

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



ISO 9001 : 2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG

Sinh viên : Nguyễn Thị Hương Ly

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Nguyễn Thị Thanh

HẢI PHÒNG - 2012

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

**GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC HUY
ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ
PHẦN BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT – CHI NHÁNH HẢI
PHÒNG**

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

Sinh viên : Nguyễn Thị Hương Ly

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Nguyễn Thị Thanh

HẢI PHÒNG - 2012

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Hương Ly

Mã SV: 120468

Lớp: QT1204T

Ngành: Tài chính - Ngân hàng

Tên đề tài: Giải pháp tăng cường công tác huy động vốn tại Ngân hàng

Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

Chương 1: Những vấn đề lí luận về công tác huy động vốn trong Ngân hàng Thương mại.

Chương 2: Thực trạng công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng.

Chương 3: Giải pháp tăng cường công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng.

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.
 - Báo cáo kết quả kinh doanh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng
 - Bảng cân đối kế toán của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng
3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: Nguyễn Thị Thanh

Học hàm, học vị: Thạc sỹ

Cơ quan công tác: Học viện Tài chính

Nội dung hướng dẫn: Giải pháp tăng cường công tác huy động vốn tại Ngân hàng

Thương mại Cổ phần Bru điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên: Nguyễn Thị Thanh Nhân

Học hàm, học vị: Thạc sỹ

Cơ quan công tác: Trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn:.....

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

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

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2012

Hiệu trưởng

GS.TS.NGŨT *Trần Hữu Nghị*

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

Sinh viên **Nguyễn Thị Hương Ly** có tinh thần, thái độ nghiêm túc và độc lập, chủ động trong nghiên cứu.

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

a, Nội dung và kết quả nghiên cứu của khóa luận: Đảm bảo đầy đủ những nội dung khoa học cả về lý luận và thực tiễn.

b, Tiến độ thực hiện khóa luận: Thực hiện đúng tiến độ theo kế hoạch của nhà trường.

c, Bố cục trình bày của khóa luận: Bố cục hợp lý, văn phong trong sáng, dễ hiểu, trình bày đúng quy định.

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

Điểm bằng số: 10

Điểm bằng chữ: Mười

Hải Phòng, ngày 26 tháng 6 năm 2012

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	3
1.1. Tổng quan về Ngân hàng Thương mại	3
1.1.1. Khái quát về Ngân hàng Thương mại	3
1.1.2. Các hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại	4
1.1.2.1. Hoạt động tạo lập vốn	4
1.1.2.2. Hoạt động sử dụng vốn	5
1.1.2.3. Hoạt động dịch vụ khác.....	6
1.1.3. Vai trò của Ngân hàng Thương mại với sự phát triển của nền kinh tế.....	6
1.1.3.1. NHTM là công cụ để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế.....	6
1.1.3.2. NHTM là nơi huy động, tập trung vốn tạm thời nhàn rỗi trong xã hội để cung cấp cho nhu cầu của nền kinh tế.....	6
1.1.3.3. NHTM với hoạt động của mình góp phần tăng cường hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nói riêng và của nền kinh tế nói chung.....	7
1.1.3.4. Tạo điều kiện cho nền kinh tế trong nước hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới.....	7
1.2. Hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại	7
1.2.1. Khái niệm vốn của Ngân hàng Thương mại	7
1.2.2. Phân loại nguồn vốn.....	8
1.2.2.1. <i>Vốn tự có (vốn chủ sở hữu)</i>	8
1.2.2.2. <i>Vốn huy động</i>	9
1.2.3. Các hình thức huy động vốn của Ngân hàng Thương mại	11
1.2.3.1. Căn cứ theo thời gian huy động	11
1.2.3.2. Căn cứ vào đối tượng huy động	11
1.2.3.3. Căn cứ vào công cụ huy động	12
1.3. Vai trò của vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại	14
1.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới công tác huy động vốn của Ngân hàng Thương mại	16
1.4.1. Các nhân tố khách quan	16
1.4.2. Các nhân tố chủ quan:	18

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT- CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.....	23
2.1. Khái quát về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng.....	23
2.1.1. Sơ lược quá trình hình thành và phát triển của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng.....	23
2.1.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng	24
2.1.2.1. Về công tác huy động vốn.....	24
2.1.2.2. Công tác tín dụng của Ngân hàng	25
2.1.2.3. Các hoạt động khác	26
2.1.2.4. Kết quả hoạt động kinh doanh	26
2.2.Thực trạng công tác huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng.....	30
2.2.1. Hình thức huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng.....	30
2.2.2. Tổ chức huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng	30
2.2.3. Quy mô, cơ cấu vốn huy động của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng	31
2.2.3.1. Phân tích hoạt động huy động vốn theo loại tiền của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng.....	32
2.2.3.2. Phân tích huy động vốn theo kỳ hạn và đối tượng.....	35
2.2.4. Đánh giá hoạt động huy động vốn của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng	37
2.2.4.1. Kết quả đạt được	37
2.2.4.2. Tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại	39
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT- CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.....	42
3.1.Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng	42

3.2. Giải pháp tăng cường huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng.....	43
3.2.1. Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn.....	43
3.2.2. Gắn liền huy động vốn với sử dụng vốn có hiệu quả	43
3.2.3. Phát huy hiệu quả chiến lược Marketing Ngân hàng.....	44
3.2.4. Mở rộng mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch.....	46
3.2.5. Chủ động và linh hoạt trong cơ chế lãi suất cũng như đa dạng hóa các phương thức trả lãi và gốc.....	46
3.2.6. Hoàn thiện công nghệ ngân hàng.....	47
3.2.7. Đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ ngân hàng	47
3.2.8. Mở rộng việc sử dụng tài khoản cá nhân	49
3.3. Điều kiện thực hiện nhằm tăng cường công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng	49
3.3.1. Đối với cơ quan quản lí nhà nước.....	49
3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.....	50
3.3.3. Đối với NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng	52
KẾT LUẬN	55

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, những kết quả trong luận văn là trung thực, các giải pháp đưa ra xuất phát từ thực tiễn chưa từng được công bố dưới bất cứ hình thức nào trước khi trình bày, bảo vệ và công nhận bởi “ Hội Đồng đánh giá khóa luận tốt nghiệp ”.

Tác giả khóa luận

Nguyễn Thị Hương Ly

Phụ lục 2: DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

NHTM: Ngân hàng Thương mại.

HTX: Hợp tác xã

TCKT-XH: Tổ chức kinh tế - xã hội

NHNN: Ngân Hàng Nhà Nước

TMCP: Thương mại Cổ Phần

VNĐ: Việt Nam Đồng

Phụ lục 3: DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng biểu	Tên bảng	Trang
Bảng 1:	Bảng phân tích tình hình sử dụng vốn của Ngân hàng	30
Bảng 2:	Cơ cấu tổng thu	31
Bảng 3:	Bảng chi phí hoạt động của Ngân hàng	31
Bảng 4:	Kết quả kinh doanh của chi nhánh giai đoạn 2010-2011	33
Bảng 5:	Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tại Ngân hàng	35
Bảng 6:	Huy động vốn nội tệ của Ngân hàng từ năm 2010-2011	36
Bảng 7:	Huy động vốn ngoại tệ của Ngân hàng từ năm 2010-2011	37
Bảng 8:	Huy động vốn theo kì hạn và đối tượng của Ngân hàng	39

Phụ lục 4:

DANH MỤC SƠ ĐỒ HÌNH VẼ

Hình vẽ, đồ thị	Tên bảng	Trang
Biểu đồ 1:	Nguồn vốn huy động	28
Biểu đồ 2:	Tổng dư nợ	29

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hiện nay bên cạnh thị trường chứng khoán, có ngày càng nhiều các tổ chức tài chính ra đời và đang mở rộng hoạt động ở nước ta nhưng khả năng huy động vốn không nhiều. Quá trình nhận và truyền vốn trên thị trường chủ yếu thực hiện thông qua các Ngân hàng Thương mại và Thị trường Tín dụng. 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.

Tại Việt Nam việc huy động vốn của ngân hàng còn nhiều bất hợp lý dẫn tới chi phí vốn cao, quy mô không ổn định, việc tài trợ cho các danh mục tài sản không còn phù hợp với quy mô, kết cấu từ đó làm hạn chế khả năng sinh lời, buộc ngân hàng phải đối mặt với các loại rủi ro,...Do đó việc tăng cường huy động vốn từ bên ngoài với chi phí hợp lý và sự ổn định cao là yêu cầu ngày càng trở lên cấp thiết và quan trọng.

Là một ngân hàng non trẻ - Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng đã và đang từng bước khẳng định vị trí của mình trong hệ thống các ngân hàng và chi nhánh trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Trong định hướng phát triển, tăng cường huy động vốn vẫn là một trong những ưu tiên hàng đầu của ngân hàng. Sự cạnh tranh ngày càng gay gắt của hệ thống ngân hàng cũng như sự tham gia ngày càng nhiều của các tổ chức tài chính phi ngân hàng đòi hỏi ngân hàng phải có các giải pháp huy động vốn đúng đắn và thích hợp. Chính vì vậy em đã lựa chọn đề tài: “ ***Giải pháp tăng cường công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng***”.

2. Mục đích và ý nghĩa nghiên cứu của đề tài

Xuất phát từ lí luận về huy động vốn của Ngân hàng Thương mại, chuyên đề phân tích, đánh giá thực trạng nguồn vốn, huy động vốn từ bên ngoài của ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng và đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường huy động vốn góp phần nâng cao kết quả kinh doanh của Ngân hàng.

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

Đối tượng nghiên cứu: Đề tài nghiên cứu tập trung các vấn đề cơ bản về công tác huy động vốn của Ngân hàng.

Phạm vi nghiên cứu: Phân tích, nghiên cứu công tác huy động vốn của ngân hàng trên các khía cạnh: Các loại hình, quy mô, cơ cấu, chi phí vốn và sự phù hợp sử dụng vốn trên cơ sở các số liệu của ngân hàng.

4. Phương pháp nghiên cứu của đề tài

Sử dụng các phương pháp khoa học: Phương pháp duy vật biện chứng, phân tích, so sánh và tổng hợp, khái quát. Sử dụng số liệu thống kê để luận chứng.

5. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Những vấn đề lí luận về công tác huy động vốn trong Ngân hàng Thương mại.

Chương 2: Thực trạng công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng.

Chương 3: Giải pháp tăng cường công tác huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng.

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Tổng quan về Ngân hàng Thương mại

1.1.1. Khái quát về Ngân hàng Thương mại

Sự hình thành hệ thống NHTM là hệ quả tất yếu của việc xây dựng nền kinh tế thị trường, đó là sản phẩm của kinh tế thị trường hay là yếu tố cấu thành thị trường tài chính. NHTM nói riêng và thị trường tài chính nói chung có tác động qua lại tương hỗ lẫn nhau. Hệ thống NHTM ổn định, phát triển toàn diện là động lực thúc đẩy thị trường tài chính phát triển và ngược lại.

Việt Nam đang trong tiến trình xây dựng và phát triển một mô hình thị trường tài chính với nòng cốt là hệ thống NHTM hoạt động dưới sự điều tiết vĩ mô của Nhà nước. Hệ thống Ngân hàng Việt Nam đã được đổi mới một cách đáng kể trong quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế tập trung quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Từ mô hình hệ thống Ngân hàng của nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung sang mô hình Ngân hàng của nền kinh tế thị trường, mô hình tổ chức có sự thay đổi căn bản đó là tách biệt chức năng quản lý hoạt động tiền tệ, tín dụng với chức năng kinh doanh tiền tệ, đa dạng hóa các loại hình ngân hàng, từng bước xóa bỏ độc quyền, chuyển sang cạnh tranh có sự quản lý của Nhà nước. Tại Việt Nam, từ năm 1998 bắt đầu hình thành mô hình hệ thống Ngân hàng 2 cấp và pháp lệnh ngân hàng (Pháp lệnh Ngân hàng Nhà nước, Pháp lệnh Ngân hàng HTX tín dụng và Công ty Tài chính) đã chính thức hợp pháp hóa sự thay đổi này, mô hình hệ thống Ngân hàng ở thời điểm này bao gồm:

- Ngân hàng Nhà nước: Cơ quan quản lý cấp nhà nước trong lĩnh vực tiền tệ, tín dụng và Ngân hàng.

- Các NHTM: Đóng vai trò là các doanh nghiệp thực hiện kinh doanh tiền tệ.

Theo luật các tổ chức tín dụng có hiệu lực từ tháng 10 năm 1998, NHTM được định nghĩa như sau: “ *NHTM là tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi của các khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán*”.

Định nghĩa trên đã khẳng định NHTM là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tiền tệ, trong đó có hai mặt cơ bản:

- Nhận ký thác của các doanh nghiệp, cá nhân và các tổ chức, cơ quan nhà nước.

- Sử dụng các khoản ký thác đó để cho vay và chiết khấu.

Các loại hình của NHTM:

- NHTM Quốc Doanh: Là NHTM được thành lập bằng 100% vốn Nhà nước.
- NHTM Cổ phần: Là NHTM được thành lập dưới hình thức công ty cổ phần.
- Chi nhánh NHTM nước ngoài: Là ngân hàng được thành lập theo luật pháp nước ngoài nhưng hoạt động theo luật pháp nước sở tại.
- Ngân hàng liên doanh: Là ngân hàng được thành lập bằng vốn góp của bên ngân hàng Việt Nam và bên ngân hàng nước ngoài có trụ sở tại Việt Nam và hoạt động theo luật pháp Việt Nam.

Quá trình hình thành và phát triển của hệ thống NHTM Việt Nam đã trải qua những bước thăng trầm của lịch sử. Trải qua hơn 10 năm đổi mới sau khi Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng(nay là Thủ tướng Chính phủ) ban hành nghị định 53 HĐBT (26/3/1988) với nội dung: “ Cải tổ ngân hàng từ hệ thống ngân hàng một cấp duy nhất trong nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung thành định chế ngân hàng hai cấp theo hướng kinh tế thị trường”. Ngày 23/5/1990 nhà nước đã ban hành hai pháp lệnh về ngân hàng. Ngày 26/12/1997, hai pháp lệnh trên được thay thế bằng hai luật: Luật Ngân hàng Nhà nước và Luật các tổ chức Tín dụng, tạo được một hành lang pháp lí khá đầy đủ cho hoạt động ngân hàng. Bộ mặt ngành ngân hàng đã thay đổi, hoạt động của ngân hàng trở lên chuyên nghiệp, năng động hơn, đánh dấu sự thay đổi to lớn trong cách nghĩ cũng như cách làm.

Trong nền kinh tế thị trường, hệ thống NHTM có những đòn bẩy tác động quan trọng đến sản xuất và lưu thông đó là: tiền mặt, tín dụng, lãi suất,...

NHTM có mạng lưới rộng khắp địa bàn sản xuất, phân phối lưu thông, tiêu dùng trong cả nước. Hơn thế nữa, nó còn có quan hệ rộng rãi và có vai trò quan trọng về tiền tệ, tín dụng thanh toán giữa nước ta với nước ngoài.

1.1.2. Các hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại

1.1.2.1. Hoạt động tạo lập vốn

Đây là hoạt động tạo điều kiện và tiền đề cho hoạt động của NHTM. Các NHTM thực hiện huy động mọi nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi trong nền kinh tế dưới mọi hình thức để thực hiện nhiệm vụ đầu tư, cho vay đối với các thành phần kinh tế, giúp họ đổi mới trang thiết bị sản xuất, nâng cấp nhà xưởng phục vụ kinh doanh,...

-Vốn huy động

Ngân hàng nhận các khoản tiền gửi của khách hàng dưới các hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm và các hình thức khác. Ngân hàng nhận tiền gửi của cá nhân, tổ chức và doanh nghiệp. Ngân hàng phải hoàn trả cả gốc và lãi khi đến hạn hoặc khi khách hàng có nhu cầu sử dụng đến rút tiền tại ngân hàng.

-Vốn đi vay

Là nguồn vốn ngân hàng phải vay mượn thêm trong trường hợp khả năng huy động của ngân hàng bị thiếu hụt khi nhu cầu thanh toán, chi trả cho khách hàng tăng cao. Nguồn đi vay có thể là :

+ Vay NHTW: Khi khả năng chi trả của ngân hàng không đáp ứng được nhu cầu trong thời gian ngắn. Các NHTM vay vốn của NHTW dưới hình thức chiết khấu, tái chiết khấu để bù đắp thiếu hụt trong thanh toán, bổ sung vốn dự trữ... Để được vay chiết khấu các NHTM phải nộp cho NHTW các giấy tờ có giá có thời hạn còn lại là ngắn hạn xin chiết khấu như thương phiếu, chứng khoán của Chính phủ... chúng thường là các loại giấy tờ mà chủ thể phát hành có uy tín cao. Lãi suất chiết khấu do NHTW quy định tùy thuộc vào mục tiêu chính sách tiền tệ của nhà nước trong từng thời kì.

+ Vay trên thị trường liên ngân hàng: Khoản vay có thể cần hoặc không cần đảm bảo, dựa trên cơ sở uy tín của ngân hàng đi vay hoặc mối quan hệ giữa các ngân hàng với nhau.

+ Phát hành các công cụ nợ như: Kì phiếu, trái phiếu, tín phiếu trên thị trường vốn. Các khoản vay này được coi như giải pháp tình thế cho ngân hàng trong tình cảnh khó khăn.

-Các nguồn vốn khác

+ Vốn tài trợ, vốn đầu tư phát triển, vốn ủy thác đầu tư để cho vay theo các chương trình, dự án xây dựng,...

+ Vốn hình thành trong quá trình hoạt động của ngân hàng.

1.1.2.2. Hoạt động sử dụng vốn

- ***Hoạt động ngân quỹ:*** Với mục đích đảm bảo khả năng thanh toán thường xuyên, ngân hàng luôn giữ một lượng tiền mặt dưới các dạng sau: Tiền mặt tại quỹ của ngân hàng, tiền gửi tại các NHTM khác, tiền gửi tại NHTW.

- **Hoạt động tín dụng:** Tín dụng ngân hàng bao gồm các hình thức: cho vay, chiết khấu, bảo lãnh và cho thuê tài chính. Trong đó hoạt động cho vay được xem là hoạt động sinh lợi chủ yếu của các ngân hàng trung gian nói chung và ngân hàng thương mại nói riêng. Hoạt động cho vay rất đa dạng phong phú.

- **Hoạt động đầu tư:** Ngân hàng tham gia góp vốn liên doanh, liên kết, thành lập công ty con,...

1.1.2.3. Hoạt động dịch vụ khác

Xuất phát từ chức năng, nhiệm vụ của mình các NHTM đã tiến hành cung ứng các dịch vụ khách hàng như: Dịch vụ thanh toán, đại lí, tư vấn tài chính,... trên cơ sở đó ngân hàng tiến hành thu phí dịch vụ. Ngày nay do nhu cầu phát triển của nền kinh tế đòi hỏi hoạt động dịch vụ của ngân hàng ngày càng mở rộng về số lượng và chất lượng.

1.1.3. Vai trò của NHTM với sự phát triển của nền kinh tế

Công cuộc đổi mới, toàn diện của nước ta bắt đầu đi vào chiều sâu vì vậy yêu cầu về nguồn vốn để tập trung đầu tư, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước là rất lớn. Đóng vai trò trung gian tài chính, tập trung nguồn vốn nhàn rỗi của xã hội NHTM đã thể hiện được vai trò của mình đối với nền kinh tế như:

1.1.3.1. NHTM là công cụ để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế

Trong sự vận hành của nền kinh tế thị trường, hoạt động của NHTM nếu có hiệu quả sẽ thực sự trở thành công cụ hữu hiệu để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế. Thông qua hoạt động tín dụng và thanh toán giữa các NHTM trong hệ thống, các NHTM đã góp phần mở rộng hay thu hẹp lượng tiền trong lưu thông. Hơn nữa bằng việc cấp các khoản tín dụng cho nền kinh tế, NHTM thực hiện việc dẫn dắt các luồng tiền, tập hợp, phân chia vốn của thị trường điều khiển chúng một cách có hiệu quả, thực thi vai trò điều tiết vĩ mô đúng theo phương châm “ Nhà nước điều tiết ngân hàng, ngân hàng dẫn dắt thị trường”.

