối lượng vốn huy động tăng nhưng tỷ lệ gia tăng năm sau so với năm trước chỉ đạt 49,03% vẫn thấp hơn năm 2009. Với tổng nguồn vốn huy động lớn và ổn định, đáp ứng mọi nhu cầu về vốn của khách hàng. Có thể nói trong lúc việc huy động vốn nhiều khó khăn, sự cạnh tranh về lãi suất quyết liệt giữa các Ngân hàng, lãi suất huy động liên tục tăng trong khi lãi suất cho vay không thể tăng cùng tốc độ thì đây là một kết quả hết sức đáng khích lệ.

2.2.2. Cơ cấu vốn huy động tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

2.2.2.1. Nguồn vốn huy động theo thời hạn.

Nguồn vốn huy động theo thời hạn của Techcombank theo thời hạn được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.7: Quy mô và cơ cấu vốn huy động theo thời hạn.

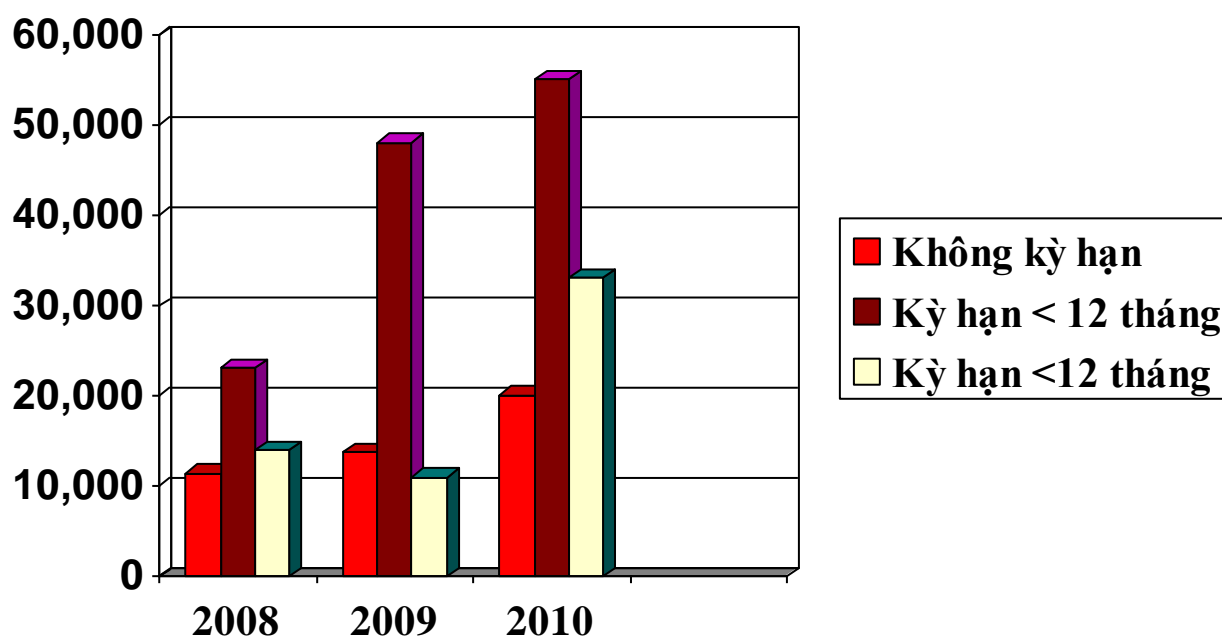
Đơn vị : Tỷ đồng

| Khoản mục | 2008 | | 2009 | | 2010 | |
|-------------------------------|--------|-------------|--------|-------------|---------|-------------|
| | Số dư | Tỷ trọng(%) | Số dư | Tỷ trọng(%) | Số dư | Tỷ trọng(%) |
| Tiền gửi không kỳ hạn | 11.502 | 23,67 | 13.792 | 18,97 | 20.134 | 18.59 |
| Tiền gửi có kỳ hạn < 12 tháng | 23.114 | 47,57 | 48.105 | 66,18 | 55.108 | 53,64 |
| Tiền gửi có kỳ hạn >12 tháng | 13.972 | 28,76 | 10.796 | 14,85 | 33.092 | 27,77 |
| Tổng | 48.588 | 100 | 72.693 | 100 | 108.334 | 100 |

(Nguồn: Phòng nguồn vốn của Techcombank)

Biểu đồ 2.7: Quy mô và cơ cấu huy động vốn theo thời hạn.

Đơn vị: Tỷ đồng



* Nguồn vốn không kỳ hạn: Nguồn vốn không kỳ hạn tăng đều qua các năm nhưng giảm về tỷ trọng, cụ thể : Năm 2008 nguồn vốn không kỳ hạn đạt 11.502 tỷ đồng chiếm 23,67% tổng nguồn vốn huy động. Năm 2008 đạt 13.792 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 18,97%. Năm 2010 đạt 20.134 tỷ đồng chiếm 18,59 % . Sở dĩ của việc tỷ trọng nguồn vốn huy động không kỳ hạn giảm là do việc tăng của tiền gửi không kỳ hạn không đồng đều so với việc tăng của tổng nguồn vốn huy động.

* Nguồn vốn có kỳ hạn: Nguồn vốn có kỳ hạn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động của Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam cụ thể:

- Nguồn vốn có kỳ hạn < 12 tháng: Nguồn vốn này tăng đều qua các năm và khá ổn định, chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng nguồn vốn huy động. Năm 2008 nguồn vốn không kỳ hạn < 12 tháng đạt 23.114 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 47,57% tổng nguồn vốn huy động. Năm 2008 đạt 48.105 tỷ đồng chiếm 66,18%. Năm 2010 đạt 55.108 tỷ đồng chiếm 53,64% tổng nguồn vốn huy động. Như vậy trong năm 2009 và 2010 nguồn vốn này tăng cả về quy mô và tỷ trọng. Ngân hàng đã đảm bảo được mức lãi suất hợp lý và có nhiều chính sách ưu đãi để thu hút nguồn vốn này.

- Nguồn vốn có kỳ hạn >12 tháng: Nguồn vốn này có sự biến động giữa các năm và số lượng ít hơn nguồn vốn có kỳ hạn <12 tháng. Cụ thể : Năm 2008 đạt 13.972 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 28,76%. Đến năm 2009 nguồn vốn huy động chỉ đạt 10.796 tỷ đồng giảm so với năm 2008 là 3.176 tỷ đồng . Năm 2009 đạt 10.796 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 14,85%. Sự giảm sút này là do trong năm 2009 là năm các Ngân hàng bắt đầu khôi phục sau cuộc khủng hoảng kinh tế năm 2008. Số lượng khách hàng trong phân khúc này giảm do lạm phát. Đến năm 2010 nguồn vốn này lại tăng lên gấp 3 lần so với nguồn vốn huy động vào năm 2009 đạt 33.092 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 27,77%. Có được kết quả nguồn vốn huy động từ tiền gửi tiết kiệm <12 tháng như năm 2010 là do trong năm 2010 Ngân hàng đã mở rộng thêm số lượng chi nhánh, phòng giao dịch.

2.2.2.2. Nguồn vốn huy động theo đối tượng khách hàng.

Bảng 2.8: Quy mô vốn huy động theo đối tượng khách hàng

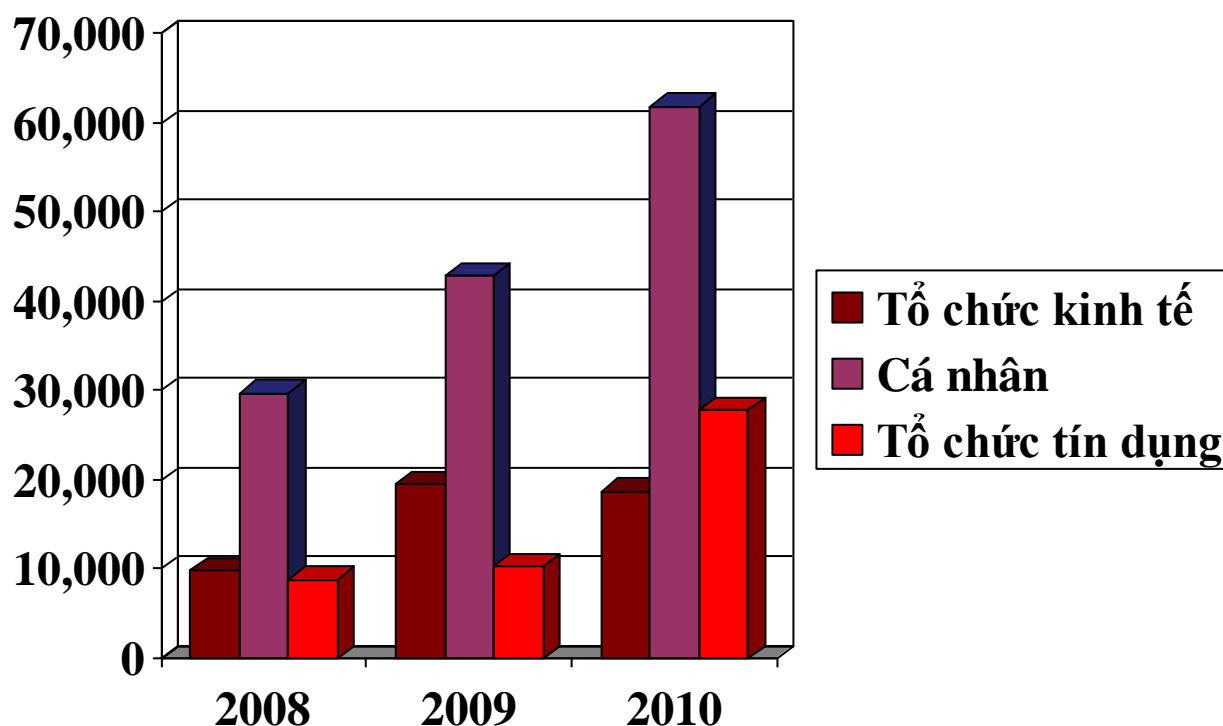
Đơn vị: Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | | Năm 2009 | | Năm 2010 | |
|----------------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|
| | Số dư | Tỷ trọng(%) | Số dư | Tỷ trọng(%) | Số dư | Tỷ trọng(%) |
| Các tổ chức kinh tế | 9.885 | 20,34 | 19.544 | 26,89 | 18.745 | 17,3 |
| Các tổ chức cá nhân | 29.733 | 61,19 | 42.804 | 58,88 | 61.806 | 57,05 |
| Các tổ chức tín dụng | 8.870 | 18,47 | 10.346 | 14,23 | 27.783 | 25,65 |
| Tổng | 48.588 | 100 | 72.693 | 100 | 108.334 | 100 |

