

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 : Đàm Thị Thu Hương
Giảng viên hướng dẫn : Ths. Cao Thị Thu

HẢI PHÒNG - 2012

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

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG
VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
CỔ PHẦN NAM VIỆT – CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

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

Sinh viên : Đàm Thị Thu Hương
Giảng viên hướng dẫn : Ths. Cao Thị Thu

HẢI PHÒNG – 2012

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Đàm Thị Thu Hương

Mã SV: 121219

Lớp: QT 1202 T

Ngành: Tài chính ngân hàng

Tên đề tài: Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng
Thương mại Cổ phần Nam 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
 - Xây dựng cơ sở lý luận về hoạt động huy động vốn tiền gửi và hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi tại các ngân hàng thương mại hiện nay.
 - Phân tích thực trạng hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.
 - Đề ra các giải pháp và kiến nghị hợp lý nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.
 - Số liệu thu thập tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.
 - Bảng báo cáo kết quả kinh doanh
 - Bảng cân đối kế toán
 - Báo cáo tài chính...

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.
 - Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: Cao Thị Thu

Học hàm, học vị: Thạc sỹ

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

Nội dung hướng dẫn: Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 27 tháng 08 năm 2012

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 02 tháng 12 năm 2012

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2012

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

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

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

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

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

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

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

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
Lời mở đầu.....	1
Chương 1	3
LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI VÀ HIỆU QUẢ	3
HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	3
1.1. Huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại.....	3
<i>1.1.1. Ngân hàng thương mại và các hoạt động chủ yếu:</i>	3
1.1.1.1. Khái niệm, vai trò của Ngân hàng thương mại	3
1.1.1.2. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng thương mại	6
<i>1.1.2. Nguồn vốn của ngân hàng thương mại</i>	8
1.1.2.1. Khái niệm và vai trò của nguồn vốn ngân hàng thương mại.....	8
1.1.2.2. Cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng thương mại	8
<i>1.1.3. Các hình thức huy động vốn của ngân hàng.....</i>	11
1.1.3.1. Huy động vốn theo loại tiền	12
1.1.3.2. Huy động vốn theo kỳ hạn	12
1.1.3.3. Huy động theo đối tượng huy động vốn:	13
1.2. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi của NHTM.....	13
<i>1.2.1 Khái niệm hiệu quả huy động vốn</i>	13
<i>1.2.2. Chỉ tiêu đánh giá hoạt động huy động vốn</i>	13
1.2.2.1. Chỉ tiêu định lượng.....	14
1.2.2.2. Chỉ tiêu định tính.....	14
<i>1.2.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả công tác huy động vốn:</i>	17
1.2.3.1. Nhân tố khách quan.....	17
1.2.3.2. Nhân tố chủ quan	20
1.3. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại ngân hàng thương mại	24
<i>1.3.1. Đối với ngân hàng thương mại</i>	24
<i>1.3.2. Đối với khách hàng:</i>	25
<i>1.3.3. Đối với nền kinh tế :.....</i>	26
<i>1.3.4. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi.</i>	26

CHƯƠNG 2:	29
THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG TMCP NAM VIỆT – CHI NHÁNH HẢI PHÒNG	29
2.1. Tổng quan về ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng	29
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển	29
2.1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển ngân hàng TMCP Nam Việt.....	29
2.1.1.2. Quá trình hình thành và phát triển ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng.	29
2.1.2. Cơ cấu tổ chức và chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận tại ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng	30
2.1.4. Hoạt động tại Ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng	32
2.1.4.1. Công tác huy động vốn	33
2.1.4.2. Hoạt động sử dụng vốn.	34
2.1.5. Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2009 - 2011	39
2.2. Thực trạng công tác huy động vốn tiền gửi tại ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng	41
2.2.1. Về quy mô, sự tăng trưởng vốn huy động	41
2.2.2. Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Navibank Hải Phòng	43
2.2.2.1. Huy động vốn theo thời gian.....	43
2.2.2.2. Huy động vốn theo loại tiền.....	45
2.2.2.3. Huy động theo đối tượng	47
2.2.3. Mối quan hệ giữa huy động vốn và cho vay	49
2.2.3.1. Chi phí và lãi suất huy động vốn	49
2.3. Đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại ngân hàng TMCP Nam Việt - chi nhánh Hải Phòng	55
2.3.1. Những kết quả đạt được	55
2.3.1.1. Khối lượng vốn huy động tăng trưởng ổn định và hiệu quả	55
2.3.1.2. Ngân hàng đã hiện đại hoá giao dịch ngân hàng:.....	56
2.3.1.3. Đội ngũ cán bộ nhân viên ngày một lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng	56
2.3.2. Hạn chế	56

2.3.3. Nguyên nhân	58
2.3.3.1. Nguyên nhân chủ quan.....	58
2.3.3.2. Nguyên nhân khách quan.....	59
Chương 3	62
GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN.....	62
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NAM VIỆT.....	62
CHI NHÁNH HẢI PHÒNG	62
3.1. Định hướng nâng cao hiệu quả huy động vốn tại ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng.	62
<i>3.1.1. Định hướng chung của Navibank Hải Phòng</i>	<i>62</i>
3.1.1.1. Cơ hội.....	62
3.1.1.2. Thách thức.....	63
<i>3.1.2. Định hướng nâng cao hiệu quả huy động vốn</i>	<i>63</i>
3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại ngân hàng thương mại cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.	65
<i>3.2.1. Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn</i>	<i>65</i>
3.2.2. Thực hiện hình thức lãi suất linh hoạt	68
<i>3.2.4. Tăng cường đổi mới công nghệ thông tin nâng cao uy tín của ngân hàng</i>	<i>70</i>
<i>3.2.5. Xây dựng chính sách khách hàng hợp lý trong huy động vốn, tăng cường hoạt động marketing cho chi nhánh.</i>	<i>71</i>
3.2.6. Hoàn thiện tiện ích phục vụ cho khách hàng.....	73
3.3. Kiến nghị	74
<i>3.3.1. Đối với chính phủ, nhà nước</i>	<i>74</i>
3.3.1.1. Tạo môi trường kinh tế vĩ mô ổn định	74
3.3.1.2. Hoàn thiện hệ thống pháp luật cạnh tranh.....	75
3.3.1.3. Đẩy mạnh sự phát triển thanh toán không dùng tiền mặt.....	75
<i>3.3.2. Đối với ngân hàng nhà nước</i>	<i>75</i>
3.3.2.1. Kiểm chế lạm phát, ổn định giá trị đồng tiền.....	76
3.3.2.2. Tiếp tục điều hành linh hoạt công cụ lãi suất, chính sách tiền tệ.....	76
3.3.2.3. Tăng cường công tác thanh tra, kiểm soát hoạt động của các NHTM .	76
3.3.2.4. Thúc đẩy phát triển dịch vụ thanh toán qua ngân hàng.....	77

3.3.3. Đối với Navibank Việt Nam	77
KẾT LUẬN.....	78

DANH MỤC VIẾT TẮT.

NHTM	Ngân hàng thương mại
TMCP	Thương mại cổ phần
NH	Ngân hàng
Navibank	Ngân hàng Nam Việt
NHTW	Ngân hàng Trung Ương
NHNN	Ngân hàng Nhà Nước
TCKT	Tổ chức kinh tế
TG	Tiền gửi
KH	Khách hàng
DN	Doanh nghiệp
DPRR	Dự phòng rủi ro
CL	Chênh lệch
ST	Số tiền

DANH MỤC BẢNG BIỂU HÌNH VẼ

A. Danh mục bảng biểu

Bảng 2.1: Dư nợ cho vay của Navibank Hải Phòng.....	35
Bảng 2. 2: Kết cấu dư nợ cho vay theo loại tiền tại Navibank Hải Phòng.....	36
Bảng 2.3: Cơ cấu dư nợ theo hình thức cho vay tại Navibank Hải Phòng.....	37
Bảng 2.4: Cơ cấu hoạt động ngân quỹ tại Navibank Hải Phòng.....	39
Bảng 2.5 : Kết quả hoạt động kinh doanh.....	40
Bảng 2.6 :Tổng hợp công tác huy động vốn của Navibank Hải Phòng	41
Bảng 2.7: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo thời gian.....	44
Bảng 2.8: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền của Navibank Hải Phòng.....	46
Bảng 2.9: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng.....	48
Bảng 2.10: Chi phí huy động vốn của Navibank Hải Phòng.....	50
Bảng 2.11: Chênh lệch lãi suất đầu vào và lãi suất đầu ra của Navibank Hải Phòng.....	51
Bảng 2.12: Vốn huy động và cho vay ngắn hạn	53
Bảng 2.13 : Vốn huy động và cho vay trung dài hạn.....	54

B. Danh mục hình vẽ

Hình 1: Mô hình tổ chức của Navibank Hải Phòng.....	30
Hình 2: Sự tăng trưởng vốn huy động Navibank qua các năm.....	33
Hình 3: Tổng dư nợ cho vay của ngân hàng qua các năm.....	35
Hình 4: Hoạt động ngân quỹ tại Navibank Hải Phòngqua các năm.....	38
Hình 5: Sự tăng trưởng vốn huy động Navibank Hải Phòng qua các năm.....	43
Hình 6: Sơ đồ huy động vốn theo thời gian của Navibank Hải Phòng	44
Hình 7: Sơ đồ huy động vốn theo loại tiền của Navibank Hải Phòng.....	47
Hình 8: Tình hình huy động và cho vay ngắn hạn.....	53
Hình 9: Tình hình huy động và cho vay vốn trung và dài hạn.....	54

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Vốn luôn là một trong những yếu tố đầu vào cơ bản trong quá trình hoạt động kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Để thực hiện các mục tiêu kinh tế xã hội của nhà nước nói chung cũng như các mục tiêu kinh doanh của doanh nghiệp nói riêng đều cần phải có vốn. Ngân hàng thương mại với tư cách là một doanh nghiệp, một trung gian tài chính hoạt động trong lĩnh vực tiền tệ đã góp phần quan trọng trong việc phân phối và điều hòa vốn cho nền kinh tế. Ngân hàng thương mại chính là nơi thu hút lượng vốn nhàn rỗi và tạm thời nhàn rỗi trong xã hội đồng thời cũng chính là nơi cung ứng phần lớn vốn đầu tư cho nền kinh tế. 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 NHTM rất chú trọng đến vấn đề huy động vốn đáp ứng đầy đủ nhu cầu kinh doanh của mình. Có thể nói hoạt động huy động từ các nguồn khác nhau trong xã hội là lẽ sống quan trọng nhất của các Ngân hàng thương mại.

Tại Việt Nam việc huy động vốn (khai thác lượng tiền tạm thời nhàn rỗi trong công chúng, hộ gia đình, của các TCKT-XH hay các TCTD khác) của NHTM còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng được đầy đủ nhu cầu cũng như đòi hỏi của nền kinh tế, chưa khai thác được nguồn vốn tiềm tàng trong nền kinh tế, nguồn vốn huy động trong thời gian dài cho đầu tư phát triển còn thiếu. Điều đó cho thấy chính sách huy động vốn vẫn còn nhiều tồn tại cần nhanh chóng có biện pháp nâng cao hiệu quả của công tác này.

Việc nâng cao hiệu quả huy động vốn hiện nay là rất cần thiết với mỗi NHTM nói chung và với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng nói riêng. Nhận thức được vấn đề này, sau quá trình thực tập, tìm hiểu về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng được sự giúp đỡ của cán bộ, nhân viên ngân hàng cùng với sự hướng dẫn nhiệt tình của giáo viên hướng dẫn Ths. Cao Thị Thu tôi đã mạnh dạn chọn đề tài: “ ***Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng***” làm chuyên đề tốt nghiệp.

2.Mục đích nghiên cứu

Xuất phát từ lý luận về huy động vốn của NHTM, chuyên đề sẽ phân tích, đánh giá thực trạng nguồn vốn, hoạt động huy động vốn của NHTM CP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng và đề xuất một số giải pháp hợp lý, có tính khả thi nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của NHTM CP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

3.Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu tập trung các vấn đề cơ bản về công tác huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại. Phân tích, đi sâu nghiên cứu hoạt động huy động vốn của NHTM CP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng trên các khía cạnh: các loại hình, quy mô, cơ cấu, chi phí vốn và sự phù hợp với sử dụng vốn trên cơ sở các số liệu của ngân hàng từ năm 2009 – 2011.

4. Phương pháp nghiên cứu

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

5. Nội dung các chương

Luận văn bao gồm 3 chương với nội dung cơ bản như sau:

Chương 1: Lý luận cơ bản về huy động vốn tiền gửi và hiệu quả huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng về huy động vốn tiền gửi của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng trong thời gian qua.

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

Chương 1**LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI VÀ HIỆU QUẢ
HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI****1.1. Huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại****1.1.1. Ngân hàng thương mại và các hoạt động chủ yếu:****1.1.1.1. Khái niệm, vai trò của Ngân hàng thương mại****❖ Khái niệm về ngân hàng thương mại**

Ngân hàng thương mại là một trong những tổ chức tài chính quan trọng đóng vai trò rất lớn trong việc điều tiết vốn giữa các chủ thể trong nền kinh tế góp phần thúc đẩy phát triển đất nước. Để có thể hiểu rõ hơn về các ngân hàng thương mại trước hết ta đi xem xét khái niệm ngân hàng thương mại:

Theo pháp lệnh NH Việt Nam ban hành ngày 23/05/1990 thì ngân hàng thương mại được định nghĩa: “Ngân hàng thương mại là một tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi từ khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện các nghiệp vụ chiết khấu và phương tiện thanh toán”.

Theo điều 4 Luật các Tổ chức Tín dụng ban hành năm 2010/QH 12 đã nêu: “Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác theo quy định của Luật này nhằm mục tiêu lợi nhuận”.

➤ Vai trò của Ngân hàng thương mại

Vai trò của Ngân hàng thương mại đối với nền kinh tế ngày càng quan trọng, nó được thể hiện qua các vai trò sau:

Thứ nhất: Ngân hàng thương mại là nơi tập trung vốn tạm thời nhàn rỗi trong xã hội sau đó cung cấp cho nền kinh tế khi có nhu cầu bổ sung vốn.

Trong xã hội luôn luôn tồn tại tình trạng thừa và thiếu vốn một cách tạm thời. Những cá nhân, tổ chức có tiền nhàn rỗi tạm thời thì muốn bảo quản số tiền một cách an toàn nhất và có hiệu quả nhất. Trong khi đó những cá nhân, tổ chức có nhu cầu về vốn thì muốn vay được những khoản vốn nhằm phục vụ cho hoạt động kinh

doanh của mình. Chính vì vậy Ngân hàng thương mại là một trung gian tài chính tốt nhất để thực hiện chức năng là cầu nối giữa cung và cầu về vốn. Ngân hàng là một địa chỉ tốt nhất mà những người dư thừa về vốn có thể gửi tiền một cách an toàn và hiệu quả nhất và ngược lại cũng là một nơi sẵn sàng đáp ứng những nhu cầu về vốn của các cá nhân và doanh nghiệp.

Thứ hai: Hoạt động của các Ngân hàng thương mại góp phần tăng cường hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp qua đó góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế.

Ngân hàng thương mại với địa vị là một trung gian tài chính thực hiện chức năng là chiếc cầu nối giữa cung và cầu về vốn trên thị trường tiền tệ đã góp phần đẩy nhanh hoạt động của nền kinh tế, đem lại thuận lợi cho hoạt động của các cá nhân và tổ chức. Những cá nhân và tổ chức đã giảm được các khoản chi phí trong việc tìm kiếm các nguồn vốn đầu tư cho sản xuất kinh doanh, và ngoài ra có thể vận dụng các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng để đẩy nhanh hoạt động của mình. Việc vay vốn từ ngân hàng của các doanh nghiệp đã thúc đẩy các doanh nghiệp phải có phương án sản xuất tối ưu và có hiệu quả kinh tế thì mới có thể trả lãi và trả vốn cho ngân hàng. Việc lập phương án sản xuất tối ưu do doanh nghiệp lập ra phải qua sự kiểm tra, thẩm định kỹ lưỡng của ngân hàng nhằm hạn chế tới mức thấp nhất những rủi ro có thể xảy ra.

Ngược lại những cá nhân và tổ chức dư thừa về vốn có thể yên tâm đem gửi tiền của mình vào ngân hàng vì ngân hàng là một địa chỉ có thể bảo quản tiền vốn một cách an toàn và hiệu quả tốt nhất. Khách hàng có thể yên tâm về sự an toàn và khả năng sinh lời của đồng vốn và cũng có thể rút tiền của mình bất cứ lúc nào. Có thể lãi suất mà ngân hàng trả cho khách thấp hơn so với việc đầu tư tiền vốn vào những lĩnh vực như: mua cổ phiếu, đầu tư vào kinh doanh... nhưng việc gửi tiền vào ngân hàng có hệ số an toàn cao nhất. Thêm vào đó những dịch vụ mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng như: chuyển tiền, thanh toán hộ, các dịch vụ tư vấn ... sẽ tạo thêm thuận tiện cho khách hàng trong hoạt động kinh doanh của mình.

Tất cả những hoạt động của ngân hàng là cơ sở giúp cho việc tăng cường hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nói riêng và của nền kinh tế nói chung.

Thứ ba: NHTM thông qua những hoạt động của mình góp phần vào việc thực hiện các mục tiêu của chính sách tiền tệ quốc gia.

NHTM giúp nhà nước thực hiện mục tiêu như ổn định giá cả, kiềm chế lạm phát, tạo công ăn việc làm, ổn định lãi suất, ổn định thị trường tài chính, thị trường ngoại hối, ổn định và tăng trưởng kinh tế. Với các công cụ mà NHTW dùng để thực thi chính sách tiền tệ như: Chính sách chiết khấu, chính sách trần lãi suất, tỷ lệ dự trữ bắt buộc hoặc bằng các nghiệp vụ thị trường tự do thì các ngân hàng đóng một vai trò quan trọng trong việc thi hành chính sách tiền tệ quốc gia. Các NHTM có thể thay đổi lượng tiền trong lưu thông bằng việc thay đổi lãi suất tín dụng hoặc bằng các nghiệp vụ trên thị trường mở qua đó góp phần chống lạm phát và ổn định sức mua của đồng nội tệ.

Thứ tư: NHTM bằng hoạt động của mình đã thực hiện việc phân bổ vốn giữa các vùng qua đó tạo điều kiện cho việc phát triển kinh tế đồng đều giữa các vùng khác nhau trong một quốc gia.

Các vùng kinh tế khác nhau thì có sự phát triển khác nhau. Hiện tượng thừa vốn hoặc thiếu vốn một cách tạm thời giữa các vùng diễn ra thường xuyên. Do đó vấn đề đặt ra là làm sao thực hiện tốt nhất hiệu quả huy động của vốn và chính hoạt động điều chuyển vốn trong nội bộ ngân hàng đã thực hiện tốt vấn đề này.

Thứ năm: NHTM là cầu nối giữa nền kinh tế các nước và thế giới, tạo điều kiện cho việc hoà nhập của nền kinh tế trong nước với nền kinh tế trong khu vực và nền kinh tế thế giới.

Với xu hướng toàn cầu hóa nền kinh tế trong khu vực và nền kinh tế thế giới cùng với chính sách mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế về kinh tế xã hội của các quốc gia trên thế giới thì hoạt động của các NHTM được mở rộng và thúc đẩy cho việc mở rộng hoạt động kinh tế của các doanh nghiệp trong nước. Với hoạt động rộng khắp của mình, các ngân hàng có khả năng huy động được nguồn vốn từ các cá nhân và các tổ chức nước ngoài góp phần bảo đảm được nguồn vốn cho nền kinh tế trong nước, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong nước có thể mở rộng hoạt động của họ ra nước ngoài một cách dễ dàng hơn, hiệu quả hơn nhờ hoạt động thanh toán quốc tế, bảo lãnh.

Chính từ sự mở rộng các quan hệ quốc tế mà nền kinh tế trong nước có sự thâm nhập vào thị trường quốc tế và tăng cường khả năng cạnh tranh với các nước khác trên thế giới.

Như vậy: NHTM giữ vai trò vô cùng quan trọng đối với nền kinh tế, nó không những đóng vai trò điều tiết, mà còn thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Xã hội ngày càng phát triển thì vai trò của ngân hàng lại càng được chú trọng và không ngừng nâng cao.