1.1.3.2. NHTM là nơi huy động, tập trung vốn tạm thời nhàn rỗi trong xã hội để cung cấp cho nhu cầu của nền kinh tế

Trong xã hội luôn luôn tồn tại mâu thuẫn về sự thừa và thiếu hụt vốn tạm thời. Đối với những người, những tổ chức có tiền tạm thời nhàn rỗi, thì vấn đề đối với họ là làm sao bảo quản số tiền đó an toàn và có thể sinh lời được thì càng tốt. Nhưng để thực hiện điều này còn phụ thuộc vào khả năng, mối quan hệ của từng người và thông thường những người có tiền tạm thời nhàn rỗi luôn tìm cách cho

những người, tổ chức có nhu cầu về vốn vay trong một thời hạn nhất định chứ không trực tiếp đầu tư vào sản xuất do sự giới hạn và khả năng thu hồi tiền mặt. Tuy nhiên điều này hầu như rất khó thực hiện được. Do vậy trong xã hội luôn tồn tại mâu thuẫn này. Xét về mặt kinh tế nếu lượng tiền này được tập trung lại để cho vay với những người đang có nhu cầu sẽ mang lại lợi ích kinh tế cho cả người có tiền nhàn rỗi và người có nhu cầu vốn nói riêng và đem lại hiệu quả kinh tế cho cả nền kinh tế nói chung, NHTM chính là người thực hiện chức năng cầu nối này.

1.1.3.3. NHTM với hoạt động của mình góp phần tăng cường hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nói riêng và của nền kinh tế nói chung

Đặc trưng cơ bản của ngân hàng là cho vay có hoàn trả với một mức lãi suất nhất định và thời hạn nhất định, chính điều này đã bắt buộc mọi cá nhân và doanh nghiệp khi vay vốn của ngân hàng phải cân nhắc và sử dụng vốn một cách có hiệu quả nhất. Đây chính là động lực thúc đẩy các doanh nghiệp tăng cường công tác hạch toán, giảm chi phí sản xuất nhưng phải tăng chất lượng sản phẩm và tăng vòng quay của vốn. Qua đó, tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh. Mặt khác, trước khi quyết định một món vay ngân hàng thường tiến hành thẩm định tín dụng, chỉ thực hiện cho vay với những cá nhân, doanh nghiệp phải có sự sắp xếp, bố trí tổ chức sản xuất phù hợp, đây chính là động lực, cơ sở giúp cho việc tăng hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp trong nền kinh tế, qua đó tăng hiệu quả nền kinh tế.

1.1.3.4. Tạo điều kiện cho nền kinh tế trong nước hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới

NHTM có phạm vi hoạt động và quan hệ rộng rãi với rất nhiều tổ chức kinh tế. Nó có khả năng huy động vốn từ các cá nhân, tổ chức nước ngoài hay tổ chức tài chính tín dụng quốc tế, qua đó đảm bảo được vốn cho nền kinh tế trong nước, tạo điều kiện cho các tổ chức kinh tế trong nước mở rộng hoạt động ra nước ngoài một cách có hiệu quả hơn thông qua hoạt động thanh toán quốc tế, tư vấn tài trợ xuất nhập khẩu. Ngân hàng có thể làm đại lý cho các tổ chức tài chính, tín dụng nước ngoài qua đó giúp các tổ chức kinh tế trong nước có thể vay vốn các tổ chức này để nhập công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm đủ sức cạnh tranh với thị trường quốc tế.

1.2. Hoạt động huy động vốn của Ngân hàng Thương mại

1.2.1. Khái niệm vốn của NHTM

Vốn của NHTM là những giá trị tiền tệ do NHTM tạo lập hoặc huy động được dùng để cho vay, đầu tư hoặc để thực hiện các hoạt động kinh doanh khác.

Về thực chất thì vốn của NHTM là một bộ phận thu nhập quốc dân tạm thời nhàn rỗi trong quá trình sản xuất phân phối và tiêu dùng mà người chủ sở hữu để thực hiện các mục đích khác nhau gửi vào ngân hàng. Như vậy, ngân hàng đã thực hiện vai trò tập trung và phân phối lại vốn dưới hình thức tiền tệ, tăng nhanh quá trình luân chuyển vốn, phục vụ kích thích mọi hoạt động kinh tế phát triển.

1.2.2. Phân loại nguồn vốn

Trong tổng nguồn vốn hoạt động của ngân hàng mỗi loại lại có những tính chất, vai trò riêng, do vậy nhiệm vụ của ngân hàng là phải biết phân loại vốn “đầu vào”, trên cơ sở đó phân bổ “đầu ra” một cách hợp lí. Xét về kết cấu và tính chất vốn kinh doanh của NHTM bao gồm: Vốn chủ sở hữu, vốn huy động, vốn khác.

1.2.2.1. Vốn tự có (vốn chủ sở hữu)

- Vốn điều lệ

Là khoản vốn thuộc sở hữu của ngân hàng, ghi trong bản điều lệ của ngân hàng, hình thành ngay từ khi NHTM được thành lập. Có thể được điều chỉnh tăng lên trong quá trình hoạt động của ngân hàng. Vốn điều lệ có thể do nhà nước cấp nếu đó là NHTM Quốc doanh, có thể là vốn đóng góp của cổ đông nếu là NHTM Cổ phần.

Vốn điều lệ được sử dụng vào mục đích mua sắm tài sản, trang thiết bị ban đầu cần thiết cho hoạt động của ngân hàng; góp vốn liên doanh; cho các thành phần kinh tế vay và thực hiện các dịch vụ khác của ngân hàng. Các ngân hàng không được sử dụng nguồn vốn nào khác ngoài vốn điều lệ để đầu tư vào TSCĐ của ngân hàng và hùn vốn liên doanh.

- Vốn tự có bổ sung trong quá trình hoạt động

Khi hoạt động kinh doanh tạo ra lợi nhuận thì ngân hàng có thể chuyển một phần lợi nhuận thành nguồn vốn nhằm tái đầu tư. Nguồn bổ sung từ việc phát hành thêm cổ phần, góp thêm, cấp thêm,... để mở rộng quy mô hoạt động, hoặc để đổi mới trang thiết bị, đáp ứng nhu cầu gia tăng vốn chủ do NHNN quy định. Đặc điểm của hình thức huy động này không thường xuyên song giúp ngân hàng có được lượng vốn chủ sở hữu lớn vào lúc cần thiết.

- Các quỹ dự trữ

Ngân hàng có nhiều quỹ khác nhau, mỗi quỹ được sử dụng vào những mục đích nhất định tùy thuộc vào tình hình kinh doanh của ngân hàng. Các quỹ này

được trích từ lợi nhuận ròng(là lợi nhuận sau khi đã trừ thuế) hàng năm của ngân hàng. Các quỹ của ngân hàng bao gồm:

+ Quỹ dự trữ để bổ sung vốn điều lệ: Có mục đích tăng cường số vốn tự có ban đầu.

+ Quỹ dự phòng bù đắp rủi ro: Dùng để dự phòng bù đắp rủi ro trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng nhằm bảo toàn vốn điều lệ. Quỹ này được trích lập hàng năm và được tích lũy lại nhằm bù đắp những tổn thất xảy ra.

+ Ngoài ra còn có các quỹ khác như: quỹ khen thưởng phúc lợi, quỹ khấu hao tài sản cố định,...những khoản vốn đã được phân bổ cho những mục đích chi tiêu nhất định nhưng chưa được sử dụng(lợi nhuận chờ phân bổ, tiền lương chưa đến hạn thanh toán)

1.2.2.2. Vốn huy động

Nếu vốn tự có để đảm bảo sự an toàn trong hoạt động kinh doanh của các NHTM thì vốn huy động chính là nhân tố thúc đẩy hoạt động kinh doanh của ngân hàng mở rộng hay thu hẹp quy mô. Trong tổng nguồn vốn của NHTM đây là phần vốn chiếm tỷ trọng lớn nhất, có vai trò quan trọng nhất. Nó được hình thành từ các nguồn sau:

- Từ nguồn tiền gửi

+ Tiền gửi không kỳ hạn(tiền gửi giao dịch hay tiền gửi thanh toán)

Là loại tiền gửi mà người gửi tiền có thể rút ra bất cứ lúc nào. Người gửi không nhằm mục đích hưởng lãi mà chủ yếu nhằm đảm bảo an toàn cho khoản tiền và thực hiện các hoạt động thanh toán qua ngân hàng.

+Tiền gửi có kỳ hạn

Là loại tiền gửi mà khách hàng chủ yếu gửi vào ngân hàng vì mục tiêu lợi nhuận.

+Tiền gửi tiết kiệm

Bao gồm ba loại sau:

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

- **Vốn đi vay:** Ngoài việc huy động tiền gửi theo phương thức truyền thống, NHTM có thể bổ sung vốn hoạt động của mình bằng cách vay vốn từ NHTW, các tổ chức tín dụng khác hoặc từ thị trường tài chính trong và ngoài nước.

+ *Vay từ NHTW*

Bất kỳ NHTM nào khi được NHTW cho phép thành lập, hoạt động đều hưởng quyền vay tiền tại NHTW trong trường hợp thiếu hụt dự trữ hay quá thiếu tiền mặt. NHTW cấp tín dụng cho các NHTM chủ yếu dưới hai hình thức:

- Chiết khấu hay tái chiết khấu các chứng từ có giá
- Cho vay thế chấp hay ứng trước

Hiện nay NHNN Việt Nam áp dụng 3 hình thức cấp tín dụng sau:

- Chiết khấu, tái chiết khấu thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác.
- Cho vay có đảm bảo bằng cầm cố thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác.
- Cho vay lại theo hồ sơ tín dụng. Thường là các hồ sơ tín dụng hỗ trợ theo yêu cầu của nền kinh tế như thu mua lương thực, nông sản; dự trữ vật tư, nguyên liệu; ...

+ *Vay các tổ chức tín dụng khác*

Nhằm đảm bảo dự trữ bắt buộc theo quy định của NHTW. Trong quá trình hoạt động, một số NHTM có những ngày vay quá nhiều dẫn tới sự thiếu hụt dự trữ bắt buộc tại NHTW. Trong khi đó có một vài ngân hàng khác thừa dự trữ. Để đảm bảo dự trữ các ngân hàng sẽ vay của nhau. Thời hạn của loại cho vay này rất ngắn, thường không quá một tuần.

+ *Vay từ thị trường tài chính trong nước*

Thông qua phát hành các giấy tờ có giá như:

Chứng chỉ tiền gửi có khả năng chuyển nhượng

Trái phiếu ngân hàng

+ *Vay nước ngoài*

Để huy động vốn từ nước ngoài thì các NHTM phải có các điều kiện theo quy định của NHNN ban hành theo thông tư số 03/1999/TT-NHNN ngày 12 tháng 08 năm 1999 chỉ được sử dụng vốn vay nước ngoài để bổ sung vốn tín dụng và phải sử dụng đúng mục đích vốn vay.

Đây là loại vốn vay chiếm tỷ trọng không lớn ở những nước đang phát triển bởi ở các nước này NHTM muốn có được nguồn vốn này phải được sự cho phép của NHNN và thường dưới hình thức vay theo hiệp định.

- *Các nguồn vốn khác*

+ Vốn tài trợ, vốn đầu tư phát triển, vốn ủy thác đầu tư để cho vay theo các chương trình, dự án xây dựng,...

+ Vốn hình thành trong quá trình hoạt động của ngân hàng. Ví dụ trong quá trình hoạt động làm trung gian thanh toán, ngân hàng đã tạo được một nguồn vốn gọi là nguồn vốn trong thanh toán: vốn trên tài khoản mở thư tín dụng, tài khoản tiền gửi séc bảo chi, các khoản phong tỏa do ngân hàng chấp nhận các hối phiếu thương mại,...

1.2.3. Các hình thức huy động vốn của Ngân hàng Thương mại

Do NHTM huy động theo phương thức “đi vay để cho vay” mà vốn tự có của ngân hàng chỉ chiếm một tỉ trọng rất nhỏ trong tổng nguồn vốn hoạt động. Do vậy, để có thể tồn tại và phát triển NHTM phải quan tâm tới các hình thức tạo vốn không ngừng mở rộng, phát triển vốn để cạnh tranh trên thị trường. Quá trình tạo vốn thông qua các hình thức sau:

1.2.3.1. Căn cứ theo thời gian huy động

- **Huy động ngắn hạn:** Chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng nguồn vốn huy động, được sử dụng chủ yếu để cho vay ngắn hạn nhỏ hơn 1 năm, lãi suất huy động thường thấp.

- **Huy động trung hạn:** Loại vốn này có thời hạn từ 1 đến 5 năm, ngân hàng sử dụng chủ yếu cho các doanh nghiệp vay khoản tín dụng trung hạn như: Đầu tư cải tiến công nghệ sản phẩm,...

- **Huy động dài hạn:** Đây là khoản vay ngân hàng huy động từ 5 năm trở lên, chi phí cho việc huy động này thường cao hơn, được ngân hàng dùng cho các khoản tín dụng dài hạn: Đầu tư xây dựng cơ bản, mở rộng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

1.2.3.2. Căn cứ vào đối tượng huy động

- Huy động vốn từ dân cư

Vốn này có nguồn gốc từ những khoản dự phòng cho tiêu dùng và rủi ro trong tương lai. Khi xã hội ngày càng phát triển thì khoản dự phòng này cũng tăng lên. Nắm bắt được quy luật này, NHTM đã sử dụng nghiệp vụ huy động để tăng thêm nguồn vốn, đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế và thu được lợi nhuận.

- Huy động vốn từ các tổ chức kinh tế và các doanh nghiệp

Các doanh nghiệp do yêu cầu của hoạt động sản xuất kinh doanh nên thường gửi một khối lượng lớn tiền vào ngân hàng nhằm hưởng những tiện ích trong thanh toán. NHTM là một trung gian tài chính, nó quan hệ với các đối tượng này thông qua việc mở tài khoản, nhận tiền gửi của các tổ chức kinh tế và đáp ứng yêu cầu thanh toán của họ. Do có sự đan xen giữa các khoản phải thu và các khoản phải

thanh toán nên luôn tồn tại một số dư tiền gửi nhất định tại ngân hàng. Nguồn này được ngân hàng huy động, có chi phí thấp và sử dụng cho vay không chỉ ngắn hạn mà cả trung hạn. Tuy nhiên nguồn này có hạn chế là tính ổn định và độ lớn phụ thuộc vào quy mô, loại hình của doanh nghiệp.

- Huy động từ các ngân hàng và các tổ chức tín dụng khác

Việc vay vốn này nhằm giải quyết tình trạng thiếu vốn của ngân hàng. Theo quy định ở Việt Nam vốn vay giữa hai ngân hàng được thỏa thuận bằng hợp đồng tín dụng, vốn cho vay phải được bảo đảm bằng hình thức thế chấp hoặc cầm cố bằng tài sản; tiền mặt tại quỹ; tiền gửi tại NHTW; các chứng từ có giá khác. Trong trường hợp các NHTM đã vay lẫn nhau mà vẫn thiếu vốn, mất khả năng thanh toán thì NHTM có thể vay NHTW thông qua việc chiết khấu, tái chiết khấu. NHTM còn có thể vay các tổ chức tín dụng thông qua thị trường nội tệ (hình thành giữa các NHTM, TCTD và NHTW(được thành lập tháng 07/1993)); qua thị trường ngoại tệ (thành lập tháng 10/1994)

1.2.3.3. Căn cứ vào công cụ huy động

Đây là hình thức các NHTM hay sử dụng nhất, bao gồm:

- Huy động tiền gửi không kì hạn

Đặc điểm quan trọng đối với người gửi là chuyển nhượng dễ dàng, mục đích giao dịch là chính. Đối với ngân hàng chỉ cần bỏ ra một chút chi phí cho việc quản lý tài khoản hoặc trả lãi. Số dư của loại tiền này tùy thuộc vào từng thời kỳ trong năm. Ngân hàng thường bảo quản loại tiền gửi này trên hai loại tài khoản: tài khoản thanh toán và tài khoản vãng lai.

+ Tài khoản thanh toán

Là loại tài khoản mà khách hàng có thể toàn quyền sử dụng số tiền trong phạm vi số dư tiền gửi (loại tài khoản này luôn có số dư)

+ Tài khoản vãng lai

Là tài khoản thường được sử dụng cho các tổ chức kinh tế, nó có thể có số dư bên có và bên nợ. Số dư bên có phản ánh số tiền hiện có trong tài khoản của khách hàng, số dư bên nợ phản ánh khoản tín dụng ngân hàng cấp cho khách hàng vay. Lãi suất bên nợ cũng như bên có đều do ngân hàng và khách hàng thỏa thuận.

Do tiền gửi không kỳ hạn có chi phí huy động thấp, nếu thu hút được số lượng khách hàng lớn, bảo đảm luôn có một số dư ổn định, ngân hàng có thể dễ dàng trong việc đa dạng hóa nghiệp vụ của mình. Vì vậy trên thực tế các ngân hàng đã dần dần xóa bỏ sự khác biệt giữa hai loại tài khoản này.

- Huy động tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm

Nếu tiền gửi không kỳ hạn số dư tăng giảm phụ thuộc và tình hình sản xuất kinh doanh của khách hàng gửi tiền thì tiền gửi tiết kiệm và tiền gửi có kỳ hạn số dư phụ thuộc nhiều vào lãi suất.

+ Tiền gửi có kỳ hạn

Là loại tiền gửi mà người gửi tiền chỉ được rút ra sau một thời hạn nhất định từ một vài tháng đến vài năm với mục đích chủ yếu là hưởng lãi. Mức lãi suất của tiền gửi này tùy thuộc vào quy định của ngân hàng theo kỳ hạn gửi của khách hàng. Người gửi tiền không được hưởng các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng. Về nguyên tắc, tiền gửi loại này không được rút ra trước hạn song để cạnh tranh thu hút khách hàng các ngân hàng vẫn cho phép rút trước hạn nhưng chỉ được hưởng mức lãi suất không kỳ hạn hoặc không được hưởng lãi tùy theo quy định của từng ngân hàng.

+ Tiền gửi tiết kiệm

Là khoản tiền để dành của cá nhân được gửi vào ngân hàng nhằm mục đích hưởng lãi theo định kỳ. Các mức lãi suất tương ứng với từng kỳ hạn gửi được ngân hàng công bố. Ở Việt Nam, tiền gửi tiết kiệm bao gồm 3 loại sau:

Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn

Là loại tiền gửi tiết kiệm mà người gửi tiền có thể gửi vào, rút ra theo nhu cầu sử dụng mà không cần báo trước cho ngân hàng. Loại tiền này gần giống với tiền gửi không kỳ hạn chỉ khác là nó luôn được hưởng lãi tuy rất thấp, nhưng đổi lại không được hưởng các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng.

Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn

Là loại tiền gửi tiết kiệm có thời hạn gửi cố định trước. Khách hàng chỉ được gửi tiền vào một lần và rút ra một lần cả vốn và lãi khi tới hạn. Không được phép bổ sung vào số tiền gửi khi chưa đến hạn. Mức tối thiểu mỗi lần gửi do từng ngân hàng quy định.