(Nguồn: Phòng nguồn vốn của Techcombank)

Biểu đồ 2.8: Quy mô vốn huy động theo đối tượng khách hàng

Đơn vị : Tỷ đồng



(Nguồn: Phòng kế toán Ngân hàng TMCP Kỹ thuật Việt Nam)

Trong số nguồn vốn huy động thì nguồn vốn huy động từ cá nhân là nguồn vốn có quy mô lớn nhất trong tổng nguồn vốn huy động. Nguồn vốn huy động từ tổ chức kinh tế có sự biến động qua các năm. Cụ thể là năm 2008 nguồn vốn huy động từ tổ chức kinh tế đạt 9.885 tỷ đồng chiếm tỷ trọng là 20,34%. Đến năm 2009 con số này tăng lên cả về số lượng và tỷ trọng, cụ thể là đạt 19.544 tỷ đồng chiếm 26,89% tổng nguồn vốn huy động. Đây là con số đáng khâm phục nhưng đến năm 2010 con số này lại giảm 18.745 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 17.3% giảm so với năm 2009.

2.2.2.3. Nguồn huy động vốn theo nội tệ, ngoại tệ.

Nguồn vốn huy động theo nội tệ và ngoại tệ của Techcombank được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.9: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo nội , ngoại tệ

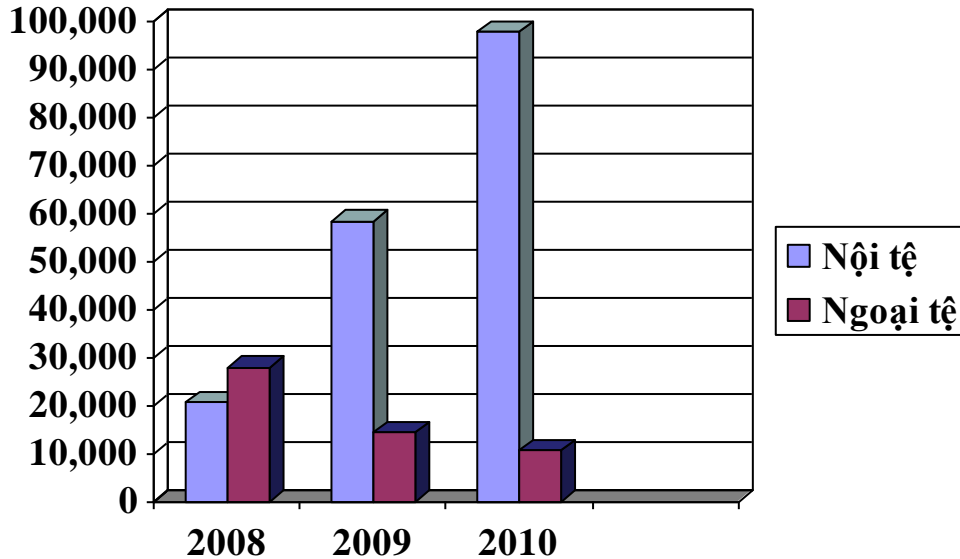
Đơn vị : Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | Năm 2009 | Năm 2010 | Chênh lệch | | | |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|------------|---------|---------|---------|
| | | | | Số tiền | % | Số tiền | % |
| Nội tệ | 20.675 | 58.334 | 97.795 | + 37659 | +182,15 | + 39461 | +67,65 |
| Ngoại tệ quy đổi VNĐ | 27.913 | 14.359 | 10.539 | - 13554 | - 48,56 | - 3820 | - 26,61 |
| Tổng | 48.588 | 72.693 | 108.334 | + 24105 | | + 35641 | |

(Nguồn: Phòng kế toán Techcombank)

Biểu đồ 2.9 : Cơ cấu nguồn vốn theo nội, ngoại tệ

Đơn vị: Tỷ đồng



Nguồn vốn huy động bằng nội tệ vẫn là nguồn vốn chủ yếu và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động của toàn hệ thống Techcombank. Nguồn vốn huy động bằng nội tệ tăng qua các năm. Nguồn vốn huy động bằng nội tệ qua các năm tương ứng là: Năm 2008 là 20.675 tỷ đồng đến năm 2009 con số này đã tăng lên thành 58.334 tỷ đồng và đến năm 2010 tiếp tục tăng lên 97.795 tỷ đồng. Đây là con số rất khích lệ đối với Techcombank. Kết quả này đạt được là do khách hàng chủ yếu của Ngân hàng là các tổ chức kinh tế, dân cư trên lãnh thổ Việt Nam, có thói quen dùng VNĐ, hơn nữa lãi suất huy động VNĐ trong những năm gần đây có xu hướng tăng.

Bên cạnh nguồn vốn bằng nội tệ thì Techcombank còn huy động vốn thông qua ngoại tệ. Nguồn huy động vốn này tuy chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng nguồn vốn huy động của Techcombank nhưng lại góp phần làm đa dạng hóa hình thức huy động vốn, mở rộng diện tiếp xúc với khách hàng, đáp ứng nhu cầu đầu tư, cho vay bằng ngoại tệ và góp phần tăng thu nhập cho Techcombank, giảm thiểu rủi ro về tỷ giá trên thị trường. Trong những năm gần đây nguồn vốn huy động bằng ngoại tệ có xu hướng giảm vì vậy để tăng lượng

vốn huy động bằng ngoại tệ Techcombank cần phải chú ý đến các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh hơn nữa.

2.2.2.4. Nguồn vốn huy động qua đi vay.

Hiện nay Techcombank vay từ Ngân hàng Nhà nước, vay từ các tổ chức tín dụng khác và việc phát hành giấy tờ có giá đã đóng góp phần lớn tạo nên nguồn vốn huy động của Ngân hàng. Trong đó vay từ các tổ chức tín dụng khác trong năm 2008 là 775 tỷ đồng, năm 2009 là 2.639 tỷ đồng, đến năm 2010 là 5.583 tỷ đồng. Nguồn vốn huy động được từ việc đi vay các tổ chức tín dụng khác tăng qua các năm đã phản ánh được quy mô và năng lực cạnh tranh của Techcombank so với những Ngân hàng khác trong cùng hệ thống. Tuy nhiên, ý nghĩa của việc huy động vốn qua đi vay chính là việc phát hành giấy tờ có giá đem lại cho Techcombank một nguồn thu lợi đáng kể và có tính ổn định cao, chi phí thấp hơn so với việc đi vay từ các tổ chức tín dụng.

Bảng 2.10 : Phát hành giấy tờ có giá

Đơn vị: Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | | Năm 2009 | | Năm 2010 | |
|---------------------------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|
| | Số dư | Tỷ trọng (%) | Số dư | Tỷ trọng (%) | Số dư | Tỷ trọng (%) |
| Dưới 12 tháng | 2.762 | 100 | 687 | 13,64 | 2.370 | 15,77 |
| Từ 12 tháng đến 5 năm | - | | 4.350 | 86,36 | 7.404 | 49,28 |
| Trên 5 năm | - | | - | | 2251 | 14,98 |
| Phát hành trái phiếu chuyển đổi | - | | - | | 3.000 | 19,97 |
| Tổng | 2.762 | 100 | 5.037 | 100 | 15.024 | 100 |

(Nguồn: Phòng nguồn vốn Techcombank)

Nguồn vốn huy động từ việc phát hành giấy tờ có giá. Năm 2008 toàn hệ thống huy động được 2.762 tỷ đồng từ việc phát hành giấy tờ có giá với thời hạn dưới 12 tháng. Đến năm 2009 con số này đã tăng lên đến 5.037 tỷ đồng, tăng hơn gấp 2 lần so với năm 2008. Trong đó: phát hành giấy tờ có giá thời hạn dưới

12 tháng đạt 687 tỷ đồng, thời hạn từ 12 tháng đến 5 năm chiếm 4.350 tỷ đồng. Đến năm 2010 con số này tăng lên gấp 3 lần so với năm 2009. Việc phát hành giấy tờ có giá của Ngân hàng Techcombank trong năm 2010 đa dạng hơn về hình thức phát hành: Bao gồm việc phát hành giấy tờ có giá với thời hạn dưới 12 tháng đạt 2.730 tỷ đồng chiếm 15,77%, từ 12 tháng đến 5 năm đạt 7.404 tỷ đồng chiếm 49,28%, trên 5 năm đạt 2.251 tỷ đồng chiếm 14,98% và phát hành trái phiếu chuyển đổi đạt 3.000 tỷ đồng chiếm 19,97%. Đây là điều đáng khích lệ đối với toàn hệ thống Ngân hàng Techcombank.