1.1.1.2. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng thương mại

Ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong việc điều hoà, cung cấp vốn cho nền kinh tế. Với sự phát triển kinh tế và công nghệ như hiện nay, hoạt động ngân hàng đã có những bước tiến rất nhanh, đa dạng và phong phú hơn, song ngân hàng vẫn duy trì các nghiệp vụ cơ bản như huy động vốn, sử dụng vốn và các hoạt động dịch vụ của NHTM.

❖ *Nghiệp vụ huy động vốn*

Đây là nghiệp vụ cơ bản, quan trọng nhất, ảnh hưởng tới chất lượng hoạt động của ngân hàng. Vốn được ngân hàng huy động dưới nhiều hình thức khác nhau như huy động dưới hình thức vốn tiền gửi, tiến hành đi vay của NHTW hoặc vay của các tổ chức tín dụng, phát hành giấy tờ có giá cùng với các hoạt động huy động vốn khác như: Nguồn ủy thác, nguồn vốn trong thanh toán và các nguồn khác. Nghiệp vụ huy động vốn của ngân hàng ngày càng mở rộng, tạo uy tín cho ngân hàng ngày càng cao, các ngân hàng chủ động trong hoạt động kinh doanh, mở rộng quan hệ tín dụng với các thành phần kinh tế và các tổ chức dân cư, mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Do đó các NHTM phải căn cứ vào chiến lược, mục tiêu phát triển kinh tế của đất nước, của địa phương để từ đó đưa ra các loại hình huy động vốn phù hợp nhất là các nguồn vốn trung, dài hạn nhằm đáp ứng nhu cầu vốn cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

❖ *Nghiệp vụ sử dụng vốn của Ngân hàng thương mại*

Đây là nghiệp vụ trực tiếp mang lại lợi nhuận cho ngân hàng, nghiệp vụ sử dụng vốn của ngân hàng có hiệu quả sẽ nâng cao uy tín của ngân hàng, quyết định năng lực cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường. Do vậy ngân hàng cần phải nghiên cứu và đưa ra chiến lược sử dụng vốn của mình sao cho hợp lý nhất .

Một là: Ngân hàng tiến hành cho vay

Cho vay là hoạt động quan trọng nhất của các NHTM. Theo thống kê, nhìn chung thì khoảng 60%- 75% thu nhập của ngân hàng là từ các hoạt động cho vay. Thành công hay thất bại của một ngân hàng tùy thuộc chủ yếu vào việc thực hiện kế hoạch tín dụng và thành công của tín dụng xuất phát từ chính sách cho vay của ngân hàng. Các loại cho vay có thể phân loại bằng nhiều cách, bao gồm: mục đích, hình thức bảo đảm, kỳ hạn, nguồn gốc và phương pháp hoàn trả...

Hai là: Ngân hàng tiến hành đầu tư

Đi đôi với sự phát triển của xã hội là sự xuất hiện của hàng loạt những nhu cầu khác nhau. Với tư cách là một chủ thể hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ, đòi hỏi Ngân hàng phải luôn nắm bắt được thông tin, đa dạng các nghiệp vụ để cung cấp đầy đủ kịp thời nguồn vốn cho nền kinh tế. Ngoài hình thức phổ biến là cho vay, ngân hàng còn sử dụng vốn để đầu tư. Có 2 hình thức chủ yếu mà các NHTM có thể tiến hành là:

+ Đầu tư vào mua bán kinh doanh chứng khoán hoặc đầu tư góp vốn vào các doanh nghiệp, các công ty khác.

+ Đầu tư vào trang thiết bị tài sản cố định phục vụ cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Ba là: nghiệp vụ ngân quỹ

Lợi nhuận luôn là mục tiêu cuối cùng mà các chủ thể khi tham gia tiến hành sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, đằng sau mục tiêu quan trọng đó là hàng loạt các nhân tố cần quan tâm. Một trong những nhân tố đó là tính an toàn. Nghề ngân hàng là một nghề kinh doanh đầy mạo hiểm, trong hoạt động của mình, ngân hàng không thể bỏ qua sự “an toàn”. Vì vậy, ngoài việc cho vay và đầu tư để thu được lợi nhuận, ngân hàng còn phải sử dụng một phần nguồn vốn huy động được để đảm bảo an toàn về khả năng thanh toán và thực hiện các quy định về dự trữ bắt buộc do ngân hàng nhà nước đề ra.

❖ Các hoạt động dịch vụ của NHTM

Là trung gian tài chính, ngân hàng có rất nhiều lợi thế. Một trong những lợi thế đó là ngân hàng thay mặt khách hàng thực hiện thanh toán giá trị hàng hoá và dịch vụ. Để thanh toán nhanh chóng, thuận tiện và tiết kiệm chi phí, ngân hàng

đưa ra cho khách hàng nhiều hình thức thanh toán như thanh toán bằng séc, uỷ nhiệm chi, nhờ thu, các loại thẻ..., cung cấp mạng lưới thanh toán điện tử, kết nối các quỹ và cung cấp tiền giấy khi khách hàng cần. Mặt khác, các ngân hàng thương mại còn tiến hành môi giới, mua, bán chứng khoán cho khách hàng và làm đại lý phát hành chứng khoán cho các công ty. Ngoài ra ngân hàng còn thực hiện các dịch vụ uỷ thác như uỷ thác cho vay, uỷ thác đầu tư, uỷ thác cấp phát, uỷ thác giải ngân và thu hộ...

Như vậy, các nghiệp vụ trên nếu thực hiện tốt sẽ đảm bảo cho ngân hàng tồn tại và phát triển vững mạnh trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay. Nguồn vốn huy động ảnh hưởng tới quyết định sử dụng vốn, ngược lại nhu cầu sử dụng vốn ảnh hưởng tới quy mô, cơ cấu của nguồn vốn huy động. Các nghiệp vụ trung gian tạo thêm thu nhập cho ngân hàng nhưng mục đích chính là thu hút khách hàng, qua đó tạo điều kiện cho việc huy động và sử dụng vốn có hiệu quả.

1.1.2. Nguồn vốn của ngân hàng thương mại

1.1.2.1. Khái niệm và vai trò của nguồn vốn ngân hàng thương mại

Các nhà kinh tế đưa ra định nghĩa về nguồn vốn của NHTM như sau: *“Nguồn vốn của ngân hàng thương mại là những giá trị tiền tệ do bản thân Ngân hàng thương mại tạo lập hoặc huy động được, dùng để đầu tư cho vay hoặc thực hiện các hoạt động kinh doanh khác của mình”*.

Nguồn vốn mà NHTM tạo lập và huy động được đã góp phần quan trọng trong việc đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh của mỗi doanh nghiệp cũng như sự phát triển của toàn bộ nền kinh tế quốc dân nói chung. Đồng thời cũng chính các hoạt động đó lại là công cụ giúp ngân hàng thúc đẩy các hoạt động khác như cho vay, hoạt động thanh toán... mang tính chất quyết định đến sự tồn tại và phát triển hoạt động kinh doanh của chính Ngân hàng.

1.1.2.2. Cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng thương mại

a. Vốn chủ sở hữu của NHTM

Vốn chủ sở hữu còn được gọi là vốn tự có. Đây là nguồn vốn thuộc quyền sở hữu của NHTM, bao gồm: vốn điều lệ, các quỹ dự trữ và các tài sản nợ khác theo quy định. Vốn tự có chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của NHTM

đồng thời là điều kiện pháp lý bắt buộc khi thành lập ngân hàng. Do tính chất thường xuyên ổn định của vốn tự có mà ngân hàng có thể sử dụng nó vào các mục đích khác nhau như phục vụ cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng, cho vay cũng như tham gia đầu tư góp vốn liên doanh. Vốn chủ sở hữu hay còn gọi là tài sản đảm bảo mang lại lòng tin với khách hàng hay duy trì khả năng thanh toán trong trường hợp ngân hàng gặp khó khăn.

Vốn chủ sở hữu = Tổng tài sản Có – Tổng tài sản Nợ

❖ Các thành phần của vốn chủ sở hữu

- Vốn ban đầu:

Vốn ban đầu hình thành khi ngân hàng bắt đầu hoạt động với tính chất sở hữu và nguồn hình thành khác nhau. Nếu là ngân hàng tư nhân thì đó là vốn do cá nhân tự bỏ ra; nếu là ngân hàng thuộc sở hữu Nhà nước thì do ngân sách Nhà nước cấp; nếu là ngân hàng cổ phần thì do cổ đông thông qua mua các cổ phần (hoặc cổ phiếu); nếu là ngân hàng liên doanh thì do các bên tham gia liên doanh góp.

- Vốn chủ sở hữu hình thành trong quá trình hoạt động:

Cổ phần phát hành thêm, ngân sách cấp thêm: Ngân hàng có thể phát hành thêm cổ phần (thường là cổ phần ưu đãi) hoặc xin cấp thêm vốn từ ngân sách để mở rộng quy mô hoạt động, hoặc để chống đỡ rủi ro trong trường hợp cần phải duy trì thị giá của cổ phiếu...

Nguồn bổ sung từ lợi nhuận: khi hoạt động kinh doanh tạo ra lợi nhuận thì NHTM có thể chuyển một phần lợi nhuận thành nguồn vốn nhằm tái đầu tư.

Lượng vốn tích lũy từ thu nhập tùy thuộc theo chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ.

- Các quỹ:

NHTM có nhiều quỹ khác nhau, mỗi quỹ được sử dụng cho những mục đích nhất định tùy thuộc vào tình hình kinh doanh của ngân hàng đó. Các quỹ này được hình thành từ thu nhập của ngân hàng bao gồm:

+ Quỹ bổ sung vốn điều lệ: có mục đích tăng số vốn 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 phát triển kỹ thuật, quỹ phúc lợi, quỹ khen thưởng ...

b. Vốn huy động

Vốn huy động của NHTM bao gồm nội tệ và ngoại tệ được hình thành từ hai bộ phận: vốn huy động tiền gửi và vốn huy động thông qua phát hành giấy tờ có giá.

Vốn huy động không phải là nguồn vốn thuộc sở hữu của NHTM, ngân hàng có quyền sử dụng tạm thời nguồn vốn này, nhưng nó lại là yếu tố quan trọng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Vốn huy động của NHTM được xem là những giá trị tiền tệ mà ngân hàng huy động được từ các tổ chức kinh tế và các cá nhân trong xã hội thông qua việc thực hiện các nghiệp vụ huy động vốn và được dùng làm vốn kinh doanh. Ngân hàng chỉ có quyền sử dụng mà không có quyền sở hữu với nguồn vốn này và phải có trách nhiệm hoàn trả đúng hạn cả gốc lẫn lãi khi chủ sở hữu có nhu cầu rút vốn. Vốn này luôn biến động nên ngân hàng không được sử dụng hết mà phải có dự trữ với một tỷ lệ hợp lý để đảm bảo khả năng thanh toán.

Đây là nguồn vốn chủ yếu và chiếm tỷ trọng lớn nhất (70-80%) trong tổng nguồn vốn của một NHTM .

Các công cụ huy động vốn chủ yếu của ngân hàng bao gồm:

- Tiền gửi

Tiền gửi tại NHTM gồm có tiền gửi không kỳ hạn và tiền gửi có kỳ hạn.

Trong đó:

+Tiền gửi không kỳ hạn : là tiền gửi mà người gửi có thể rút ra để sử dụng bất cứ lúc nào và NHTM có trách nhiệm thỏa mãn yêu cầu đó. Do tính linh hoạt cao nên loại tiền gửi này thường được NHTM trả lãi thấp hoặc không được trả lãi.

+Tiền gửi có kỳ hạn: là loại tiền gửi có sự thỏa thuận trước giữa khách hàng và NHTM về lãi suất và thời hạn rút tiền. Phần lớn nguồn tiền gửi này có nguồn gốc từ tích lũy và xét về bản chất chúng được gửi với mục đích để hưởng lãi.

- Tiền gửi tiết kiệm

Về bản chất , tiền gửi tiết kiệm là một bộ phận thu nhập của người lao động chưa sử dụng cho tiêu dùng. Họ gửi vào ngân hàng với mục đích tích lũy tiền một cách an toàn và hưởng lãi trên khoản tiền gửi đó. Trong nền kinh tế thị trường tiền gửi tiết kiệm được phát triển dưới hai hình thức đó là: Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn.

+Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn là loại tiền gửi mà người gửi có thể rút ra bất cứ lúc nào.

+Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn là loại tiền gửi có sự thỏa thuận giữa ngân hàng và người gửi tiền (thường có lãi suất cao hơn tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn).

c. Vốn đi vay

Trong quá trình kinh doanh của NHTM luôn có tình trạng thừa và thiếu vốn, khi đó các NHTM có thể gửi vào các tổ chức tín dụng khác để hưởng lãi hay đi vay vốn để tận dụng cơ hội kinh doanh hoặc đảm bảo khả năng thanh toán. NHTM có thể vay vốn ở các tổ chức tín dụng khác hoặc vay vốn ở Ngân hàng Trung ương.

Ngân hàng Trung Ương cho các NHTM vay vốn ngắn hạn dưới các hình thức như: 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...

Vốn đi vay của NHTM thường chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng vốn kinh doanh của NHTM, cho nên ngoài tác dụng góp phần gia tăng nguồn vốn, mở rộng kinh doanh, nó còn có ý nghĩa trong việc đảm bảo khả năng thanh toán thường xuyên và nâng cao hiệu suất sử dụng vốn của NHTM.

d. Vốn khác

NHTM có thể tạo lập vốn cho mình từ nhiều nguồn khác nhau như: Vốn trong thanh toán, Vốn ủy thác đầu tư, tài trợ của chính phủ hoặc của các tổ chức trong và ngoài nước cho các chương trình, dự án phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội. Ngoài ra, NHTM còn làm đại lý bán cổ phiếu, trái phiếu cho các doanh nghiệp, thu hộ lợi tức từ đầu tư chứng khoán cho khách hàng...

Các nguồn vốn khác của NHTM có thể không nhiều, thời gian sử dụng đôi khi rất ngắn, nhưng là nguồn vốn này của NHTM không phải tốn kém chi phí huy động. Một điểm lợi khác chính là các NHTM có điều kiện phát triển các nghiệp vụ và dịch vụ ngân hàng khác, phục vụ tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

1.1.3. Các hình thức huy động vốn của ngân hàng

Tùy theo các tiêu chí, mục đích huy động khác nhau mà có thể phân chia thành các hình thức huy động vốn khác nhau bao gồm huy động vốn theo loại tiền và huy động vốn theo kỳ hạn.

1.1.3.1. Huy động vốn theo loại tiền

Ngân hàng thương mại có thể huy động vốn bằng các loại tiền khác nhau, có thể chia làm hai loại đó là nội tệ và ngoại tệ.

Trong cơ cấu tổng nguồn vốn huy động được của NHTM thì nguồn vốn huy động bằng nội tệ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động (thường chiếm khoảng 75% tổng nguồn vốn huy động). Ngược lại, huy động vốn bằng ngoại tệ chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn huy động của NHTM.

Nguồn nội tệ, ngoại tệ huy động được của NHTM có thể từ các nguồn sau:

- Tiền gửi của các tầng lớp dân cư.
- Tiền gửi của các tổ chức kinh tế xã hội, tổ chức tín dụng khác.
- Đi vay

1.1.3.2. Huy động vốn theo kỳ hạn

Hiện nay người ta thường phân chia các khoản tiền gửi theo tiêu thức này để có thể quản lý tốt khoản tiền gửi, tiền lãi, và là cơ sở để ngân hàng xây dựng chiến lược dự trữ vốn phù hợp.

- *Tiền gửi không kỳ hạn*: đây là khoản tiền gửi không có kỳ hạn xác định và người gửi tiền có thể rút ra bất cứ lúc nào do đó lãi suất thường thấp. Do tính chất không ổn định nên ngân hàng chỉ sử dụng một tỷ lệ phần trăm nhất định nào đó của lượng tiền gửi không kỳ hạn huy động được và phải dự tính một cách kỹ lưỡng về sự ổn định tương đối của loại tiền này. Do đó quản lý tiền gửi không kỳ hạn là một phần quan trọng của quản lý dự trữ trong ngân hàng.

- *Tiền gửi có kỳ hạn*: đây là loại tiền gửi có sự thỏa thuận giữa người gửi tiền và ngân hàng về số lượng, kỳ hạn, lãi suất của khoản tiền gửi đó. Do có sự rõ ràng về kỳ hạn nên nguồn tiền gửi có kỳ hạn là nguồn tiền có sự ổn định cao và ngân hàng có thể vay với kỳ hạn tương ứng hoặc có thể chuyển đổi một phần tiền gửi ngắn hạn để cho vay trung dài hạn. Cũng chính vì lý do này mà lãi suất của khoản tiền gửi có kỳ hạn thường cao hơn nhiều so với tiền gửi không kỳ hạn. Bởi vì mục đích chính của người gửi tiền vào ngân hàng là nhằm để hưởng lãi.

1.1.3.3. Huy động theo đối tượng huy động vốn:

- Tiền gửi của dân cư:

Các tầng lớp dân cư đều có các khoản thu nhập tạm thời chưa sử dụng đến. Trong điều kiện có khả năng tiếp cận với ngân hàng, họ đều có thể gửi tiết kiệm với mục tiêu đảm bảo an toàn và sinh lời đối với các khoản tiết kiệm, đặc biệt là nhu cầu bảo toàn. Nhằm thu hút ngày càng nhiều tiền tiết kiệm, các ngân hàng đều khuyến khích dân cư thay đổi thói quen giữ vàng và tiền mặt tại nhà bằng cách ở rộng mạng lưới huy động, đưa ra các hình thức huy động đa dạng và lãi suất cạnh tranh hấp dẫn ...

- Tiền gửi của các doanh nghiệp, các tổ chức xã hội:

Các doanh nghiệp do yêu cầu của hoạt động sản xuất kinh doanh nên các đơn vị này thường gửi một khối lượng lớn tiền vào ngân hàng để hưởng 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 ngân hàng luôn tồn tại một số dư tiền gửi nhất định, điều này lí giải vì sao ngân hàng huy động được nhiều nguồn vốn nhất trong lĩnh vực này, có chi phí thấp và được sử dụng cho vay không chỉ ngắn hạn mà còn 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.

1.2. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi của NHTM

1.2.1 Khái niệm hiệu quả huy động vốn

Nhiệm vụ quan trọng của mỗi NHTM là phải tập trung và thu hút các nguồn vốn để đầu tư cho các hoạt động sản xuất kinh doanh, các công trình văn hóa, kinh tế xã hội, biến chúng thành những đồng vốn mang lại hiệu quả kinh tế xã hội. Để đạt được những điều đó thì các ngân hàng phải có công tác huy động vốn phù hợp và có hiệu quả.

Hiệu quả huy động vốn chính là huy động vốn ổn định, đáp ứng đủ nhu cầu kinh doanh của NHTM

1.2.2. Chỉ tiêu đánh giá hoạt động huy động vốn

Vốn của NHTM khác với nhiều loại hình doanh nghiệp, vốn của chủ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn của doanh nghiệp, vốn huy động được là nguồn

chủ yếu của ngân hàng. NHTM kinh doanh chủ yếu bằng nguồn vốn huy động từ nền kinh tế. Do đó đánh giá hiệu quả huy động vốn là công tác không thể thiếu trong nghiên cứu nguồn vốn của các ngân hàng.

1.2.2.1. Chỉ tiêu định lượng

Cơ cấu nguồn vốn ảnh hưởng đến cơ cấu tài sản và quyết định chi phí của ngân hàng. Cơ cấu huy động phải phù hợp với cơ cấu sử dụng. Nếu cơ cấu sử dụng không phù hợp không đáp ứng được yêu cầu sử dụng thì sẽ không tối đa được dư nợ tín dụng và đầu tư. Tuy nhiên nếu cơ cấu huy động nhiều mà không sử dụng hết thì ngân hàng sẽ hoạt động không hiệu quả và ngân hàng vẫn phải chịu phần lãi suất huy động dư thừa. Cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng có thể rất khác nhau tùy thuộc vào đặc điểm khách hàng, chiến lược kinh doanh của từng ngân hàng.

Nhìn chung cơ cấu nguồn vốn của một ngân hàng được xem là hợp lý nếu các thành phần của nó đáp ứng được kế hoạch sử dụng vốn với biến động chi phí thấp nhất.