Tiền gửi tiết kiệm có mục đích

Là hình thức tiết kiệm trung và dài hạn nhằm mục đích khác nhau. Ngoài hưởng lãi thì người gửi tiền còn được ngân hàng cho vay nhằm bổ sung thêm vốn. Mức cho vay tối đa bằng số dư tiền gửi tiết kiệm.

- Huy động bằng phát hành các giấy tờ có giá**+ Chứng chỉ tiền gửi có khả năng chuyển nhượng**

Thực chất là các chứng chỉ tiền gửi có mệnh giá lớn, có thể mua bán trên thị trường khi chưa đáo hạn. Thời gian đáo hạn thường không quá 6 tháng kể từ ngày phát hành.

+ *Kỳ phiếu, trái phiếu ngân hàng*

Đây là công cụ vay nợ dài hạn của ngân hàng từ thị trường chứng khoán. Thời hạn vay từ 2 năm trở lên, có thể mua bán trên thị trường chứng khoán khi chưa đáo hạn.

Kỳ phiếu ngân hàng

Là một loại giấy nhận nợ ngắn hạn do ngân hàng phát hành nhằm huy động vốn trong dân cư, chủ yếu là để phục vụ cho những kế hoạch kinh doanh xác định của ngân hàng như một dự án. Kỳ phiếu ngân hàng được phát hành theo từng đợt hay còn gọi là kỳ phiếu có mục đích, phát hành trên cơ sở tình hình nguồn vốn và nhu cầu sử dụng vốn trong thời kỳ trước mắt của ngân hàng. Loại này có ưu điểm vốn huy động được khá linh hoạt, có tính lỏng cao, lãi suất thường ổn định và hấp dẫn.

Trái phiếu

Là một giấy tờ có giá, xác nhận khoản nợ của khách hàng đối với người chủ ngân hàng với cam kết như thanh toán một số tiền xác định vào một ngày xác định trong tương lai với thời hạn xác định cho trước. Trái phiếu ngân hàng lại được phân ra thành nhiều loại với các tiêu thức khác nhau:

Theo thời hạn: Trái phiếu ngắn hạn và trái phiếu dài hạn

Theo tính chất chuyển đổi: Trái phiếu vô danh, trái phiếu ký danh

Việc phát hành trái phiếu của ngân hàng được tiến hành trong toàn hệ thống ngân hàng chủ yếu để huy động vốn trung và dài hạn phục vụ cho những kế hoạch kinh doanh có quy mô lớn và dài hạn. Do tính chất chủ động trong việc huy động vốn nên lãi suất trái phiếu phải hấp dẫn cao hơn lãi suất của các công cụ nợ khác và tỷ lệ thuận với kỳ hạn của khoản nợ.

1.3. Vai trò của vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại

Trong hoạt động kinh doanh của bất cứ doanh nghiệp nào cũng phải có vốn, vốn là nhân tố chủ yếu quyết định đến khả năng, quy mô hoạt động của ngân hàng. Do đó, hoạt động huy động vốn là một trong những hoạt động quan trọng nhất của hệ thống các NHTM.

- *Vốn là cơ sở để Ngân hàng tiến hành mọi hoạt động kinh doanh*

Trong nền kinh tế thị trường, bất kì doanh nghiệp nào để tiến hành sản xuất kinh doanh đều cần phải có vốn, bởi vốn quyết định đến khả năng kinh doanh của doanh nghiệp. Với đặc trưng hoạt động của Ngân hàng vốn không chỉ là phương tiện kinh doanh mà còn là đối tượng kinh doanh chủ yếu, vốn là cơ sở để ngân hàng tổ chức mọi hoạt động kinh doanh. Nếu thiếu vốn NHTM không thể thực hiện hoạt động kinh doanh. Trên thực tế Ngân hàng nào có khối lượng vốn lớn hơn thì Ngân hàng đó có thể mạnh cạnh tranh trong kinh doanh. Vốn là điểm xuất phát đầu tiên trong hoạt động kinh doanh của NHTM.

- *Vốn huy động ảnh hưởng trực tiếp đến quy mô các hoạt động của Ngân hàng Thương mại:*

Vốn của Ngân hàng có ảnh hưởng lớn tới việc thu hẹp hay mở rộng tín dụng, hoạt động bảo lãnh, kinh doanh ngoại tệ hay trong hoạt động thanh toán của các NHTM. Khác với Ngân hàng nhỏ thì ngân hàng lớn có những khoản mục về đầu tư cho vay đa dạng hơn, phạm vi và khối lượng cho vay của các ngân hàng này cũng lớn hơn. Trong khi các ngân hàng lớn hoạt động trên phạm vi toàn thế giới thì các ngân hàng nhỏ lại có giới hạn phạm vi hoạt động chủ yếu trong một khu vực nhỏ, trong nước. Nếu khả năng huy động vốn của ngân hàng dồi dào thì ngân hàng có thể mở rộng được các hoạt động của mình và đáp ứng được nhu cầu vốn của khách hàng về cho vay, bảo lãnh, đầu tư,...

- *Vốn giúp Ngân hàng chủ động trong kinh doanh*

Ngân hàng không thể hoạt động kinh doanh tốt nếu các hoạt động nghiệp vụ hoàn toàn phụ thuộc vào vốn đi vay: vay để cho vay, vay để đầu tư, vay để thanh toán,... Bởi vì khi vay vốn để thực hiện các hoạt động của mình ngân hàng sẽ phụ thuộc vào đối tượng cho vay về thời hạn vay, số lượng vay và chi phí vay cao. Do đó, ngân hàng có thể bỏ lỡ cơ hội trong kinh doanh. Ngược lại, ngân hàng có lượng vốn huy động dồi dào sẽ hoàn toàn chủ động trong hoạt động kinh doanh của mình. Nguồn vốn huy động lớn cũng làm tăng khả năng hoạt động kinh doanh của Ngân hàng như chủ động đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh nhằm phân tán rủi ro và tăng thu nhập, đạt mục tiêu cuối cùng của ngân hàng là an toàn và sinh lời.

- *Vốn giúp Ngân hàng quyết định năng lực thanh toán và đảm bảo uy tín của mình trên thị trường*

Trong nền kinh tế thị trường, để tồn tại và ngày càng mở rộng quy mô hoạt động đòi hỏi các ngân hàng phải coi uy tín của mình trên thị trường là điều quan

trọng. Uy tín đó trước hết thể hiện ở khả năng sẵn sàng thanh toán cho khách hàng. Khả năng thanh toán của ngân hàng càng cao thì vốn khả dụng càng lớn. Mặt khác, uy tín của ngân hàng còn thể hiện ở khả năng cho vay và đầu tư của ngân hàng (ngân hàng chỉ có thể cho vay những dự án lớn, thời hạn dài nếu như ngân hàng có nguồn vốn lớn). Điều này phụ thuộc vào hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Với tiềm năng vốn và khả năng huy động vốn lớn thì ngân hàng có thể hoạt động kinh doanh với quy mô ngày càng tăng, tiến hành cạnh tranh có hiệu quả, vừa giữ chữ tín vừa nâng cao vị trí của ngân hàng trên thị trường.

Bên cạnh đó, một trong những công cụ lớn nhất của vốn tự có là tạo sự uy tín trong công chúng. Một ngân hàng có trụ sở là tài sản riêng càng đồ sộ chừng nào thì càng dễ tạo được niềm tin với dân chúng chừng đấy. Vốn tự có của ngân hàng càng lớn thì sức chịu đựng của ngân hàng càng mạnh khi mà tình hình kinh tế xã hội và tình hình hoạt động của ngân hàng trải qua giai đoạn khó khăn.

- Vốn huy động quyết định năng lực cạnh tranh của Ngân hàng

Quy mô, trình độ cán bộ, công nhân viên, phương tiện kỹ thuật hiện đại của ngân hàng là tiền đề thu hút vốn. Khả năng vốn lớn là điều kiện thuận lợi đối với ngân hàng trong việc mở rộng quan hệ tín dụng đối với các thành phần kinh tế cả về quy mô tín dụng lẫn việc chủ động về thời hạn cho vay và thậm chí trong khi quyết định lãi suất phù hợp cho khách hàng. Điều này thu hút ngày càng nhiều khách hàng đến với mình, nghĩa là doanh số hoạt động của ngân hàng sẽ tăng lên trong tương lai và ngân hàng có nhiều thuận lợi hơn trong kinh doanh, tăng năng lực cạnh tranh trên thị trường.

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới công tác huy động vốn của Ngân hàng Thương mại

Hoạt động huy động vốn phụ thuộc vào rất nhiều nhân tố khách quan (như môi trường kinh tế-chính trị, xã hội, môi trường pháp lí và các chính sách kinh tế vĩ mô) và nhân tố chủ quan (như chính sách lãi suất huy động vốn và các dịch vụ đi kèm, công nghệ ngân hàng, chiến lược marketing Ngân hàng,...).

1.4.1. Các nhân tố khách quan

- Môi trường kinh tế - chính trị, xã hội

Đây là yếu tố khách quan đối với Ngân hàng, yếu tố này ảnh hưởng chung đến việc huy động và khơi thông nguồn vốn của cả nền kinh tế trong đó có nguồn vốn của NHTM. Cụ thể trong một nền kinh tế phát triển nguồn tiền gửi, tiền tiết kiệm gửi vào các NHTM ngày càng nhiều... Ngoài ra với một nền kinh tế phát

triển thi công nghệ ngân hàng được hiện đại hoá, người dân có thói quen sử dụng những lợi ích do các NHTM cung ứng, các nghiệp vụ thanh toán chủ yếu qua ngân hàng, ngân hàng thu được càng nhiều khoản vốn, chiếm dụng được vốn trong thanh toán. Lạm phát là một yếu tố kinh tế ảnh hưởng rất lớn đến công tác huy động vốn của ngân hàng. Người dân gửi tiền vào ngân hàng hy vọng rằng họ sẽ thu được khoản tiền lãi nhất định, lạm phát cao hoặc biến động có thể làm trượt giá đồng tiền và họ sẽ chuyển các tài khoản của họ sang hình thái khác có tính ổn định hơn về giá trị.

Mặt khác, sự ổn định của môi trường chính trị sẽ tác động tới quan hệ vốn của Ngân hàng đối với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Nó tạo điều kiện thu hút nguồn đầu tư trong và ngoài nước. Từ đó tạo điều kiện cho hoạt động huy động vốn của NHTM.

Bên cạnh đó, các yếu tố như thu nhập của dân cư, thời vụ chi tiêu cũng là các nhân tố ảnh hưởng tới công tác huy động vốn của các ngân hàng. Tại các thành phố lớn, nơi tập trung các tầng lớp dân cư có thu nhập cao sẽ hình thành một nguồn tiền gửi lớn. Thu nhập gia tăng là điều kiện để gia tăng quy mô và thay đổi kỳ hạn của nguồn tiền, thời vụ chi tiêu ảnh hưởng tới quy mô và tính ổn định của nguồn tiền. Ví dụ: vào dịp cuối năm, nguồn tiền gửi tiết kiệm cũng như tiền gửi của các doanh nghiệp có xu hướng giảm sút đặc biệt trong điều kiện thanh toán bằng tiền mặt còn đang phổ biến như nước ta hiện nay.

- Môi trường pháp lý và các chính sách kinh tế vĩ mô

Kinh doanh ngân hàng là một trong những ngành kinh doanh chịu sự giám sát chặt chẽ của pháp luật và các cơ quan chức năng của chính phủ. Môi trường pháp lý và các chính sách kinh tế vĩ mô ảnh hưởng trực tiếp đến chủ trương, phương hướng trong hoạt động huy động vốn cũng như các hoạt động khác của ngân hàng thương mại. NHTM xây dựng các chiến lược kinh doanh cho riêng mình phải dựa trên cơ sở tuân thủ pháp luật và chính sách kinh tế vĩ mô của Nhà nước như chính sách tiết kiệm, chính sách lãi suất,... Ngân hàng nhà nước điều hành chính sách tiền tệ theo hướng nâng cao năng lực, vai trò hiệu quả và theo sát thị trường, phối hợp chặt chẽ với các chính sách kinh tế vĩ mô khác thì mới tạo điều kiện và thúc đẩy phát triển các thị trường tiền tệ cũng như hoạt động của hệ thống ngân hàng. Mặt khác, việc xây dựng một môi trường pháp lý lành mạnh, thông thoáng cũng là một nhân tố quan trọng góp phần tăng cường hiệu quả hoạt động huy động và sử dụng vốn của các NHTM.

- Tâm lí, tập quán của khách hàng

Nguồn vốn ngân hàng huy động được chủ yếu là từ nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi trong dân cư phụ thuộc nhiều vào thu nhập, thói quen chi tiêu của người dân cũng như sự ổn định của nền kinh tế. Nếu nền kinh tế mất ổn định, giá trị đồng tiền biến động người dân sẽ có tâm lí muốn đổi từ đồng nội tệ sang các đồng tiền mạnh (đồng ngoại tệ) hay cất trữ vàng bạc, mua bất động sản ... là những tài sản có tính ổn định cao hơn. Do vậy, các NHTM cần phải nắm bắt được yếu tố tâm lý và các nhu cầu của khách hàng để có những hình thức huy động phù hợp nhằm tăng nguồn vốn huy động cho ngân hàng.

Bên cạnh đó, người dân phần lớn vẫn giữ thói quen tiêu dùng bằng tiền mặt thay cho việc sử dụng các tài khoản, thẻ thanh toán cá nhân cũng ảnh hưởng tới nguồn vốn huy động của ngân hàng.

1.4.2. Các nhân tố chủ quan:

Là các nhân tố từ bên trong và nằm trong sự kiểm soát của Ngân hàng ảnh hưởng trực tiếp tới công tác huy động vốn của Ngân hàng.

- Chính sách lãi suất huy động vốn và các dịch vụ đi kèm

Lãi suất ảnh hưởng trực tiếp tới lượng vốn huy động của Ngân hàng Thương mại. Lãi suất huy động vốn thường là mối quan tâm hàng đầu của cá nhân, tổ chức muốn gửi tiền vào Ngân hàng. Tuy nguồn vốn huy động được không chỉ phụ thuộc vào lãi suất mà còn phụ thuộc vào các nhân tố khác như kỳ hạn, mức độ rủi ro, điều kiện thanh toán, uy tín, ... của Ngân hàng nhưng với lãi suất cao, linh hoạt và hợp lí luôn có tác dụng kích thích người gửi tiền. Lãi suất ảnh hưởng nhiều nhất tới lượng tiền gửi tiết kiệm bởi khách hàng chọn gửi tiền theo phương thức này thường có mục đích hưởng lãi.

Mặt khác, sự đa dạng của các dịch vụ đi kèm sẽ ảnh hưởng rất lớn tới khả năng huy động vốn của Ngân hàng.

- Công nghệ Ngân hàng

Hoạt động huy động vốn của ngân hàng ngày càng có sự cạnh tranh mạnh mẽ không chỉ giữa các NHTM trong nước, mà trong tiến trình hội nhập với nền kinh tế thế giới, hệ thống các NHTM Việt Nam còn phải chịu sự cạnh tranh gay gắt với các ngân hàng có nhiều kinh nghiệm và tiềm lực trên toàn thế giới. Công nghệ ngân hàng cũng là một nhân tố không kém phần quan trọng quyết định thành công hay thất bại trong hoạt động huy động vốn của NHTM. Công nghệ ngân hàng liên quan trực tiếp đến các mặt hoạt động như thanh toán, giao dịch, kế toán... Một

ngân hàng sở hữu công nghệ lạc hậu so với các ngân hàng khác: hoạt động giao dịch, thanh toán và các dịch vụ còn thực hiện thủ công dẫn đến chậm trễ trong giao dịch với khách hàng và không đa dạng hoá được các loại hình dịch vụ cung cấp cho khách hàng, điều này sẽ làm hạn chế khả năng thu hút vốn của ngân hàng. Chính vì vậy ngân hàng không cạnh tranh được với các ngân hàng khác được đầu tư công nghệ hiện đại hơn. Để có thể cạnh tranh trên thị trường huy động vốn, các ngân hàng phải không ngừng đổi mới công nghệ, áp dụng những công nghệ ngân hàng tiên tiến vào các hoạt động giao dịch thanh toán nhanh với khách hàng. Đối với một ngân hàng có công nghệ tiên tiến thì chất lượng phục vụ thoả mãn nhu cầu của khách hàng sẽ tốt hơn, huy động được nhiều vốn hơn. Các NHTM ở Việt Nam hiện nay đang đầu tư mạnh mẽ cho công nghệ ngân hàng và coi đây như sức mạnh để cạnh tranh trên thị trường dịch vụ tài chính. Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong: ứng dụng lập mạng thanh toán liên ngân hàng nội bộ tập trung, hệ thống quản lý vốn ngoại tệ tập trung, ứng dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, triển khai ứng dụng thanh toán SWIFT, dịch vụ thẻ ATM đã mở ra nhiều cơ hội hơn cho ngân hàng. Các sản phẩm dịch vụ dựa trên nền tảng công nghệ thông tin ngày càng đa dạng và phong phú hướng đến việc tối đa hoá tiện ích và lợi ích của khách hàng.

- Chiến lược Marketing Ngân hàng

Chiến lược Marketing ngân hàng cần phải được chú trọng đúng mức trong chiến lược kinh doanh dài hạn của ngân hàng nói chung và huy động vốn nói riêng. Xây dựng được một chiến lược Marketing hoàn chỉnh sẽ tăng khả năng sinh lợi trong kinh doanh cũng như tăng cường huy động vốn của ngân hàng. Trong cơ chế thị trường các ngân hàng phải cạnh tranh để tồn tại và phát triển, tạo ra sự khác biệt, vượt trội hơn hẳn so với các đối thủ cạnh tranh. Trong thực tế, để đạt được điều này không phải là đơn giản vì khi áp dụng marketing vào ngân hàng thường gặp một số khó khăn như: Với xu hướng phát triển kinh tế nhu cầu của khách hàng ngày càng cao các ngân hàng cần phải đổi mới nhanh chóng trang thiết bị, kỹ thuật, chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ... Thông qua công tác marketing ngân hàng cần phải đưa ra các hình thức huy động vốn với thời hạn, giá cả hợp lý, phù hợp với từng giai đoạn phát triển cụ thể để đáp ứng tốt nhất nhu cầu, mong muốn của khách hàng về chất lượng, chủng loại các sản phẩm của ngân hàng. Không những thế, công tác marketing ngân hàng còn phải biết kích thích các nhu cầu của khách hàng nhằm lôi kéo khách hàng về với mình để không ngừng mở rộng thêm các khách hàng mới, ngày càng thu hút được nhiều vốn hơn.

Trên cơ sở nghiên cứu thị trường, ngân hàng có thể nắm bắt toàn bộ các thông tin về môi trường kinh doanh, về khách hàng, đồng thời xây dựng chiến lược marketing. Dựa trên yếu tố này, các ngân hàng sẽ sử dụng một cách linh hoạt, mềm dẻo các công cụ kỹ thuật của marketing ứng dụng trong hoạt động của ngân hàng để thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Các công cụ kỹ thuật marketing được tập trung vào 4 chính sách lớn:

+ ***Chính sách thông tin, nghiên cứu, tìm hiểu điều tra***

Thực thi chính sách này cần huy động toàn bộ phương tiện vật chất cần thiết để thực hiện việc quan sát, phân tích và tổng hợp các lĩnh vực cơ bản có liên quan đến thị trường của ngân hàng. Từ các thông tin có được ngân hàng sẽ đưa ra các chính sách kinh doanh nói chung và chính sách huy động vốn nói riêng phù hợp với nhu cầu của khách hàng và nhu cầu sử dụng vốn của thị trường.