* Huy động từ các nguồn khác: Một trong những nguồn vốn đang ngày càng khẳng định được vai trò và liên tục khi Ngân hàng hoạt động trong một nền kinh tế hiện đại là nguồn vốn ủy thác. Nguồn vốn ủy thác qua các năm của Ngân hàng liên tục tăng và tăng rất mạnh. Trong khi đó các tổ chức tín dụng khác thì đang gặp nhiều khó khăn về nguồn vốn ủy thác này thì nguồn vốn ủy thác tại Techcombank vẫn luôn tăng. Đây là kết quả của việc luôn nghiên cứu thị trường, tìm kiếm đầu ra cho nguồn vốn huy động và Techcombank luôn nỗ lực mở rộng thị phần để sử dụng có hiệu quả nguồn vốn mà mình đã huy động được. Hiện tại, sự cạnh tranh gay gắt giữa các Ngân hàng khiến cho Techcombank đã xác định được mục tiêu tương lai của mình là cần phải nâng cao chất lượng phục vụ và đa dạng hình thức thanh toán, bảo lãnh, tư vấn...

2.2.2.5. Chi phí trả lãi thực tế và lãi suất bình quân đầu vào.

2.2.2.5.1. Chi phí trả lãi thực tế.

Chi phí trả lãi thực tế của Ngân hàng thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.11 : Chi phí trả lãi thực tế

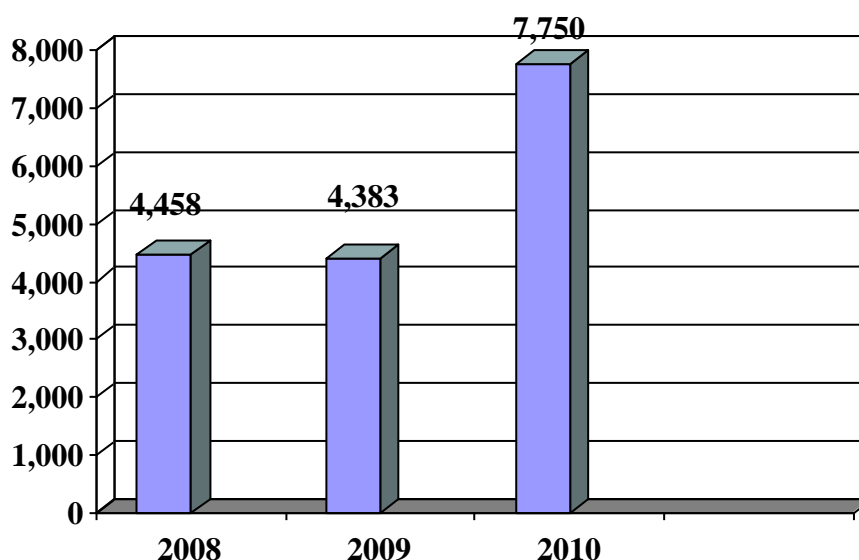
Đơn vị: Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm | Năm | Năm | Chênh lệch | | | |
|----------|-------|-------|-------|------------|-------|---------|-------|
| | 2008 | 2009 | 2010 | Số tiền | % | số tiền | % |
| Chi phí | 4.458 | 4.383 | 7.750 | -75 | -0.17 | 3.367 | 76.82 |

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán của Techcombank năm 2008-2010)

Biểu đồ 2.11: Chi phí trả lãi thực tế

Đơn vị : Tỷ đồng



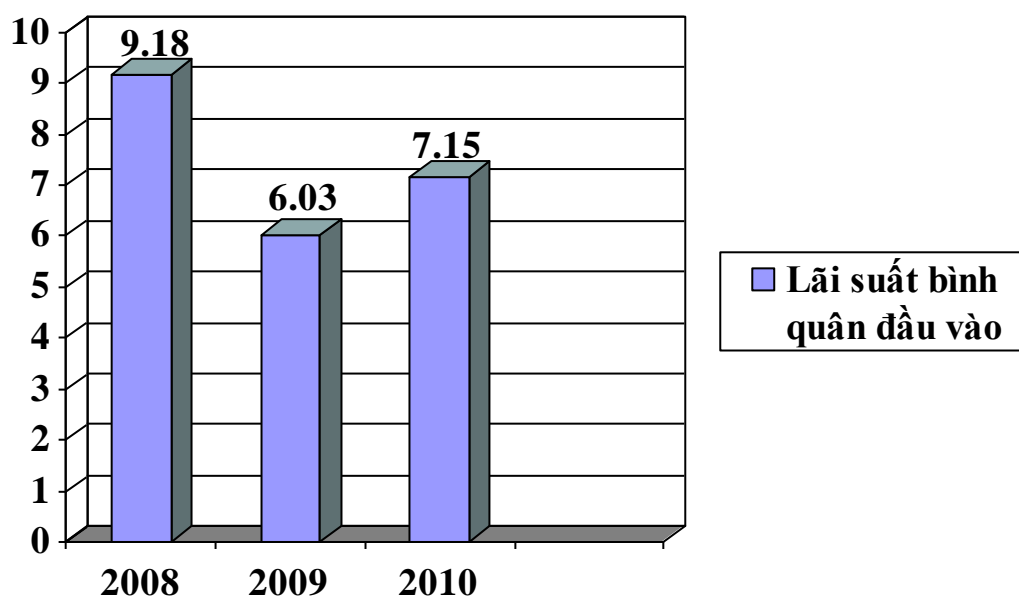
Chi phí trả lãi thực tế năm 2010 là khá cao. Nhìn tổng quan qua bảng: Năm 2008 chi phí là 4.458 tỷ đồng . Năm 2009 là 4.383 tỷ đồng giảm đi 75 tỷ đồng ứng với mức giảm 0,17% so với năm 2008. Chi phí huy động giảm và lượng vốn huy động tăng điều này cần phải phát huy. Đến năm 2010 chi phí tăng lên 3.67 tỷ đồng so với năm 2009 tương ứng với mức tăng 76,82%. Chi phí tăng do khối lượng huy động vốn cũng tăng nhiều so với năm 2009. Điều này chứng tỏ Ngân hàng cần phải quan tâm hơn đến chi phí huy động vốn sao cho tương ứng với nguồn vốn huy động.

2.2.2.5.2.Lãi suất bình quân đầu vào.

Lãi suất bình quân đầu vào của Ngân hàng được thể hiện qua bảng sau:

Biểu đồ 2.12: Lãi suất bình quân đầu vào

Đơn vị : %



Bảng 2.12: Lãi suất bình quân đầu vào

Đơn vị : Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | Năm 2009 | Năm 2010 |
|---|----------|----------|----------|
| Tổng nguồn vốn huy động (1) | 48.588 | 72.693 | 180.745 |
| Tổng chi phí trả lãi thực tế (2) | 4.458 | 4.383 | 7.750 |
| Lãi suất bình quân Đầu vào= $(2) / (1)$ | 9,18% | 6,03% | 7,15% |

(Nguồn: Phòng kế toán Techcombank năm 2008-2010)

Lãi suất bình quân đầu vào của Ngân hàng qua các năm có sự biến đổi mạnh. Năm 2008 là 9,18%, năm 2009 giảm xuống còn 6,03%. Nhưng đến năm 2010 lại tăng lên 7,15%. Như vậy lãi suất bình quân của Ngân hàng là không đồng đều, có biến động giảm rõ rệt trong năm 2009.

Qua tổng thể những điều phân tích toàn cảnh bức tranh huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam trong 3 năm gần đây(năm 2008-2010) đã được làm rõ nét. Điều này rất quan trọng để Ngân hàng tự đánh giá được tình hình huy động vốn của mình và có những phương hướng và biện pháp để luôn huy động được nguồn vốn ổn định, dồi dào và chất lượng cao trong tương lai.

2.2.3. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn.

Thông qua một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn, Ngân hàng sẽ biết được tình hình huy động vốn của Ngân hàng mình có những vấn đề gì cần quan tâm. Từ đó đề ra những biện pháp khắc phục nhằm nâng cao nguồn vốn huy động.