1.2.2.2. Chỉ tiêu định tính

a. Mối quan hệ giữa huy động vốn và sử dụng vốn về kỳ hạn

Sau khi được huy động, vốn được phân chia vào tài sản của ngân hàng. Các danh mục tài sản của ngân hàng cũng cần được xem xét dưới góc độ cơ cấu thời hạn để xác định sự phù hợp với nguồn vốn.

- Trước hết là kỳ hạn danh nghĩa của nguồn.

Nguồn huy động thường gắn với kỳ hạn nhất định, được ngân hàng tuyên bố, đó là kỳ hạn danh nghĩa của nguồn. Các kỳ hạn danh nghĩa thường gắn với một mức lãi suất nhất định, theo xu hướng nguồn có kỳ hạn danh nghĩa càng dài, lãi suất càng cao. Kỳ hạn danh nghĩa là một chỉ tiêu phản ánh tính ổn định của nguồn vốn. Kỳ hạn danh nghĩa có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động của ngân hàng. Kỳ hạn là một chỉ tiêu đánh giá nội dung đảm bảo an toàn và sinh lời cho ngân hàng.

- Kỳ hạn thực của nguồn.

Từ kỳ hạn danh nghĩa, ngân hàng sẽ đưa ra kỳ hạn huy động phù hợp với thị trường. Ngân hàng rất quan tâm tới kỳ hạn thực tế của nguồn tiền bởi kỳ hạn thực tế liên quan chặt chẽ đến kỳ hạn các khoản cho vay và đầu tư.

Kỳ hạn thực tế của nguồn vốn là thời gian mà khoản vốn đó tồn tại liên tục tại một đơn vị ngân hàng. Các nhân tố ảnh hưởng tới kỳ hạn danh nghĩa đều tác động đến kỳ hạn thực tế.

- Phải có khả năng chuyển hoán kỳ hạn của nguồn.

Thông thường các ngân hàng vẫn sử dụng một phần nguồn vốn có thời hạn ngắn để đầu tư vào các tài sản có thời hạn dài hơn nhưng chỉ ở một tỷ lệ nhất định vì nếu lớn hơn nữa tức là sử dụng vốn ngắn hạn để cho vay dài hạn thì các ngân hàng đến một thời điểm nào đó phải chịu sức ép về khả năng thanh toán vì dư nợ cho vay là một tài sản kém lỏng mà cho vay dài hạn là một loại tài sản kém lỏng nhất .

Ngược lại, nếu ngân hàng sử dụng nguồn vốn dài hạn để cho vay ngắn hạn thì sẽ khó đảm bảo chênh lệch lãi suất và không hiệu quả vì nguồn vốn dài hạn có chi phí huy động cao hơn trong khi cho vay ngắn hạn thường thấp hơn lãi suất cho vay trung và dài hạn.

Chỉ tiêu này được đánh giá qua việc so sánh nguồn vốn huy động được với các nhu cầu tín dụng và các nhu cầu khác để thấy nguồn vốn huy động có thể đáp ứng được bao nhiêu, ngân hàng phải vay thêm bao nhiêu để thỏa mãn nhu cầu ấy.

a. Chi phí huy động vốn

Thành phần cơ bản của chi phí huy động vốn của các ngân hàng thể hiện ở khoản chi phí trả lãi (trả lãi cho tiền gửi và tiền vay), cùng với khoản chi phí không dưới dạng lãi suất (chi phí phi lãi) mà ngân hàng phải bỏ ra để huy động vốn.

Việc tính toán chính xác chi phí huy động vốn được coi là một yếu tố cơ bản để xác định mức lợi nhuận mà Ngân hàng sẽ thu được, và căn cứ vào đó Ngân hàng sẽ định giá cho mỗi sản phẩm dịch vụ của mình.

Tổng chi phí

$$\text{Chi phí huy động vốn} = \frac{\text{Tổng chi phí}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động}}$$

Công tác huy động vốn của NHTM được đánh giá là có chất lượng và hiệu quả cao về phương tiện chi phí khi nó đạt được các lợi ích cơ bản sau:

- Tìm kiếm được nguồn có chi phí thấp nhất để đáp ứng nhu cầu cho vay và đầu tư trong khi vẫn thỏa mãn được yêu cầu tương xứng giữa huy động và sử dụng về các phương tiện quy mô, thời hạn ổn định.

- Tăng được lợi nhuận cho ngân hàng mà không nhất thiết phải chấp nhận những rủi ro cao do sức ép tăng hi phí vốn.

Những nguồn vốn có thời hạn ngắn thường có chi phí và tính ổn định thấp và ngược lại những nguồn vốn có kỳ hạn càng dài thì chi phí cao hơn nhưng ổn định hơn. Do đó để hoạch định chiến lược kinh doanh cho mỗi giai đoạn căn cứ vào chi phí trả cho mỗi nguồn vốn ngân hàng đưa ra các chính sách huy động phù hợp nhằm mục tiêu mở rộng kinh doanh, tăng dư nợ cho vay kết hợp đầu tư đảm bảo lãi suất bù đắp chi phí nguồn và đem lại doanh lợi mong muốn mà không làm ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của mình.

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

b. Quản lý tốt các loại rủi ro liên quan đến huy động vốn

- Quản lý rủi ro lãi suất

Rủi ro lãi suất phụ thuộc vào sự tương quan giữa độ nhạy cảm lãi suất của việc sử dụng vốn với độ nhạy cảm lãi suất của huy động vốn. Rủi ro này làm thu nhập từ lãi ròng của ngân hàng giảm xuống (chi phí trả lãi > chi phí thu từ lãi).

Lãi suất luôn biến động. Những thay đổi khó đoán trước của lãi suất có thể làm tăng khả năng sinh lợi của ngân hàng. Tùy thuộc đặc điểm của nguồn vốn và danh mục tài sản thay đổi về lãi suất có thể làm tăng hay giảm thu nhập ròng từ lãi. Vì vậy, song song với việc quản lý rủi ro lãi suất các ngân hàng rất quan tâm đến các cơ hội đầu tư nếu lãi suất biến động theo hướng có lợi.

Duy trì sự ổn định thu nhập từ lãi (hạn chế rủi ro lãi suất) có thể thực hiện bằng cách điều chỉnh qui mô tài sản và nguồn vốn nhạy cảm hoặc sử dụng các công cụ ngoại bảng của bảng tổng kết tài sản như hợp đồng tương lai, quyền lựa chọn và hoán đổi lãi suất (Swap).

- Tính thanh khoản của nguồn vốn và quản lý rủi ro thanh khoản

Tính thanh khoản của nguồn vốn được đo bằng khả năng tìm kiếm nguồn vốn mới với chi phí và thời gian nhỏ nhất. Đối với các ngân hàng phân tích tính thanh khoản của nguồn vốn đang trở thành trọng tâm quản lý nguồn vốn. Nhiều ngân hàng lớn do thực hiện chuyển hoán kỳ hạn nguồn và duy trì tỷ lệ dự trữ thấp, rất quan tâm

tới khả năng tìm kiếm nguồn vốn mới để đáp ứng nhu cầu thanh khoản, đặc biệt là các nguồn trong ngắn hạn. Sở dĩ như vậy là vì khả năng rủi ro thanh khoản rất dễ xảy ra. Rủi ro thanh khoản tức là ngân hàng mất khả năng chi trả cho các nguồn huy động từ bên ngoài. Có thể thấy các nguồn dài hạn như tiền gửi tiết kiệm, có kỳ hạn ổn định ít bị rủi ro thanh khoản hơn các nguồn ngắn hạn nhất là tiền gửi thanh toán.... Để hạn chế, quản lý rủi ro thanh khoản căn cứ vào tính thanh khoản của nguồn tùy thuộc rất lớn vào thị trường nợ của mỗi ngân hàng và chính sách tiền tệ được vận hành. Hơn nữa, sự phát triển của các công cụ nợ sẽ cho phép ngân hàng có nhiều cơ hội tiếp xúc với các nguồn, đa dạng hoá nguồn vốn huy động để phân tán rủi ro.

Phân tích tính thanh khoản của nguồn vốn bắt đầu từ việc phân tích thị trường nguồn vốn của mỗi ngân hàng để thấy đặc điểm của mỗi nguồn. Có thể thấy ngân hàng cần tập trung phân tích nguồn vay mượn từ NHNN và từ các TCTD khác. Các nguồn này tuy ngắn hạn song có thể có được trong thời gian ngắn, nhằm đáp ứng nhu cầu thanh khoản trong ngắn hạn đặc biệt là khi rủi ro thanh khoản xảy ra. Ngoài ra các nguồn mà ngân hàng có ưu thế cũng cần được xét tới.

1.2.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả công tác huy động vốn:

Nghiệp vụ huy động vốn là một trong những nghiệp vụ kinh doanh truyền thống của các ngân hàng. Nó có ý nghĩa quan trọng với hoạt động của bất cứ NHTM nào vì nó cung cấp vốn cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Do đó để nghiệp vụ này mang lại kết quả cao nhất thì bên cạnh việc tìm ra các giải pháp để nâng cao chất lượng huy động vốn, các NHTM cũng phải xem xét tới các nhân tố ảnh hưởng đến công tác huy động vốn, để tìm cách hạn chế chúng.

1.2.3.1. Nhân tố khách quan

Những nhân tố khách quan thuộc về môi trường bên ngoài NHTM. Các NHTM chỉ có thể nhận biết và tìm cách hạn chế các tác động tiêu cực của chúng mà không thể thay đổi các nhân tố này được.

a. Môi trường kinh tế - xã hội

Một nền kinh tế ổn định luôn là điều kiện thuận lợi cho hoạt động của ngân hàng. Nền kinh tế được coi là ổn định khi có các biểu hiện: Lạm phát được kiểm

soát, không có dấu hiệu của khủng hoảng, suy thoái, mức sống của người dân được bảo đảm ... Khi đó đời sống của người dân ổn định, các hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả, nguồn vốn sẽ chảy vào ngân hàng nhiều hơn. Với một nền kinh tế phát triển ổn định, giá cả hàng hóa, dịch vụ cũng như sức mua của đồng tạo được cho người dân cảm giác tin tưởng thì họ mới an tâm gửi tiền vào ngân hàng. Ngược lại, một nền kinh tế suy thoái hay có lạm phát cao thì người dân sẽ có xu hướng giữ tiền mặt hoặc mua vàng hay ngoại tệ mạnh để cất trữ.

Bên cạnh các yếu tố vĩ mô như lạm phát, suy thoái... Hoạt động huy động vốn còn chịu ảnh hưởng của các yếu tố như mật độ dân cư trong địa bàn hoạt động, thu nhập trung bình dân cư, các tổ chức kinh tế trên địa bàn ... Nếu ngân hàng có địa bàn hoạt động ở khu vực tập trung đông dân cư và các tổ chức kinh tế thì sẽ có khả năng huy động được nhiều vốn hơn là ngân hàng hoạt động ở các địa bàn miền núi hay hải đảo xa xôi. Mức thu nhập của dân cư cũng là tác nhân quyết định đến qui mô của nguồn vốn huy động được, điều này có thể dễ dàng thấy được rằng nếu như người dân có thu nhập tương đối cao, sau khi đã chi trả cho các nhu cầu chi tiêu khác mà vẫn còn lại một khoản tiền thì họ mới gửi tiền vào ngân hàng.

Thói quen tiêu dùng và tiết kiệm của người dân cũng là một yếu tố cần phải nhắc đến. Việt Nam là một quốc gia mà người dân vẫn quen với việc giao dịch hàng ngày bằng tiền mặt chứ không phải bằng chuyển khoản. Tất nhiên đây một phần là do trình độ khoa học công nghệ của chúng ta chưa đủ để đáp ứng yêu cầu thanh toán qua chuyển khoản, nhưng nhìn chung tâm lý của người dân Việt Nam vẫn là thích tiền mặt hơn là sử dụng các dịch vụ của ngân hàng và điều này cũng làm giảm hiệu quả hoạt động của ngân hàng, nhất là trong lĩnh vực thanh toán.

b. Môi trường chính trị và pháp lý

Đây là nhân tố có ảnh hưởng quan trọng tới toàn bộ nền kinh tế chứ không phải chỉ riêng ngành ngân hàng. Chính trị và kinh tế là hai phạm trù có sự qua lại tác động ảnh hưởng qua lại rõ rệt. Chính trị ảnh hưởng tới nền kinh tế và các hành động chính trị cũng mang mục đích kinh tế và tạo ra những biến động về chính trị. Bất kỳ một sự thay đổi nào về chính trị cũng có thể tạo ra một tác động lớn đối với nền kinh tế. Tình hình chính trị ổn định tạo ra sự yên tâm và niềm tin cho khách

hàng. Ngược lại, nếu tình hình chính trị bất ổn định sẽ tạo ra tâm lý hoang mang trong dân cư, việc khách hàng rút tiền ồ ạt hoặc chuyển tiền ra các ngân hàng nước ngoài là điều hoàn toàn có thể xảy ra.

Ngoài các yếu tố chính trị, hoạt động ngân hàng còn chịu sự chi phối của hành lang pháp lý bao gồm thể chế cả trong và ngoài quốc gia (đối với các ngân hàng hoạt động ra ngoài phạm vi biên giới). Vì vậy ngân hàng là một ngành có ảnh hưởng quan trọng đối với cả nền kinh tế, hoạt động của ngân hàng còn mang tính xã hội hóa cao. Chính vì lẽ đó, hoạt động của ngân hàng phải chịu sự quản lý chặt chẽ gắt gao hơn so với các doanh nghiệp khác. Thực tế là ngân hàng phải chịu sự điều chỉnh của rất nhiều chính sách, các quy định của chính phủ, của NHTW; đó là Luật các tổ chức tín dụng, luật kinh tế, luật dân sự, hàng loạt hệ thống các quy định cụ thể trong từng thời kỳ về lãi suất, dự trữ, hạn mức. Trong sự ràng buộc về luật pháp này thì các yếu tố của nghiệp vụ huy động vốn chắc chắn sẽ bị thay đổi và kết quả làm ảnh đến quy mô và hiệu quả của việc huy động vốn. Bởi khi chính sách của Nhà nước, của NHTW (chính sách tiền tệ, tài chính, lãi suất, tín dụng) thay đổi sẽ ảnh hưởng đến khả năng thu hút vốn cũng như chất lượng nguồn vốn của NHTM.

Hệ thống Văn bản pháp quy áp dụng đối với NHTM vừa phát huy được tính tự chủ, thông thoáng nhưng vừa đảm bảo an toàn, ngăn ngừa ngân hàng tham gia vào hoạt động đầu tư mạo hiểm có thể ảnh hưởng đến quyền lợi khách hàng.

Pháp luật về ngân hàng thông thoáng sẽ tạo điều kiện cho ngân hàng thực hiện tốt chức năng của mình và kinh doanh hiệu quả. Môi trường pháp lý không rõ ràng minh bạch, nhiều trở ngại cho hoạt động ngân hàng chắc chắn sẽ gây ra khó khăn cho các NHTM trong quá trình hoạt động và tạo ra rào cản gây khó khăn cho các ngân hàng thương mại trong quá trình hoạt động của mình.

c. Yếu tố thuộc môi trường kinh tế quốc tế

Trong bối cảnh hiện nay, các NHTM chắc chắn sẽ gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng của sự suy giảm kinh tế thế giới cũng như sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, giá cả trên thị trường cũng không ổn định, các mặt hàng như nông sản, dầu thô ... đều có những biến động bất thường. Những

yếu tố trên đã tác động tiêu cực đến hoạt động kinh doanh của hệ thống ngân hàng trên toàn thế giới.

Quá trình toàn cầu hóa kinh tế quốc tế, tự do hóa tài chính tác động, ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động HĐV của các ngân hàng. Khi mà ranh giới về kinh tế và tài chính giữa các quốc gia, khu vực dần bị thu hẹp thì chỉ cần một biến động trên toàn thế giới cũng ảnh hưởng dây chuyền đến hoạt động huy động vốn của một quốc gia, một ngân hàng.

d. Môi trường thiên nhiên; thiên tai, dịch bệnh, ...

Đây là những thảm họa mà con người không thể tác động tới được mà chỉ có thể dự báo và phòng bị trước. Đối với ngân hàng thì công nghệ thông tin, máy móc thiết bị và nguồn nhân lực là yếu tố rất quan trọng, thiên tai xảy ra có thể tàn phá tương đối nặng nề máy móc thiết bị phục vụ công tác giao dịch cũng như nguồn nhân lực của ngân hàng. Từ đó, làm đình trệ mọi hoạt động, ảnh hưởng tới kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng đó.

e. Thói quen sử dụng các dịch vụ ngân hàng

Đây cũng là nhân tố không kém phần quan trọng. Các tổ chức kinh tế cũng như các cá nhân ngoài mục đích hưởng một chút lợi nhuận từ đồng vốn nhàn rỗi của mình, mà có khi còn muốn được hưởng nhiều tiện ích từ các dịch vụ ngân hàng như dịch vụ trong thanh toán, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thẻ tín dụng, ... Một khi thói quen sử dụng các dịch vụ ngân hàng của các tổ chức kinh tế và cá nhân ngày càng phát triển thì ngân hàng sẽ càng có nhiều cơ hội trong việc huy động và cho vay.

1.2.3.2. Nhân tố chủ quan

a. Chiến lược kinh doanh của ngân hàng.

Mỗi ngân hàng đều xây dựng cho mình một chiến lược kinh doanh cụ thể. Chiến lược kinh doanh được xây dựng dựa trên việc ngân hàng xác định vị trí hiện tại của mình trong hệ thống, thấy được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội thách thức đồng thời dự đoán được sự thay đổi của môi trường kinh doanh trong tương lai. Thông qua chiến lược kinh doanh ngân hàng sẽ có thể quyết định thu hẹp hay mở rộng việc huy động vốn về mặt quy mô, có thể thay đổi tỷ lệ các loại nguồn, tăng

hay giảm chi phí huy động. Với tác dụng to lớn như vậy, nếu chiến lược kinh doanh được lựa chọn đúng đắn, các nguồn vốn được khai thác một cách tối đa thì công tác huy động vốn sẽ phát huy được hiệu quả.

b. Lãi suất

Với tư cách là giá vốn, lãi suất có tác động điều tiết trực tiếp đến hoạt động tín dụng, cho vay và huy động vốn của ngân hàng, tác động đến lợi nhuận khi xem xét kết quả kinh doanh, tính toán lãi suất chênh lệch đầu ra đầu vào. Khi lãi suất thay đổi theo diễn biến quan hệ cung cầu về vốn trên thị trường tiền tệ, phản ánh đúng tín hiệu của thị trường, điều đó khiến ngân hàng phải tìm kiếm, hoạch định mức lãi suất phù hợp cho mình. Trong trường hợp lãi suất biến động do tác động của các yếu tố phi vật chất (yếu tố tâm lý, yếu tố cạnh tranh không lành mạnh...) sẽ có tác động bất lợi đối với hoạt động tín dụng của ngân hàng. Đây là khó khăn đối với các ngân hàng thương mại có quy mô hoạt động nhỏ, vốn tự có và khả năng tài chính thấp. Trong trường hợp đó là việc tăng lãi suất huy động, tác động hiệu ứng đối với toàn bộ hệ thống, buộc các ngân hàng khác cũng phải tăng lãi suất để giữ khách hàng gửi tiền trong khi đó có thể không thực sự có khó khăn về nguồn vốn. Trong nền kinh tế thị trường, các hiện tượng kinh tế thường có diễn biến, thay đổi nhanh. Lãi suất cũng là yếu tố nhạy cảm và thường xuyên thay đổi, gắn liền với sự thay đổi của quan hệ cung cầu về vốn. Vì vậy, NHTM trong quá trình hoạt động cần có sự theo dõi sát sao sự biến động đó để có những giải pháp ứng phó kịp thời nhằm ổn định tình hình kinh doanh của mình.

c. Uy tín của ngân hàng.