+ ***Chính sách sản phẩm giá cả***

Các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng bao gồm các dịch vụ cơ bản của nghề ngân hàng là nghiệp vụ huy động vốn, nghiệp vụ sử dụng vốn, nghiệp vụ thanh toán và các nghiệp vụ khác mang tính chất hỗ trợ như dịch vụ tư vấn khách hàng, nghiệp vụ thông tin theo nhu cầu, dịch vụ kết... Còn có những nghiệp vụ khác không mang lại lợi nhuận trực tiếp cho ngân hàng song có tác dụng kích thích sự chú ý, thu hút khách hàng và làm tăng giá trị cung ứng sự thỏa mãn của khách hàng đối với các dịch vụ cơ bản. Đặc biệt với sự đa dạng hóa các sản phẩm của nghiệp vụ huy động vốn sẽ tạo điều kiện cho ngân hàng mở rộng khả năng huy động vốn. Hiển nhiên, một ngân hàng có các dịch vụ tốt, đa dạng sẽ có nhiều lợi thế hơn so với các ngân hàng khác mà các sản phẩm dịch vụ không tốt. Một ngân hàng mà có dịch vụ thanh toán hoạt động tốt, đa dạng sẽ thu hút được nhiều tiền gửi thanh toán hơn các ngân hàng khác.

Trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ, giá cả được biểu hiện chủ yếu dưới dạng lãi suất của các khoản tiền gửi, tiền vay, chi phí nghiệp vụ ngân hàng. Yếu tố giá có vai trò quan trọng đối với kết quả huy động vốn, sử dụng vốn và cung ứng dịch vụ khác của ngân hàng. Chính sách giá cả cạnh tranh là một chiến lược quan trọng của ngân hàng. Việc duy trì các chi phí hợp lý, cạnh tranh huy động, đặc biệt cần thiết khi lãi suất thị trường đang ở mức tương đối cao. Các ngân hàng cạnh tranh giành vốn không chỉ với nhau mà còn với các tổ chức tiết kiệm và người phát hành các công cụ khác nhau trên thị trường vốn. Đặc biệt trong giai đoạn khan hiếm tiền tệ, dù cho những khác biệt tương đối nhỏ về lãi suất cũng sẽ thúc đẩy người gửi tiết

kiệm và nhà đầu tư chuyển vốn từ một công cụ mà họ đang nắm giữ sang một công cụ khác hoặc chuyển tiền đầu tư, tiết kiệm từ một tổ chức này sang một tổ chức khác để có lợi nhuận cao hơn.

+ **Chính sách phân phối**

Chính sách phân phối là tập hợp toàn bộ những phương tiện vật chất đưa ra sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng đến với khách hàng. Việc đa dạng hóa các kênh phân phối, mở rộng các quầy giao dịch (số lượng các quầy giao dịch, địa điểm mở quầy, các sản phẩm, dịch vụ cung ứng tại quầy, trang thiết bị được sắp xếp tại quầy, trình độ đội ngũ cán bộ nhân viên...) có ảnh hưởng rất lớn đến công tác huy động vốn của ngân hàng. Một ngân hàng có càng nhiều kênh phân phối, nhiều quầy giao dịch thì cơ hội tiếp xúc với khách hàng càng nhiều, từ đó khả năng huy động vốn sẽ tăng lên. Tuy nhiên, việc mở rộng các kênh phân phối, mở thêm nhiều quầy giao dịch cần phải tính đến yếu tố chi phí để mở rộng sao cho phù hợp với hiệu quả thu được từ nó.

+ **Chính sách giao tiếp, quảng bá**

Mục tiêu của chính sách này là làm thế nào để quảng bá thương hiệu của ngân hàng ra đông đảo quần chúng nhân dân, giúp cho họ hiểu rõ về ngân hàng và các dịch vụ ngân hàng. Bởi vì sự giao tiếp của nhân viên với khách hàng tạo ra hình ảnh của ngân hàng, tạo ra sự tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng. Giao tiếp tốt sẽ bảo vệ lợi ích của ngân hàng. Ngoài ra, hoạt động quảng cáo bao gồm các biện pháp tuyên truyền các thông tin về sản phẩm cũng như dịch vụ tiện ích của ngân hàng cũng là công cụ hữu hiệu để nâng cao vị thế của ngân hàng, thu hút thêm khách hàng cho ngân hàng, tạo lòng tin của khách hàng đối với ngân hàng.

- **Trình độ quản lý và đội ngũ cán bộ Ngân hàng**

Chìa khoá thành công của một ngân hàng ngoài các nhân tố khác không thể không kể đến nhân tố con người. Một ngân hàng xây dựng được một đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao, đoàn kết, thân thiện, năng động, có bộ máy tổ chức khoa học hợp lý, đáp ứng được yêu cầu phát triển kinh doanh sẽ có lợi thế trong huy động vốn. Bởi lẽ, ngân hàng với trang thiết bị cơ sở hạ tầng hiện đại, các nhân viên nhiệt tình, lịch sự và có chuyên môn nghiệp vụ cao tạo ấn tượng tốt đối với khách hàng, điều này sẽ thu hút được khách hàng đến giao dịch.

Trong chương I đã đề cập tới hệ thống lí luận liên quan tới hoạt động của ngân hàng nói chung cũng như hoạt động huy động vốn nói riêng, nghiên cứu về các vấn đề như: Tổng quan về NHTM, hoạt động huy động vốn của NHTM, các hình thức huy động vốn và vai trò của nguồn vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh ngân hàng, các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động huy động vốn của NHTM

Những nội dung này giúp chúng ta có một cơ sở lí luận rõ ràng để phân tích thực trạng công tác huy động vốn của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng trong giai đoạn hiện nay, để từ đó đưa ra được các giải pháp phù hợp nhằm tăng cường công tác huy động vốn một cách có hiệu quả.

**CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN
TẠI NHTM CỔ PHẦN BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT- CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

2.1. Khái quát về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng

2.1.1. Sơ lược quá trình hình thành và phát triển của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt (LienVietPostBank) tiền thân là Ngân hàng Liên Việt (LienVietBank) được thành lập theo Giấy phép thành lập và hoạt động số 91/GP-NHNN ngày 28/03/2008 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Với việc Tổng Công ty Bưu chính Việt Nam góp vốn vào LienVietBank bằng giá trị Công ty Dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện (VPSC) và bằng tiền mặt. Ngân hàng Liên Việt đã được Thủ tướng Chính phủ và Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cho phép đổi tên thành Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt. Cùng với việc đổi tên này, Tổng Công ty Bưu chính Việt Nam chính thức trở thành cổ đông lớn nhất của LienVietPostBank.

Cổ đông sáng lập của LienVietPostBank là Công ty Cổ phần Him Lam, Tổng Công ty Thương mại Sài Gòn (SATRA) và Công ty dịch vụ Hàng không sân bay Tân Sơn Nhất (SASCO). Hiện nay, với số vốn điều lệ 6010 tỷ đồng, LienVietPostBank hiện là 1 trong 10 Ngân hàng Thương mại Cổ phần lớn nhất tại Việt Nam.

Các cổ đông và đối tác chiến lược của LienVietPostBank là các tổ chức Tài chính – Ngân hàng lớn đang hoạt động tại Việt Nam và nước ngoài như Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank), Ngân hàng Wells Fargo (Mỹ), Ngân hàng Credit Suisse (Thụy Sĩ), Công ty Oracle Financial Services Software Limited...

LienVietPostBank định hướng xây dựng thương hiệu mạnh trên cơ sở phát huy nội lực, hoạt động minh bạch, gắn xã hội trong kinh doanh.

Ngày 29/09/2010 chi nhánh ngân hàng Liên Việt đầu tiên được khai trương tại Hải Phòng. Đây là chi nhánh vùng miền thứ 3 của LienViet Bank và điểm giao dịch thứ 30 trên toàn quốc.

LienVietPost Bank Hải Phòng được cung cấp các dịch vụ tài chính ngân hàng hiện đại cho các khách hàng doanh nghiệp và cá nhân, đa dạng hóa các sản phẩm.

Sau hơn hai năm đi vào hoạt động chi nhánh ngày càng lớn mạnh và khẳng định vị thế của mình trong hệ thống các ngân hàng trên địa bàn thành phố. Ngày càng mở rộng liên minh, liên kết với các ngân hàng trong và ngoài nước nhờ đó chi nhánh đã dần có được thế chủ động cần thiết trong kinh doanh, góp phần nâng cao năng lực tài chính trong giai đoạn cạnh tranh và phát triển.

2.1.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

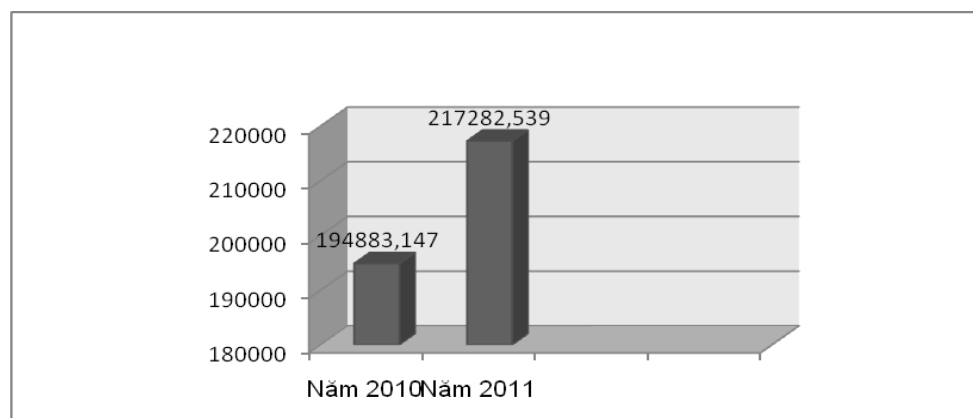
Để giải quyết những khó khăn còn vướng mắc và tiếp tục phát huy những điều kiện thuận lợi, NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng với nỗ lực và quyết tâm cao đã đạt được kết quả cụ thể như sau:

2.1.2.1. Về công tác huy động vốn

NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng với tư cách là một NHTM hoạt động tương đối độc lập, tự chủ trong hạch toán kinh doanh, huy động vốn được coi là vấn đề chiến lược hàng đầu với mục tiêu mở rộng thị phần tín dụng và hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Biểu đồ 1: Nguồn vốn huy động

Đơn vị tính: Triệu VND



(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – chi nhánh Hải Phòng)

Qua biểu đồ 1 ta thấy, với chất lượng dịch vụ hiệu quả và hoạt động tài chính lành mạnh, uy tín ngày càng tăng nên lượng vốn huy động của chi nhánh ngày càng mở rộng. Đến hết năm 2011 tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng đạt 217.282,539 triệu đồng tăng so với năm 2010 là 11,49%, đạt được kết quả như vậy là một sự cố gắng lớn của tập thể cán bộ ngân hàng. Bởi tình hình kinh tế của cả nước năm 2011 có khá nhiều khó khăn và thách thức: Lạm phát tăng trở lại, kinh tế vĩ mô còn nhiều bất ổn, lãi suất tăng cao, doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong

sản xuất, kinh doanh do tín dụng thu hẹp, tỷ giá có những thời điểm biến động phức tạp gây khó khăn cho ngân hàng trong công tác huy động vốn.

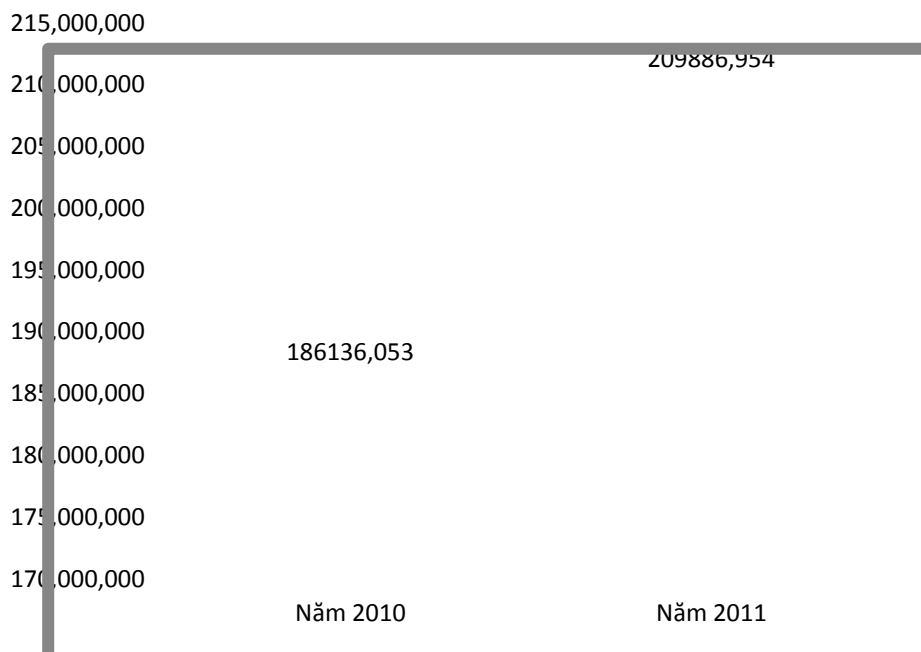
Nhìn chung lượng vốn huy động đạt tốc độ tăng trưởng ổn định, đáp ứng kịp thời nhu cầu về tín dụng và đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng chủ động hoạch định, tính toán các chính sách trong sử dụng vốn.

2.1.2.2. Công tác tín dụng của Ngân hàng

Đây là hoạt động mang lại nguồn thu nhập đáng kể cho ngân hàng, được ngân hàng chú trọng đầu tư về cả thị trường sản phẩm và chất lượng kinh doanh. Do đó, dù tốc độ tăng trưởng dư nợ không cao nhưng nhờ chất lượng tín dụng tốt, quy trình tín dụng chặt chẽ nên tỉ lệ nợ quá hạn luôn ở mức thấp, đảm bảo tỷ suất lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh.

Biểu đồ 2: Tổng dư nợ

Đơn vị tính: Triệu VND



(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – chi nhánh Hải Phòng)

Qua biểu đồ 2 ta có thể thấy: Tổng dư nợ của ngân hàng đến hết năm 2011 đạt 209.886,954 triệu đồng, tăng 12,76% so với năm 2010. Cơ cấu và loại hình cho vay của ngân hàng ngày càng đa dạng và phong phú. Bên cạnh các sản phẩm truyền thống, ngân hàng còn phát triển các sản phẩm mới như cho vay mua nhà đất, cho vay mua xe ô tô với khách hàng cá nhân và doanh nghiệp, cho vay hạn mức tín dụng ngắn hạn, cho vay ứng trước tiền bán chứng khoán, cho vay cầm cố chứng khoán...thu hút được sự quan tâm của khách hàng, góp phần nâng cao doanh thu cho ngân hàng trong thời gian qua.

Đứng trước tình hình kinh tế có nhiều biến động, nhu cầu vay vốn cao của các doanh nghiệp, Ngân hàng chú trọng mở rộng cho vay đối với các khách hàng đáp ứng được yêu cầu cho vay, có đảm bảo tài sản chắc chắn, không cho vay theo số lượng mà tiến hành sàng lọc kỹ khách hàng nhằm giảm thiểu rủi ro trong hoạt động tín dụng của ngân hàng.

Bảng 1: Bảng phân tích tình hình sử dụng vốn của Ngân hàng năm 2010-2011

Đơn vị tính: Triệu VNĐ

Chi tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Tăng/giảm(%)
Doanh số cho vay	283.486,229	341.458,189	20,46
Doanh số thu nợ	97.350,176	131.571,235	35,15
Tổng dư nợ	186.136,053	209.886,954	12,76

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – chi nhánh Hải Phòng)

Qua bảng 1 ta thấy, doanh số cho vay của ngân hàng năm 2011 tăng 20,46% so với năm 2010. Trong đó, chiếm tỷ trọng lớn nhất vẫn là các khoản nợ ngắn hạn và khoản nợ của các doanh nghiệp ngoài quốc doanh. Năm 2011, cho vay ngắn hạn đạt 279.021,192 triệu đồng, chiếm 81,71% tổng doanh số cho vay. Các khoản nợ trung, dài hạn giảm 7,8% doanh số cho vay so với năm 2010. Cho vay các doanh nghiệp ngoài quốc doanh năm 2011 chiếm tỷ trọng 87,53%, tăng 23,64% so với năm 2010.

2.1.2.3. Các hoạt động khác

- Công tác huy động vốn ngoại tệ, mua bán ngoại tệ, thanh toán quốc tế đã có sự tăng trưởng cao. Số dư tiền gửi tiết kiệm bằng ngoại tệ của chi nhánh năm 2011 tăng 36.134,43 triệu đồng so với năm 2010. Bên cạnh đó hoạt động chi trả kiều hối cũng tăng so với năm 2010 với doanh số đạt 7.882 triệu đồng.

- Dịch vụ bảo lãnh cũng được ngân hàng thực hiện rất thành công. Tính đến năm 2012 ngân hàng đã phát hành được một lượng lớn thư bảo lãnh đóng góp vào doanh thu của ngân hàng 3.500,723 triệu đồng tăng 4,4% so với năm 2010.

- Doanh số thanh toán L/C cũng đạt 4.002,976 triệu đồng tăng so với năm 2010.

2.1.2.4. Kết quả hoạt động kinh doanh

- Thu nhập của ngân hàng

Thu nhập của ngân hàng luôn là một khoản mục được quan tâm, đó là kết quả cuối cùng phản ánh chất lượng kinh doanh của ngân hàng. Thu nhập của Ngân

hàng bao gồm: Thu từ lãi, thu nhập từ hoạt động dịch vụ, hoạt động kinh doanh ngoại hối và thu khác.

Bảng 2: Cơ cấu tổng thu

Đơn vị tính: Triệu VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Tăng/giảm (%)
	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)	
I.Thu từ lãi	105.264,12	83,72	118.235,991	83,64	12,32
II.Thu ngoài lãi	20.471,984	16,28	23.120,136	16,36	12,93
1.Lãi từ kinh doanh ngoại hối	3.387,318	2,7	5.196,416	3,67	53,4
2.Thu từ các khoản phí và dịch vụ	5.647,94	4,49	7.014,134	4,96	24,18
3.Thu khác	11.436,726	9,09	10.909,586	7,7	-4,6
Tổng thu	125.736,104		141.356,127		12,42

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – chi nhánh Hải Phòng)

Qua bảng 2 ta thấy, thu từ lãi có quy mô, cơ cấu lớn nhất và ổn định ở mức trên 80% qua các năm (Năm 2010 là 125.736,104 triệu đồng, năm 2011 là 141.356,127 triệu đồng tăng 12,42% so với năm 2010). Thu từ lãi tăng trong năm 2011 là do trong năm ngân hàng thực hiện cơ chế cho vay theo thỏa thuận, ngân hàng có điều kiện mở rộng dư nợ tín dụng, đồng thời mở rộng các hình thức kiểm soát hoạt động tín dụng chặt chẽ giảm thiểu rủi ro tín dụng, trích lập dự phòng giữ ở mức cao hơn so với năm trước cũng là một biện pháp nhằm giảm thiểu rủi ro xong mặt trái của hoạt động này sẽ làm ảnh hưởng tới một phần thu nhập của ngân hàng.