Bảng 2.13 : Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn

Đơn vị : Tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Đơn vị | Năm 2008 | Năm 2009 | Năm 2010 |
|---|---------|----------|----------|----------|
| Tổng nguồn vốn | Tỷ đồng | 59.099 | 92.582 | 150.291 |
| Tổng nguồn vốn huy động | Tỷ đồng | 48.588 | 72.693 | 108.334 |
| Vốn huy động không kỳ hạn | Tỷ đồng | 11.502 | 13.792 | 20.134 |
| Vốn huy động có kỳ hạn | Tỷ đồng | 37.086 | 58.901 | 88.200 |
| Vốn huy động/Tổng nguồn vốn | % | 82,21 | 78,52 | 72,08 |
| Vốn huy động không kỳ hạn/Tổng vốn huy động | % | 19,46 | 18,97 | 18,59 |
| Vốn huy động có kỳ hạn/ Tổng vốn huy động | % | 62,75 | 81,03 | 81,41 |

(Nguồn Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam)

Tỷ số vốn huy động có kỳ hạn trên tổng vốn huy động: Chỉ tiêu này thể hiện tính ổn định của nguồn vốn huy động của Ngân hàng, nếu tỷ lệ này quá lớn sẽ giảm lợi nhuận của Ngân hàng, nhưng nếu tỷ số này quá nhỏ thì Ngân hàng không thể chủ động trong việc cấp tín dụng. Tỷ số này của Ngân hàng Techcombank tăng từ năm 2008 đến 2010, cụ thể trong năm 2008 là 62,75%, năm 2009 tỷ số này đạt 80,03% đến năm 2010 tỷ số này tăng lên mức 80,41%. Từ tỷ số này cho biết được vốn huy động có kỳ hạn chiếm rất cao và là thành phần chủ yếu trong tổng nguồn vốn huy động của Ngân hàng. Vì vậy, Ngân

hàng sẽ có rất nhiều chủ động trong việc cho vay, tuy nhiên trong năm 2010 tỷ số này khá cao lên đến 80,6%, vì lãi suất tiền gửi có kỳ hạn cao hơn nên Ngân hàng phải tốn nhiều tiền để trả lãi cho khách hàng, điều đó có thể làm giảm lợi nhuận của Ngân hàng.

- Nguyên nhân tỷ số này tăng cao trong năm 2010 là do trong năm này Ngân hàng đã tăng lãi suất tiền gửi có kỳ hạn nhằm thu hút nhiều khách hàng, mà khách hàng chủ yếu của loại tiền gửi này là khách hàng cá nhân mục đích gửi tiền là nhằm hưởng lãi suất. Vì vậy khi lãi suất tiền gửi có kỳ hạn tăng người dân mang tiền nhàn rỗi của mình gửi tiết kiệm tại Ngân hàng. Đó chính là nguyên nhân tiền gửi có kỳ hạn tăng trong năm 2010 so với năm 2009. Nhìn chung vốn huy động có kỳ hạn chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng nguồn vốn huy động của Ngân hàng Techcombank nên ngân hàng có thể chủ động hơn trong việc cung cấp tín dụng, việc còn lại là Ngân hàng làm sao để đẩy mạnh thu hút khách hàng đến vay nhằm nâng cao lợi nhuận cho Ngân hàng.

Tỷ số vốn huy động không kỳ hạn trên tổng vốn huy động: Chỉ số này cho biết vốn huy động không kỳ hạn sẽ chiếm bao nhiêu phần trăm trong tổng vốn huy động. Nếu tỷ số này càng cao thì lợi nhuận của Ngân hàng sẽ cao do chênh lệch khá cao giữa lãi suất cho vay và lãi suất tiền gửi. Tuy nhiên nếu tỷ số này quá cao sẽ làm cho Ngân hàng không chủ động được nguồn vốn huy động để cho vay, vì tiền gửi không kỳ hạn là loại tiền gửi không ổn định nếu cho vay sẽ có nhiều rủi ro hơn. Tỷ số này giảm từ năm 2008 đến năm 2010, cụ thể là 19,49 % năm 2008, 18,97% trong năm 2009 giảm xuống còn 19,59% trong năm 2010. Nguyên nhân tỷ số này của Techcombank giảm là do lãi suất tiền gửi không kỳ hạn thấp hơn lãi suất có kỳ hạn, bên cạnh đó trong khoảng nửa đầu năm 2010 các doanh nghiệp chưa thật sự đầu tư nhiều vào việc sản xuất kinh doanh do tình hình kinh tế vẫn còn khó khăn nên chưa gửi nhiều tiền vào Ngân hàng để thanh toán, vì thế lượng tiền gửi không kỳ hạn vào ngân hàng tăng rất thấp so với tiền gửi

có kỳ hạn. Điều đó lý giải vì sao tỷ số vốn huy động không kỳ hạn trên tổng vốn huy động của Ngân hàng giảm xuống trong năm 2010.

Nhìn chung thì tỷ số này của Ngân hàng cũng không cao, tuy nó giúp cho Ngân hàng chủ động được nguồn vốn trong việc cấp tín dụng, nhưng xét về phương diện khác thì nó chưa mang lại nhiều lợi ích cho Ngân hàng vì vốn huy động từ tiền gửi không kỳ hạn là nguồn vốn có chi phí sử dụng tương đối thấp nên nếu Ngân hàng tận dụng tối đa từ nguồn này sẽ mang lại lợi nhuận cao hơn.

Tỷ số vốn huy động trên tổng nguồn vốn: Chỉ tiêu này cho biết khả năng huy động vốn sẽ đáp ứng được bao nhiêu phần trăm cho nguồn vốn hoạt động của Ngân hàng và cũng cho biết trong một đồng vốn của Ngân hàng có bao nhiêu đồng vốn được huy động từ bên ngoài. Theo bảng trên tỷ số vốn huy động trên tổng nguồn vốn tăng khá cao trong 2 năm 2009 và 2010, trong năm 2009 tỷ số này đạt 81,03%, năm 2010 chỉ số này đạt 81,41%. Nhìn chung tuy trong cả 2 năm tỷ số vốn huy động trên tổng nguồn vốn của Techcombank đều đã đạt trên 60% là một con số hết sức khả quan song Ngân hàng cần phải cố gắng nhiều hơn nữa để nâng cao tỷ số này là một trong những nhiệm vụ nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của Ngân hàng.

2.3. Đánh giá chung về tình hình huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

Qua việc phân tích thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam cho thấy kết quả đạt được trong những năm gần đây. Bên cạnh đó chỉ ra được những tồn tại mà Ngân hàng cần phải khắc phục trong thời gian tới nhằm nâng cao hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng.

2.3.1. Kết quả đạt được.

Qua việc phân tích ở trên, hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam đã đạt được những thành công nhất định. Techcombank được coi là nơi đáng tin cậy để gửi tiền và đáp ứng mọi yêu cầu về vốn, dịch vụ ngân hàng phong phú, đa dạng. Nguồn vốn huy động của Ngân hàng luôn tăng năm sau cao hơn năm trước.

- Về sản phẩm huy động vốn: Các loại sản phẩm về tiền gửi tiết kiệm đa dạng và phong phú với nhiều kỳ hạn, lãi suất linh hoạt, hấp dẫn đã thu hút được đông đảo sự quan tâm của khách hàng và thu hút được nguồn vốn huy động lớn.

- Về tốc độ huy động vốn : Khá ổn định và tăng dần từ năm 2008 đến năm 2010. Năm 2008 tổng vốn huy động là 48.588 tỷ đồng, năm 2009 là 72,693 tỷ đồng, năm 2010 là 108.745 tỷ đồng. Đây là thành tựu lớn trong công tác huy động vốn của Ngân hàng.

- Về quy mô huy động vốn không kỳ hạn ổn định và có chiều hướng tăng dần qua các năm. Năm 2008 nguồn vốn không kỳ hạn huy động được là 11.502 tỷ đồng, năm 2009 là 13.792 tỷ đồng, năm 2010 là 20.134 tỷ đồng. Đây là một kết quả tốt của Ngân hàng trong việc khai thác nguồn vốn không kỳ hạn là nguồn vốn rẻ với chi phí huy động rẻ.

- Về nguồn vốn huy động bằng nội tệ: Có xu hướng tăng qua các năm, Năm 2008 là 20.675 tỷ đồng, năm 2009 là 58.334 tỷ đồng, năm 2010 là 97.795 tỷ đồng.

- Bên cạnh đó Ngân hàng cũng chú trọng vào việc đầu tư, nâng cao công nghệ, áp dụng công nghệ tiến tiến giúp ích cho việc thực hiện các nghiệp vụ của Ngân hàng một cách dễ dàng và nhanh chóng.

2.3.2. Những tồn tại.

Bên cạnh những thành tích đã đạt được, công tác huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam còn có những hạn chế.

Thị trường tài chính trong vài năm trở lại đây cũng có những diễn biến tương đối phức tạp. Sự phát triển của thị trường bất động sản và thị trường chứng khoán trong nước đã thu hút một lượng vốn lớn. Hơn nữa, thị trường liên ngân hàng còn chưa thực sự hiệu quả, dẫn đến hậu quả là các ngân hàng khó huy động được lượng vốn ngắn hạn trên thị trường này. Bên cạnh đó áp lực cạnh tranh cao vì thời điểm hiện nay, sự gia nhập thị trường của các Ngân hàng nước ngoài uy tín lớn, có kinh nghiệm, có tiềm lực về vốn cũng như công nghệ, sự phục hồi và phát triển nhanh chóng của một loạt các ngân hàng Thương mại Cổ phần về mạng lưới và lĩnh vực hoạt động đạt hiệu quả cao, các tổng công ty và tập đoàn lớn đang tiến hành phát hành trái phiếu, cổ phiếu là những yếu tố ảnh hưởng nhiều đến hoạt động huy động vốn.

- Về nguồn vốn từ khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp chưa đồng đều nhau.

- Về nguồn vốn huy động bằng nội tệ - ngoại tệ : Chủ yếu huy động vốn bằng nội tệ nên có những năm nguồn huy động bằng ngoại tệ không đáp ứng được nhu cầu vay của khách hàng.

- Các sản phẩm huy động vốn của Ngân hàng đa dạng và phong phú nhưng chưa phát huy được hết những tính năng và phân khúc khách hàng chưa được phù hợp.