Có thể gọi đây chính là tài sản vô hình của ngân hàng. Uy tín bao gồm uy tín của ngân hàng trong toàn hệ thống, của các thành viên trong hội đồng quản trị, ban giám đốc. Sự nổi tiếng của ngân hàng là tài sản quý trong công tác huy động vốn vì trong lòng thị trường ngân hàng đã tạo một hình ảnh riêng, khi đó khách hàng sẽ tin tưởng vào ngân hàng, giúp ngân hàng có khả năng ổn định khối lượng vốn huy động, tiết kiệm chi phí huy động (thực tế khi ngân hàng có tiếng tăm, họ dễ dàng thu hút vốn hơn các ngân hàng khác ngay cả khi lãi suất tiền gửi của ngân hàng đưa ra có thấp hơn).

d. Chiến lược Marketing 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.

e. Các hình thức huy động vốn của ngân hàng :

Đây cũng là một trong những nhân tố có ảnh hưởng lớn đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Hình thức huy động vốn của ngân hàng càng đa dạng, phong phú bao nhiêu thì khả năng thu hút vốn từ nền kinh tế sẽ càng lớn bấy nhiêu. Điều này xuất phát từ sự khác nhau trong nhu cầu tâm lý của các tầng lớp dân cư. Mức độ đa dạng các hình thức càng cao thì càng dễ dàng đáp ứng một cách tối đa nhu cầu của dân cư, vì họ đều tìm thấy cho mình một hình thức gửi tiết kiệm phù hợp mà lại an toàn. Do vậy các NHTM thường cân nhắc rất kỹ trước khi đưa vào áp dụng một hình thức huy động mới.

f. Các dịch vụ do ngân hàng cung ứng:

Một ngân hàng có dịch vụ tốt, đa dạng hiển nhiên có nhiều lợi thế hơn các ngân hàng có các dịch vụ hạn chế. Trong điều kiện thành phố thiếu bãi đậu xe,

ngân hàng có bãi đậu xe rộng rãi cũng là một lợi thế, hoặc ngân hàng có quầy giao dịch mặt đường trên các phố chính, có hệ thống rút tiền tự động làm việc ngày đêm... có cán bộ giao dịch niềm nở, có trách nhiệm tạo được niềm tin với khách hàng cũng là những lợi thế đáng quan tâm của các NHTM. Khác với cạnh tranh về lãi suất, cạnh tranh về dịch vụ ngân hàng không có giới hạn, do vậy đây là điểm mạnh để các ngân hàng thắng thế trong cạnh tranh.

g. Công nghệ ngân hàng

Ngân hàng là loại hình kinh doanh đặc biệt trên lĩnh vực tiền tệ, tín dụng. Ngân hàng cũng có vai trò rất lớn trong việc thúc đẩy các ngành kinh tế phát triển. Vì vậy mà công nghệ ngân hàng cần đi trước một bước, công nghệ ngân hàng liên quan trực tiếp đến các mặt hoạt động như thanh toán, giao dịch, kế toán... Trong cạnh tranh các ngân hàng không ngừng đổi mới công nghệ bởi lẽ các dịch vụ ngân hàng sẽ không được đa dạng, đổi mới trừ khi ngân hàng áp dụng những công nghệ ngân hàng tiên tiến. 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, sẽ huy động được nhiều vốn hơn.

h. Đội ngũ cán bộ nhân viên ngân hàng.

Khách hàng luôn muốn giao dịch, kinh doanh với một ngân hàng bề thế tiện lợi, các nhân viên dễ mến, lịch sự và có chuyên môn. Mà hoạt động huy động vốn của ngân hàng chính là một hình thức bán hàng trực tiếp. Do đó trình độ nghiệp vụ của cán bộ ngân hàng càng cao, mọi thao tác nghiệp vụ thực hiện nhanh chóng, chính xác, có hiệu quả; thái độ phục vụ, tác phong làm việc của cán bộ ngân hàng tốt, nhiệt tình, cởi mở, tạo thuận lợi cho khách hàng sẽ gây được ấn tượng tốt đối với khách hàng, thu hút được nhiều khách hàng hơn. Thái độ phục vụ của cán bộ ngân hàng đối với khách hàng có ảnh hưởng lớn đến việc huy động vốn cho ngân hàng. Do đó, để thu hút khách hàng gửi tiền, đi đôi với việc trau dồi kiến thức, nghiệp vụ, cán bộ ngân hàng phải thường xuyên chú ý đến thái độ phục vụ của mình sao cho vừa lòng khách hàng.

Nguồn nhân lực luôn là yếu tố chủ chốt quyết định đến sự thành bại của hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Do đó, trong môi trường làm việc hiện đại cùng sự

cạnh tranh gay gắt, các ngân hàng càng cần phải chú trọng đến việc sử dụng và đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ cho các cán bộ ngân hàng của mình.

1.3. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại NHTM.

1.3.1. Đối với ngân hàng thương mại

Đối với các NHTM với tư cách là một doanh nghiệp, một chế tài trung gian hoạt động trong lĩnh vực tiền tệ thì vốn lại đóng vai trò hết sức quan trọng. NHTM là đơn vị chủ yếu cung cấp vốn thu lời, nhưng để cung cấp đủ vốn đáp ứng nhu cầu thị trường thì NHTM sẽ phải huy động từ bên ngoài. Vì vậy các ngân hàng thương mại rất chú trọng đến vấn đề huy động vốn và đáp ứng nhu cầu kinh doanh của mình.

** Hiệu quả huy động vốn phản ánh trình độ và khả năng cạnh tranh của Ngân hàng thương mại*

Huy động vốn được trong dân cư là một thành tích đóng góp cho công tác huy động vốn. Nhưng “bằng hình thức huy động nào, cách thức ra sao” để tồn ít nhất lại là một bài toán khiến các nhà kinh doanh trong lĩnh vực ngân hàng phải trăn trở. Nếu các chi phí để huy động vốn bỏ ra như: tiền thuê địa điểm, tiếp thị, quảng cáo, quà tặng lớn sẽ làm giảm thu nhập của ngân hàng. Ngược lại huy động được vốn với chi phí thấp sẽ tiết kiệm chi phí kinh doanh và tăng thêm lợi nhuận cho ngân hàng. Vì vậy để đẩy mạnh công tác huy động vốn là vấn đề có ý nghĩa sống còn đối với các NHTM.

** Đảm bảo đủ vốn kinh doanh của ngân hàng.*

Không chỉ có ý nghĩa to lớn đối với nền kinh tế đất nước, việc nâng cao hiệu quả HDV còn đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của NHTM. Nếu hiệu quả huy động vốn thấp thì ngân hàng khó có thể hoạt động kinh doanh tốt do nếu NHTM từ chối các dự án, các hợp đồng tín dụng vì lý do thiếu vốn thì sẽ gây mất lòng tin đối với khách hàng, cũng làm mất đi thói quen giao dịch của khách hàng với ngân hàng, đây là điều bất lợi với ngân hàng.

Đảm bảo đủ vốn không chỉ tính đến số lượng mà còn phải tính đến sự cân đối về kỳ hạn nguồn vốn (ngắn, trung, dài hạn), cũng như loại tiền tệ (VND,USD,...) trong khi nhu cầu vốn trung, dài hạn lại rất lớn. Nếu dùng nguồn

vốn ngắn hạn để mở rộng đầu tư trung dài hạn với tỷ trọng cao (30% trở lên) ngân hàng sẽ có nguy cơ rủi ro, rất dễ dẫn tới mất khả năng thanh toán, làm giảm, thậm chí mất lòng tin của người gửi tiền vào hệ thống ngân hàng.

** Đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng*

Vốn được tạo ra trong quá trình tích lũy, tiết kiệm của mỗi cá nhân, doanh nghiệp và nhà nước trong nền kinh tế. NHTM là chủ thể chính đáp ứng nhu cầu vốn cho quá trình sản xuất kinh doanh. Bằng số vốn huy động được, NHTM sẽ cung cấp vốn cho mọi hoạt động kinh tế và đáp ứng nhu cầu vốn một cách kịp thời cho quá trình tái sản xuất. Nhờ có vốn các doanh nghiệp có điều kiện mở rộng sản xuất, cải tiến máy móc công nghệ, tăng năng suất lao động, nâng cao hiệu quả huy động vốn để đáp ứng nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh của xã hội.

** Khai thông dòng chảy của vốn huy động*

Theo nguyên tắc kinh doanh, có đầu ra cho vốn thì NHTM mới đẩy mạnh được huy động vốn. Nếu vốn huy động bị ứ đọng do không cho vay ra được trong khi vẫn phải trả chi phí đầu vào dẫn đến các ngân hàng phải huy động cầm chừng, do đó ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng cũng như việc cung ứng vốn cho nền kinh tế. Ngân hàng phải có biện pháp tiếp cận dự án khả thi, tìm kiếm thị trường vốn ổn định để đảm bảo sự hấp thụ vốn của nền kinh tế có hiệu quả và ngày càng mở rộng.

1.3.2. Đối với khách hàng:

- Đối với dân cư:

Nghiệp vụ huy động vốn đã cung cấp cho mọi người dân các phương thức tiết kiệm tiền hợp lý và an toàn. Nguồn tiền tiết kiệm trong dân cư rất dồi dào, có nhiều điều kiện thuận lợi để ngân hàng sử dụng kinh doanh. Để thu hút được các nguồn vốn này các ngân hàng đã sử dụng nhiều hình thức huy động vốn phong phú và tiện lợi. Điều này giúp người dân dễ dàng lựa chọn một hình thức gửi tiền phù hợp với đặc điểm khoản tiền của mình. Do đó tâm lý người dân luôn mong ngân hàng đưa ra được các hình thức huy động vốn hiệu quả, có lợi cho cả hai bên: vừa ích nước vừa lợi nhà, vừa an toàn tài sản.

- Đối với các tổ chức kinh tế, doanh nghiệp :

Nghiệp vụ huy động vốn đã giúp cho các tổ chức kinh tế, các doanh nghiệp thuận tiện trong thanh toán giao dịch thông qua tài khoản tiền gửi thanh toán. Nếu ngân hàng đẩy mạnh công tác huy động vốn thì sẽ giúp các doanh nghiệp rất nhiều trong hoạt động kinh doanh, làm cho hoạt động của doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế luôn trôi chảy. Hơn nữa, các doanh nghiệp và tổ chức kinh tế đều có quan hệ tín dụng với ngân hàng và huy động vốn có hiệu quả sẽ giúp cho doanh nghiệp có vốn kịp thời bất cứ lúc nào mà doanh nghiệp cần vốn. Do đó đứng ở góc độ doanh nghiệp thì nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn ở mỗi ngân hàng là cần thiết.

1.3.3. Đối với nền kinh tế :

Nghiệp vụ huy động vốn giúp cho các nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội được tập trung về một mối, thuận tiện cho việc phân phối lại chúng, tránh được tình trạng lãng phí nguồn vốn. Với nền kinh tế thì hoạt động huy động vốn là không thể thiếu nhất là khi nền kinh tế có lạm phát, lúc đó huy động vốn là một trong những công cụ để kiềm chế lạm phát. Khi nền kinh tế trong giai đoạn phát triển, huy động vốn giúp cho nó phát triển nhịp nhàng, hiệu quả hơn. Vì thế đẩy mạnh công tác huy động vốn ở mỗi NHTM có ý nghĩa rất lớn đối với sự phát triển của nền kinh tế.

1.3.4. Một số biện pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi.

❖ Biện pháp kinh tế

Phát triển các hình thức huy động mới: Để đẩy mạnh công tác huy động vốn thì ngoài việc nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn truyền thống, ngân hàng cần chú trọng nghiên cứu, áp dụng phổ biến các sản phẩm, hình thức huy động có mục đích đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Vận dụng cơ chế lãi suất linh hoạt: Trong nền kinh tế thị trường, mỗi ngân hàng đều có chiến lược kinh doanh riêng, trong đó chiến lược lãi suất là yếu tố quan trọng trong công tác huy động vốn. Lãi suất là yếu tố tạo phần lớn chi phí và thu nhập của ngân hàng, mọi biến động về lãi suất đều có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Thực hiện lãi suất linh hoạt theo từng đối tượng khách hàng, thực hiện ưu đãi lãi suất với khách hàng có giao dịch thường xuyên hoặc khách hàng có số dư tiền gửi lớn, đi đôi với dịch vụ thu lưu động tận

nơi khách hàng. Việc điều hành lãi suất linh hoạt, hợp lý sẽ làm tăng sự thu hút đối với khách hàng gửi tiền vì ngân hàng đã đảm bảo được lợi ích lâu dài cho người gửi tiền.

❖ Biện pháp kỹ thuật

Hoàn thiện công nghệ hiện đại hoá ngân hàng: ngân hàng phải không ngừng hoàn thiện cơ sở vật chất, các trang thiết bị và áp dụng các công nghệ mới vào hoạt động ngân hàng. Kỹ thuật công nghệ ngân hàng sẽ hỗ trợ đắc lực cho các NHTM trong việc nâng cao chất lượng nghiệp vụ, dịch vụ kinh doanh từ đó tạo ra sức cạnh tranh cao trong nền kinh tế thị trường, đồng thời công nghệ ngân hàng hiện đại còn tạo điều kiện cho các ngân hàng thực hiện đa dạng hoá các nghiệp vụ.

Thường xuyên đào tạo, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ: Hoạt động quản lý kinh doanh và chiến lược khách hàng sẽ không thể thành công nếu Ngân hàng không thường xuyên đào tạo có chất lượng đội ngũ cán bộ công nhân viên của mình. Công tác đào tạo phải thực hiện ở nhiều cấp độ khác nhau tùy chức năng hiện tại và qui hoạch tương lai. Nhưng dù ở lĩnh vực nghiệp vụ nào cũng cần quán triệt sâu sắc tinh thần tận tụy, chu đáo với sự nghiệp của đơn vị. Mọi thành viên cần hiểu rõ khách hàng luôn là người bạn đồng hành của Ngân hàng, cần hiểu nhu cầu và mong muốn của họ từ đó mới thực hiện thành công chiến lược khách hàng vì đây là chiến lược phải được duy trì thường xuyên và lâu dài.

❖ Biện pháp tâm lý

Xây dựng chính sách thu hút và chăm sóc khách hàng hiệu quả: Khi tiến hành đa dạng hóa các sản phẩm huy động vốn, NHTM cần phải đồng thời xây dựng chính sách thu hút và chăm sóc khách hàng hiệu quả. Đây là một công việc có ý nghĩa quyết định đến sự thành công của chiến lược huy động vốn, có tác dụng lâu dài đối với hoạt động huy động vốn của NHTM.

Đẩy mạnh công tác marketing, phát triển mạng lưới thu hút khách hàng gửi tiền: các NHTM nên tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về các dịch vụ ngân hàng, các hình thức và chính sách huy động vốn, thu hút tiền gửi...trên các phương tiện thông tin đại chúng (truyền hình, đài phát thanh, thời báo, tạp chí...) với các thông tin cần thiết kèm theo như: lãi suất, kỳ hạn...Bên cạnh đó, các ngân hàng cần chú trọng tới công tác phát triển mạng lưới, mở thêm phòng giao dịch, nâng cấp chức

năng nhiệm vụ và cơ sở vật chất, phương tiện làm việc cho các phòng giao dịch, qua đó tạo vị thế, lòng tin của khách hàng. Nâng cao khả năng chăm sóc khách hàng của các cán bộ. Trong giao dịch cần phải có thái độ cởi mở, nhiệt tình chu đáo, kỹ năng xử lý nghiệp vụ nhanh chóng, chính xác, khả năng tư vấn và biết lắng nghe ý kiến khách hàng.

Tóm lại, qua cơ sở lý luận chung về công tác huy động vốn tiền gửi và hiệu quả huy động vốn tiền gửi của các Ngân hàng Thương mại được trình bày ở trên đã giúp chúng ta hiểu rõ hơn về tầm quan trọng, vị trí và sự cần thiết phải nâng cao hơn nữa hiệu quả công tác huy động vốn không chỉ với bản thân ngân hàng mà còn với các tổ chức kinh tế, dân cư và toàn xã hội. Mọi hình thức huy động vốn đều có những mặt ưu điểm và hạn chế nhất định, người điều hành ngân hàng phải biết tính toán tìm kiếm hình thức huy động hợp lý nhằm đáp ứng mục tiêu huy động vốn tốt nhất, nhiều nhất nguồn vốn an toàn với giá rẻ nhất

CHƯƠNG 2:**THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI
NGÂN HÀNG TMCP NAM VIỆT – CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.****2.1. Tổng quan về ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.****2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển.****2.1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển ngân hàng TMCP Nam Việt**

Ngân hàng TMCP Nam Việt trước đây có tên gọi là Ngân hàng TMCP nông thôn Sông Kiên, là Ngân hàng TMCP được thành lập vào ngày 18 tháng 9 năm 1995 với mức vốn điều lệ: 1.000.000.000.000 đồng (một ngàn tỷ VND).

Ngân hàng còn nắm quyền kiểm soát toàn bộ Công ty con là Công ty TNHH Quản lý nợ và Khai thác Tài sản Nam Việt Ngân hàng, được thành lập ngày 19/12/2006 với tỷ lệ góp vốn của Ngân hàng là 100%, với mức vốn điều lệ là 50.000.000.000 đồng.

Trụ sở chính của ngân hàng đặt tại: 343 Phạm Ngũ Lão, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh.

Tên viết tắt: Navibank, địa chỉ website: <http://www.navibank.com.vn>

Trải qua hơn 16 năm hoạt động, ngân hàng TMCP Nam Việt – Navibank đã khẳng định được vị trí của mình trên thị trường tài chính tiền tệ Việt Nam thể hiện qua sự tăng trưởng ổn định, an toàn và hiệu quả trong hoạt động.

2.1.1.2. Quá trình hình thành và phát triển ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng.

Ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng (Navibank Hải Phòng) Chi nhánh Hải Phòng được thành lập vào ngày 6/1/2007.

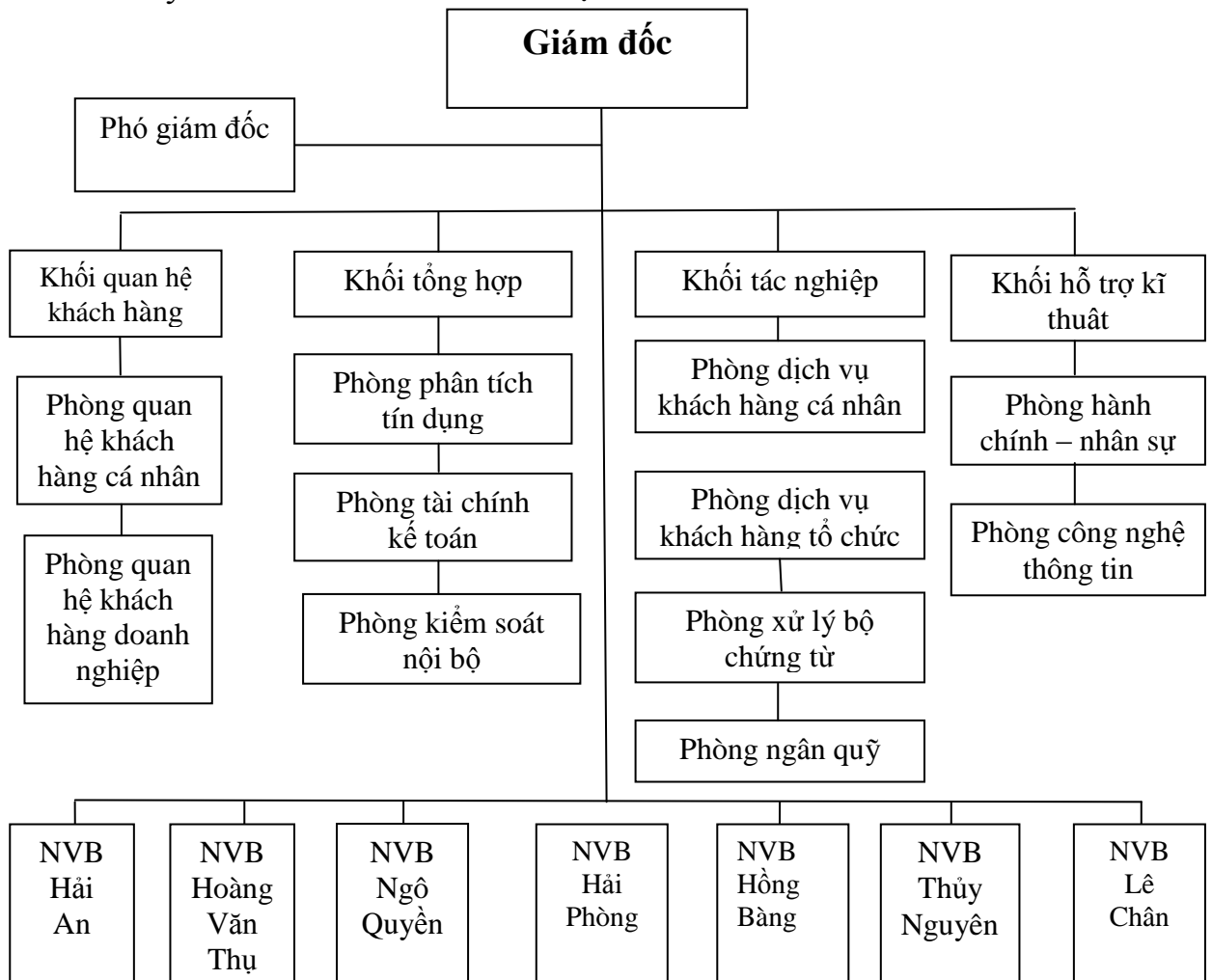
Địa chỉ chi nhánh Navibank Hải Phòng : 326 - 328 Tô Hiệu, Phường Hồ Nam, Quận Lê Chân, Thành phố Hải Phòng.