Thu ngoài lãi tăng so với năm trước 12,93% (năm 2010 thu ngoài lãi chiếm tỷ trọng khoảng 16,28%, tới năm 2011 tăng lên chiếm tỷ trọng 16,36% tổng nguồn thu của ngân hàng). Trong các khoản mục thu ngoài lãi thì thu từ kinh doanh ngoại hối, thu từ các khoản phí và dịch vụ có xu hướng tăng trưởng ổn định hơn cả. Năm 2011 thu từ kinh doanh ngoại hối tăng 1.809,098 triệu đồng tương ứng với tỷ trọng 53,4%. Nguyên nhân là bởi trong năm qua tình hình biến động của giá cả thị trường, lạm phát tăng cao, người dân có xu hướng tích lũy vàng và mua ngoại tệ(

chủ yếu là USD) nhằm tránh tình trạng mất giá của Việt Nam Đồng điều này làm cho các khoản thu từ lãi của ngân hàng tăng lên, đồng thời ngân hàng nằm trên địa bàn thành phố có hoạt động giao thương xuất nhập khẩu mạnh nên đã biết chú trọng tập trung vào công tác đào tạo cán bộ nhân viên giàu kinh nghiệm đáp ứng được nhu cầu trong hoạt động ngoại hối.

Các khoản thu từ các phí và dịch vụ tăng 24,18% so với năm 2010. Cho thấy chất lượng hoạt động dịch vụ của ngân hàng đã cải thiện ngày càng nâng cao, đáp ứng và thu hút được khách hàng tới giao dịch.

Nhìn vào các khoản thu qua hai năm thì tỷ trọng các khoản thu tuy có sự biến động nhưng vẫn có thể coi là ổn định(trung bình thu từ lãi chiếm tỷ trọng 83,68%, thu ngoài lãi chiếm tỷ trọng 16,32%). Điều này cho thấy cơ cấu tổng thu của ngân hàng đang dần đi vào ổn định sau 2 năm hoạt động tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng thực hiện các chiến lược kinh doanh của mình.

Chi phí

Chi phí ngân hàng cũng là một khoản mục quan trọng ảnh hưởng rất nhiều tới thu nhập của ngân hàng. Trong hoạt động của mình ngân hàng cần giảm tối thiểu chi phí. Song thực tế chi phí của ngân hàng lại đang tăng lên:

Các khoản mục của chi phí bao gồm: Chi phí huy động vốn(chi trả lãi), chi phí ngoài lãi.

Qua bảng 3 ta thấy, tương ứng với sự tăng trưởng của tổng thu, tổng chi phí của ngân hàng có tăng qua các năm (tổng chi phí năm 2011 tăng 34.889,111 triệu đồng tương ứng với tỷ trọng 66,12%). Trong các khoản mục chi phí thì chi trả lãi có quy mô, cơ cấu lớn nhất chiếm trên 50%.

Chi phí tăng một phần là bởi lượng vốn huy động tăng vừa là bởi dự trữ bắt buộc của đồng ngoại tệ được điều chỉnh tăng lên. Khi tỷ lệ dự trữ bắt buộc ngoại tệ tăng cao hơn, nghĩa là chi phí cho các ngân hàng thương mại bị đẩy lên, khiến lãi suất huy động ngoại tệ phải giảm xuống, đồng thời lãi suất cho vay bằng ngoại tệ phải tăng hơn, nhằm bù đắp chi phí cho dự trữ bắt buộc).

Chi phí ngoài lãi có tỷ trọng trung bình 39,12% tổng chi phí. Trong các khoản mục chi phí ngoài lãi thì chi phí khác về huy động vốn và dịch vụ, chi nộp thuế và chi phí dự phòng rủi ro, các lệ phí khác luôn chiếm tỷ trọng khá cao bởi trong tình hình kinh tế hiện tại ngân hàng tiến hành trích lập dự phòng cao.

Bảng 3 : Bảng chi phí hoạt động của ngân hàng*Đơn vị tính: Triệu VNĐ*

Chi tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Tăng/giảm (%)
	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)	
I. Chi phí trả lãi	29.084,907	55,13	55.671,161	63,52	91,41
II. Chi phí ngoài lãi	23.676,531	44,87	31.979,388	36,48	35,06
1. Chi khác về hoạt động huy động vốn, dịch vụ	2.737,284	5,2	8.430,147	9,62	20,79
2. Chi nộp thuế và chi phí dự phòng rủi ro, các lệ phí khác	16.945,680	32,11	19.267,46	21,98	13,7
3. Các chi phí hoạt động khác	3.993,567	7,5	4.281,781	4,88	7,22
Tổng chi	52.761,438		87.650,549		66,12

*(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – chi nhánh Hải Phòng)***- Lợi nhuận**

Nhờ phát triển đồng bộ, có chất lượng về vốn huy động, hoạt động tín dụng và dịch vụ ngân hàng,... ngân hàng đã đạt được kết quả kinh doanh trong giai đoạn 2010-2011 như sau:

Bảng 4 : Kết quả kinh doanh của Chi nhánh giai đoạn 2010-2011*Đơn vị tính: Triệu VNĐ*

Chi tiêu	Năm 2010	Năm 2011
1. Tổng thu nhập	125.736,104	141.356,127
2. Tổng chi phí	52.761,438	87.650,549
3. Lợi nhuận trước thuế	72.974,666	53.705,578
4. Thuế TNDN	17.243,67	13.426,395
5. Lợi nhuận sau thuế	54.730,996	40.279,183

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – chi nhánh Hải Phòng)

Qua bảng 4 ta thấy, lợi nhuận sau thuế của ngân hàng có xu hướng giảm. Mức lợi nhuận năm 2010 đạt 54.730,996 triệu đồng, năm 2011 đạt 40.279,183 triệu đồng. Thu nhập tăng không đủ bù đắp lại khoản chi phí ngày càng tăng khiến cho LNST của ngân hàng giảm xuống.

2.2. Thực trạng công tác huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

2.2.1. Hình thức huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

Huy động vốn là một trong những nhiệm vụ tạo vốn hàng đầu của Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng thông qua các nghiệp vụ chủ yếu như: huy động tiền gửi, nghiệp vụ ngoại bảng của ngân hàng và các nghiệp vụ trung gian khác. Thời gian đầu khi mới đi vào hoạt động, ngân hàng bước đầu còn nhiều bỡ ngỡ, hiệu quả kinh doanh nhiều mặt bị hạn chế, kể cả mảng huy động vốn. Nhưng cùng với sự nỗ lực của bản thân ngân hàng, sự ủng hộ từ nhiều phía, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi hơn, ngân hàng đã quen dần, đạt được những thành quả nhất định trong kinh doanh. Chỉ xét riêng về mảng huy động vốn của ngân hàng, cả quy mô và chất lượng đều được phát triển. Các hình thức huy động vốn của ngân hàng ngày càng đa dạng, đáp ứng được nhu cầu đổi mới trong chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong thời gian tới.

Nắm bắt được tình hình nhu cầu vốn cho đầu tư phát triển của nền kinh tế, ngân hàng luôn tìm cho mình những hướng đi, những giải pháp phù hợp với sự phát triển kinh tế của thành phố, đẩy mạnh công tác huy động vốn và từng bước đã đạt được những kết quả nhất định, phản ánh qua tình hình tăng trưởng nguồn vốn huy động và cơ cấu nguồn vốn huy động. Các hình thức huy động vốn chủ yếu được áp dụng trong thời gian qua tại Ngân hàng gồm:

- + Nhận tiền gửi có kỳ hạn, không kỳ hạn, tiền gửi ký quỹ, tiền gửi cho mục đích đặc biệt.
- + Tiền gửi của các tổ chức kinh tế.
- + Vay của các tổ chức kinh tế, tổ chức tín dụng.
- + Phát hành kỳ phiếu, trái phiếu.

2.2.2. Tổ chức huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

Nguồn vốn huy động tại chỗ chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu nguồn vốn, có vai trò rất quan trọng trong việc duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân

hàng. Nguồn này đảm bảo cho ngân hàng chủ động trong hoạt động, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của toàn xã hội thông qua việc tập trung các khoản tiền tạm thời nhàn rỗi của các tổ chức, hộ gia đình, cá nhân vào ngân hàng để đầu tư vào nền kinh tế, giảm thời gian, chi phí bảo quản và tạo thu nhập cho người gửi tiền. Trong thời gian qua, ngân hàng đẩy mạnh huy động nguồn vốn tại chỗ thông qua việc mở rộng mạng lưới huy động vốn trên địa bàn thành phố và các khu vực lân cận nhằm khai thác tối đa nguồn vốn nhàn rỗi. Tạo mạng lưới kinh doanh ở các khu vực thương mại-dịch vụ và khu vực đông dân cư là một phương tiện hữu hiệu tăng khả năng huy động cũng như thực hiện các dịch vụ ngân hàng của chi nhánh. Để thực hiện được, trong thời gian tới ngân hàng có kế hoạch mở thêm số phòng giao dịch và quỹ tiết kiệm trên địa bàn thành phố và các khu vực ngoại thành nhằm huy động tối đa nguồn vốn trong dân cư.

2.2.3. Quy mô, cơ cấu vốn huy động của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

Trong thời gian qua Ngân hàng phát huy được thế mạnh của mình trong công tác huy động vốn do đã tận dụng được khả năng, vị thế của mình và đưa ra được những chiến lược khả thi trong dài hạn. Mặt khác, chính sách lãi suất rất nhạy bén, phương thức trả lãi linh hoạt như: trả trước, trả sau, trả lãi định kì, trả lãi bậc thang. . . nên ngân hàng có thể huy động vốn khi cần thiết rất đầy đủ và kịp thời.

Không những thế, công tác tiếp thị được đẩy mạnh, Ngân hàng tiếp cận nhiều doanh nghiệp, có chính sách khuyến khích đối với khách hàng nên không những đã giữ được khách hàng truyền thống mà ngân hàng còn mở rộng tìm kiếm khách hàng có tiềm năng về vốn để nhận tiền vay, tiền gửi. Để đạt được những kết quả như trên, ngân hàng đã triển khai nhiều biện pháp nghiệp vụ trong kinh doanh như: Tăng cường đào tạo cho đội ngũ cán bộ những kiến thức mới về tin học, thị trường, nghiệp vụ ngân hàng, tiếp cận trực tiếp tới khách hàng có nhu cầu gửi tiền nắm bắt nguyện vọng nhằm thỏa mãn một cách tốt nhất nhu cầu của khách hàng... Để thấy được điều này, ta xét biến động nguồn vốn của ngân hàng trong thời gian qua:

Qua bảng 5 ta thấy, năm 2011 tổng nguồn vốn huy động là 217.282,539 triệu đồng tăng 11,49% so với năm 2010. Về quy mô thì nguồn tiền gửi của các TCKT-XH chiếm tỷ trọng lớn nhất nhưng tốc độ tăng trưởng không ổn định năm 2011 tiền gửi của các TCKT-XH chiếm tỷ trọng 65,29%, giảm so với 78,33% của năm 2010. Nguồn tiền gửi của các tổ chức KT-XH có xu hướng giảm về cả quy mô và

cơ cấu (năm 2011 giảm 7,05 % so với năm 2010). Có điều này xảy ra cũng là hợp lý bởi hiện nay nhìn chung các tổ chức kinh tế cũng như doanh nghiệp đang lâm vào tình trạng khó khăn, thiếu vốn là chủ yếu bởi vậy dẫn tới tình trạng nguồn vốn này có xu hướng năm sau giảm so với năm trước.

Bảng 5 : Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tại ngân hàng

Đơn vị tính: Triệu VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Tăng/giảm (%)
	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)	
1. Tiền gửi của các TCKT-XH	152.654,461	78,33	141.882,697	65,29	-7,05
2. Tiền gửi của dân cư	42.228,686	21,67	48.289,464	22,23	14,35
3. Phát hành GTCG	-		27.110,378	12,48	12,48
Tổng	194.883,147		217.282,539		11,49

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt-chi nhánh Hải phòng)

Nguồn tiền gửi của dân cư có xu hướng tăng lên về quy mô và cơ cấu. Năm 2011 tiền gửi của dân cư là 48.289,464 triệu đồng chiếm tỷ trọng 22,23% nguồn vốn huy động, tăng 14,35% so với năm 2010.

Năm 2011, Ngân hàng tiến hành phát hành giấy tờ có giá, nhằm huy động nguồn vốn trung, dài hạn giúp ngân hàng chủ động hơn trong hoạt động đầu tư và cho vay. Lượng giấy tờ có giá phát hành chiếm 12,48% tổng nguồn vốn huy động.

Nhìn chung, công tác huy động nguồn vốn năm 2011 có rất nhiều khó khăn. Do giá cả biến động liên tục, tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu làm ảnh hưởng đến tâm lý của người gửi tiền, mặt khác thực hiện chủ trương chỉ đạo của chính phủ thắt chặt chính sách tiền tệ nhằm kiềm chế lạm phát làm cho lượng tiền trong lưu thông giảm, người có tiền gửi có xu hướng chuyển sang tích lũy.

2.2.3.1. Phân tích hoạt động huy động vốn theo loại tiền của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

- Huy động vốn nội tệ của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

Cũng giống như các NHTM khác, hình thức huy động vốn bằng nội tệ chiếm tỷ trọng lớn hơn rất nhiều so với huy động vốn ngoại tệ. Việc huy động vốn bằng

nội tệ của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng được thể hiện qua bảng 6:

Bảng 6: Huy động vốn nội tệ của Ngân hàng năm 2010-2011

Đơn vị tính: Triệu VND

Chi tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Tăng/giảm (%)
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	
1. Tiền gửi của dân cư	81.628,316	61,45	102.632,749	64,28	25,73
2. Tiền gửi của các TCKT-XH	51.214,856	38,55	57.014,465	35,72	11,32
Tổng	132.843,172		159.647,214		20,17

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt-chi nhánh Hải phòng)

Theo số liệu từ bảng 6 thì nguồn vốn từ nội tệ của ngân hàng liên tục tăng qua các năm, diễn biến của nguồn vốn huy động này cụ thể như sau:

+ Huy động vốn từ tiền gửi của các TCKT-XH

Nguồn tiền này có quy mô, cơ cấu lớn nhất trong tổng nguồn vốn nội tệ huy động, tỷ trọng trung bình dao động trên 37% tổng vốn nội tệ huy động. Tuy vậy, tiền gửi của các tổ chức kinh tế năm 2011 so với năm 2010 có xu hướng giảm về cơ cấu, năm 2010 chiếm 38,55%, năm 2011 chiếm 35,72% giảm 2,83%. Giảm về quy mô, nhưng tốc độ tăng trưởng năm 2011 so với năm 2010 vẫn tăng 11,32%.

Thực trạng này cho thấy, lượng vốn lớn với chi phí hợp lí từ các công ty, doanh nghiệp gửi tại ngân hàng đang có chiều hướng giảm đi. Nguyên nhân là vì tiền gửi nội tệ của các TCKT-XH tại ngân hàng là từ các doanh nghiệp trong và ngoài quốc doanh, với chủ yếu là các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, tiền gửi này thường là tiền gửi giao dịch hoặc có kì hạn ngắn, hưởng lãi suất thấp vì các doanh nghiệp có tốc độ quay vòng vốn khá nhanh. Hơn nữa, trong năm qua tình hình kinh tế khó khăn ảnh hưởng không ít tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Nguồn vốn từ các TCKT-XH giảm sẽ không có lợi đối với ngân hàng vì nếu ngân hàng huy động được nhiều để cho vay và đầu tư thì không những kéo dài được chênh lệch lãi suất hai đầu mà còn giảm được chi phí vốn bình quân, tăng lợi nhuận.

+ Huy động vốn từ tiền gửi của dân cư

Đây là nguồn tiền có cơ cấu và quy mô ổn định qua 2 năm. Năm 2011 đạt 102.632,749 triệu đồng, chiếm 64,28% tổng nguồn vốn nội tệ huy động, tăng 25,73% so với năm 2010.

Nhược điểm của loại tiền gửi này là có lãi suất huy động bình quân cao, kỳ hạn tiền gửi danh nghĩa của người dân thường ngắn (phổ biến kì hạn nhỏ hơn 12 tháng) nhưng kỳ hạn thực tế trung bình lại dài, tính ổn định cao, là nguồn chính để ngân hàng cho vay trung và dài hạn và tăng hệ số sử dụng vốn. Điều này làm tăng khả năng sử dụng vốn, khả năng dịch chuyển kì hạn dư nợ, kết quả kinh doanh và sức cạnh tranh của ngân hàng.

- Huy động vốn ngoại tệ của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

Trên đây là nguồn vốn được huy động bằng nội tệ VNĐ. Trong vốn huy động của ngân hàng thì ngoài đồng VNĐ, ngân hàng còn huy động vốn ngoại tệ (chủ yếu là đồng USD). So với nguồn vốn nội tệ thì nguồn ngoại tệ chiếm tỷ trọng nhỏ hơn nhiều. Thực trạng huy động ngoại tệ của ngân hàng được thể hiện qua bảng 7 như sau:

Bảng 7: Huy động vốn ngoại tệ

Đơn vị tính: Triệu VNĐ

Chi tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Tăng/giảm (%)
	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)	
1. Tiền gửi của các TCKT-XH	49.318,594	79,5	42.692,372	74,07	-13,43
2. Tiền gửi của dân cư	12.721,381	20,5	14.942,978	25,93	17,46
Tổng	62.039,975		57.635,325		7,09

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt năm 2010 -2011.)

+ Tiền gửi bằng ngoại tệ của các tổ chức kinh tế- xã hội

Cũng giống như tiền gửi bằng nội tệ thì tiền gửi bằng ngoại tệ của các TCKT-XH cũng chiếm tỷ trọng lớn nhất trên 70% lượng tiền gửi bằng ngoại tệ. Nhưng đang có xu hướng giảm xuống năm 2011 đạt 42.692,372 triệu đồng tương đương 74,07%, giảm 5,43% trong tỷ trọng lượng tiền gửi bằng ngoại tệ.

+ Tiền gửi bằng ngoại tệ của dân cư

Lượng tiền gửi của dân cư năm 2010 là 12.721,381 triệu đồng chiếm tỷ trọng 20,5%, tới năm 2011 tăng lên 2.221,597 triệu đồng tương đương với 17,46%. Tiền

gửi ngoại tệ của dân cư tăng lên là do tâm lí lo sợ của người dân trước tình hình lạm phát làm cho đồng tiền nội tệ mất giá, chuyển sang mua và gửi vào ngân hàng các loại ngoại tệ, đặc biệt là USD đồng tiền được xem là mạnh và ổn định nhất. Như vậy, cơ cấu huy động vốn qua loại tiền của ngân hàng là tương đối phù hợp. Ngân hàng có thể chủ động phần nào trong việc cho vay đối với từng loại tiền, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

2.2.3.2. Phân tích huy động vốn theo kỳ hạn và đối tượng

Đối với phân tích huy động vốn theo loại tiền cho ta thấy biến động của nguồn nội tệ cũng như ngoại tệ để ngân hàng đề ra các chiến lược thúc đẩy huy động nội tệ hoặc ngoại tệ tùy theo tình hình biến động của thị trường cũng như chính sách tiền tệ của NHNN thì phân tích huy động vốn theo kì hạn và đối tượng cho ngân hàng thấy được nguồn nào, đối tượng nào ngân hàng có thể huy động có hiệu quả nhất.