- Về lãi suất huy động: Hiện nay trong giai đoạn cạnh tranh khốc liệt giữa các Ngân hàng thì lãi suất huy động là một yếu tố quan trọng để thu hút nguồn vốn huy động.

- Về quy mô của Ngân hàng : Hiện tại Techcombank mới chỉ chú trọng vào việc mở rộng các chi nhánh, phòng giao dịch, quỹ tiết kiệm tại các thành phố lớn mà ít chú ý đến việc mở tại khu vực quận, huyện, thị xã. Đây sẽ là một hạn chế lớn vì 70% dân số của nước ta là ở nông thôn, nguồn tiền nhàn rỗi nhiều vì tại đây mới chỉ có Ngân hàng nông thôn và Ngân hàng chính sách xã hội(Số lượng Ngân hàng này chưa đáp ứng được hết nhu cầu ngày càng đông của người dân).

PHẦN III

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM.

3.1. Định hướng công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

3.1.1. Những mục tiêu cơ bản cần đạt được.

Đứng trước tiến trình đổi mới và hội nhập kinh tế ngày càng mạnh mẽ, trước mắt là những thách thức khi thực hiện chương trình hiện đại hoá ngân hàng, thì hệ thống Ngân hàng Việt Nam nói chung, Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam lại đứng trước những thời cơ và thử thách lớn lao hơn nữa. Đó là chương trình tái cơ cấu tổ chức - chuyển đổi chiến lược và văn hóa doanh nghiệp. Để đạt được điều Techcombank đã đặt ra mục tiêu:

- Tiếp tục mở rộng quan hệ hợp tác phát triển, thường xuyên tăng cường các mối quan hệ với các cơ quan hữu quan từ trung ương tới địa phương, với các Ngân hàng bạn trong cũng như ngoài khu vực, cụ thể :

+ Với các Ngân hàng bạn: phát triển quan hệ hợp tác theo nguyên tắc cạnh tranh lành mạnh, hợp tác kinh doanh cùng có lợi, phát huy thế mạnh phục vụ đầu tư phát triển, cùng đàm phán ký kết làm đối tác cho vay hợp vốn đối với các dự án có quy mô lớn, góp phần thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước.

+ Với các chi nhánh cùng hệ thống: hợp tác chặt chẽ, phối hợp thực hiện các chủ trương chính sách như: chính sách lãi suất, chính sách khách hàng... tạo nên một hệ thống nhất trong toàn hệ thống.

+ Với bản thân Ngân hàng: không ngừng hiện đại hóa công nghệ thanh toán qua Ngân hàng, phát huy những thế mạnh sẵn có.

3.1.2. Mục tiêu kinh doanh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam trong năm 2011.

*Lợi nhuận năm 2011 là 4.000 tỷ đồng, tổng tài sản đạt 182.000 tỷ đồng. Theo đó mục tiêu tăng trưởng lợi nhuận năm 2011 là 46% so với năm 2010. Chỉ tiêu tổng tài sản dự kiến sẽ tăng 21%, đưa tổng tài sản của Techcombank lên 182.000 tỷ đồng, trở thành một trong những ngân hàng Thương mại Cổ phần có tổng tài sản lớn nhất. Năm 2011, Techcombank tiếp tục mở rộng mạng lưới với việc tăng thêm 42 chi nhánh/phòng giao dịch, nâng tổng số lên 342, đạt mức tăng trưởng 22%.

*Tăng vốn điều lệ lên 8.788 tỷ đồng nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho Techcombank nâng cao năng lực hoạt động, khả năng cạnh tranh, tạo cơ sở bứt phá mạnh mẽ, phát triển bền vững, an toàn, hiệu quả.

Năm 2011 là năm bứt phá trong chiến lược phát triển của Techcombank hướng tới mục tiêu đạt được vị thế Ngân hàng Thương mại Cổ phần số một Việt Nam. Trong bối cảnh các Ngân hàng nước ngoài chưa cạnh tranh gay gắt trên thị trường nội địa do ảnh hưởng suy thoái toàn cầu và nhờ lợi thế tương đối về xuất phát điểm của Techcombank so với đối thủ cạnh tranh trong nước, Techcombank sẽ có điều kiện rà soát mọi lĩnh vực hoạt động của mình, từ quy trình, quy chế, nguồn lực tiến tới chiến lược kinh doanh để thực sự bứt phá. Các chương trình hợp tác với cổ đông chiến lược là ngân hàng HSBC cũng như chương trình chuyển đổi chiến lược với sự hỗ trợ của các nhà tư vấn McKensy được mong đợi sẽ tạo nền tảng giúp Techcombank điều chỉnh, mở rộng, nâng cao chất lượng toàn diện để hoàn thành được mục tiêu và tầm nhìn nói trên.

3.1.3. Những biện pháp cụ thể để tiến hành triển khai thực hiện mục tiêu năm 2011.

- Công tác quản lý điều hành phải dân chủ.
- Xử lý tốt định mức tồn quỹ tiền mặt.
- Tiếp tục thực hiện nâng cao chất lượng tín dụng, rà soát hoàn chỉnh hồ sơ khách hàng đang còn dư nợ, kiểm tra phân tích đánh giá thực trạng các khoản nợ

xấu. Có biện pháp kiên quyết trong việc thu hồi nợ đến hạn, quá hạn và nợ đã xử lý rủi ro.

- Cán bộ các phòng ban phải đoàn kết, nhất trí một lòng phối kết hợp với công đoàn, chính quyền và các ban ngành.

- Phát động phong trào thi đua khen thưởng với các phòng, ban, các cá nhân hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, giỏi chuyên môn nghiệp vụ, giỏi một việc biết nhiều việc.

- Bố trí cán bộ phù hợp với năng lực trình độ.

- Không ngừng nâng cao công tác đào tạo và đào tạo lại cán bộ.

- Công tác giáo dục, kiểm tra phải thực hiện thường xuyên.

- Thực hiện tốt văn hóa doanh nghiệp.

- Chủ động nắm bắt tình hình kinh tế , diễn biến cung - cầu vốn trên thị trường để có phương án huy động vốn thích hợp .

- Tăng cường mở rộng mạng lưới huy động, đa dạng hóa hình thức huy động.

- Huy động vốn phải gắn liền với yêu cầu hợp lý hóa về cơ cấu vốn, mở rộng thu hút tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi ngoại tệ.

- Công tác nguồn vốn phải dựa vào việc sử dụng vốn có hiệu quả.

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ, phát hiện ngăn chặn kịp thời những sai sót, đảm bảo cho hoạt động kinh doanh đúng chế độ, đúng luật ổn định và phát triển.

- Duy trì mối quan hệ với khách hàng truyền thống và mở rộng mối quan hệ với khách hàng mới.

- Hoàn thiện hệ thống thanh toán.

- Kết hợp hài hòa giữa lợi ích khách hàng với Ngân hàng.

3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

Qua việc phân tích về tình hình huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam với những thành tựu đạt được và bên cạnh đó cũng có những khó khăn, hạn chế trong công tác huy động vốn. Dựa vào những khó khăn trên em xin đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam:

3.2.1. Giải pháp 1: Mở rộng mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch về khu vực nông thôn.

1. Mục đích của giải pháp:

Mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch càng rộng càng thuận lợi cho Ngân hàng mở rộng thị phần hoạt động và có sự hỗ trợ kịp thời cho nhau khi cần thiết. Hơn nữa, khách hàng có xu hướng lựa chọn những Ngân hàng có mạng lưới rộng để thuận tiện cho việc thanh toán, thực hiện các giao dịch, hay gửi rút tiền. Việc mở rộng mạng lưới giúp cho Ngân hàng dịch tiếp cận tốt hơn với khách hàng.

Hơn thế nữa, Techcombank cần mở rộng mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch tại những tỉnh thành phố khác nữa trên cả nước. Như chúng ta đã biết 70% dân số Việt Nam ở nông thôn, tiềm năng tại khu vực này là rất lớn vì nguồn tiền nhàn rỗi tại khu vực này nhiều. Một thực trạng đối với Ngân hàng là chú trọng mở rộng mạng lưới tại các thành phố lớn trong khi đó có các khu vực quận, huyện, thị xã ở đó tiềm năng lớn thì lại không có hoặc có ít điểm để người dân cũng như các doanh nghiệp có thể giao dịch.

Mục tiêu đến năm 2011 Techcombank mở thêm 42 chi nhánh và phòng giao dịch trên 40 tỉnh thành của cả nước. Giải pháp để khắc phục tình trạng trên là Techcombank nên mở rộng thêm các chi nhánh và phòng giao dịch tại các địa bàn chưa có Techcombank và những quận huyện thuộc các tỉnh thành trên cả nước.

2. Căn cứ của giải pháp:

Hiện nay kinh tế tại các vùng quận, huyện, thị xã đang trên đà phát triển, đây là một khu vực tiềm năng cho Techcombank huy động vốn. Một thực tế cho thấy, Techcombank hiện tại đến năm 2010 Techcombank đã mở 299 chi nhánh và phòng giao dịch trên 40 tỉnh thành của cả nước nhưng tại các vùng quận, huyện, thị xã nơi nền kinh tế đang phát triển, nhu cầu vay vốn cũng như gửi tiền ngày càng tăng cao thì lại không có phòng giao dịch hay chi nhánh của Techcombank hoạt động.