Sau 05 năm có mặt tại Hải Phòng, Navibank Hải Phòng đã đạt tổng tài sản gần 1.000 tỷ đồng, mạng lưới giao dịch rộng khắp, cùng một danh mục sản phẩm dịch vụ tài chính đa dạng, phong phú, hiện đại và sự tín nhiệm của gần 10.000 khách hàng cá nhân và tổ chức.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức và chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận tại ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng

Trong cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Nam Việt- Chi nhánh Hải Phòng, Giám đốc là người điều hành trực tiếp mọi hoạt động của Chi nhánh với sự giúp đỡ của Phó giám đốc, dưới ban giám đốc chi nhánh có là các phòng ban chức năng. Hiện nay Navibank Hải Phòng có tổng số cán bộ công nhân viên là hơn 120 cán bộ. Trong đó, cán bộ công nhân viên có trình độ đại học và tương đương chiếm 82%, có trình độ trung cấp là 12% người, có trình độ sơ cấp là 6%.

Sau đây là mô hình cơ cấu tổ chức tại chi nhánh:



Hình 1: Mô hình tổ chức của Navibank Hải Phòng

(Nguồn tổng hợp từ báo cáo nhân sự Navibank Hải Phòng)

Cơ cấu tổ chức là một nhân tố hết sức quan trọng, tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Do đó, bên cạnh việc tập trung thực hiện có hiệu quả các chiến lược kinh doanh ngân hàng cũng hết sức quan tâm đến công tác

tổ chức cán bộ tạo điều kiện thu gọn bộ máy cán bộ, giảm thiểu chi phí quản lý góp phần thực hiện kế hoạch của ngân hàng

Trong đó, chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận là:

➤ **Ban giám đốc**

Giám đốc

- Điều hành chung – chỉ đạo toàn diện hoạt động kinh doanh của chi nhánh, trực tiếp phụ trách Phòng quan hệ khách hàng, Phòng tổ chức hành chính – nhân sự. Phụ trách công tác phát triển mạng lưới, công tác vốn và tài sản của chi nhánh.

Phó giám đốc

- Thay mặt giám đốc điều hành các công việc trong trường hợp giám đốc đi vắng từ 01 ngày trở lên. Giúp giám đốc chi nhánh trong công tác quản trị điều hành, kịp thời báo cáo phát sinh bất thường tại chi nhánh.

- Trực tiếp phụ trách Phòng dịch vụ khách hàng, phòng kế toán. Phụ trách và điều hành công tác báo cáo định kỳ, đột xuất với ngân hàng nhà nước.

- Thực hiện công tác đối nội trong nội bộ chi nhánh, các quan hệ liên quan đến chính quyền và các ban ngành tại địa phương.

➤ **Khối quan hệ khách hàng**

Phòng Quan hệ khách hàng cá nhân và doanh nghiệp có chức năng:

- Đóng vai trò bộ phận tiếp thị bán hàng trực tiếp
- Thiết lập quan hệ với khách hàng
- Khai thác quan hệ với khách hàng
- Phát triển quan hệ với khách hàng

➤ **Khối tổng hợp**

Đóng vai trò bộ phận tham mưu, có chức năng lập kế hoạch kinh doanh, triển khai các chính sách tiếp thị; tham mưu ch ban lãnh đạo trong việc ra các quyết định về tín dụng; quản lý về tài chính, quản lý về tài chính, quản lý rủi ro, và kiểm soát nội bộ các hoạt động của Sở giao dịch, chi nhánh, đơn vị sự nghiệp.

➤ **Khối tác nghiệp**

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

- Cung cấp dịch vụ mở, quản lý tài khoản, thanh toán trong nước.
- Cung cấp các dịch vụ ngoại hối.
- Phát hành thẻ và đại lý chấp nhận thẻ tại địa bàn của chi nhánh.
 - Đầu mối tiếp thị trực tiếp của khách hàng trên địa bàn cho chi nhánh.

➤ **Khối hỗ trợ kỹ thuật**

Thực hiện công tác tổ chức cán bộ và đào tạo tại Chi nhánh theo đúng chủ trương chính sách của Nhà nước và quy định của Navibank Hải Phòng. Thực hiện công tác quản trị và văn phòng phục vụ hoạt động kinh doanh của Chi nhánh, thực hiện công tác bảo vệ, an ninh an toàn của Chi nhánh.

2.1.3. Các hoạt động nghiệp vụ đang có tại ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

Chi nhánh Hải Phòng là một trong những chi nhánh hết sức quan trọng của ngân hàng TMCP Nam Việt vì Hải Phòng là một trong những thành phố trực thuộc trung ương, tập trung đông dân cư và có nền kinh tế phát triển. Sau 5 năm thành lập tại Hải Phòng, chi nhánh tập trung vào thực hiện các nghiệp vụ sau:

- Huy động vốn ngắn hạn, trung hạn, dài hạn dưới các hình thức có kỳ hạn, không kỳ hạn.
- Cho vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn các tổ chức kinh tế và cá nhân.
- Tiếp nhận vốn đầu tư và phát triển.
- Vay vốn của các tổ chức tín dụng khác.
- Làm dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng
- Thực hiện kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc và thanh toán quốc tế, huy động vốn từ nước ngoài.
- Các dịch vụ Ngân hàng khác: dịch vụ thanh toán, dịch vụ thẻ, dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ kinh doanh ngoại hối...

2.1.4. Hoạt động tại Ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

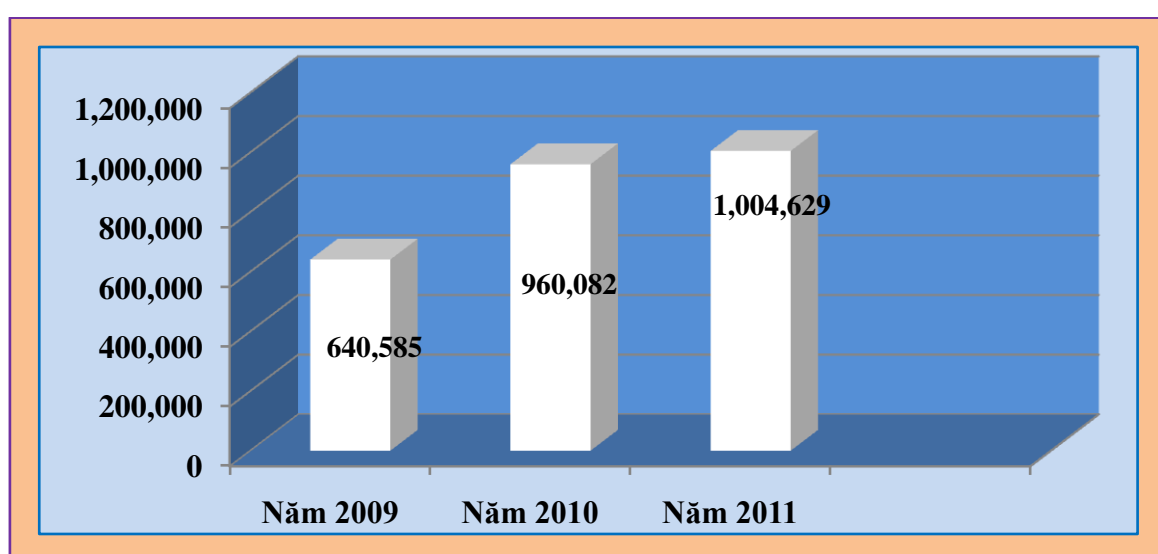
Trong những gần đây, nền kinh tế nước ta phải đối mặt với rất nhiều khó khăn thử thách. Đó là do ảnh hưởng tiêu cực của cuộc khủng hoảng tài chính khu vực, sự suy giảm tốc độ tăng trưởng và phát triển nền kinh tế Mỹ và đặc biệt là cuộc khủng hoảng nợ công Châu Âu thời gian qua. Cùng với đó, xu hướng hội nhập kinh tế khu vực và thế giới đồng thời với việc Việt Nam gia nhập WTO đã

tạo ra những cơ hội và thách thức không nhỏ đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam. Đặc biệt trong năm 2011 với việc lạm phát trong nước ngày càng có xu hướng gia tăng đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của các ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, với sự nỗ lực và quyết tâm cao độ của Hội đồng quản trị, ban điều hành và toàn thể nhân viên, chi nhánh ngân hàng đã đang từng bước khắc phục những khó khăn, gây dựng được lòng tin nơi khách hàng, nâng cao uy tín trên thị trường. Với một hướng đi đúng đắn, liên tục trong những năm gần đây NH TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng đã có những chuyển biến tích cực trong nhiều hoạt động như hoạt động huy động vốn, hoạt động sử dụng vốn...Sau đây là tình hình hoạt động cụ thể tại ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng

2.1.4.1. Công tác huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là một hoạt động cơ bản của NHTMCP nói chung và NHTMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng nói riêng. Navibank Hải Phòng luôn tích cực đẩy mạnh công tác huy động vốn bằng cách đa dạng hóa hình thức, các kênh huy động vốn từ mọi thành phần kinh tế như tổ chức các chương trình khuyến mại hấp dẫn cho khách hàng, tặng quà khách hàng VIP nhân dịp sinh nhật... Cùng với đó là mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch với 7 điểm giao dịch đã giúp Navibank luôn tăng huy động và hoàn thành kế hoạch huy động vốn đề ra.

Tính tới thời điểm 31/12/2011: tổng nguồn vốn huy động của chi nhánh đạt 1.004.629 triệu đồng.



Hình 2: Sự tăng trưởng vốn huy động Navibank qua các năm.

(Nguồn: Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

Qua hình 2 cho thấy tình hình huy động vốn từ tiền gửi của Navibank Hải Phòng trong 3 năm qua đã tăng đáng kể từ 640.585 triệu đồng năm 2009 đã tăng lên 1.004.629 triệu đồng vào năm 2011, tăng 364.044 triệu đồng tương đương 56,83% với các hình thức sản phẩm huy động vốn đa dạng, phong phú đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Chính vì vậy lượng vốn huy động trong ngày càng tăng giúp chi nhánh giảm huy động vốn trên thị trường liên ngân hàng. Điều này cho thấy uy tín của chi nhánh ngày càng tăng lên. Đạt được kết quả này là sự cố gắng lớn của tập thể cán bộ ngân hàng. Tốc độ tăng 2011 thấp hơn so với năm 2010 có thể do tình hình kinh tế cả nước năm 2011 gặp khá nhiều khó khăn. Năm 2011 đối mặt với một loạt khó khăn và thách thức: lạm phát tăng trở lại, kinh tế vĩ mô có nhiều bất ổn, lãi suất tăng cao, doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn trong sản xuất kinh doanh do tín dụng thu hẹp, tỷ giá có những thời điểm biến động phức tạp gây khó khăn cho ngân hàng trong công tác huy động vốn.

Hiện nay công tác quản lý tiền gửi cũng được Navibank Hải Phòng thực hiện thường xuyên, nghiêm túc tại các phòng giao dịch thông qua công tác kiểm tra của các phòng ban chuyên môn nghiệp vụ. Qua đó đã khắc phục những sai sót, đảm bảo an toàn tuyệt đối nguồn tiền gửi của dân cư và các chứng từ quan trọng giúp nâng cao uy tín của ngân hàng với khách hàng.

2.1.4.2. Hoạt động sử dụng vốn.

Hoạt động sử dụng vốn là hoạt động hết sức quan trọng đối với mỗi ngân hàng thương mại, nó là hoạt động sinh lợi chủ yếu của các ngân hàng do đó, nếu biết cách sử dụng vốn một cách hợp lý thì sẽ giúp các NHTM nâng cao được hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình. Nhận biết được tầm quan trọng của hoạt động sử dụng vốn, trong những năm vừa qua Navibank Hải Phòng đã rất quan tâm, chú trọng đến hoạt động này.

➤ *Hoạt động cho vay tại ngân hàng.*

Cho vay trong hoạt động của các ngân hàng thương mại là một quá trình tạo lợi nhuận cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Với chức năng đi vay để cho vay nên các ngân hàng nói chung cũng Navibank Hải Phòng nói riêng phải tìm mọi cách để thu hút khách hàng như: đầu tư, phát triển các yếu tố nhằm nâng cao chất lượng của công tác tín dụng, đảm bảo kinh doanh có hiệu quả và an toàn

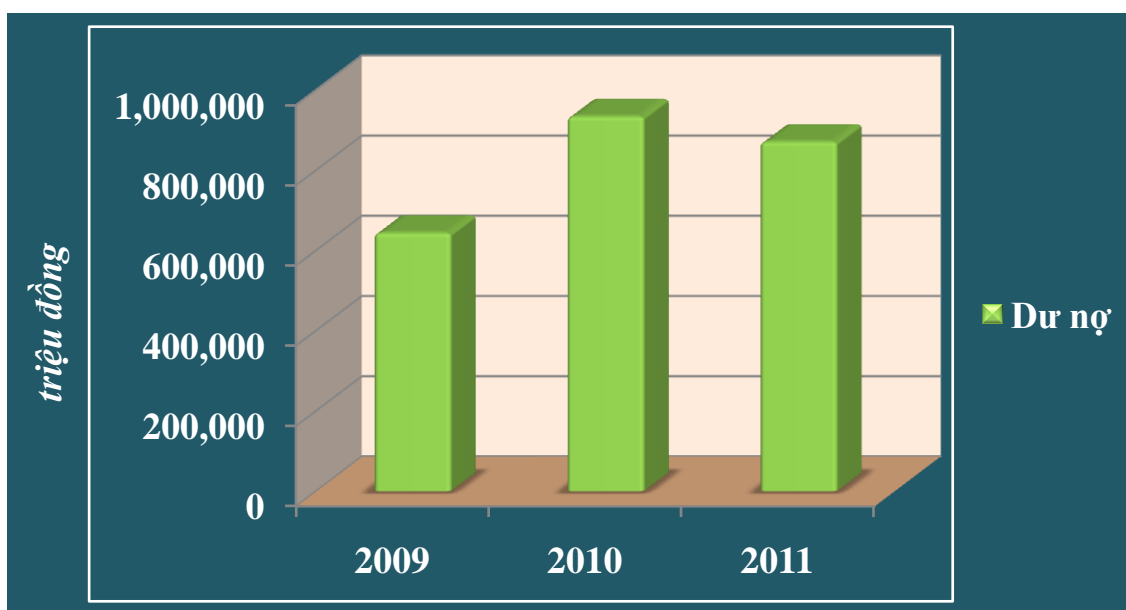
vốn. Trong những năm vừa qua, do diễn biến phức tạp của nền kinh tế trong nước, hoạt động cho vay của chi nhánh ngân hàng cũng có nhiều biến động:

Bảng 2.1: Dư nợ cho vay của Navibank Hải Phòng

(Đơn vị tính: triệu đồng)

Chỉ tiêu	2009	2010		2011			
	ST	ST	2010-2009		ST	2011-2010	
			ST	%		ST	%
Dư nợ	643.846	934.306	290.460	45,11	871.151	(63.155)	(6,76)

(Nguồn: Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)



Hình 3: Tổng dư nợ cho vay của ngân hàng qua các năm.

(Nguồn : Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

Trước bối cảnh nền kinh tế Việt Nam còn đang gặp khó khăn do ảnh hưởng của sự suy thoái kinh tế Mỹ và cuộc khủng hoảng nợ công Châu Âu. Xu hướng toàn cầu hóa ngày càng mở rộng, vấn đề cạnh tranh càng căng thẳng hơn sau khi Việt Nam gia nhập vào WTO đã tác động rất lớn đến hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại ở Việt Nam. Qua biểu đồ trên thấy hoạt động cho vay của ngân hàng trong các năm vừa qua có sự biến động liên tục, từ năm 2009 đến năm 2010 dư nợ cho vay của ngân hàng từ 643.846 triệu đồng tăng lên 934.306 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 45,11%. Sở dĩ dư nợ cho vay tăng như vậy là do Chính phủ đưa ra các gói kích cầu nhằm khuyến khích nền kinh tế, tận dụng được

cơ hội đó, ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng đã có những quyết định đúng đắn trong chiến lược kinh doanh của mình như giảm lãi suất cho vay, cung cấp các sản phẩm tín dụng đa dạng nhiều ưu đãi...để thu hút ngày càng nhiều khách hàng. Từ năm 2010 đến năm 2011 dư nợ cho vay của ngân hàng bị giảm xuống từ 934.306 triệu đồng trong năm 2010 xuống còn 871.151 triệu đồng trong năm 2011. Mặc dù đến năm 2011, doanh số cho vay của ngân hàng có giảm xuống tuy nhiên lượng giảm này không đáng kể khi lạm phát tăng cao, diễn biến phức tạp về mặt bằng lãi suất cùng với sự tăng trưởng nóng của một số kênh đầu tư nhưng rủi ro cao như vàng, ngoại tệ, bất động sản...

Để hiểu rõ hơn hoạt động cho vay tại ngân hàng, xem xét bảng kết cấu dư nợ cho vay theo loại tiền tại ngân hàng:

Bảng 2. 2: Kết cấu dư nợ cho vay theo loại tiền tại Navibank Hải Phòng.

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	31/12/2009		31/12/2010		31/12/2011	
	Số dư	%	Số dư	%	Số dư	%
1.Nội tệ	589.248	91.52	821.722	87,95	742.308	85,21
2.Ngoại tệ quy đổi	54.598	8.48	112.584	12.05	128.843	14,79
Tổng dư nợ cho vay	643.846	100	934.306	100	871.151	100

(Nguồn: Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

Xem xét bảng kết cấu trên ta thấy, tỷ trọng dư nợ cho vay tại ngân hàng chủ yếu là các khoản cho vay nội tệ, năm 2009 dư nợ cho vay nội tệ tại ngân hàng chiếm 91.52%, năm 2010 là 87,95% và năm 2011 là 85,21%. Ngân hàng tập trung chủ yếu cho vay nội tệ là do khi cho vay ngoại tệ, ngân hàng không những phải đối phó với những rủi ro thông thường mà còn phải đối phó với rủi ro tỷ giá hối đoái, đặc biệt là trong giai đoạn khủng hoảng tài chính và nợ công hiện nay.

Hoạt động cho vay tại ngân hàng thương mại cổ phần Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng chủ yếu xuất phát từ 2 hoạt động cho vay chính, đó là: cho vay các tổ chức kinh tế, cá nhân trong nước và cho vay bằng vốn tài trợ, ủy thác đầu tư.