Bảng 8: Huy động vốn theo kì hạn và đối tượng

Đơn vị tính: Triệu VND

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Tăng/giảm (%)
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	
1. Tiền gửi không kì hạn	72.495,419	37,2	71.392,418	32,86	-1,52
TCKT-XH	59.572,196		56.173,960		
Dân cư	12.923,223		15.218,458		
2. Tiền gửi kì hạn dưới 12 tháng	103.731,065	53,23	102.590,145	47,22	-1,1
TCKT-XH	16.938,004		14.485,42		
Dân cư	86.793,101		88.104,725		
3. Tiền gửi kì hạn trên 12 tháng	18.656,663	9,57	16.299,976	7,45	-12,63
TCKT-XH	3.631,246		1.807,963		
Dân cư	15.025,417		14.492,013		
4. Phát hành GTCG			27.110,378	12,47	
Tổng	194.883,147		217.282,539		11,49

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – chi nhánh Hải Phòng)

- Tiền gửi không kì hạn

Tiền gửi này được huy động chủ yếu từ các TCKT-XH, các doanh nghiệp, dân cư huy động nhỏ, có tỷ trọng trung bình 35,03% có xu hướng giảm dần và có phần hơi chững lại về cuối năm. Điều này là một vấn đề cần quan tâm bởi số lượng

khách hàng gửi vào tài khoản tiền gửi giao dịch lớn sẽ là lợi thế của ngân hàng, những người gửi tiền hiện tại sẽ có thể trở thành những người vay vốn tiềm năng vì tính không khớp nhau giữa chu kì sản xuất kinh doanh và nhu cầu vốn cho đầu tư, dự trữ vật tư, mở rộng sản xuất. Đồng thời, ngân hàng có được cơ sở về tình hình tài chính của ngân hàng thông qua số dư tiền gửi thường xuyên trên tài khoản của khách hàng tạo điều kiện tốt để ngân hàng nâng cao được chất lượng tín dụng. Với mục tiêu mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt giảm bớt lượng tiền trong lưu thông kiềm chế lạm phát, mở rộng thanh toán bù trừ nên chất lượng thanh toán ngày được nâng cao, rút ngắn thời gian chu chuyển vốn của khách hàng.

- Tiền gửi có kì hạn dưới 12 tháng

Khác với tiền gửi không có kì hạn thì loại tiền gửi này chủ yếu được huy động từ dân cư. Loại tiền gửi này có tỷ trọng và xu hướng giảm. Lượng tiền gửi có kì hạn của các TCKT-XH có xu hướng giảm bởi một số doanh nghiệp đang gặp khó khăn về vấn đề vốn. Dân cư lại có xu hướng tích lũy nhiều hơn tiêu dùng do đó lượng tiền gửi có kì hạn ngắn đang tỏ ra được ưa chuộng. Về tỷ trọng năm 2011 lượng tiền huy động giảm 6,01% so với năm 2010 và nhìn chung về tổng thể thì năm 2011 huy động từ loại tiền gửi có kì hạn dưới 12 tháng đã giảm 1,1% so với năm 2010. Đây là loại tiền nhạy cảm nhất đối với lãi suất, khách hàng gửi vào chủ yếu với mục đích hưởng lãi tiền gửi do đó sự thay đổi, chênh lệch lãi suất giữa các ngân hàng ảnh hưởng rất nhiều tới lượng tiền gửi này. Tuy kì hạn ngắn nhưng lại là loại tiền gửi quan trọng với ngân hàng, cần được chú trọng. Để nâng cao lượng tiền gửi này, ngân hàng tập trung vào thực hiện đa dạng hóa kì hạn gửi tiền và các hình thức trả lãi phong phú tạo điều kiện thuận tiện nhất cho khách hàng.

- Tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng

Tại ngân hàng đây là loại tiền gửi có quy mô cũng như cơ cấu nhỏ nhất và đang có xu hướng giảm về cơ cấu (Năm 2010 chiếm 9,57%, năm 2011 chiếm 7,45%). Loại tiền gửi này chủ yếu được huy động từ dân cư. Tuy ngân hàng đã có cố gắng trong việc nâng cao các hình thức huy động nhưng lượng tiền gửi này vẫn còn rất khiêm tốn.

- Tiền vay

Huy động vốn thông qua phát hành giấy tờ có giá là hình thức huy động linh hoạt giải quyết nhu cầu vốn tức thời. Năm 2011 chi nhánh NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Hải Phòng tiến hành phát hành đợt giấy tờ có giá đầu tiên nhằm đáp ứng nhu cầu vốn trung và dài hạn. Vốn huy động từ kỳ phiếu và trái phiếu đạt

27.110,378 triệu đồng, tuy nhiên đây vẫn là nguồn huy động nhỏ nhất chiếm tỷ trọng 12,47% tổng nguồn vốn huy động năm 2011 của ngân hàng. Đợt phát hành này đã mang lại cho chi nhánh một lượng vốn đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn trong thời gian tới.

Nhìn chung vốn huy động của chi nhánh tăng trong hai năm qua, nhưng chủ yếu là do đợt phát hành giấy tờ có giá, tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng đang có xu hướng giảm nhẹ, nguồn dài hạn còn rất nhỏ bé. Gây khó khăn cho ngân hàng trong việc hoạch định nguồn vốn gây ra ứ đọng vốn nếu cho vay không hết nhưng nếu cho vay quá nhiều chi nhánh sẽ bị động trong việc thanh toán. Vốn dài hạn chiếm tỷ trọng nhỏ khiến cho ngân hàng khó có khả năng chuyển dịch cơ cấu dư nợ theo thời hạn.

Qua phân tích trên ta rút ra một số kết luận sau:

- Nguồn huy động không kỳ hạn chiếm tỷ trọng tương đối trong tổng nguồn vốn huy động nhưng lại chiều hướng giảm nhất là đối với đối tượng khách hàng là các TCKT-XH.

- Nguồn huy động có kỳ hạn chưa ổn định:

+ Lượng tiền gửi của các tổ chức tín dụng có quy mô không cao và lại đang có xu hướng giảm. Thời gian qua, do tình hình kinh tế khó khăn khiến cho lượng các TCKT-XH và các công ty gửi tiền tại chi nhánh đang giảm xuống cả về số lượng khách hàng thì cũng như số dư tiền gửi tại chi nhánh.

+ Nguồn tiền gửi của dân cư có mức tăng trưởng và tương đối ổn định (đây là nguồn chủ yếu ngân hàng thực hiện nghiệp vụ cho vay và đầu tư).

+ Nguồn tiền đi vay từ việc phát hành giấy tờ có giá cũng đáp ứng được phần nào yêu cầu sử dụng của chi nhánh.

2.2.4. Đánh giá hoạt động huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng

Hoạt động huy động vốn của ngân hàng cũng giống như các ngân hàng khác luôn chịu sự tác động của môi trường kinh doanh, chính sách pháp luật của nhà nước và các yếu tố khác có liên quan tới bản thân ngân hàng. Từ thực trạng huy động vốn của ngân hàng, tác giả rút ra được một số nhận xét như sau:

2.2.4.1. Kết quả đạt được

Trong những năm qua ngân hàng đã chủ động xác định rõ chiến lược, phương châm hoạt động kinh doanh trong từng thời kì. Trên cơ sở nghiên cứu, phân tích kỹ những khó khăn và thuận lợi, những thời cơ thách thức của hoàn cảnh

cụ thể cũng như dự đoán những vấn đề mới nảy sinh. Vì vậy trong hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng đều đạt được những thành tựu đáng kể. Sau đây là một số thành tựu ngân hàng đạt được trong công tác huy động vốn:

- Về quy mô huy động vốn từ bên ngoài: Với mục tiêu và chiến lược kinh doanh nhằm không ngừng mở rộng quy mô, nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh, ngân hàng đặt ra phương châm tập trung khai thác nguồn nhân rỗi của các thành phần kinh tế một cách có hiệu quả.

Trong các năm trở lại đây vốn huy động từ bên ngoài của ngân hàng tăng dần qua các năm tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng thực hiện các nghiệp vụ đầu tư và cho vay của mình. Hơn nữa, với tỷ trọng nguồn tiền gửi lớn hơn rất nhiều so với nguồn tiền vay đã phần nào giúp ngân hàng giảm chi phí, tăng lợi nhuận.

Trong tiền gửi thì tiền gửi không kì hạn luôn chiếm tỷ trọng đáng kể một mặt tạo điều kiện tăng số dư, giảm chi phí đầu vào (tiền gửi không kì hạn có mức lãi suất thấp nhất, hầu như không đáng kể) mặt khác giúp ngân hàng mở rộng các dịch vụ liên quan tới huy động vốn như phát hành thẻ,... Tiền gửi của tầng lớp dân cư chiếm tỷ trọng cao và ổn định tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng tiến hành các hoạt động kinh doanh của mình.

- Về cơ cấu nguồn vốn huy động: Cũng như các NHTM Cổ phần khác nguồn huy động chủ yếu của ngân hàng là nguồn vốn ngắn hạn.

- Ngân hàng đã đa dạng hóa các phương thức huy động vốn kết hợp với sử dụng linh hoạt công cụ lãi suất để thu hút nguồn tiền gửi từ các tầng lớp dân cư, doanh nghiệp đáp ứng tốt nhu cầu vốn cho nền kinh tế tạo sự ổn định cho nguồn vốn kinh doanh.

- Cơ sở vật chất, công nghệ ngân hàng phục vụ hoạt động nghiệp vụ huy động vốn đã và đang được đổi mới nâng cấp.

- Thường xuyên theo dõi, nắm bắt tình hình biến động của lãi suất nhằm đưa ra những dự báo về biến động nguồn vốn trên thị trường sao cho phù hợp

- Trình độ cán bộ ngày càng được nâng cao, có khả năng xử lý tốt mọi tình huống nảy sinh trong công tác huy động vốn.

- Tiếp tục phát triển mối quan hệ chặt chẽ với các khách hàng truyền thống, những đơn vị có nguồn vốn lớn thông qua thực hiện công tác thanh toán sao cho thuận lợi, nhanh chóng. Đồng thời mở rộng quan hệ khách hàng mới nhằm huy động vốn từ các tổ chức.

- Tích cực khai thác, huy động vốn tại chỗ, đồng thời chi nhánh đã tranh thủ được sự hỗ trợ kịp thời, có hiệu quả của nguồn vốn trong nội bộ Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt, đáp ứng thỏa mãn nhu cầu về vốn của khách hàng.

2.2.4.2. Tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại

- Những tồn tại

Trong quá trình thực hiện chính sách huy động vốn của mình, ngân hàng cũng đã gặp phải những trở ngại chủ quan cũng như khách quan như:

+Tiền gửi từ các tổ chức kinh tế giảm so với năm trước đã làm tăng lãi suất đầu vào đáng kể của chi nhánh, vì vậy cần phải tiếp tục quan tâm hơn nữa đến doanh nghiệp có tiền gửi lớn, tạo điều kiện ưu đãi để họ tiếp tục tin tưởng và giữ vững quan hệ lâu dài với ngân hàng.

+ Công tác huy động vốn chưa thực sự gắn liền, đáp ứng được nhu cầu sử dụng vốn. Huy động vốn của ngân hàng bị mất cân đối về kỳ hạn. Trong khi nguồn vốn ngắn hạn tạm thời đáp ứng mục tiêu kế hoạch của ngân hàng thì nguồn vốn trung và dài hạn vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu kinh doanh trung, dài hạn của ngân hàng. Việc chuyển hóa nguồn để đầu tư cho vay trung, dài hạn còn hạn chế vì để làm điều này ngân hàng sẽ phải đối mặt với rủi ro lãi suất và rủi ro thanh khoản. Tốc độ tăng trưởng của vốn huy động tại chỗ hiện thời còn thấp hơn nhu cầu sử dụng vốn. Do vậy ngân hàng vẫn phải nhận một lượng vốn điều hòa hàng năm. Tạo ra sự phụ thuộc của chi nhánh đối với hội sở chính ngày càng tăng.

+ Chính sách khách hàng, công tác tuyên truyền quảng cáo chưa thực sự được đầu tư đúng mức do đó tạo ra nhiều hạn chế cho công tác huy động vốn cũng như các hoạt động nghiệp vụ khác trong ngân hàng.

+ Kênh huy động vốn thông qua phát hành giấy tờ có giá như kỳ phiếu, trái phiếu chưa thực sự thu hút được khách hàng, phát huy hiệu quả của nó trong việc huy động nguồn vốn trung và dài hạn cho ngân hàng. Bên cạnh đó hình thức huy động vốn trung và dài hạn chưa thực sự đa dạng, tạo sự thu hút khách hàng.

+ Cơ chế lãi suất chưa thực sự tạo được sự hấp dẫn với khách hàng, trong đó các hình thức dịch vụ cũng chưa được phát triển nhiều.

- Nguyên nhân của những tồn tại:

Sở dĩ còn tồn tại trong công tác huy động vốn tại NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng là do một số nguyên nhân cơ bản sau:

+ Trong thời gian qua nền kinh tế toàn cầu nói chung và nền kinh tế Việt Nam nói riêng đang lâm vào khủng hoảng, các ngân hàng cũng không tránh khỏi

lao đao trong việc huy động vốn. Mặt khác, nền kinh tế trong giai đoạn này chứa đựng những yếu tố biến động khó dự đoán về lạm phát, tỷ giá, lãi suất, phá sản,... Vì vậy, việc gửi các khoản tiền tiết kiệm có kì hạn ngắn thường được khách hàng lựa chọn để họ dễ dàng chuyển đổi mục đích sử dụng vốn sang mua vàng, ngoại tệ, ... hơn là gửi tiết kiệm.

+ Tâm lí ưa dùng tiền mặt của dân chúng cũng ảnh hưởng rất nhiều tới công tác huy động vốn của chi nhánh.

+ Trong huy động vốn VNĐ có nhiều kênh huy động với lãi suất hấp dẫn lại đảm bảo tính thanh khoản cao như trái phiếu chính phủ, kì phiếu của công ty dầu khí,... nên công tác huy động vốn của NHTM nói chung và NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Hải Phòng nói riêng gặp nhiều khó khăn, đặc biệt trong huy động vốn trung và dài hạn.

+ Các quy định chung liên quan tới hoạt động của ngân hàng cũng ảnh hưởng tới công tác huy động vốn. Như việc NHNN quy định trần lãi suất tạo khó khăn cho ngân hàng trong việc cạnh tranh thu hút nguồn vốn.

+ Ngân hàng chưa có chiến lược huy động vốn thực rõ ràng, phù hợp. Bộ phận marketing của ngân hàng phần nhiều chú trọng tới khách hàng vay vốn và khách hàng sử dụng các dịch vụ về tài chính, chưa quan tâm đúng mức tới đối tượng khách hàng gửi tiền, nhất là khách hàng cá nhân. Các sản phẩm huy động vốn của ngân hàng chưa thật sự đa dạng, tính tiện ích chưa cao dù ngân hàng đã có những bước cải tiến, chú ý nhất định.

+ Địa bàn thành phố có cảng biển thuận lợi phát triển giao thương vận tải đường thủy, tạo điều kiện cho ngân hàng trong việc mở rộng các hoạt động của mình song cùng với đó ngân hàng phải chấp nhận sự cạnh tranh gay gắt từ nhiều ngân hàng, chi nhánh, phòng giao dịch trên địa bàn thành phố.

+ Những tồn tại trong hoạt động tín dụng: Mặc dù dư nợ cho vay nền kinh tế có tốc độ tăng trưởng 20,46% song nhìn về cơ cấu cho vay trung và dài hạn còn thấp nên tổng mức dư nợ tại chi nhánh thường có biến động lớn do tỷ trọng vốn vay ngắn hạn cao. Quá trình xử lí tài sản đảm bảo còn chậm. Hạn chế trong hoạt động tín dụng phần nào ảnh hưởng đến năng lực cũng như uy tín của ngân hàng từ đó góp phần cản trở hoạt động huy động vốn của ngân hàng.

+ Về cơ sở vật chất hạ tầng, trang thiết bị phục vụ cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng mặc dù trong những năm qua đã có sự đầu tư đáng kể song vẫn có những hạn chế nhất định. Trong thời gian tới ngân hàng vẫn tiến hành dần từng

bước thực hiện chương trình hiện đại hóa Ngân hàng trên mọi phương diện như: Đổi mới cơ sở vật chất, mạng lưới trang thiết bị, nâng cao chất lượng các dịch vụ phục vụ cho hoạt động kinh doanh của Ngân hàng,...

+ Trong thời gian qua tuy chi nhánh có quan tâm bồi dưỡng đội ngũ cán bộ công nhân viên ngân hàng , tuy nhiên đội ngũ này còn non trẻ, thiếu kinh nghiệm, trình độ chuyên môn còn hạn chế.

Từ thực trạng nguồn vốn và công tác huy động vốn của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng vấn đề đặt ra cần phải có các giải pháp nhằm tăng cường công tác huy động vốn đáp ứng yêu cầu không ngừng mở rộng, nâng cao kết quả kinh doanh của ngân hàng.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHTM CỔ PHẦN BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT- CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.

3.1. Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tại NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng

Với nền kinh tế nước ta chịu ảnh hưởng của tình hình kinh tế trên thế giới, có nhiều biến động trong năm qua đã làm cho tốc độ tăng trưởng kinh tế chững lại, lạm phát tăng cao, trong khi hệ thống ngân hàng thương mại cổ phần chưa đủ mạnh, thời gian, kinh nghiệm hoạt động chưa nhiều, nguồn vốn hoạt động phần nhiều dựa vào vốn từ dân cư phải trả lãi cao là chủ yếu. Do đó thời gian này ngân hàng gặp nhiều khó khăn trong công tác huy động vốn. Trên cơ sở phân tích và rút kinh nghiệm từ kết quả hoạt động kinh doanh trong hai năm qua, nhất là năm 2011, chi nhánh đã đề ra phương hướng, mục tiêu và giải pháp thực hiện nhiệm vụ kinh doanh trong năm 2012 và những năm tới như sau:

-Không ngừng củng cố, nâng cao hiệu quả hoạt động của chi nhánh, thỏa mãn tốt nhất nhu cầu thị trường. Tiếp tục hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, nâng cao trình độ cán bộ, trình độ quản lí, tạo tiền đề cho việc mở rộng các sản phẩm dịch vụ tài chính có chất lượng cao, nâng dần sức cạnh tranh của ngân hàng trong hoạt động dịch vụ. Cụ thể hóa và hoàn thiện các quy trình, quy chế điều hành hoạt động của chi nhánh với phương châm tạo sự gắn kết chặt chẽ giữa các bộ phận, phòng ban nhằm gắn mối quan hệ trách nhiệm- hiệu quả trong hoạt động kinh doanh với lợi ích người lao động.

-Tiếp tục từng bước mở rộng thị trường với phương châm phát triển ổn định, vững chắc nhằm tăng thêm thị phần trong kinh doanh, đảm bảo chất lượng tín dụng lành mạnh, nâng cao năng lực tài chính, thích ứng nhanh nhạy trong quá trình hội nhập.

- Mở rộng các hình thức huy động vốn, ngân hàng có thể đưa ra các hình thức huy động tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi có kì hạn phong phú, chủ động khai thác những nguồn mới có tính ổn định cao.

- Nâng cao chất lượng, dịch vụ thanh toán, cải tiến, hiện đại hóa trong hệ thống thanh toán theo hướng giảm sự ràng buộc vào các giấy tờ, tăng an toàn trong hoạt động thanh toán góp phần củng cố lòng tin của khách hàng

- Điều chỉnh cơ cấu huy động vốn theo thời gian phù hợp với việc sử dụng, đảm bảo vốn trung và dài hạn, đáp ứng đủ nhu cầu tăng trưởng tài sản có thời hạn dài, ngăn ngừa các rủi ro có thể gặp phải thông qua các giải pháp như: tăng tính ổn định của nguồn vốn, thực hiện bảo hiểm tiền gửi, kiểm soát khe hở lãi suất.

- Tiến hành phân đoạn thị trường theo những tiêu thức khác nhau (theo địa bàn, điều kiện kinh doanh vùng, tập quán tiêu dùng, mức độ cạnh tranh,...) từ đó xây dựng chiến lược sản phẩm, giá cả, phương thức huy động thích hợp cho từng phân đoạn thị trường.