3. Chi phí thực hiện giải pháp:

Để thực hiện việc mở rộng mạng lưới phòng giao dịch, trước mắt Techcombank sẽ chú trọng thêm tại các tỉnh thành phía Bắc . Và xác định chi phí cụ thể như sau:

*Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại
Cổ phần Kỹ thương Việt Nam*

| Stt | Tên tỉnh/thành phố | Quận, huyện | Số lượng | Chi phí mở mới |
|------|--------------------|---------------------|----------|-------------------|
| 1 | Hà Nội | Hoài Đức | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Trương Mỹ | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Thạch Thất | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Đan Phượng | 1 | 468 triệu đồng |
| 2 | Yên Bái | Thành phố Yên Bái | 1 | 900 triệu đồng |
| 3 | Lai Châu | Thành phố Lai Châu | 1 | 900 triệu đồng |
| 4 | Bắc Cạn | Thành phố Bắc Cạn | 1 | 900 triệu đồng |
| 5 | Sơn La | Thành phố Sơn La | 1 | 900 triệu đồng |
| 6 | Điện Biên | Thành phố Điện Biên | 1 | 900 triệu đồng |
| 7 | Hà Nam | Thành phố Hà Nam | 1 | 900 triệu đồng |
| 8 | Hưng Yên | Khoái Châu | 1 | 900 triệu đồng |
| 9 | Hải Dương | Chí Linh | 1 | 900 triệu đồng |
| 10 | Quảng Ninh | Đông Triều | 1 | 900 triệu đồng |
| 11 | Hải Phòng | An Dương | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Vĩnh Bảo | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Dương Kinh | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Đồ Sơn | 1 | 468 triệu đồng |
| 12 | Thái Bình | Đông Hưng | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Tiền Hải | 1 | 468 triệu đồng |
| 13 | Nam Định | Ý Yên | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Vụ Bản | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Giao Thủy | 1 | 468 triệu đồng |
| 14 | Ninh Bình | Thị xã Tam Điệp | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Nho Quan | 1 | 468 triệu đồng |
| | | Hoa Lư | 1 | 468 triệu đồng |
| Tổng | 14 Thành phố | | 25 điểm | 15.588 triệu đồng |

4.Kết quả mong đợi:

Với việc mở rộng thêm các phòng giao dịch tại các quận, huyện sẽ làm tăng thêm hình ảnh, thương hiệu cho Techcombank. Đồng thời làm tăng thị phần huy động vốn cho Ngân hàng. Cụ thể như sau:

Huy động vốn:

- Trước khi thực hiện: Tổng huy động vốn năm 2011 là 85.156 tỷ đồng
- Sau khi thực hiện ước tính con số này tăng thêm 21%: 103.039 tỷ đồng.

Mặc dù sau khi thực hiện giải pháp mức huy động vốn tăng lên không nhiều nhưng sẽ làm tăng thêm thị phần cho Ngân hàng trong tương lai không xa.

3.2.2.Giải pháp 2: Xây dựng chính sách lãi suất hợp lý kèm theo các chương trình khuyến mại, quà tặng.

1.Mục tiêu của giải pháp:

Lãi suất là một yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động huy động vốn của Ngân hàng. Như cuối năm 2007 đầu năm 2008 đã cho thấy rõ, khi các Ngân hàng lâm vào tình trạng thiếu vốn trầm trọng, đã lần lượt tăng lãi suất huy động lên cao để thu hút khách hàng. Tất nhiên khi khách hàng gửi tiền vào Ngân hàng ngoài mục tiêu an toàn thì còn mong đợi vào khoản tiền lời có thể kiếm được. Thực tế hiện nay là các Ngân hàng Việt Nam vẫn còn coi lãi suất như một công cụ cạnh tranh tối ưu, mặc dù có thể làm tăng chi phí huy động lên rất nhiều và ảnh hưởng đến lợi nhuận của ngân hàng. Do đó việc xây dựng một chính sách lãi suất hợp lý là rất cần thiết. Techcombank cần chú trọng thay đổi lãi suất sao cho phù hợp với lãi suất trên thị trường nhưng vẫn cân đối với mức lãi suất cho vay. Vì vậy thực hiện chính sách lãi suất hợp lý sẽ nhằm tăng cao được khả năng huy động vốn của Techcombank.

2.Căn cứ của giải pháp:

Trong tình hình hiện nay Ngân hàng nhà nước ban hành thông tư 13 về việc điều chỉnh lãi suất huy động đối với các Ngân hàng thương mại. Techcombank ngoài việc áp dụng biểu lãi suất hiện hành nên có kèm theo

những chương trình khuyến mại, quà tặng thì sẽ thu hút được lượng khách hàng tới gửi tiết kiệm nhiều hơn.

Bảng 2.14. Bảng lãi suất tiền gửi tại Techcombank.

| Hình thức tiết kiệm | Lãi suất tiết kiệm(VNĐ) | Lãi suất tiết kiệm VNĐ do nhà nước ban hành | Lãi suất tiết kiệm(USD) | Lãi suất tiết kiệm USD do nhà nước ban hành | Ghi chú |
|---------------------|-------------------------|---|-------------------------|---|---|
| 1 tuần | 13.7%/năm | 14%/năm | 1.75%/ năm | 3%/năm | Ngoài lãi suất được hưởng khách hàng có cơ hội được nhận quà tặng và các chương trình khuyến mại kèm theo |
| 2 tuần | 13.8%/năm | 14%/năm | 1.75%/năm | 3%/năm | |
| 3 tuần | 13.9%/năm | 14%/năm | 1.75%/năm | 3%/năm | |
| 1 tháng | 13.9%/năm | 14%/năm | 2%/năm | 3%/năm | |
| 3 tháng | 14%/năm | 14%/năm | 2%/năm | 3%/năm | |
| 6 tháng | 13.5%/năm | 14%/năm | 1.85%/ năm | 3%/năm | |
| 9 tháng | 13.5%/năm | 14%/năm | 1.75%/năm | 3%/năm | |
| 1 năm | 13.5%/năm | 14%/năm | 1.75%/năm | 3%/năm | |
| Trên 1 năm | 13.5%/năm | 14%/năm | 1.75%/năm | 3%/năm | |

Nhìn vào bảng lãi suất mà Ngân hàng công bố thì khách hàng có nhu cầu gửi tiết kiệm họ sẽ tìm hiểu thông tin về các ngân hàng và nắm bắt được tâm lý của khách hàng thì ngoài lãi suất mà khách hàng được hưởng trên cơ sở số tiền gửi và kỳ hạn gửi, khách hàng còn nhận được những quà tặng ưu đãi đặc biệt.

*Đối với những chi nhánh, phòng giao dịch đã đi vào hoạt động một thời gian thì Techcombank áp dụng những chính sách quà tặng khi khách hàng đến gửi tiết kiệm với những số tiền như sau:

Bảng 2.15. Bảng danh sách quà tặng, giải thưởng dành cho khách hàng gửi tiết kiệm

| Kỳ hạn gửi | Số tiền | | | | |
|------------|--|---|--|--|--|
| | < 50 triệu | 50 triệu – 100 triệu | 100 triệu - 500 triệu | 500 triệu – 1 tỷ | > 1 tỷ |
| 1- 3 tuần | Áo mưa in logo Techcombank | Bộ cốc thủy tinh in logo Techcombank | Bộ cốc thủy tinh, phiếu rút thăm trúng thưởng | Phiếu quà tặng giảm giá 50% ở các siêu thị tại khu vực. | Phiếu bốc thăm trúng thưởng với nhiều giải thưởng: ô tô, xe máy, điều hòa, tủ lạnh.... |
| 1- 3 tháng | Bộ cốc thủy tinh in logo Techcombank | Phiếu quà tặng giảm giá 50% ở các siêu thị tại địa bàn. | Phiếu quà tặng giảm giá 60% ở các siêu thị tại địa bàn. | Phiếu bốc thăm trúng thưởng với nhiều giải thưởng: ô tô, xe máy, điều hòa, tủ lạnh.... | Tặng đồ trang sức : Vòng tay, nhẫn, đồng hồ |
| 6- 1 năm | Phiếu quà tặng giảm giá 50% tại các siêu thị ở địa bàn và tặng kèm phiếu rút thăm trúng thưởng | Tặng cốc thủy tinh, Phiếu quà tặng giảm giá 70% tại các siêu thị tại địa bàn. | Phiếu bốc thăm trúng thưởng với nhiều giải thưởng: ô tô, xe máy, điều hòa, tủ lạnh.... | Tặng đồ trang sức : Vòng tay, nhẫn, đồng hồ | Phiếu bốc thăm trúng thưởng kèm theo quà tặng vào các ngày lễ : lác tay, đồng hồ.... |

*Đối với những chi nhánh, phòng giao dịch mới khai trương thì Techcombank có chính sách tặng quà trực tiếp đối với khách hàng đến giao dịch tại Ngân hàng nhận quà tặng : áo mưa, bộ ấm chén, bộ cốc thủy tinh, tặng ô có in hình logo Techcombank nhằm quảng bá hình ảnh của Techcombank rộng rãi hơn nữa.

Với việc xây dựng chính sách lãi suất hợp lý kèm theo đó là các chương trình khuyến mại, quà tặng kèm theo. Kết quả mong đợi khi thực hiện giải pháp

này là số lượng vốn huy động được sẽ tăng thêm, và nguồn vốn huy động được sẽ mạng tính ổn định hơn.