Bảng 2.3: Cơ cấu dư nợ theo hình thức cho vay tại Navibank Hải Phòng.*(Đơn vị: triệu đồng)*

Chỉ tiêu	31/12/2009		31/12/2010		31/12/2011	
	Số dư	%	Số dư	%	Số dư	%
1.Cho vay tổ chức kinh tế, cá nhân trong nước	643.846	100	915.106	97,95	855.011	98,15
2.Cho vay bằng vốn tài trợ, ủy thác đầu tư.		0	19.200	2.05	16.140	1,85
Tổng dư nợ cho vay	643.846	100	934.306	100	871.151	100

(Nguồn:Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

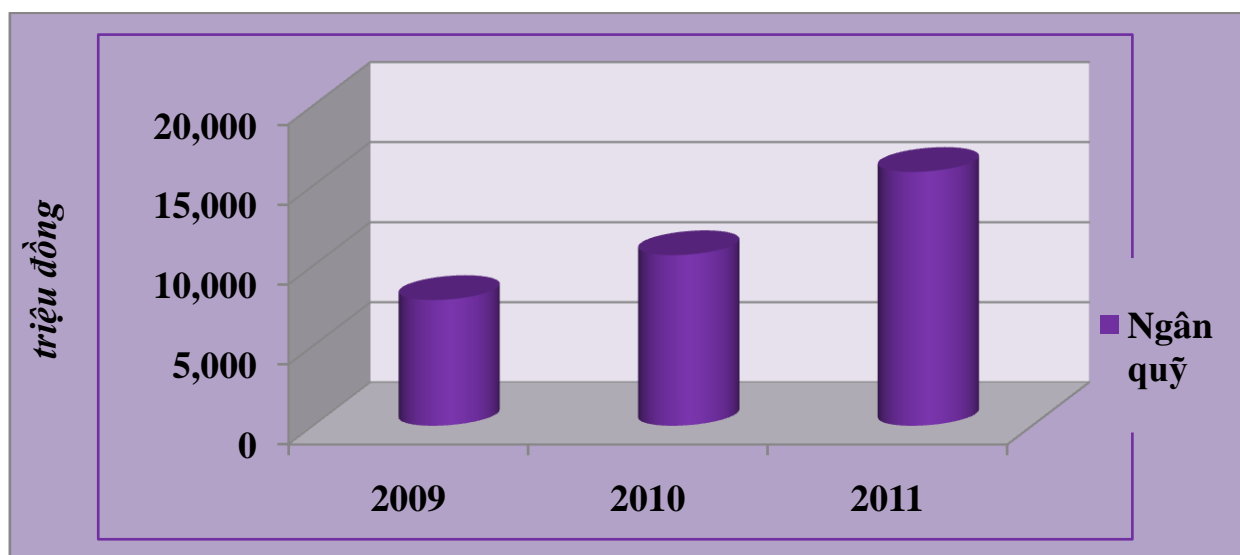
Qua bảng cơ cấu dư nợ cho vay tại Navibank Hải Phòng, hoạt động cho vay của ngân hàng chủ yếu là từ cho vay các tổ chức kinh tế, cá nhân trong nước, các khoản cho vay này chiếm một tỷ trọng rất lớn trong cơ cấu dư nợ cho vay của ngân hàng. Chi nhánh mới được thành lập nên việc ngân hàng quan tâm trước tiên đó là cho khách hàng trong nước biết đến thương hiệu của ngân hàng do đó trong những năm vừa qua chi nhánh rất chú trọng đến việc cho vay tổ chức kinh tế, cá nhân trong nước. Hơn nữa, với diễn biến phức tạp của nền kinh tế hiện nay cùng với sự xuất hiện của các ngân hàng nước ngoài làm cho sự cạnh tranh giữa các ngân hàng trở nên gay gắt thì Navibank Hải Phòng nên tập trung vào các hoạt động truyền thống như cho vay tổ chức kinh tế, cá nhân trong nước. Để giảm thiểu rủi ro, ngân hàng nên mở rộng ra các hoạt động khác để đa dạng hóa danh mục cho vay của ngân hàng, thu hút nhiều khách hàng hơn không chỉ khách hàng trong nước mà cả khách hàng nước ngoài. Trong cơ cấu dư nợ cho vay của ngân hàng còn có hoạt động cho vay bằng vốn tài trợ, ủy thác đầu tư, hoạt động này chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu cho vay của ngân hàng do hoạt động cho vay bằng vốn tài trợ, ủy thác đầu tư là hoạt động mới tại ngân hàng, hoạt động cho vay chủ yếu tại ngân hàng vẫn là cho vay tổ chức kinh tế, cá nhân trong nước.

Tình hình hoạt động tín dụng tại Navibank Hải Phòng thường xuyên biến động qua các năm 2009, 2010 và 2011. Năm 2010 có thể nói là năm thành công của ngân hàng trong việc mở rộng quy mô hoạt động tín dụng, đến năm 2011 tuy dư nợ cho vay có bị giảm nhưng lượng giảm không phải là quá lớn.

➤ **Hoạt động ngân quỹ tại ngân hàng.**

Để có thể tạo niềm tin cho khách hàng đến gửi tiền, nâng cao uy tín ngân hàng thì một trong những nhân tố rất quan trọng mà mỗi ngân hàng thương mại đều phải quan tâm đó là đảm bảo khả năng thanh toán. Vì vậy, nguồn vốn mà các ngân hàng thương mại huy động được bên cạnh việc cho vay và đầu tư để thu lại được lợi nhuận thì ngân hàng phải giữ lại một phần để dự trữ nhằm đảm bảo khả năng thanh toán cho khách hàng và thực hiện các quy định dự trữ bắt buộc do ngân hàng trung ương đề ra.

Với mục đích đảm bảo khả năng thanh toán thường xuyên, các NHTM nói chung và Navibank Hải Phòng nói riêng luôn dự trữ một khoản tiền dưới dạng: tiền mặt tại quỹ của ngân hàng, tiền gửi tại ngân hàng nhà nước và tiền gửi tại các tổ chức tín dụng khác.



Hình 4: Hoạt động ngân quỹ tại Navibank Hải Phòng qua các năm

(Nguồn: Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

Qua hình 4 trên ta thấy, ngân hàng đang ngày càng tăng các khoản tiền dự trữ, nếu như năm 2009 tổng lượng tiền dự trữ chỉ có 7.852 triệu đồng thì đến năm 2010 đã tăng lên là 10.655 triệu đồng và đến năm 2011 đã là 15.852

triệu đồng, năm 2010 so với năm 2009 đã tăng lên 35,70% còn năm 2011 so với năm 2010 thì đã tăng lên là 48,78 %. Nhận thấy ngân hàng ngày càng quan tâm hơn đến việc đảm bảo khả năng thanh toán nhằm nâng cao hơn nữa uy tín cho ngân hàng, hơn nữa trong 3 năm vừa qua lượng vốn mà ngân hàng huy động được cũng ngày càng tăng lên do đó ngân hàng cũng phải tăng lương tiền dự trữ tương ứng.

Bảng 2.4: Cơ cấu hoạt động ngân quỹ tại Navibank Hải Phòng.

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	31/12/2009		31/12/2010		31/12/2011	
	Số dư	%	Số dư	%	Số dư	%
Hoạt động ngân quỹ	7.852	100	10.655	100	15.852	100
1. Tiền mặt, chứng từ có giá trị.	5.345	68,07	7.014	65,83	9.721	61,32
2. Tiền gửi tại NHNN.	1.651	21,03	3.046	28,59	2.433	15,35
3. Tiền gửi tại các TCTD khác.	856	10,90	595	5,58	3.698	23,33

(Nguồn: Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

Bảng số liệu trên đã cho thấy rõ cơ cấu các khoản tiền dự trữ của ngân hàng, trong các khoản tiền dự trữ đó thì tiền mặt, chứng từ có giá trị là khoản dự trữ chiếm tỷ trọng lớn nhất, với các khoản tiền gửi tại ngân hàng nhà nước thì 2 năm 2009 và 2010 đều chiếm tỷ trọng đứng thứ 2 nhưng đến năm 2011 thì khoản này lại chiếm tỷ trọng thấp nhất nguyên nhân có thể là do năm 2011 Ngân hàng Trung Ương giảm lượng tiền dự trữ bắt buộc đối với các NHTM nên các ngân hàng có xu hướng giảm tiền gửi ở ngân hàng nhà nước để đầu tư vào các hoạt động khác mang lại lợi nhuận cao hơn.

2.1.5. Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2009 - 2011

Năm 2011 là năm có nhiều biến động kinh tế thế giới cũng như trong nước mà đặc biệt là tỷ lệ lạm phát ngày càng cao. Tuy nhiên được coi là một huyết mạch trong lưu thông tiền tệ thì các NHTM nói chung và NHTMCP Nam Việt - chi nhánh Hải Phòng nói riêng phải gánh vác nhiệm vụ hết sức khó khăn. Chi nhánh

phải vừa cố gắng đáp ứng nhu cầu khách hàng trong tình hình mới vừa phải khắc phục những tồn đọng cũ. Trước những khó khăn thử thách đó, ý thức được những mặt yếu, Navibank Hải Phòng luôn đề ra những phương hướng kinh doanh tích cực vừa bám sát những nhiệm vụ đề ra, vừa nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Dưới đây là bảng kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng TMCP Nam Việt - Chi nhánh Hải Phòng giai đoạn 2009 – 2011:

Bảng 2.5 : Kết quả hoạt động kinh doanh

(Đơn vị tính: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch 2010/2009		Chênh lệch 2011/2010	
				Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
				+/-	%	+/-	%
Tổng thu nhập	75.762	117.021	168.865	41.259	54,46	51.884	44,30
Trong đó: Thu lãi cho vay	74.766	115.053	167.738	40.287	53,88	52.685	45,79
Tỷ lệ giữa thu lãi cho vay và tổng thu nhập (%)	98,69	98,32	99,33				
Tổng chi phí	68.303	107.573	163.955	39.270	57,49	56.382	52,41
LN thuần từ HĐKD trước chi phí DPRR	7.459	9.448	4.910	1.989	26,67	(4.538)	(48,03)
Chi phí DPRR	1.813	8.258	3.820	6.445	355,49	(4.438)	(53,74)
Tổng LN trước thuế	5.646	1.190	1.090	(4.456)	(78,92)	(100)	(8,4)

(Nguồn: Báo cáo kinh Navibank Hải Phòng)

Qua bảng 2.5 cho thấy, lợi nhuận thuần từ HĐKD trước chi phí DPRR của Navibank Hải Phòng năm 2011 là thấp nhất. Nếu như năm 2009 chi nhánh thu được 7.459 triệu đồng thì đến năm 2010 thu được 9.448 triệu đồng, đã tăng 1.989 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng là 26,67%. Nhưng sang đến năm 2011 lợi nhuận thuần từ HĐKD trước chi phí DPRR chỉ đạt 4.910 triệu đồng, giảm 4.583 triệu đồng tương đương với tỷ lệ giảm là 48,03%.

Lợi nhuận đạt được chủ yếu từ hoạt động tín dụng đem lại và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng lợi nhuận, cụ thể: Năm 2009 thu lãi vay chiếm 98,69% tổng thu nhập, năm 2010 thu lãi cho vay chiếm 98,32% tổng thu nhập, năm 2011 thu nhập từ hoạt động tín dụng tăng chiếm tỷ trọng 99,23% tổng thu nhập, còn lại là thu từ hoạt động dịch vụ. Điều này cho thấy ngoài đầu tư cho hoạt động tín dụng, ngân hàng còn mở rộng phát triển các hoạt động dịch vụ khác, giúp cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng ngày càng đa dạng và phong phú.

Tổng chi phí năm 2011 có cao hơn so với năm 2010 tuy nhiên bù lại chi phí DPRR tín dụng mà chi nhánh phải bỏ ra cho năm 2011 lại ít hơn rất nhiều so với năm 2010. Nếu như năm 2010 chi nhánh phải bỏ ra 8.258 triệu đồng cho khoản chi phí này thì đến năm 2011 chi nhánh chỉ phải bỏ ra 3.820 triệu đồng đã giảm đi 4.438 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ giảm là 53,74%. Điều này rất có ý nghĩa đối với chi nhánh, nó chứng tỏ rằng hoạt động tín dụng của chi nhánh đang thực hiện rất có hiệu quả, đã giảm đi rất nhiều các khoản nợ có vấn đề mà Ngân hàng phải sử dụng DPRR tín dụng để bù đắp.

Năm 2010 Ngân hàng thu được lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh cao hơn năm 2011 nhưng chi phí phải bỏ ra cho các khoản DPRR tín dụng là rất lớn nên kết quả tổng lợi nhuận trước thuế năm 2010 ngân hàng thu được cũng không lớn, chỉ đạt được 1.190 triệu đồng, lớn hơn năm 2011 là 100 triệu đồng. Ngược lại, tuy năm 2011 lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh mà chi nhánh thu được thấp hơn nhưng các khoản chi phí DPRR mà Ngân hàng phải bỏ ra là rất ít nên năm 2011 chi nhánh đã thu được một khoản lợi nhuận trước thuế là 1.090 triệu đồng. Điều này cho ta thấy ngân hàng đã đưa ra các chính sách hợp lý và thích hợp để hoạt động có hiệu quả hơn.

2.2. Thực trạng công tác huy động vốn tiền gửi tại ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng

2.2.1. Về quy mô, sự tăng trưởng vốn huy động

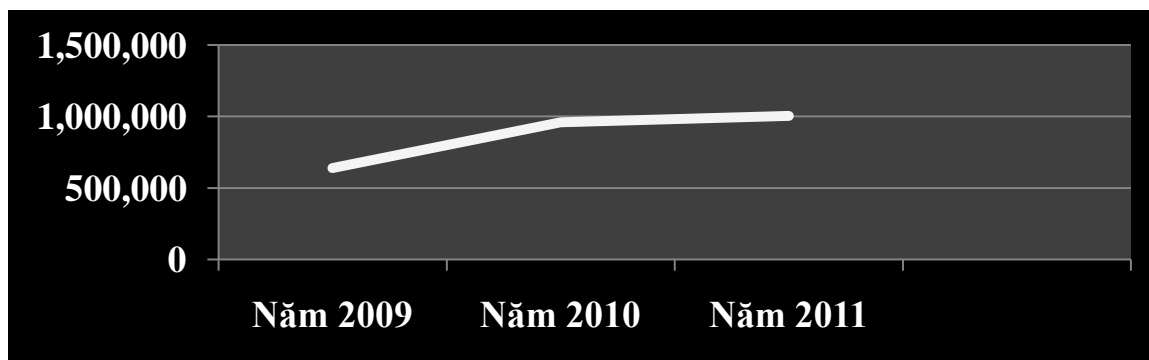
Navibank Hải Phòng đã có những thành tựu đáng kể trong công tác huy động vốn của mình, quy mô huy động vốn luôn ở mức cao thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.6 : Tổng hợp công tác huy động vốn của Navibank Hải Phòng

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	2009		2010				2011			
	ST	%	ST	%	2010-2009		ST	%	2011-2010	
					ST	%			ST	%
Tổng nguồn vốn	735.621	100	1.010.570	100	274.949	37,38	1.012.976	100	2.406	0,24
Tổng huy động vốn	640.585	87,08	960.084	95	319.499	49,88	1.004.629	99,18	44.545	4,64
Theo đối tượng	640.585	100	960.084	100	319.499	49,88	1.004.629	100	44.545	4,64
Tiền gửi TCKT	9.160	1,43	14.209	1,48	5.049	55,12	14.266	1,42	57	0,4
Tiền gửi dân cư	631.425	98,57	945.875	98,52	314.450	49,8	990.363	98,58	44.488	4,7
Theo loại tiền	640.585	100	960.084	100	319.499	49,88	1.004.629	100	44.545	4,64
Nội tệ	528.290	82,47	853.035	88,85	324.745	61,47	845.596	84,17	(7.439)	(0,87)
Ngoại tệ	112.295	17,53	107.049	11,15	(5.246)	(4,7)	159.033	15,83	51.984	48,56
Theo thời hạn	640.585	100	960.084	100	319.499	49,88	1.004.629	100	44.545	4,64
Không kỳ hạn	184.937	28,87	307.995	32,08	123.058	43,11	300.384	29,9	(7.611)	(2,47)
Có kỳ hạn	455.648	71,13	652.089	67,92	196.441	66,54	704.245	70,1	52.156	8,0

(Nguồn số liệu: Phòng kế toán Navibank Hải Phòng cung cấp)



Hình 5: Sự tăng trưởng vốn huy động Navibank Hải Phòng qua các năm.

(Nguồn: Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

Qua bảng và biểu đồ trên cho ta thấy trong 3 năm qua nguồn vốn huy động không ngừng biến động tăng. Năm 2010, tổng nguồn vốn huy động đạt 960.084 triệu đồng, tăng 319.449 triệu đồng so với năm 2009 tương đương với tỷ lệ tăng là 49,88%. Năm 2011, tổng NVHĐ đạt 1.004.629 triệu đồng, tăng 44.545 triệu đồng so với năm 2010, với tỷ lệ tăng là 4,64%. Tỷ lệ tăng vốn huy động năm 2011 thấp hơn nhiều so với năm 2010 là do nền kinh tế nước ta năm 2011 gặp rất nhiều khó khăn: lạm phát tăng cao, nhiều doanh nghiệp và cá nhân phá sản, thị trường bất động sản đóng băng... dẫn đến huy động vốn của toàn ngành ngân hàng nói chung và Navibank nói riêng gặp không ít khó khăn. Kết quả này có được là do chi nhánh đã làm tốt công tác HDV, chính sách khách hàng mềm dẻo, phong cách phục vụ khách hàng tốt nên đã thu hút được khối lượng khách hàng gửi tiền. Mặt khác, Navibank Hải Phòng đã tiến hành hiện đại hoá ngân hàng, đưa công nghệ thông tin hiện đại vào hoạt động. Đối với những khách hàng có nguồn vốn lớn, Ngân hàng đã sử dụng khéo léo các hình thức ưu đãi trong vận động khách hàng để đảm bảo hài hoà lợi ích cả hai bên trong quan hệ gửi và nhận vốn. Sử dụng những cán bộ có phẩm chất đạo đức nghề nghiệp tốt, khéo léo trong giao tiếp để làm công tác huy động vốn.

2.2.2. Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Navibank Hải Phòng

2.2.2.1. Huy động vốn theo thời gian

Nếu như phân tích huy động vốn theo loại tiền cho chúng ta biết được sự tăng trưởng huy động vốn của đồng nội tệ, ngoại tệ và cơ cấu loại tiền huy động từ đó đưa ra giải pháp huy động vốn tốt thì khi phân tích huy động vốn theo kỳ hạn sẽ giúp đưa ra các giải pháp sử dụng vốn hiệu quả nhất.

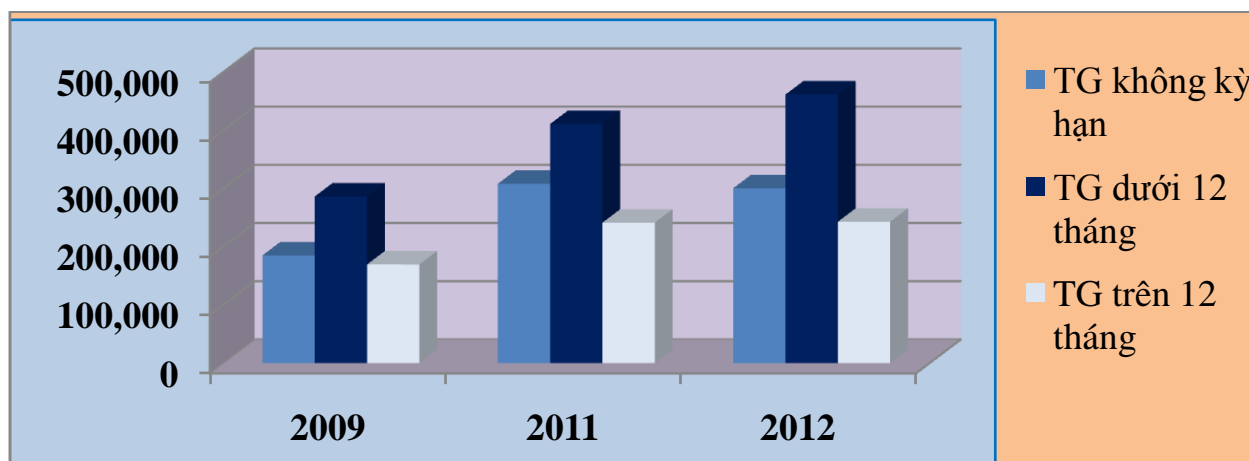
Cơ cấu vốn huy động phân loại theo thời gian huy động vốn tại chi nhánh chia thành vốn huy động có kỳ hạn, vốn huy động không kỳ hạn, trong đó vốn huy động có kỳ hạn lại được chia thành loại có kỳ hạn dưới 12 tháng và loại có kỳ hạn trên 12 tháng. Cơ cấu này được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.7: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo thời gian

(Đơn vị : triệu đồng)

Chỉ tiêu	2009		2010			2011		
	ST	%	ST	%	2010-2009	ST	%	2011-2010
Tổng huy động vốn	640.585	100	960.084	100	319.499	1.004.629	100	44.545
Vốn có kỳ hạn	455.648	71,13	652.089	67,92	196.441	704.245	70,10	52.156
Kỳ hạn < 12 tháng	286.213	44,68	410.820	42,79	124.607	461.426	45,93	50.606
Kỳ hạn > 12 tháng	169.435	26,45	241.269	25,13	71.834	242.819	24,17	1.550
Vốn không kỳ hạn	184.937	28,87	307.995	32,08	123.058	300.384	29,9	(7.611)

(Nguồn: Báo cáo huy động vốn qua các năm của Navibank Hải Phòng)



Hình 6: Sơ đồ huy động vốn theo thời gian của Navibank Hải Phòng

(Nguồn: Báo cáo huy động vốn qua các năm của Navibank Hải Phòng)

Qua bảng cơ cấu nguồn vốn huy động theo thời gian cho thấy vốn không kỳ hạn chiếm tỷ trọng tương đối lớn trong tổng nguồn vốn huy động được của

Navibank Hải Phòng. Huy động vốn không kỳ hạn năm 2009 của chi nhánh là 184.937 triệu đồng, chiếm 28,87% tổng nguồn vốn. Đặc biệt sang năm 2010 vốn không kỳ hạn của chi nhánh tăng đáng kể đạt 307.995 triệu đồng tương đương tăng 66,54% so với năm 2009. Đánh giá bước tiến bộ của chi nhánh trong huy động vốn đặc biệt là huy động vốn không kỳ hạn. Năm 2011 huy động vốn không kỳ hạn của chi nhánh chỉ đạt 300.384 triệu đồng, giảm 2,47% so với năm 2010. Huy động vốn không kỳ hạn của chi nhánh luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động. Vốn không kỳ hạn là nguồn vốn tuy có biến động lớn nhưng lại mất chi phí rất thấp nên nếu huy động được nguồn vốn này lớn sẽ tạo điều kiện cho chi nhánh phát triển.