3.2. Giải pháp tăng cường huy động vốn tại NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt - Chi nhánh Hải Phòng

3.2.1. Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn

Ngân hàng tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm huy động, nâng cao hơn nữa tiện ích thông qua chất lượng và tính đa dạng của sản phẩm. Về lâu dài ngân hàng phấn đấu đạt được mục tiêu: bất kì cá nhân tổ chức nào có nguồn tiền chưa sử dụng, đều có thể tìm kiếm ở ngân hàng một loại hình huy động nào đó phù hợp với mong muốn của họ. Riêng đối với hình thức huy động tiết kiệm kì hạn truyền thống, cần có những sửa đổi theo hướng linh hoạt tạo thuận lợi cho khách hàng.

3.2.2. Gắn liền huy động vốn với sử dụng vốn có hiệu quả

Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, giữa nguồn vốn và sử dụng vốn có mối liên hệ thường xuyên, chặt chẽ, hỗ trợ, chi phối lẫn nhau. Nguồn vốn là cơ sở, tiền đề để ngân hàng thực hiện đầu tư, cho vay. Chỉ khi ngân hàng tiến hành đầu tư, cho vay thì đồng vốn mới sinh lời. Do đó, sử dụng vốn là căn cứ quan trọng để ngân hàng quyết định khối lượng, cơ cấu nguồn vốn cần huy động. Quản lý và sử dụng vốn có hiệu quả chính là một cách tạo vốn và phát triển vốn một cách vững chắc nhất, vì khi đồng vốn đầu tư, cho vay phát huy hiệu quả làm cho kinh tế phát triển, thu nhập của người dân tăng lên và nhờ đó ngân hàng có thể thu hút nguồn vốn ngày càng lớn. Ngân hàng cần đặc biệt quan tâm và làm tốt công tác quản lý, sử dụng vốn với phương châm: Việc mở rộng tín dụng phải đi đôi với nâng cao chất lượng tín dụng, đảm bảo an toàn và tăng trưởng vốn. Để thực hiện được phương châm trên thì:

- Ngân hàng phải bám sát định hướng phát triển kinh doanh, các giải pháp điều hành của Tổng giám đốc Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt. Thường xuyên tiếp cận, bám sát các dự án lớn thuộc mục tiêu chiến lược của Chính phủ để có thể đưa ra các giải pháp hữu hiệu phục vụ công tác đầu tư có hiệu quả.

- Thường xuyên gặp gỡ, trao đổi với khách hàng lắng nghe ý kiến đề xuất, nắm bắt chính sách khách hàng của các tổ chức tín dụng khác trên địa bàn, từ đó rút ra kinh nghiệm cho hoạt động của mình cũng như chỉnh sửa kịp thời trên cơ sở kiến nghị của khách hàng trên quan điểm bình đẳng, hiệu quả và an toàn kinh doanh.

- Tiến hành phân loại khách hàng để đưa ra định hướng đầu tư cho từng nhóm khách hàng cụ thể.

- Đổi mới, nâng cao trang thiết bị hoạt động ngân hàng, hiện đại hoá hệ thống thông tin quản lý sao cho có khả năng cung cấp kịp thời, chính xác các tín hiệu của thị trường để từ đó đưa ra chiến lược sử dụng vốn phù hợp, đáp ứng mục tiêu kinh doanh.

- Thường xuyên tăng cường làm tốt công tác kiểm tra, kiểm soát, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn cán bộ tín dụng, giáo dục phẩm chất, đạo đức, phong cách cán bộ, đồng thời phải bố trí sử dụng cán bộ phù hợp với năng lực chuyên môn, sở thích từng người, quán triệt nguyên tắc an toàn trong kinh doanh.

Thực hiện tốt những giải pháp này sẽ nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân hàng, việc sử dụng vốn có hiệu quả thúc đẩy quan hệ giữa ngân hàng với khách hàng, tạo cho ngân hàng ngày càng có nhiều khách hàng đến giao dịch và gửi tiền với số lượng lớn. Từ đó, góp phần tăng cường quy mô và chất lượng.

3.2.3. Phát huy hiệu quả chiến lược Marketing Ngân hàng

Marketing là một hoạt động quan trọng trong công tác huy động vốn, bao gồm các hoạt động như: quảng cáo, khuyến khích, tuyên truyền thông tin. Đây là việc làm ngân hàng cần thực hiện để có thể đứng vững và phát triển trong cơ chế thị trường cạnh tranh gay gắt về lĩnh vực cung ứng các sản phẩm tài chính. Ngoài việc mở rộng phạm vi hoạt động cũng như cung cấp các thông tin về ngành ngân hàng; quảng cáo, khuyến khích trong huy động vốn, nhất là huy động tiết kiệm còn có ý nghĩa tuyên truyền ý thức tiết kiệm cho người dân, tạo cơ sở tập trung được các nguồn vốn nhàn rỗi trong dân chúng nhằm thực hiện các chương trình đầu tư, phát triển đất nước.

Ngân hàng cần ý thức rõ vai trò to lớn của công tác Marketing nói chung và hoạt động tuyên truyền, quảng cáo nói riêng nên đã không ngừng đẩy mạnh công tác này, nghiên cứu áp dụng vào thực tế những biện pháp quảng cáo, khuyến khích mới, phù hợp với tâm lý và sở thích người dân. Ngân hàng cần áp dụng một số hình thức sau:

- Ngân hàng thường xuyên cung cấp các thông tin về tình hình hoạt động tài chính, báo cáo tài chính kiểm toán... thông qua các phương tiện thông tin đại chúng để người dân biết cụ thể hơn về khả năng hoạt động và các dịch vụ của chi nhánh cũng như lợi ích mà nó sẽ đem lại cho khách hàng. Từ đó tạo ra cho khách hàng một cái nhìn tổng quát và chi tiết hơn về hoạt động của ngân hàng, tăng lòng tin để khách hàng gửi tiền nhiều hơn.

- Ngân hàng nên khuyến khích khách hàng tham gia vào các buổi nói chuyện, thuyết trình giới thiệu về hoạt động của ngân hàng, đặc biệt là các sản phẩm huy động vốn tại các cơ quan, xí nghiệp, trường học hay đưa lên các phương tiện thông tin đại chúng... Qua đó làm cho mọi người dân thấy được các ưu điểm của việc gửi tiền và sử dụng các dịch vụ của ngân hàng, đó là tính an toàn, tiện dụng, khả năng sinh lời.

- Bên cạnh đó ngân hàng cần chứng minh các tiện ích, ưu điểm của các dịch vụ của mình. Tại các địa bàn hoạt động mới, nơi người dân chưa quen với việc mở tài khoản tại ngân hàng, ngân hàng nên làm thí điểm việc mở tài khoản tiền gửi cá nhân ở một số cơ quan, xí nghiệp; Khuyến khích một số cơ quan mở tài khoản cá nhân cho cán bộ và trả lương qua các tài khoản này một cách miễn phí. Nếu ngân hàng thành công trong thí điểm thì chẳng những đã tạo được lòng tin trong dân chúng mà chính những người tham gia thí điểm này sẽ là những người quảng cáo tốt nhất cho ngân hàng.

- Cùng với việc tăng cường tuyên truyền, quảng cáo thì khuyến mãi là công cụ hỗ trợ đắc lực để hoạt động tuyên truyền, quảng cáo đạt hiệu quả cao nhất là trong khi NHNN đang áp dụng trần lãi suất. Để thu hút ngày càng nhiều vốn, ngân hàng nên áp dụng các hình thức khuyến mãi đa dạng, tạo sự thích thú nơi khách hàng, khách hàng không những được hưởng mức lãi suất mà còn được hưởng sự ưu đãi do khuyến mãi đem lại như: tham dự hình thức quay xổ số dự thưởng theo số số hoặc seri, sổ chứng từ có giá, áp dụng lãi suất ưu đãi hoặc khuyến khích vật chất đối với những khách hàng duy trì giao dịch thường xuyên với ngân hàng như tặng quà vào những dịp đặc biệt (Lễ, Tết, ngày sinh nhật...), tài trợ cho các phong trào văn nghệ, thể thao, làm công tác từ thiện... nhằm gây ảnh hưởng, nâng cao uy tín của ngân hàng sâu rộng trong mọi tầng lớp dân cư.

Như vậy, ngân hàng cần vận dụng một cách linh hoạt có sáng tạo các giải pháp trên đây, sẽ tăng khả năng huy động vốn, đồng thời tạo ra ưu thế cạnh tranh của ngân hàng về mọi mặt hoạt động.

3.2.4. Mở rộng mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch

Nền kinh tế càng phát triển, khối lượng công việc ngày càng tăng lên thì vấn đề đặt ra ở đây là làm thế nào để khách hàng có thể đến giao dịch với ngân hàng mà không mất nhiều thời gian. Với quỹ thời gian eo hẹp chưa chắc đã đủ cho khách hàng hoàn thành công việc của mình chứ chưa nói đến việc bỏ ra thời gian để tới với ngân hàng, thậm chí còn phải chờ đợi cán bộ ngân hàng rất lâu để hoàn tất một nghiệp vụ (khi đông khách).

Để khuyến khích người dân gửi tiền, giao dịch nhiều hơn, ngân hàng cần tiết kiệm và giảm bớt thời gian cho khách hàng thông qua việc bố trí mạng lưới một cách thích hợp, mở thêm các quỹ tiết kiệm lưu động đi thu tiền gửi tận nhà, hoặc cơ sở sản xuất, kinh doanh khi dân chúng yêu cầu đặc biệt là tại những nơi có dự án đầu tư triển khai trên địa bàn để vận động và nhận tiền gửi dân cư khi họ nhận tiền đền bù từ giải phóng mặt bằng. Đồng thời, nghiên cứu mở thêm các chi nhánh, quầy giao dịch tại các khu đông dân cư, các trung tâm thương mại lớn của thành phố. Chính điều này sẽ cho phép ngân hàng khai thác nguồn vốn với khối lượng lớn trong thời gian dài, mặc dù chi phí bỏ ra ban đầu là tương đối lớn. Nhưng sự thâm nhập của mạng lưới ngân hàng, bàn tiết kiệm lưu động vào cộng đồng dân cư sẽ góp phần quan trọng làm thay đổi tâm lý thích giữ và sử dụng tiền mặt của người dân.

3.2.5. Chủ động và linh hoạt trong cơ chế lãi suất cũng như đa dạng hóa các phương thức trả lãi và gốc

Lãi suất là công cụ mang tính nhạy cảm, tác động đến quy mô huy động vốn cũng như hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Muốn huy động nguồn vốn được nhiều cần phải có chính sách lãi suất hấp dẫn thu hút được lượng tiền nhàn rỗi trong dân cư cũng như của các TCKT – XH. Ngân hàng cần có mức lãi suất phân biệt phù hợp với các kì hạn huy động vốn. Hiện nay ngân hàng chủ yếu áp dụng hình thức trả lãi trước và trả lãi cuối kì lí do là để đơn giản cho công tác huy động vốn. Tuy nhiên, để huy động vốn đạt hiệu quả cao hơn, ngân hàng cần thực hiện các phương thức trả lãi và gốc đa dạng hơn nữa. Bên cạnh đó, đối với những khoản tiền rút trước thời hạn vẫn được áp dụng trả lãi theo mức không kì hạn. Cách làm này có lẽ sẽ tạo ra sự thiệt thòi cho người gửi, ngân hàng nên chăng chỉ trừ một phần trăm cố định trên số lãi rút ra tùy theo thời gian gửi, hoặc chấp nhận trả lãi đủ nếu có báo trước một thời gian nhất định. Với cách tính lãi trên chi nhánh phần nào đảm bảo được quyền lợi cho người gửi.

3.2.6. Hoàn thiện công nghệ ngân hàng

Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, sự thành bại phụ thuộc rất lớn vào công nghệ ngân hàng. Sức mạnh nằm trong tay những ngân hàng đặc quyền về thông tin, có hệ thống thanh toán hiện đại...Hiện nay, ngành ngân hàng đã sử dụng công nghệ tin học khá rộng rãi với nhiều loại máy hiện đại, có một đội ngũ cán bộ chuyên gia về máy tính đồng đảo, tạo cơ hội sử dụng tối ưu nguồn vốn và huy động ngày càng nhiều nguồn. Để bắt kịp với nhịp độ đó, Ngân hàng cần coi trọng củng cố và hoàn thiện phương tiện giải quyết mọi nhu cầu thanh toán; chuyển từ hình thức bán tự động sang tự động hoàn toàn một số khâu thanh toán chủ yếu. Nâng cao hiệu suất giao dịch, phục vụ nhanh và đúng khách hàng trong các khâu thanh toán bù trừ, vận hành thị trường liên ngân hàng bằng điện tử; tăng cường cung cấp dịch vụ thẻ điện tử (cung cấp dịch vụ ngân hàng tại nhà, lắp đặt máy rút tiền tự động tại các điểm giao dịch), thanh toán quốc tế qua mạng SWIFT, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng hiện có, chú trọng nghiên cứu phát triển sản phẩm, dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu được phục vụ ngày càng lớn, đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng. Sẽ làm cho công tác thanh toán không dùng tiền mặt của chi nhánh được thực hiện ngày càng tốt hơn, từ đó sẽ thu hút các thành phần kinh tế và các tầng lớp dân cư mở tài khoản, gửi tiền và sử dụng dịch vụ thanh toán của chi nhánh. Mặt khác, với việc làm tốt công tác thanh toán sẽ tạo thuận lợi rất lớn cho hoạt động tín dụng thông qua việc thu hút được nguồn vốn ngày càng nhiều để phục vụ đầu tư cho vay, phục vụ phát triển kinh tế.

Về quy trình nghiệp vụ, thủ tục, giấy tờ cần cải tiến cho ngày càng đơn giản, rút ngắn thời gian giao dịch cho khách hàng giúp cho việc thanh toán nhanh chóng, hiệu quả nhưng vẫn đảm bảo tính an toàn, đầy đủ, tiết kiệm thời gian cho cả khách hàng lẫn ngân hàng.

3.2.7. Đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ ngân hàng

Nhân tố con người có tầm quan trọng đặc biệt, quyết định đến sự thành công trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Đối với hoạt động huy động vốn, con người là yếu tố không thể thiếu, quyết định nguồn vốn huy động cả về quy mô, cơ cấu và chất lượng. Bởi nhân viên là người trực tiếp nhận tiền gửi, thanh toán cho khách hàng... nên đòi hỏi đội ngũ cán bộ phải có trình độ chuyên môn cao, có tinh thần trách nhiệm trong công việc, có phong cách làm việc văn minh, lịch sự, cách thức giải quyết công việc khoa học. Do vậy, để huy động vốn đạt hiệu quả cao thì ngân hàng cần chú trọng hơn nữa về cán bộ công nhân viên của mình thông qua

việc thường xuyên đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao trình độ, năng lực đội ngũ cán bộ công nhân viên nói chung và cán bộ làm công tác nguồn vốn nói riêng. Cụ thể:

- Cần đào tạo và đào tạo lại có hệ thống cán bộ công nhân viên theo tiêu chuẩn quy định. Nghĩa là, cán bộ làm công tác huy động vốn phải có kiến thức về mặt nghiệp vụ như: phải được đào tạo về tin học, về thanh toán không dùng tiền mặt... cán bộ công nhân viên phải được phổ cập các kiến thức cơ bản về vốn, lãi suất, ngoại tệ... để đáp ứng các yêu cầu của công việc ngày càng phức tạp. Từ đó có khả năng xử lý mọi tình huống công tác một cách thành thạo, giải đáp được mọi thắc mắc của người gửi tiền, hướng dẫn họ làm đúng thủ tục nhằm tạo niềm tin nơi khách hàng. Đây là yếu tố đánh vào tâm lý khách hàng, khi khách hàng cảm thấy thoải mái, hài lòng thì lần sau có tiền họ tiếp tục gửi vào và giới thiệu thêm nhiều khách hàng hơn nữa.

- Tuyển dụng, đào tạo và đào tạo lại, sắp xếp, tổ chức cán bộ công nhân viên sao cho phù hợp với trình độ, được bố trí sử dụng đúng chuyên môn với phong cách làm việc, phẩm chất đạo đức, kỷ luật lao động và có tâm huyết với nghề nhằm phát huy năng lực sở trường của từng cán bộ.

- Cần trang bị kiến thức Marketing cho đội ngũ cán bộ, thu thập và xử lý thông tin, đáp ứng kịp thời nhu cầu khách hàng. Đặc biệt là những cán bộ thường xuyên tiếp xúc trực tiếp với khách hàng thì việc trang bị kiến thức sao cho họ phải là những cán bộ Marketing tốt nhất, phải luôn biết tận dụng mọi cơ hội để quảng cáo, giới thiệu về ngân hàng

- Cần chú trọng đổi mới phong cách phục vụ khách hàng của nhân viên, có thái độ nhiệt tình, vui vẻ, lịch sự, tận tâm, biết lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng, có trình độ chuyên môn vững vàng và có phong cách phục vụ nhanh chóng, chính xác, tận tình, chu đáo... tạo ra sự đồng cảm và lòng tin của khách hàng đối với ngân hàng, thu hút được nhiều người đến gửi tiền và sử dụng các dịch vụ khác của ngân hàng, giúp ngân hàng nâng cao vị thế cạnh tranh và mở rộng thị phần.

- Cần đẩy mạnh công tác tự đào tạo trong nội bộ ngân hàng, trong nội bộ phòng để các thành viên bổ trợ thêm kiến thức chuyên môn và của những bộ phận công việc liên quan để hỗ trợ nhau, nâng cao hiệu quả trong công việc.

- Ngân hàng nên có chế độ quan tâm, khuyến khích thích đáng bằng lợi ích và vật chất đối với cán bộ thực sự có thành tích trong hoạt động của ngân hàng và trong công tác huy động vốn nói riêng.

3.2.8. Mở rộng việc sử dụng tài khoản cá nhân

Kinh tế phát triển, việc đa dạng hình thức huy động vốn là cần thiết, vừa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng trong giao dịch kinh tế vừa giúp Ngân hàng huy động được mọi nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội. Ngân hàng cần mở rộng quảng cáo từ đó giúp khách hàng hiểu được lợi ích từ việc sử dụng tài khoản cá nhân là phương thức thanh toán hiện đại, thuận tiện, tiết kiệm thời gian và đảm bảo được tính an toàn, bảo mật cho khách hàng. Bên cạnh đó, ngân hàng cần xây dựng và đảm bảo mạng lưới tổ chức ngân hàng đến mọi tụ điểm kinh tế, mọi khu dân cư,... thiết lập được hệ thống tin học nối mạng giữa các ngân hàng từ đó tạo môi trường thuận lợi khuyến khích khách hàng tham gia vào việc sử dụng tài khoản cá nhân.

3.3. Điều kiện thực hiện nhằm tăng cường công tác huy động vốn tại NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt- Chi nhánh Hải Phòng

3.3.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Giải pháp hoàn thiện công tác huy động vốn của ngân hàng chỉ có thể thực hiện tốt nếu điều kiện kinh tế - xã hội và môi trường pháp lý ổn định, khẳng định vai trò to lớn của Nhà nước và Chính phủ đối với hoạt động ngân hàng.

- Ổn định môi trường kinh tế vĩ mô

Môi trường kinh tế vĩ mô bao gồm nhiều yếu tố bao trùm tới 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, chính sách tỷ giá... Chúng có tác động to lớn đến hoạt động kinh doanh nói chung và công tác huy động vốn của ngân hàng nói riêng. Để ổn định môi trường kinh tế vĩ mô thì Nhà nước cần phối hợp với các cơ quan chức năng của mình đảm bảo điều tiết một nền kinh tế phát triển ổn định, tránh các đột biến làm giảm bất thường giá trị đồng tiền, đặc biệt là các khoản tiền gửi tại ngân hàng, dù là dưới hình thức nào. Thông qua việc kiểm soát tốc độ lạm phát, Nhà nước đã góp phần bảo đảm sức mua của đồng tiền không bị suy giảm, nghĩa là giá trị thực tế ổn định làm cho người dân tin tưởng vào đồng tiền, vì một người sẽ không ngần ngại gửi một món tiền vào ngân hàng khi họ tin tưởng rằng sau thời gian nhất định sẽ thu về khoản tiền có giá trị cao hơn so với giá trị gửi trước kia. Mặt khác, thông qua việc xác định tỷ giá hợp lý sẽ giảm thiểu hiện tượng đầu cơ ngoại tệ... thu hẹp phạm vi hoạt động của ngoại tệ, mở rộng phạm vi lưu hành VNĐ góp phần vào việc kiềm chế lạm phát một cách hiệu quả và chính xác, xây dựng lãi suất phù hợp và giữ vững ổn định tiền tệ.