3.2.3. Giải pháp 3: Đa dạng hoá các hình thức huy động vốn theo từng đối tượng.

Khách hàng gửi tiền tại Ngân hàng, họ hướng tới những tiện ích mà họ được hưởng bao gồm sự tiện dụng trong thanh toán, lãi suất, các khoản khuyến mại. Khi đưa ra các sản phẩm huy động cần phải căn cứ vào địa bàn hoạt động của Ngân hàng, rút ra đặc điểm của dân cư để có các hình thức huy động phù hợp. Để phát triển một sản phẩm mới không phải là dễ, điều mà Ngân hàng cần làm trước khi đưa ra một sản phẩm mới đó là phải nghiên cứu kỹ thông tin thị trường, quan trọng nhất là đáp ứng được nhu cầu của khách hàng mà vẫn đảm bảo lợi ích cho Ngân hàng. Vì các Ngân hàng bạn cũng đang không ngừng đa dạng hóa sản phẩm, vì vậy tạo ra sự khác biệt cho sản phẩm của mình sẽ nâng cao tính cạnh tranh. Việc tận dụng các ưu thế mà Ngân hàng đang có sẽ tạo ra những điểm riêng và khuyến khích khách hàng truyền thống và khách hàng mới đến với Ngân hàng mình. Đưa ra một sản phẩm mới tới với khách hàng không phải là dễ, phải tận dụng các phương thức truyền thông để quảng bá rộng rãi cho sản phẩm của mình như Internet, Tivi, báo chí, các biển quảng cáo...

Thực trạng các hình huy động vốn của Techcombank còn dàn trải chưa tập trung vào các đối tượng cụ thể. Vì vậy Ngân hàng cần chuyên môn hóa sản phẩm, tập trung vào từng đối tượng khách hàng : Sản phẩm dành cho đối tượng là phái nữ, sản phẩm dành cho đối tượng là nam giới, sản phẩm dành cho đối tượng hưu trí với những tiện ích cụ thể và bên cạnh đó cũng có những quà tặng kèm theo. Ví dụ: đối với sản phẩm dành cho đối tượng là nữ giới thì nên có kèm theo các quà tặng, trong thời gian sắp tới có những ngày lễ như ngày phụ nữ Việt Nam(20/10) thì Techcombank nên có quà tặng cho các đối tượng này khi gửi tiền tiết kiệm : như tặng đồ gia dụng, tặng mỹ phẩm, tặng vé tham gia các chương trình ca nhạc. Bên cạnh đó Ngân hàng cũng nên có những sản phẩm

dành riêng cho khách hàng quen thuộc và thân thiết như sản phẩm kết nối dài lâu....

3.3.Một số kiến nghị nhằm thực hiện các giải pháp tăng cường huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

3.3.1.Kiến nghị với Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam.

Techcombank là Ngân hàng Thương mại Cổ phần chịu sự quản lý của Ngân hàng nhà nước. Vì vậy, trong công tác huy động vốn cũng như hoạt động kinh doanh của Techcombank cần có sự hướng dẫn chỉ đạo từ Ngân hàng nhà nước, tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng huy động vốn và sử dụng vốn có hiệu quả.

Mặt khác, Ngân hàng nhà nước là nơi hoạch định các chính sách tiền tệ quốc gia với mục tiêu ổn định giá trị đồng tiền, kiềm chế lạm phát, góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội, nâng cao đời sống nhân dân. Do đó, các biện pháp khả dĩ có thể thực hiện được nhằm khuyến khích người dân gửi tiền vào ngân hàng, đó là Ngân hàng nhà nước cần xây dựng và điều hành một chính sách tiền tệ ổn định và hợp lý hơn. Chính sách này phải theo sát với tín hiệu của thị trường. Các can thiệp của Ngân hàng nhà nước phải thông qua thị trường bằng hệ thống các công cụ tiền tệ gián tiếp (dự trữ bắt buộc, tái chiết khấu, thị trường mở...). Bởi sự quản lý chặt chẽ đôi khi vượt quá sự cần thiết vào hoạt động của ngân hàng sẽ tạo khó khăn cho các ngân hàng trong quá trình hoạt động kinh doanh của mình.

Ngân hàng nhà nước cũng cần có tạo điều kiện thuận lợi để nguồn vốn huy động của các Ngân hàng thương mại được tăng trưởng và ổn định. Ngân hàng nhà nước cần phát huy vai trò quản lý Nhà nước đối với các Ngân hàng thương mại, xúc tiến thực thi hai bộ Luật về Ngân hàng. Thường xuyên tổ chức đào tạo, bồi dưỡng các nghiệp vụ để các Ngân hàng thương mại có thể tham gia vào tất cả các lĩnh vực kinh doanh hiện tại, tạo nên một hệ thống Ngân hàng thương mại vững mạnh, góp phần vào sự nghiệp phát triển đất nước.

Xây dựng môi trường pháp lý vững chắc nhằm tạo được lòng tin của người dân vào hệ thống Ngân hàng và nhằm bảo vệ lợi ích chính đáng của người dân. Ngân hàng nhà nước cần mở rộng bảo hiểm tiền gửi để mở rộng bảo hiểm tiền gửi củng cố lòng tin của người dân trong quá trình mở tài khoản tiền gửi tại Ngân hàng thương mại. Đồng thời, cần bổ sung và hoàn thiện các chính sách, cơ chế thúc đẩy phát triển nghiệp vụ mở và sử dụng tài khoản tiền gửi.

Phát triển và hoàn thiện môi trường pháp lý, hoà nhập với thông lệ quốc tế và làm cơ sở thúc đẩy hiện đại hoá công nghệ ngân hàng, hoàn thiện kỹ thuật công nghệ và cơ chế quản lý các trung tâm thị trường bù trừ Ngân hàng nhà nước. Khi triển khai dự án hiện đại hoá, phần lớn các giao dịch được thực hiện thông qua các phần mềm trên máy vi tính. Những dữ liệu, chữ ký phần lớn được lưu trữ trên máy vi tính. Ngân hàng nhà nước cần sớm nghiên cứu ban hành một khung pháp lý về chữ ký điện tử cụ thể nhằm giúp các Ngân hàng thương mại có cơ sở pháp lý, xây dựng các qui trình nghiệp vụ cũng như lưu trữ chứng từ giao dịch đảm bảo đúng pháp luật, phù hợp với cấu trúc của chương trình hiện đại hoá đang được triển khai.

3.3.2. Kiến nghị với Nhà nước.

Giải pháp huy động vốn của Techcombank cũng như nhiều Ngân hàng thương mại 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:

3.3.2.1. Ổn định môi trường kinh tế vĩ mô.

Môi trường kinh tế vĩ mô bao gồm nhiều yếu tố có tính chất bao trùm lên toàn bộ hoạt động kinh doanh của các chủ thể kinh tế như: Tăng trưởng kinh tế, lạm phát, thâm hụt cán cân thanh toán, ngân sách, tỉ giá đồng bộ.

Điều này không những không đảm bảo được quyền lợi cho người gửi tiền mà còn gây khó khăn cho ngân hàng trong việc thực thi các điều khoản của pháp

luật. Bởi chưa có một chuẩn mực chung cho các Ngân hàng nên các ngân hàng đều thực hiện theo một quy định của riêng mình và gây không ít khó khăn, trở ngại cho khách hàng khi đến giao dịch với Ngân hàng. Tất cả các yếu tố trên có ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh Ngân hàng và tác động rất lớn đến công tác huy động vốn. Trong thời gian qua, Đảng và Nhà nước ta và các ngành các cấp, trong đó trước hết là Ngân hàng Nhà nước đã thành công trong việc tạo lập và duy trì ổn định tiền tệ. Tuy nhiên, vấn đề ổn định không chỉ được đặt ra trong từng thời kỳ mà quan trọng là năng lực điều chỉnh chính sách và các công cụ sao cho thích nghi nhanh chóng với sự biến đổi của nền kinh tế với chủ trương của Nhà nước ta là tăng cường huy động vốn trong nước, coi đó là yếu tố quyết định đến sự nghiệp Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa đất nước. Đảng và Nhà nước có vai trò quan trọng trong lãnh đạo điều hành môi trường kinh tế vĩ mô, tạo điều kiện cho hệ thống Ngân hàng thương mại phát huy vai trò là kênh huy động vốn trong nước phục vụ sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội.

3.3.2.2. Tạo lập môi trường pháp lý ổn định, 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 Ngân hàng thương mại 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 qui 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.

3.3.2.3. Môi trường xã hội.

Việc tạo lập môi trường xã hội cũng như môi trường pháp luật ổn định cũng chỉ nhằm mục đích cuối cùng là tạo sự tin tưởng và nâng cao hiểu biết của người dân đối với hoạt động Ngân hàng. Hay nói cách khác, yếu tố tâm lý, trình độ văn hoá có ảnh hưởng đến cách thức và tập quán huy động vốn.

Ở nước ta hiện nay, việc huy động vốn của các Ngân hàng thương mại bị ảnh hưởng bởi yếu tố tâm lý của người dân. Đó là thói quen tâm lý giữ tiền tiết kiệm ở nhà và họ cho rằng vẫn đảm bảo an toàn hơn, có thể sử dụng tiền mặt bất cứ khi nào. Người dân có thói quen sử dụng tiền mặt trong chi tiêu hàng ngày. Chính vì vậy, tầm hiểu biết về các công cụ thanh toán hiện đại và ý nghĩa thực tế của các công cụ thanh toán vẫn còn rất hạn chế ở mỗi người dân. Để tác động vào tâm lý, thói quen của người dân thì biện pháp tốt nhất là về phía Chính phủ, Nhà nước. Chính phủ và Nhà nước cần có những biện pháp tích cực phối hợp với các Ngân hàng thương mại để thu hút được mọi nguồn vốn nhàn rỗi đang được người dân để dành trong nhà. Làm cho người dân hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của nguồn vốn “nội lực” đối với công cuộc công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước.