Huy động vốn kỳ hạn dưới 12 tháng (ngắn hạn): nguồn vốn này thường chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn huy động của chi nhánh. Năm 2009 huy động vốn ngắn hạn của chi nhánh đạt 286.213 triệu đồng. Năm 2011 huy động vốn ngắn hạn của chi nhánh đạt 461.426 triệu đồng, tăng 12,32% so với năm 2010. Nhìn chung huy động vốn ngắn hạn của chi nhánh có xu hướng tăng dần qua các năm. Điều này có được là do chi nhánh bước đầu thực hiện đa dạng hóa kỳ hạn gửi và các hình thức trả lãi phong phú nên đã thu hút được lượng tiền gửi rất lớn của khách hàng.

Huy động vốn kỳ hạn trên 12 tháng (trung và dài hạn): qua bảng trên cho thấy huy động vốn trung và dài hạn cũng chiếm một tỷ trọng tương đối lớn trong tổng nguồn vốn của chi nhánh. Năm 2009 huy động vốn trung và dài hạn của chi nhánh là 169.435 triệu đồng. Năm 2011 huy động vốn trung và dài hạn của chi nhánh đạt 242.819 triệu đồng, tăng 0,64% so với năm 2010 trong khi đó năm 2010 là 241.269 triệu đồng. Nhìn chung huy động vốn trung và dài hạn thường có chi phí lớn nhưng lại ổn định giúp chi nhánh có được kế hoạch sử dụng vốn lâu dài.

2.2.2.2. Huy động vốn theo loại tiền

Như đã trình bày ở chương 1 có nhiều cách phân loại các hình thức huy động vốn khác nhau tùy thuộc theo các tiêu chí và mục đích khác nhau. Huy động vốn theo loại tiền là một tiêu thức chính để các NHTM nói chung và Navibank Hải Phòng nói riêng để phân chia và đánh giá được tình hình huy động vốn tiền đồng và ngoại tệ của mình từ đó đưa ra chính sách huy động vốn phù hợp với từng loại tiền.

Tại Navibank Hải Phòng thì huy động vốn bằng nội tệ chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng nguồn vốn huy động được. Và thực tế trong những năm gần đây tỉ trọng huy động vốn bằng nội tệ luôn chiếm trên 80% tổng nguồn vốn huy động .

Bảng 2.8: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo loại tiền của Navibank Hải Phòng

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	2009	2010		2011			
	ST	ST	2010-2009		ST	2011-2010	
			ST	%		ST	%
Nội tệ (VND)	528.290	853.035	324.745	61,47	845.596	(7.439)	(0,87)
Ngoại tệ quy đổi	112.295	107.049	(5.246)	(4,7)	159.033	51.984	48,56

(Nguồn: Báo cáo huy động vốn qua các năm của Navibank Hải Phòng)

Qua bảng 2.8 trên cho thấy huy động vốn bằng đồng VND của Navibank Hải Phòng năm 2009 chỉ đạt 528.290 triệu đồng thì sang năm 2010 đã tăng 324.745 triệu đồng đạt 853.035 triệu đồng. Sang năm 2011 tổng huy động vốn bằng nội tệ của Navibank Hải Phòng đạt 845.596 triệu đồng giảm 7.439 triệu đồng so với năm 2010.

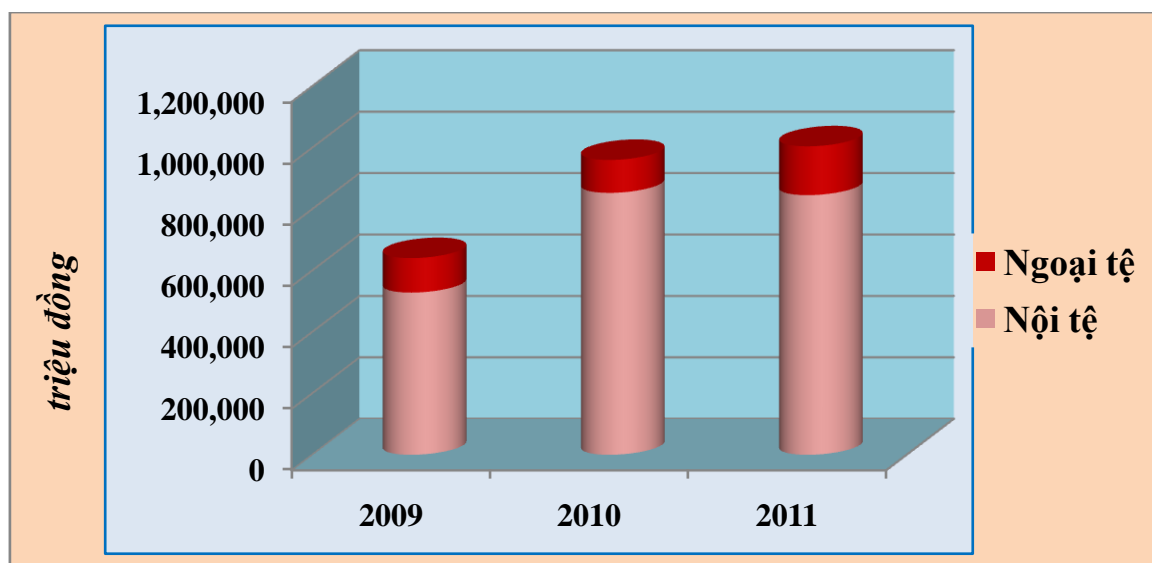
Nguồn vốn huy động vốn bằng ngoại tệ cũng rất quan trọng đối với Navibank Hải Phòng. Trong giai đoạn 2009 – 2011 cho thấy huy động vốn bằng ngoại tệ của Navibank Hải Phòng có sự tăng lên về khối lượng. Tuy nhiên tỷ trọng của của nguồn vốn huy động bằng ngoại tệ trong tổng nguồn vốn chưa cao. Do đó, ngân hàng cần quan tâm và có những biện pháp thực tế để tăng nguồn huy động này như điều chỉnh khung lãi suất ngoại tệ hợp lý, hoàn thiện và nâng cao các dịch vụ thu hút đồng ngoại tệ: dịch vụ kiều hối, tài trợ các hoạt động xuất nhập khẩu, kinh doanh mua bán ngoại tệ ... thì sẽ đưa lại nguồn lợi nhuận cho ngân hàng.

Năm 2009 huy động vốn ngoại tệ quy đổi của chi nhánh đạt 112.295 triệu đồng chiếm 17,53% trong tổng nguồn vốn huy động. Tuy nhiên đến năm 2010 huy động vốn ngoại tệ quy đổi của chi nhánh chỉ chiếm 11,15% tổng huy động vốn, đạt 107.049 triệu đồng giảm 5.246 triệu đồng so với năm 2009. Nguyên nhân là do năm 2010 xảy ra khủng hoảng kinh tế toàn cầu do đó lãi suất huy động bằng ngoại tệ (USD) giảm cùng với tâm lý hoang mang nên người dân đã chuyển một phần tiền gửi tiết kiệm ngoại tệ sang tiền gửi VND hoặc mua vàng để cất trữ, đó cũng là một

nguyên nhân khiến cho huy động vốn bằng ngoại tệ của chi nhánh giảm nhưng huy động vốn nội tệ lại tăng lên đáng kể.

Mặc dù vậy thì sang năm 2011 huy động vốn bằng ngoại tệ của chi nhánh đã có bước thay đổi đáng kể. Huy động vốn bằng ngoại tệ quy đổi của chi nhánh đạt 159.033 triệu đồng tăng so với năm 2010 là 51.984 triệu đồng tương đương tăng 48,56%. Có được kết quả trên là do sang năm 2011 nền kinh tế thế giới nói chung và nền kinh tế trong nước nói riêng đã và đang dần phục hồi. Cùng với đó chi nhánh cũng quan tâm hơn đến khách hàng gửi tiền qua việc thực hiện nhiều chương trình khuyến mại thu hút khách hàng.

Nhìn chung qua bảng 2.8 cho ta thấy huy động vốn Navibank Hải Phòng tăng qua các năm. Tỷ lệ huy động vốn bằng đồng nội tệ thường chiếm trên 80% tổng nguồn vốn huy động được là một cơ cấu vốn tương đối phù hợp, giúp chi nhánh chủ động trong việc cho vay đối với từng loại tiền đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Điều đó có thể thấy rõ qua hình 8 dưới đây:



Hình 7: Sơ đồ huy động vốn theo loại tiền của Navibank Hải Phòng

(Nguồn: Trích báo cáo tổng hợp Navibank Hải Phòng)

2.2.2.3. Huy động theo đối tượng

Đối với nghiệp vụ huy động vốn, việc xác định một cách chính xác, đầy đủ và trọng tâm các nguồn hình thành nên nguồn vốn là vô cùng quan trọng. Việc phân loại nguồn vốn huy động theo đối tượng giúp cho các NHTM có những kế hoạch thúc đẩy khách hàng doanh nghiệp hay cá nhân, để phục vụ tốt cho công tác

huy động vốn. Xác định được rõ điều này sẽ giúp cho các ngân hàng điều tiết được lượng vốn, hoạch định các chính sách huy động vốn, cho vay, đầu tư thu lại lợi nhuận cho ngân hàng. Nguồn vốn huy động theo đối tượng của Navibank Hải Phòng được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 2.9: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng

(Đơn vị : triệu đồng)

Chỉ tiêu	2009	2010		2011			
	ST	ST	2010-2009		ST	2011-2010	
			ST	%		ST	%
Tổng nguồn vốn huy động	640.585	960.084	319.499	49,89	1.004.629	44.545	4,64
TG TCKT	9.160	14.209	5.049	55,12	14.266	57	0,4
TG dân cư	631.425	945.875	314.450	49,8	990.363	44.488	4,7

(Nguồn: Báo cáo huy động vốn qua các năm của Navibank Hải Phòng)

Nguồn vốn huy động từ dân cư bao gồm tiền gửi tiết kiệm và phát hành giấy tờ có giá. Trong đó, chủ yếu là tiền gửi tiết kiệm của dân cư. Nguồn vốn huy động này được coi là công cụ huy động vốn truyền thống của các NHTM, thường chiếm tỷ trọng lớn và khá ổn định trong tổng nguồn vốn. Là một ngân hàng có uy tín và truyền thống trong hoạt động huy động vốn, Navibank Hải Phòng luôn đảm bảo phục vụ khách hàng với mức lãi suất hấp dẫn nhất.

Năm 2009 nguồn vốn huy động từ dân cư đạt 631.425 triệu đồng, năm 2010 nguồn vốn huy động từ dân cư đạt 945.875 triệu đồng, chiếm 98,52 % tổng nguồn vốn, tăng 314.450 triệu đồng (tương ứng với tỷ lệ tăng 49,8%) so với năm 2009. Sang năm 2011 huy động vốn tăng thêm 44.488 triệu đồng so với năm 2010 đạt 990.363 triệu đồng.

Nguồn vốn huy động từ tổ chức luôn chiếm phần ít hơn nguồn vốn huy động từ dân cư, cao nhất là năm 2010: tỷ lệ huy động vốn từ tổ chức chiếm 1,48% tổng nguồn vốn huy động, tỷ lệ trên thấp nhất vào năm 2011: là 1,42% . Bên cạnh đó, sự tăng trưởng tiền huy động từ tổ chức mỗi năm không đều, năm 2010 tăng 55,12%

so với 2009 nhưng năm 2011 lượng tiền huy động được điều chỉnh chỉ tăng thêm 0,4% so với năm 2010. Nguyên nhân của tình trạng này có thể do chính sách huy động những năm trước của Navibank chưa chú ý tới việc huy động vốn từ tổ chức và tình hình tích lũy tiết kiệm của các tổ chức trên địa bàn chưa cao. Mặt khác đối tượng huy động vốn thuộc tổ chức kinh tế của chi nhánh chủ yếu là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong khi đó nguồn vốn huy động từ dân cư lại tăng mạnh và đều đặn, tỷ trọng luôn trên 90% tổng nguồn vốn huy động. Điều này thể hiện thế mạnh của việc tập trung huy động vốn từ dân cư của chi nhánh.

Vì vậy, ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng cần phải chú trọng nâng cao các loại tiền gửi từ các TCKT, vì các tổ chức kinh tế chủ yếu gửi các khoản tiền vào ngân hàng để hưởng các dịch vụ thanh toán, chuyển khoản, thu và chi khi mua bán hàng hóa, dịch vụ với các tổ chức kinh tế khác. Khoản tiền này bao gồm cả tiền gửi không kỳ hạn và tiền gửi có kỳ hạn. Tuy nhiên tiền gửi không kỳ hạn vẫn chiếm ưu thế, đây là loại tiền gửi có chi phí đầu vào tương đối rẻ và ổn định vì các doanh nghiệp gửi tiền vào ngân hàng với mục đích để thuận tiện hơn trong giao dịch chứ không phải với mục đích hưởng lãi như tiền gửi dân cư.

Qua phân tích ta có thể thấy cơ cấu nguồn vốn phân theo đối tượng của Navibank Hải Phòng còn nhiều hạn chế. Vì vậy ngân hàng cần chú trọng tới việc đa dạng hóa các hình thức huy động vốn để thu hút các đối tượng khách hàng khi mà ngày nay có rất nhiều các hình thức đầu tư được mở như chứng khoán, vàng, đất đai... khiến việc huy động vốn của ngân hàng gặp nhiều khó khăn.

2.2.3. Môi quan hệ giữa huy động vốn và cho vay

2.2.3.1. Chi phí và lãi suất huy động vốn

Chi phí và lãi suất huy động vốn là chỉ tiêu quan trọng để xác định kết quả kinh doanh. Một nguồn vốn được coi là hiệu quả khi nó đáp ứng đủ hai điều kiện:

Thứ nhất: quy mô và cơ cấu vốn đáp ứng được các nhu cầu kinh doanh của ngân hàng.

Thứ hai: chi phí nguồn vốn phải ở mức chấp nhận được

Trong hai điều kiện trên thì điều kiện thứ hai được các NHTM quan tâm hơn cả khi tiến hành huy động vốn, bởi vì nó quyết định trực tiếp tới phương thức sử dụng vốn và đặc biệt là lợi nhuận kinh doanh của NHTM. Chi phí huy động

vốn là toàn bộ số tiền mà NHTM bỏ ra để có được quyền sử dụng vốn huy động, thông thường nó bao gồm các khoản như: chi phí trả lãi tiền gửi; chi phí về cơ sở vật chất kỹ thuật; chi phí giao dịch ... nhưng trong đó chủ yếu vẫn là chi phí trả lãi.

Bảng 2.10: Chi phí huy động vốn của Navibank Hải Phòng

(Đơn vị tính: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Chênh lệch 2010/2009		Chênh lệch 2011/2010	
				+/-	%	+/-	%
∑ HDV	640.585	960.084	1.004.629	319.499	49,88	44.545	4,64
Chi phí trả lãi	56.364	93.264	145.637	36.900	65,47	52.373	56,16
Tỷ lệ giữa chi phí trả lãi và tổng vốn huy động (%)	8,8	9,71	14,50				

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Navibank Hải Phòng)

Tỷ lệ giữa chi phí trả lãi và tổng nguồn vốn huy động giai đoạn 2009-2011 có sự tăng lên đáng kể, cụ thể: năm 2009 là 8,8%, năm 2010 là 9,71%, năm 2011 là 14,50%. Điều này là do sự biến động lên xuống của lãi suất thị trường sự, biến động của tổng nguồn vốn huy động và biến động không đều của các thành phần vốn trong tổng nguồn vốn huy động được của Chi nhánh. Vì vậy, việc xác định chi phí trả lãi là một điều cần thiết, giúp ngân hàng có các chiến lược và kế hoạch cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn, giúp ngân huy động được nhiều vốn hơn với chi phí huy động vốn thấp nhất.

Lãi suất là một trong những công cụ quản lý vĩ mô nền kinh tế của nhà nước và là yếu tố giữ vị trí quan trọng trong hoạt động của NHTM. Khi phân tích chi phí huy động vốn người ta thường nhắc đến yếu tố lãi suất, đặc biệt là huy động bằng tiền gửi hay phát hành giấy tờ có giá. Nó trực tiếp ảnh hưởng đến sự biến động của khối lượng vốn huy động cũng như tốc độ nhu cầu vay vốn và từ đó ảnh hưởng đến lợi nhuận của NHTM. Chính vì vậy trong thời gian qua ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng đã liên tục đưa ra một mức lãi suất thích hợp trong

từng thời kỳ. Tuy nhiên lãi suất như nào được gọi là thích hợp thì còn phải tính toán đến nhiều yếu tố như: lãi suất cho vay, lãi suất cơ bản NHNN quy định, và căn cứ vào chiến lược kinh doanh của Hội sở Navibank.

Bảng 2.11: Chênh lệch lãi suất đầu vào và lãi suất đầu ra của Navibank

Hải Phòng

(ĐVT: VND%/năm; USD%/năm)

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	VND	USD	VND	USD	VND	USD
1.Lãi suất huy động bình quân	9,5	5.5	15,4	4,5	13,6	2,5
2.Lãi suất cho vay bình quân	13,8	7.0	20	8	20,5	5,5
3. Chênh lệch	4,3	1,5	4,6	3,5	6,9	3

(Nguồn: Phòng kế toán tài chính Navibank Hải Phòng)

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

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

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

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

Nhận thấy mức chênh lệch giữa lãi suất đầu vào và lãi suất đầu ra bằng đồng nội tệ vẫn dương và tăng đều qua các năm.

Trong một vài năm gần đây để tăng cường lượng vốn huy động, thu hút khách hàng, đẩy mạnh công cuộc đầu tư cho vay vào nền kinh tế cũng như tăng cường sức cạnh tranh thì các ngân hàng đã liên tục điều chỉnh mức lãi suất huy động của mình khá nhanh nhạy và linh hoạt. Điều này đã phản ánh kịp thời những biến động lên xuống thất thường trên thị trường tiền tệ và từ đó giúp Navibank Hải Phòng có được những điều chỉnh kịp thời về cơ cấu nguồn vốn huy động, tạo sự phù hợp giữa cơ cấu vốn huy động và cơ cấu vốn đầu tư cho vay. Thế nhưng với cơ

cấu lãi suất linh hoạt này lại gây không ít khó khăn cho khách hàng đến gửi tiền vì tiền gửi sau một thời gian ngắn lãi suất đã thay đổi.