- Tạo lập môi trường pháp lý ổn định

Hoạt động của NHTM vẫn nằm trong môi trường pháp lý do Nhà nước quy định, chịu sự điều chỉnh của hệ thống pháp luật về kinh doanh ngân hàng do đó đòi hỏi Nhà nước phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng của mình xây dựng được môi trường pháp lý ổn định, đồng bộ, bảo vệ người gửi tiền, nghĩa là các điều khoản của Luật, Bộ luật liên quan, cũng như các văn bản pháp quy ngang hoặc dưới luật hiện hành phải đảm bảo số tiền khách hàng gửi vào ngân hàng được bảo toàn và tăng trưởng. Việc ban hành hệ thống pháp lý đồng bộ, rõ ràng sẽ tạo niềm tin cho dân chúng, đồng thời với những quy định khuyến khích của Nhà nước sẽ tác động trực tiếp đến việc điều chỉnh quan hệ giữa người tiêu dùng và người tiết kiệm, chuyển một phần tiêu dùng sang đầu tư, chuyển dần cất trữ dưới dạng vàng, ngoại tệ, bất động sản sang đầu tư vào sản xuất, kinh doanh hay gửi tiền vào ngân hàng.

- ***Ổn định môi trường xã hội***

Đối với nước ta hiện nay, việc huy động vốn của các ngân hàng bị ảnh hưởng bởi yếu tố tâm lý của người dân, đặc biệt thói quen giữ tiền ở nhà, mua vàng tích trữ, dường như với họ như thế an toàn hơn, tiện dụng hơn vì khi nào cần tiền họ sẵn sàng bán đi nhanh chóng còn nếu gửi ngân hàng thì khi rút ra sẽ không tiện vì một số thủ tục, giấy tờ và không có lợi vì rút trước hạn. Chính vì vậy Nhà nước cần có biện pháp tích cực nhằm khuyến khích động viên người dân gửi tiền và chi tiêu qua tài khoản mở tại ngân hàng, nên có quyết định bắt buộc các cán bộ thuộc cơ quan Nhà nước phải mở tài khoản và sẽ được trả lương qua tài khoản đó... để có thể thu hút được một lượng lớn vốn nhàn rỗi trong dân cư vào ngân hàng. Bên cạnh đó, Nhà Nước cần có chính sách phát triển kinh tế đúng đắn, từ đó, nâng cao đời sống và thu nhập của người dân để họ có thể tăng tích lũy và sẽ gửi tiền vào ngân hàng ngày càng nhiều hơn.

3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

- Ngân hàng Nhà nước là cơ quan hoạch định chính sách tiền tệ quốc gia với mục tiêu ổn định giá trị đồng tiền, kiềm chế lạm phát, ổn định cán cân thanh toán và giảm thất nghiệp, góp phần thúc đẩy phát triển xã hội, nâng cao đời sống người dân. Do đó Ngân hàng Nhà nước cần thực thi chính sách tiền tệ đúng đắn, phù hợp với hoàn cảnh thực tế từng thời kỳ giúp người dân yên tâm gửi tiền vào ngân hàng. Khi nền kinh tế ổn định, giá trị đồng tiền không biến động lớn và có thể kiểm soát được, người dân có thu nhập ổn định hơn, họ sẽ gửi tiền vào ngân hàng với tâm lý thoải mái, khi đó ngân hàng có cơ hội thu hút nhiều nguồn vốn hơn đáp ứng nhu

cầu cho vay, đầu tư sinh lời. Mặt khác, Ngân hàng Nhà nước cần chú trọng và nâng cao quản lý ngoại hối một cách có hiệu quả vì nó tác động ảnh hưởng trực tiếp đến việc thực hiện chính sách kinh tế vĩ mô của Chính phủ và đời sống kinh tế xã hội của đất nước. Có quản lý ngoại hối hiệu quả thì mới ổn định tiền tệ, cải thiện cán cân thanh toán quốc tế, thu hút vốn đầu tư nước ngoài, hỗ trợ xuất khẩu, tăng trưởng kinh tế, kiềm chế lạm phát. Có như vậy, làm mới góp phần làm nền kinh tế phát triển, nâng cao mức sống của người dân và người dân sẽ có nhiều tiền gửi vào ngân hàng hay tạo cho mọi người tâm lý yên tâm khi gửi tiền vào ngân hàng.

- NHNN cần tăng cường hoạt động thanh kiểm tra, giám sát các NHTM để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của toàn ngành ngân hàng. Bên cạnh đó cần thường xuyên tổ chức, đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho các NHTM để họ có thể tham gia vào tất cả các lĩnh vực kinh doanh hiện tại cũng như triển khai áp dụng trong tương lai.

- Điều chỉnh linh hoạt tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với các ngân hàng thương mại, không để lãng phí khoản dự trữ bắt buộc đóng băng tại ngân hàng nhà nước. Tỷ lệ dự trữ bắt buộc là một trong những công cụ quan trọng điều hành chính sách tiền tệ. Tỷ lệ này cần được điều chỉnh thường xuyên, kịp thời phù hợp với tình hình phát triển đất nước trong từng thời kỳ.

Đối với NHTM dự trữ bắt buộc là một khoản vốn của ngân hàng thương mại phải trả chi phí nhưng không tham gia vào quá trình tạo lợi nhuận cho ngân hàng. Tỷ lệ dự trữ bắt buộc càng cao thì lượng vốn dự trữ của ngân hàng càng tăng lên do chi phí đầu vào tăng trong tổng số tiền mà ngân hàng được phép cho vay.

- Có chính sách lãi suất phù hợp, điều chỉnh trần lãi suất hợp lý trong từng thời kỳ.

+ Đưa ra trần lãi suất và biên độ dao động phù hợp cho từng giai đoạn phát triển kinh tế. Tùy thuộc tình hình thực tế của tăng trưởng kinh tế, của hoạt động ngân hàng để định ra lãi suất cơ bản hợp lý, phù hợp mối quan hệ cung cầu về vốn và đảm bảo cho các ngân hàng thương mại kinh doanh có lãi.

+ Theo dõi hường xuyên lãi suất trên thị trường vốn và tỷ lệ lạm phát trên thị trường hàng hóa để điều chỉnh kịp thời linh hoạt sao cho lãi suất danh nghĩa bằng lãi suất thực cộng tỷ lệ lạm phát và lãi suất huy động vốn danh nghĩa lớn hơn tỷ lệ lạm phát dự tính (đảm bảo lãi suất thực dương).

+ NHNN cần có biện pháp hạ thấp dần mức trần lãi suất để hòa nhập mặt bằng lãi suất trên thế giới. Từ đó có thể thu hút được ngày càng nhiều nguồn vốn nước

ngoài vào trong nước. Tuy nhiên trước mắt NHNN cần điều chỉnh xóa bỏ dần sự chênh lệch giữa lãi suất nội tệ và ngoại tệ để dân chúng không đổ hết nội tệ sang ngoại tệ dẫn tới sức ép về tỷ giá.

- Điều chỉnh tỷ giá hợp lý khi có biến động. Tỷ giá ổn định là mục tiêu chính sách tiền tệ của NHNN và là điều kiện quan trọng để huy động tối đa nguồn vốn trong và ngoài nước. Khi tỷ giá biến động vừa ảnh hưởng tới nguồn vốn huy động vừa ảnh hưởng tới công tác quản lý nguồn vốn của ngân hàng. Hiện nay tỷ giá USD/VND chưa phản ánh đúng sức mua của đồng nội tệ. VND được đánh giá cao hơn giá trị thực của nó gây khó khăn cho hoạt động xuất khẩu.

- NHNN cần có chính sách thúc đẩy Công ty Bảo hiểm tiền gửi phát huy vai trò của mình. Ra đời với mục tiêu bảo vệ quyền lợi của những người gửi tiền cũng như các NHTM trong trường hợp xảy ra rủi ro, công ty bảo hiểm tiền gửi ra đời tăng thêm niềm tin cho người gửi tiền, nhằm huy động tối đa lượng tiền nhàn rỗi trong nền kinh tế đặc biệt là tiền gửi của dân cư. Ở Việt Nam, ngày 19/08/2000 tổ chức bảo hiểm tiền gửi TP Hồ Chí Minh thành lập và được áp dụng cho toàn bộ hệ thống NHTM ở Việt Nam. Công ty bảo hiểm tiền gửi là tổ chức tài chính nhà nước hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận. NHNN cần có chính sách hỗ trợ cho công ty bảo hiểm như bắt buộc các NHTM gửi các báo cáo tài chính, báo cáo kết quả kinh doanh hàng năm của mình tới để công ty bảo hiểm có thể hiểu rõ hơn hoạt động của ngân hàng và có biện pháp cứu trợ kịp thời khi ngân hàng gặp khó khăn trong hoạt động kinh doanh. NHNN giám sát hoạt động đóng phí bảo hiểm của các ngân hàng và các tổ chức tín dụng khác có thực hiện nghiệp vụ nhận tiền gửi.

- Mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt bởi đối với khách hàng đây là một phương thức thanh toán đơn giản, an toàn, tiết kiệm, thuận tiện cho sự trao đổi. Một số hình thức thanh toán không dùng tiền mặt ngân hàng thường dùng là: Séc, thẻ thanh toán, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thư tín dụng,... Thanh toán không dùng tiền mặt tạo nguồn vốn cho hệ thống NHTM, khi các khách hàng chưa sử dụng tới số tiền trên tài khoản thanh toán sẽ tạo một lượng tiền nhàn rỗi mà ngân hàng có thể sử dụng vào việc cho vay mang lại thu nhập cho ngân hàng. Do đó, để tăng cường công tác huy động vốn của mình ngân hàng cần quan tâm hơn nữa tới việc cung cấp các tiện ích cho khách hàng đối với loại hình dịch vụ này.

3.3.3. Đối với NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng

- Có cơ chế lãi suất cạnh tranh linh hoạt, phí dịch vụ hợp lý: Lãi suất là yếu

tổ quan trọng giúp các ngân hàng hấp dẫn được khách hàng đến gửi tiền. Bởi vì hầu hết người có tiền tâm lý muốn đem gửi ngân hàng, trước hết họ sẽ so sánh lãi suất huy động mà các ngân hàng đưa ra xem nơi nào hơn, kể đến mới là vấn đề an toàn tiền gửi cho họ cũng như các dịch vụ tiện ích mà họ được hưởng. Nếu khách hàng đánh giá các ngân hàng có cung hệ số an toàn và các dịch vụ tiện ích như nhau, họ sẽ chọn ngân hàng nào trả cho họ lãi suất cao hơn. Điều này họ có thể dễ dàng tìm hiểu và nắm bắt khi các phương tiện thông tin đại chúng ngày càng trở nên thông dụng và phổ biến ở nước ta (điện thoại, báo chí, thông tin kinh tế trên truyền hình...).

- Ngân hàng phải thường xuyên theo dõi thống kê tình hình biến động lãi suất, phí dịch vụ trên cùng địa bàn hoạt động để có các quyết định điều chỉnh kịp thời cho phù hợp với mặt bằng lãi suất trên thị trường và đặc điểm riêng của ngân hàng. Ngân hàng cũng cần quan tâm đến lãi suất tín phiếu kho bạc bởi vì trên thực tế kho bạc thường phát hành tín phiếu trả lãi cao hơn lãi suất huy động của các ngân hàng thương mại do kho bạc có được thuận lợi là không bị khống chế lãi suất trần.

- Ngân hàng cần đa dạng các kì hạn gửi tiền với nhiều mức lãi suất khác nhau. Các nguồn tiền nhàn rỗi, tiền để dành của người dân rất đa dạng, nếu ngân hàng chỉ huy động với các kì hạn 3-6-9-12 tháng... thì với những khoảng thời gian nhàn rỗi của đồng tiền không khớp với những kì hạn huy động của ngân hàng sẽ không khuyến khích các khách hàng đến giao dịch với ngân hàng. Chẳng hạn như người có tiền nhàn rỗi trong 2 tháng nhưng ngân hàng chỉ huy động kì hạn tối thiểu là 3 tháng, vì thế khách hàng không gửi kì hạn được. Mặc dù khách hàng có thể chọn cách gửi không kì hạn nhưng vì lãi suất không kì hạn thấp hơn lãi suất kì hạn nên tạo ra sự bất lợi cho khách hàng.

Tuy nhiên, việc đa dạng hóa các kì hạn gửi tiền sẽ làm cho công việc giao dịch, quản lý, lưu trữ hồ sơ của ngân hàng trở nên phức tạp hơn nhưng không phải không thực hiện được. Trước đây đã có ngân hàng nhận tiền gửi cho tất cả các kì hạn từ 1 đến 12 tháng và hiện cũng có ngân hàng nhận tiền gửi của khách hàng với bất kì kì hạn nào trên 12 tháng. Đa dạng hóa các kì hạn tiền gửi với các mức lãi suất khác nhau theo nguyên tắc kì hạn càng dài thì lãi suất huy động càng cao.

- Đa dạng hóa các hình thức thanh toán. Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng với vì nhiều mục đích khác nhau, có người vì mục đích an toàn, có người chủ yếu để lấy lãi hàng tháng như các đối tượng là cán bộ hưu trí, sinh viên... có người dư

dã gửi tiền để đồng vốn ngày càng được sinh sôi, nảy nở. Vì thế họ chọn cách tính lãi cuối kì, lãi suất cao hơn rút lãi trước và rút lãi hàng tháng. Hiện nay đa số các ngân hàng đang áp dụng 2 hình thức trả lãi trước và trả lãi cuối kì theo các ngân hàng là để đơn giản cho công tác huy động vốn, ổn định được vốn hoạt động, trên cơ sở đó các ngân hàng dễ cân đối được kế hoạch huy động và sử dụng vốn. Tuy nhiên phải thấy rằng, mục tiêu của ngân hàng hiện nay là tranh thủ, thu hút và khai thác tối đa mọi nguồn vốn nhân rỗi trong xã hội, kể cả với số lượng nhỏ. Do đó trong thời gian tới, cần duy trì thường xuyên hình thức trả lãi hàng tháng như đã từng làm trước đây để thỏa mãn được nhiều mục đích của người gửi tiền và qua đó thu hút được ngày càng nhiều khách hàng đến với ngân hàng.

- Khuyến khích bằng lợi ích vật chất: Khi khách hàng gửi tiền, ngoài việc so sánh lãi suất huy động nơi nào cao hơn còn quan tâm đến những lợi ích vật chất mà họ nhận được. Nhất là trong tình hình NHNN đang áp dụng trần lãi suất thì lợi ích vật chất khách hàng nhận được còn là các hình thức khuyến mãi, dự thưởng.

- Định kì quảng cáo và niêm yết công khai đầy đủ lãi suất, thể lệ gửi tiền tiết kiệm. Việc quảng cáo sẽ có tác dụng gây chú ý cho khách hàng về hình ảnh của ngân hàng để họ có sự so sánh và chọn lựa. Mặt khác, không phải ai cũng nắm bắt được hết mọi thủ tục, thể lệ gửi tiền cũng như các chính sách khuyến khích, ưu đãi mà họ được hưởng. Nhất là với những khách hàng do trình độ học vấn chưa cao và với những khách hàng mới lần đầu đến gửi tiền tại ngân hàng. Bảng niêm yết đầy đủ, công khai các tiện ích, dễ hiểu sẽ tạo cho khách hàng tâm lý thoải mái để chịu và đơn giản trong thủ tục gửi tiền, hơn nữa sẽ giúp cho khách hàng tìm thấy được một cơ hội hấp dẫn để gửi tiền cho ngân hàng mà các ngân hàng khác không có được.

Trụ sở khang trang, tác phong giao tiếp lịch thiệp, tận tình hướng dẫn khách hàng cũng là nhân tố quyết định đến thành công trong kinh doanh của ngân hàng. Trong thời buổi cạnh tranh hiện nay, ngân hàng nào giải quyết tốt được mặt này sẽ có lợi thế trong việc thu hút khách hàng đến giao dịch với ngân hàng.

KẾT LUẬN

Tăng trưởng kinh tế luôn là quan tâm hàng đầu của các quốc gia và đi kèm với nó chính là nhu cầu về vốn. Một trong các kênh huy động vốn quan trọng nhất, hiệu quả nhất là thông qua hệ thống các NHTM. Đối với nước ta, vốn huy động của các ngân hàng thương mại là một nhân tố quan trọng trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nhất là trong hoàn cảnh nước ta có nền kinh tế kém phát triển và khoa học kỹ thuật còn lạc hậu so với thế giới thì nguồn vốn này lại càng đặc biệt quan trọng. Mục tiêu tăng trưởng kinh tế phải gắn liền với xây dựng một thị trường tài chính hoạt động có hiệu quả, trở thành công cụ phục vụ đắc lực cho công cuộc đổi mới kinh tế, thông qua chức năng là trung gian luân chuyển và huy động vốn cho đầu tư phát triển. Là nhân tố chính trong thị trường tài chính ngân hàng thương mại bằng mọi biện pháp phải đẩy mạnh huy động vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế phục vụ cho đầu tư phát triển, đặc biệt là nguồn vốn trung và dài hạn, bởi đây là nguồn vốn sử dụng cho đầu tư lâu dài và khả năng luân chuyển vốn lớn.

Với việc nghiên cứu đề tài tăng cường huy động vốn của ngân hàng thương mại và cụ thể là NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt- chi nhánh Hải Phòng, em đã nhận thức được vai trò to lớn của huy động nguồn vốn của ngân hàng thương mại đối với nền kinh tế. Chuyên đề đã nêu lên được các hình thức huy động vốn và những yếu tố ảnh hưởng tới công tác này. Từ lý thuyết, chuyên đề đi vào phân tích thực trạng huy động vốn của chi nhánh, những kết quả đạt được, cũng như những tồn tại. Từ đó đưa ra một số giải pháp và kiến nghị nhằm tăng cường công tác huy động vốn cho ngân hàng.

Trên đây là toàn bộ chuyên đề của em, do kiến thức cũng như trình độ thực tế còn hạn chế nên chuyên đề không tránh khỏi những thiếu sót em rất mong có được sự đóng góp ý kiến từ các thầy cô. Em xin chân thành cảm ơn cô Ths. Nguyễn Thị Thanh đã tận tình hướng dẫn em hoàn thành chuyên đề này./

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo hoạt động kinh doanh của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng.
2. Cân đối nguồn vốn kinh doanh của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng.
3. Các văn bản hướng dẫn nghiệp vụ của NHTM Cổ phần Bưu điện Liên Việt – Chi nhánh Hải Phòng.
4. Lý thuyết tiền tệ - Ngân hàng – NXB Thống kê 2008
5. Tạp chí Ngân hàng các năm 2010, 2011.
6. Tạp chí Tài chính các năm 2010, 2011
7. Giáo trình marketing ngân hàng - Học Viện tài chính - Nhà xuất bản thống kê năm 2009
8. Giáo trình kế toán ngân hàng - Học viện tài chính - Nhà xuất bản thống kê năm 2009
9. Giáo trình tín dụng ngân hàng - Học viện tài chính - Nhà xuất bản thống kê năm 2008