Điều quan trọng trước tiên mà Nhà nước cần làm đó là tăng cường các giải pháp giải quyết công ăn việc làm cho người dân để họ có thu nhập ổn định, sớm tiếp cận với nền kinh tế phát triển. Một khi đời sống của người dân được nâng cao thì họ sẽ tiếp cận với các thể thức thanh toán qua Ngân hàng, thay đổi tâm lý tiêu dùng tiết kiệm cũ. Từ đó tạo điều kiện cho Ngân hàng thương mại dễ dàng thu hút được nguồn vốn từ mọi tầng lớp dân cư và các tổ chức kinh tế.

KẾT LUẬN

Dịch vụ Ngân hàng là một trong những dịch vụ cơ bản của nền kinh tế. Sự phát triển của sản phẩm dịch vụ Ngân hàng có liên quan nhiều đến tăng trưởng các ngành trong nền kinh tế quốc dân và đời sống dân cư.

Nguồn vốn huy động có vai trò rất lớn trong hoạt động của ngân hàng đặc biệt trong nền kinh tế thị trường. Do đó nên mở rộng phạm vi áp dụng ảnh hưởng của các loại tiền gửi tới các tổ chức kinh tế cũng như các tầng lớp dân cư là vấn đề sống còn của Ngân hàng. Để thực hiện điều này đòi hỏi các Ngân hàng phải không ngừng mở rộng và đa dạng hoá các hoạt động tạo điều kiện khai thác tối đa nguồn vốn nhàn rỗi phục vụ cho công cuộc công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước.

Do thực tế phong phú, đa dạng trong kinh doanh và do thời gian thực tập cũng như trình độ bản thân còn hạn chế nên chuyên đề không tránh khỏi những thiếu sót về nội dung, chưa hoàn chỉnh về mặt hình thức. Tuy nhiên, em hy vọng với việc nghiên cứu thực trạng, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của Techcombank. Các giải pháp bao gồm:

Giải pháp 1: Mở rộng mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch về khu vực nông thôn.

Giải pháp 2: Xây dựng chính sách lãi suất hợp lý kèm theo các chương trình khuyến mại, quà tặng.

Giải pháp 3: Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn theo từng đối tượng.

Em xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo và cán bộ nhân viên Techcombank và đặc biệt là cô giáo Th.s Hoàng Thị Hồng Lan đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo và giúp đỡ em trong quá trình hoàn thành bài khóa luận.

Trên đây là toàn bộ nội dung khóa luận với đề tài: “Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam”. Mặc dù rất cố gắng nhưng do thời gian có hạn cộng với kinh nghiệm bản thân còn hạn chế nên bài viết khó tránh khỏi những thiếu sót, sai lầm nhất định. Em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của Quý Thầy, Cô cùng toàn thể các bạn có quan tâm đến đề tài này.

Em xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đăng Dòn, Giáo trình Nghiệp vụ Ngân hàng Thương mại, 2009, Nhà xuất bản Đại học quốc gia Hà Nội.
2. Luật Ngân hàng Nhà nước và Luật Các Tổ chức tín dụng.
3. - Báo cáo thường niên năm 2008,2009,2010 của Techcombank.
 - Tạp trí Ngân hàng các số năm 2010.
 - Một số Website:
www.techcombank.com.vn: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.
www.sbv.gov.vn: Ngân hàng Nhà nước.

DANH MỤC BẢNG BIỂU

| | |
|--|-------|
| Bảng 2.1: Bảng báo cáo kết quả kinh doanh năm 2008-2010..... | 33-34 |
| Bảng 2.2: Bảng kết quả cho vay tại Techcombank..... | 36 |
| Bảng 2.3: Bảng tổng nguồn vốn..... | 41 |
| Bảng 2.4. Bảng cơ cấu tài sản tại Techcombank..... | 43 |
| Bảng 2.5. Bảng cơ cấu nguồn vốn tại Techcombank..... | 45 |
| Bảng 2.6. Bảng biến động nguồn vốn qua các năm. | 47 |
| Biểu đồ 2.6. Bảng biến động nguồn vốn qua các năm. | 48 |
| Bảng 2.7. Quy mô và cơ cấu vốn huy động theo thời gian. | 49 |
| Biểu đồ 2.7. Quy mô và cơ cấu vốn huy động theo thời gian..... | 49 |
| Bảng 2.8. Quy mô vốn huy động theo đối tượng khách hàng..... | 51 |
| Biểu đồ 2.8. Quy mô vốn huy động theo đối tượng khách hàng. | 51 |
| Bảng 2.9. Cơ cấu nguồn vốn theo ngoại tệ và nội tệ..... | 52 |
| Biểu đồ 2.9. Cơ cấu nguồn vốn theo ngoại tệ và nội tệ. | 53 |
| Bảng 2.10. Phát hành giấy tờ có giá..... | 54 |
| Bảng 2.11. Chi phí trả lãi thực tế. | 56 |
| Biểu đồ 2.11. Chi phí trả lãi thực tế. | 56 |
| Biểu đồ 2.12. Lãi suất bình quân đầu vào. | 57 |
| Bảng 2.12. Lãi suất bình quân đầu vào. | 57 |
| Bảng 2.13. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn..... | 58 |
| Bảng 2.14. Bảng lãi suất tiền gửi tại Techcombank. | 71 |
| Bảng 2.15. Bảng danh sách quà tặng, giải thưởng dành cho khách hàng gửi tiết kiệm. | 72 |

MỤC LỤC

| | |
|--|----|
| LỜI MỞ ĐẦU | 1 |
| PHẦN I CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ HUY ĐỘNG VỐN VÀ HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI..... | 3 |
| 1.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại..... | 3 |
| 1.1.1. Khái niệm..... | 3 |
| 1.1.2. Chức năng..... | 3 |
| 1.1.3. Hoạt động chủ yếu của Ngân hàng thương mại | 5 |
| 1.2. Tổng quan về nguồn vốn và hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại | 7 |
| 1.2.1. Khái niệm về nguồn vốn của Ngân hàng thương mại..... | 7 |
| 1.2.2. Cơ cấu vốn của Ngân hàng thương mại..... | 8 |
| 1.2.3. Khái niệm về hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại..... | 10 |
| 1.3. Các hình thức và biện pháp huy động vốn của Ngân hàng thương mại..... | 11 |
| 1.3.1. Các hình thức huy động vốn..... | 11 |
| 1.3.2. Các biện pháp huy động vốn..... | 15 |
| 1.3.3. Phân loại nguồn vốn huy động..... | 16 |
| 1.4. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng thương mại..... | 17 |
| 1.4.2. Chi phí huy động vốn..... | 17 |
| 1.4.3. Khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh..... | 18 |
| 1.4.4. Chỉ tiêu lợi nhuận..... | 19 |
| 1.4.5. Một số chỉ tiêu khác..... | 19 |
| 1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả huy động vốn..... | 19 |
| 1.5.1. Nhân tố khách quan..... | 19 |
| 1.5.2. Nhân tố chủ quan..... | 21 |
| 1.6. Ý nghĩa của huy động vốn đối với Ngân hàng thương mại..... | 23 |
| PHẦN II. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM..... | 25 |

| | |
|--|-----------|
| 2.1 Khái quát về Ngân hàng Thương mại Cổ Phần Kỹ Thương Việt Nam. | 25 |
| 2.1.1 Lịch sử hình thành và quá trình phát triển.. | 25 |
| 2.1.2.Cơ cấu tổ chức tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam. | 27 |
| 2.1.3.Kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam trong những năm qua. | 32 |
| 2.2.Thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ Thương Việt Nam thời gian qua. | 40 |
| 2.2.1. Đánh giá tình hình huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam trong giai đoạn 2008-2010. | 47 |
| 2.2.2.Cơ cấu vốn huy động tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam. | 48 |
| 2.2.3. Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn. | 58 |
| 2.3. Đánh giá chung về tình hình huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam. | 61 |
| 2.3.1.Kết quả đạt được. | 61 |
| 2.3.2. Những tồn tại..... | 62 |
| PHẦN III: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM..... | 64 |
| 3.1. Định hướng công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam. | 64 |
| 3.1.1. Những mục tiêu cơ bản cần đạt được..... | 64 |
| 3.1.2.Mục tiêu kinh doanh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam trong năm 2011..... | 65 |
| 3.1.3. Những biện pháp cụ thể để tiến hành triển khai thực hiện mục tiêu năm 2011. | 65 |
| 3.2.Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam..... | 67 |

| | |
|--|----|
| 3.2.1. Giải pháp 1: Mở rộng mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch về khu vực nông thôn..... | 67 |
| 3.2.2. Giải pháp 2: Xây dựng chính sách lãi suất hợp lý kèm theo các chương trình khuyến mại, quà tặng..... | 70 |
| 3.2.3. Giải pháp 3: Đa dạng hoá các hình thức huy động vốn theo từng đối tượng..... | 73 |
| 3.3. Một số kiến nghị nhằm thực hiện các giải pháp tăng cường huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam. | 74 |
| 3.3.1. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam..... | 74 |
| 3.3.2. Kiến nghị với Nhà nước..... | 75 |
| KẾT LUẬN..... | 78 |