Để tạo điều kiện huy động vốn của mình hoạt động có hiệu quả cũng như giảm thiểu rủi ro và khó khăn của khách hàng, trong 3 năm qua Hội sở Navibank đã nhiều lần tổ chức tăng (giảm) lãi suất huy động một cách hợp lý trên quy mô rộng trên dựa cơ sở sự cân bằng cung cầu trên thị trường tiền tệ. Đây là điều mà không phải ngân hàng nào cũng làm ngay được. Vì là một chi nhánh trực thuộc nên lãi suất huy động của Navibank Hải Phòng chịu nhiều ảnh hưởng của chính sách huy động vốn của Hội sở Navibank. Tuy nhiên để linh hoạt trong hoạt động huy động vốn của mình Navibank Hải Phòng cũng đưa ra một số biện pháp riêng để tăng cường huy động vốn phù hợp với môi trường cạnh tranh tại địa phương như trích một phần kinh phí tặng quà cho khách hàng VIP, khách hàng thân thiết gửi tiền tại chi nhánh của mình nhân dịp sinh nhật. Chính từ điều tưởng chừng rất nhỏ ấy nhưng lại nhanh được phản ứng rất tốt từ phía khách hàng, vì với ngân hàng Nam Việt thì khách hàng cũng như những thành viên trong một gia đình.

2.2.3.2. Sự phù hợp giữa vốn huy động và vốn sử dụng theo kỳ hạn

Một ngân hàng hay một chi nhánh ngân hàng được coi là sử dụng vốn có hiệu quả khi nguồn vốn huy động phải phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn hay nói cách khác là phù hợp với thời gian sử dụng vốn. Tính cân đối giữa kỳ hạn huy động và kỳ hạn cho vay ra có đảm bảo không cũng là chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn. Nếu dùng nhiều vốn huy động ngắn hạn mà cho vay dài hạn thì sẽ có nhiều rủi ro như mất khả năng thanh toán, và về mặt kinh tế chưa chắc đã hiệu quả vì huy động vốn ngắn hạn phải có dự trữ bắt buộc mà khoản này không sinh lời trong khi huy động vốn dài hạn thì không phải dự trữ bắt buộc mà có thể sử dụng 100% vốn huy động được.

Trong thực tế, sự tăng trưởng liên tục về quy mô cũng như về cơ cấu nguồn vốn nói chung và nguồn vốn huy động nói riêng vẫn chưa hoàn toàn có thể đánh giá công tác huy động vốn tại NHTM là có hiệu quả. Thật vậy, nếu như NHTM huy động vốn nhiều mà sử dụng ít thì ắt sẽ dẫn tới tình trạng ứ đọng vốn.

Ngược lại, nếu HDV được ít mà nhu cầu sử dụng vốn lại nhiều thì xảy ra rủi ro với NHTM càng lớn hơn, khi đó NHTM sẽ dần dần bị mất khách hàng và để hạn

chế ngân hàng buộc phải tìm đến những khoản vay với lãi suất cao như: vay các tổ chức tín dụng hoặc vay các NHTM khác... Như vậy, ngay cả khi ngân hàng huy động được nhiều vốn thì hiệu quả kinh doanh vẫn chưa chắc sẽ cao, và để đạt được hiệu quả cao thì biện pháp duy nhất mà các NHTM phải làm đó là kết hợp một cách hài hòa giữa nguồn vốn huy động và khả năng cho vay.

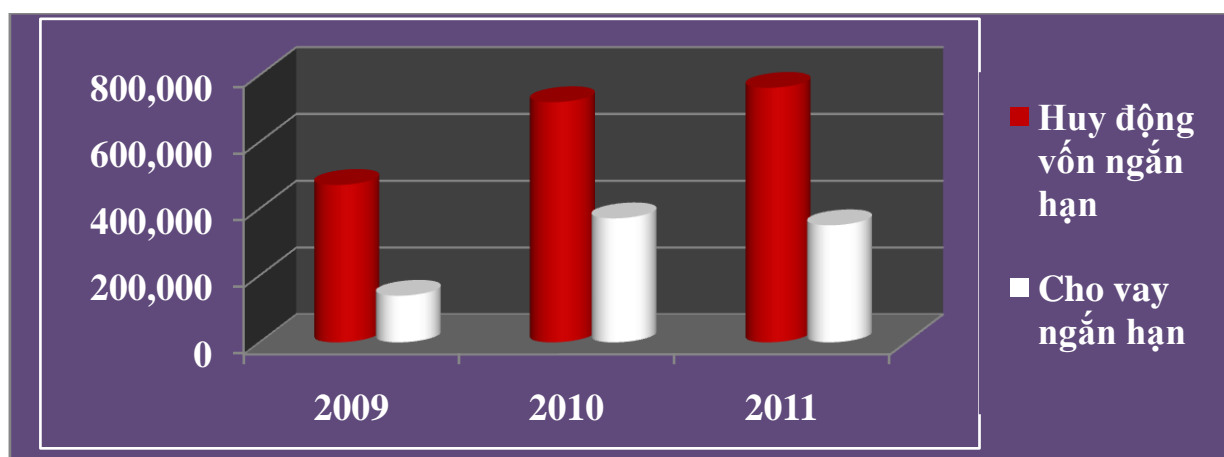
Đối với việc đáp ứng nhu cầu đầu tư cho vay ngắn hạn, trong những năm gần đây cho thấy chi nhánh luôn đáp ứng được nhu cầu cho vay đối với các khoản vay này do phần lớn vốn huy động của chi nhánh là nguồn vốn ngắn hạn.

Bảng 2.12: Vốn huy động và cho vay ngắn hạn

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	2009	2010		2011			
	ST	ST	2010-2009		ST	2011-2010	
			ST	%		ST	%
Huy động vốn ngắn hạn	471.150	718.815	247.665	52,57	761.810	42.995	5,98
Cho vay ngắn hạn	139.391	371.060	231.669	166,2	350.328	(20.732)	(5,59)

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh Navibank Hải Phòng)



Hình 8: Tình hình huy động và cho vay ngắn hạn

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh Navibank Hải Phòng)

Qua bảng 2.12 cho thấy nhìn chung huy động vốn ngắn hạn của chi nhánh luôn đáp ứng nhu cầu cho vay ngắn hạn và luôn ở mức an toàn. Với sự dồi dào nguồn vốn ngắn hạn cho phép NHTM CP Nam Việt - chi nhánh Hải Phòng tránh được rủi ro trong thanh khoản khi khách hàng có nhu cầu rút tiền đột xuất, đảm bảo thực hiện các dịch vụ của ngân hàng, nó cũng cho phép ngân hàng dễ dàng chuyển

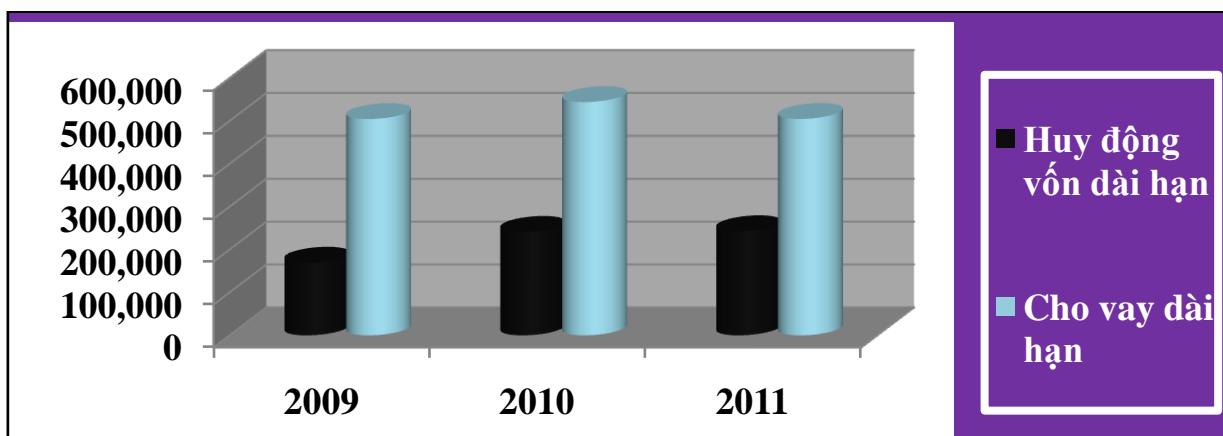
đổi một phần nguồn vốn này để cho vay trung, dài hạn, tạo điều kiện cho ngân hàng thay đổi kết cấu dư nợ: từ chỗ chỉ tập trung cho các đơn vị quốc doanh đến việc phục vụ cho tất cả các thành phần kinh tế.

Bảng 2.13 : Vốn huy động và cho vay trung dài hạn

(Đơn vị : triệu đồng)

Chỉ tiêu	2009	2010		2011			
	ST	ST	2010-2009		ST	2011-2010	
			ST	%		ST	%
Huy động vốn dài hạn	169.435	241.269	71.834	42,4	242.819	1.550	0,64
Cho vay trung & dài hạn	504.455	544.046	39.591	7,85	504.683	(39.363)	(7,24)

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh Navibank Hải Phòng)



Hình 9: Tình hình huy động và cho vay vốn trung và dài hạn

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh Navibank Hải Phòng)

Qua bảng 2.13 cho thấy nguồn huy động dài hạn của chi nhánh không đủ đáp ứng nhu cầu cho vay dài hạn. Chính vì vậy Navibank Hải Phòng phải sử dụng một phần vốn huy động được từ ngắn hạn để cho vay dài hạn. Tuy nhiên việc này cũng có mặt tích cực và hạn chế. Mặt tích cực là dùng vốn huy động ngắn hạn để cho vay dài hạn sẽ tiết kiệm được một phần chi phí do huy động vốn ngắn hạn thường có lãi suất thấp nhưng cho vay trung dài hạn thường có lãi suất cao hơn cho vay ngắn hạn, tuy nhiên lại mang lại rủi ro cho chi nhánh.

Tóm lại, việc huy động và sử dụng vốn của NHTMCP Nam Việt chưa thực sự hợp lý: huy động vốn tăng nhưng chủ yếu là huy động vốn ngắn hạn, huy động vốn trung dài hạn có tăng về cơ cấu, qui mô nhưng còn chiếm tỷ lệ nhỏ. Về sử dụng vốn:

qui mô, tỷ trọng cho vay ngắn hạn ít và trung dài hạn nhiều. Điều này buộc ngân hàng phải chuyển hoá một phần lớn nguồn ngắn hạn để cho vay trung dài hạn. Nếu việc quản trị danh mục tài sản, nguồn vốn không tốt thì ngân hàng phải đối đầu với nhiều loại rủi ro. Như vậy, hiệu quả công tác huy động vốn chưa cao.

2.3. Đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại ngân hàng TMCP Nam Việt - chi nhánh Hải Phòng.

2.3.1. Những kết quả đạt được

Căn cứ vào các chỉ tiêu đã phân tích ở trên ta thấy hiệu quả hoạt động huy động vốn của Navibank Hải Phòng trong thời gian qua tương đối cao. Điều này thể hiện qua các kết quả đạt được cụ thể như sau:

2.3.1.1. Vốn huy động tăng trưởng ổn định và hiệu quả

Huy động vốn nhân rộng trong xã hội từ các tổ chức kinh tế, các tầng lớp dân cư là một trong những hoạt động chủ yếu của NHTM. Huy động vốn tạo nên nguồn lực để ngân hàng cho vay và đầu tư ra. Một ngân hàng mạnh, phát triển bền và vững là một ngân hàng có nguồn vốn lớn, phát triển ổn định và hiệu quả. Do vậy, hoạt động kinh doanh của ngân hàng phụ thuộc rất lớn vào hiệu quả của công tác huy động vốn. Nhận thức được điều này nên Ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng đã rất quan tâm tập trung nguồn lực vào công tác huy động vốn. Khối lượng huy động vốn của chi nhánh tăng lên qua các năm

Qua số liệu thống kê của Navibank Hải Phòng ba năm trở lại đây, ta thấy chi nhánh đã biết phát huy năng lực của mình cũng như các ưu thế hiện có được để huy động vốn có hiệu quả, thể hiện ở chỗ nguồn vốn huy động năm sau luôn cao hơn năm trước và tăng trưởng ổn định. Sự tăng trưởng về nguồn vốn được thể hiện ở cả hình thức lẫn kỳ hạn nguồn vốn hết sức phong phú và đa dạng. Nguồn vốn huy động qua các năm tạo điều kiện thuận lợi cho chi nhánh thực hiện các nghiệp vụ cho vay và đầu tư. Với tỷ trọng nguồn tiền gửi lớn hơn nguồn tiền cho vay nên đã giúp Navibank Hải Phòng chủ động trong hoạt động kinh doanh của mình. Bên cạnh đó, nguồn tiền gửi không kỳ hạn chiếm tỷ trọng lớn tạo điều kiện giúp chi nhánh chủ động được nguồn vốn, giảm chi phí đầu vào, mặt khác giúp chi nhánh mở rộng các dịch vụ liên quan đến ngân hàng như tập trung phát triển thẻ, triển khai trả lương qua tài khoản cho các doanh nghiệp là bạn hàng của ngân hàng trên địa bàn.

2.3.1.2. Ngân hàng đã hiện đại hoá giao dịch ngân hàng:

Hiện nay tất cả các phòng ban của Ngân hàng đều được trang bị máy vi tính, góp phần hiện đại hoá hoạt động ngân hàng. Riêng phòng kế toán và ngân quỹ đảm nhiệm chức năng quản lý nguồn vốn của Ngân hàng thì việc áp dụng công nghệ hiện đại đã giảm nhẹ rất nhiều công việc, mọi giao dịch đều thông qua máy và việc quản lý nguồn vốn huy động cũng chính xác hơn, đơn giản hơn, góp phần vào hiệu quả công tác huy động vốn.

Chi nhánh luôn làm tốt công tác thu chi tiền mặt và thanh toán nhanh nhạy, an toàn, chính xác theo đúng yêu cầu của các đơn vị kinh tế và nhân dân. Chi nhánh đã có nhiều biện pháp tích cực cải tiến quy trình nghiệp vụ, đổi mới tác phong giao dịch. Điều đó đã góp phần đưa tốc độ phát triển nguồn vốn huy động của Navibank Hải Phòng ngày một tăng cao.

Trong công tác huy động vốn Chi nhánh đã có nhiều biện pháp tổ chức thực hiện các mục tiêu chiến lược khách hàng như khuyến khích khách hàng bằng lợi ích vật chất, bằng cách tặng quà cho khách hàng đến gửi tiền (tiết kiệm dự thưởng).

2.3.1.3. Đội ngũ cán bộ nhân viên ngày một lớn mạnh cả về số lượng và chất lượng

Trong thời gian qua số lượng cán bộ công nhân viên của Navibank Hải Phòng đã tăng lên đáng kể. Có được sự lớn mạnh đó là do uy tín và niềm tin của cán bộ nhân viên vào sự lãnh đạo của lãnh đạo chi nhánh. Với sự đoàn kết thống nhất của cán bộ công nhân viên, tuổi đời còn tương đối trẻ có trình độ nghiệp vụ vững chắc, nhiệt tình công tác, có khả năng nhanh chóng tiếp cận các ứng dụng hiện đại nhất trong lĩnh vực ngân hàng tiền tệ, cùng việc điều hành kinh doanh ngày càng khoa học và thống nhất đã tạo nên sức mạnh tổng hợp thúc đẩy hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung cũng như hoạt động huy động vốn của ngân hàng nói riêng.

2.3.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, trong quá trình thực hiện chính sách huy động vốn của Navibank Hải Phòng cũng gặp phải một số trở ngại, khó khăn có ảnh hưởng hạn chế đến kết quả hoạt động và vị trí, vai trò của Chi nhánh.

Thứ nhất, mặc dù quy mô huy động vốn tăng nhưng tăng chưa đều. Nền tảng nguồn vốn chưa thực sự vững chắc do vẫn phụ thuộc nhiều vào khách hàng gửi tiền với số lượng lớn, nguồn huy động từ dân cư còn tăng chậm. Vốn huy động của chi nhánh tăng lên qua các năm chủ yếu là do chi nhánh đã huy động được nguồn tiền gửi từ khách hàng tiềm năng với khối lượng lớn. Chính vì vậy tạo ra sự phụ thuộc vào nguồn tiền gửi của những khách hàng này, chỉ cần họ có thay đổi nhu cầu gửi tiền là sẽ ảnh hưởng đến nguồn vốn của chi nhánh.

Thứ hai, công tác huy động vốn chưa thực sự gắn với việc sử dụng vốn. Trong những năm qua, việc huy động vốn của NHTMCP Nam Việt bị mất cân đối về kỳ hạn. Trong khi dư thừa nguồn ngắn hạn thì nguồn vốn huy động trung và dài hạn vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu kinh doanh trung, dài hạn của ngân hàng. Việc chuyển hoán nguồn để đầu tư, cho vay trung, dài hạn còn hạn chế vì để làm điều này ngân hàng có thể phải đối mặt với rủi ro lãi suất, rủi ro thanh khoản.

Thứ ba, một số sản phẩm của ngân hàng chưa thực sự phát huy tác dụng thu hút vốn khi không tạo được sự khác biệt nổi trội để tăng khả năng cạnh tranh của mình. Sản phẩm huy động chủ yếu của chi nhánh vẫn chỉ là huy động tiết kiệm thông qua nguồn tiền nhàn rỗi của dân cư. Một số sản phẩm mới như tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm rút gốc linh hoạt, tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm theo thời gian thực gửi chưa thực sự thu hút được chú ý của khách hàng.

Thứ tư, đội ngũ cán bộ nhân viên làm công tác huy động vốn còn hạn chế về trình độ và ngoại ngữ. Khách hàng nước ngoài có nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng ngày càng tăng nhưng trình độ ngoại ngữ của cán bộ ngân hàng chưa cao, chưa đáp ứng hết nhu cầu của khách hàng. Tác phong phục vụ khách hàng chưa thật nhiệt tình nên chưa tạo được ấn tượng tốt với khách hàng, nhất là trong môi trường các ngân hàng cạnh tranh gay gắt như hiện nay thì phong cách phục vụ tốt sẽ là một yếu tố quan trọng để thu hút khách hàng.

Thứ năm, công nghệ ngân hàng liên tục đổi mới và hoàn thiện song vẫn còn hạn chế. Đôi lúc mạng của chi nhánh bị lỗi gây nên khó khăn cho khách hàng trong việc phải chờ. Trang thiết bị của chi nhánh chưa thực sự hiện đại và cần đổi mới.

Thứ sáu, công tác Marketing của chi nhánh tuy đã được chú trọng và là công tác trọng tâm của ngân hàng trong điều kiện gay gắt nhưng vẫn chưa được thực hiện

theo một chính sách nhất quán. Từng bộ phận, từng cán bộ vẫn chưa ý thức được hết tầm quan trọng của công tác này, nhận thức còn đơn giản nên trong phối hợp thực hiện vẫn chưa đạt được kết quả như mong muốn. Tuy ngân hàng đã chủ động tìm đến khách hàng nhưng do môi trường cạnh tranh quyết liệt, do điều kiện và phương pháp tiếp cận chưa phù hợp nên hiệu quả chưa cao. Công tác thu thập thông tin về thị trường, về nhu cầu khách hàng, về đối thủ cạnh tranh còn hạn chế do vậy mà thiếu thông tin phản hồi để có những điều chỉnh kịp thời.

2.3.3. Nguyên nhân

Sở dĩ có các hạn chế trên là do một số nguyên nhân chủ yếu sau:

2.3.3.1. Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, các sản phẩm huy động vốn còn đơn điệu, chưa đa dạng và tiện ích cho khách hàng. Mặc dù chi nhánh đã có nhiều cố gắng trong công tác huy động vốn nhưng hình thức cũng như kỳ hạn huy động vốn chưa thực sự phong phú, còn đơn điệu và mang tính cổ truyền chưa đáp ứng được hết nhu cầu gửi tiền của khách hàng. Hình thức huy động của Navibank Hải Phòng đang áp dụng hiện nay vẫn chỉ là tiền gửi tiết kiệm thông thường và tiền gửi doanh nghiệp. Hình thức huy động chứng chỉ tiền gửi và tiết kiệm theo thời gian thực gửi tuy được xem là hình thức huy động vốn năng động đáp ứng nhanh nhạy cho nhu cầu tín dụng trung và dài hạn của chi nhánh nhưng chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn và không được sử dụng thường xuyên.

Thứ hai, chi nhánh bị mất cân đối về kỳ hạn huy động, cơ cấu vốn huy động chưa thực sự cân xứng và phù hợp với cơ cấu sử dụng vốn về kỳ hạn. Chính sách huy động vốn của chi nhánh chưa được xây dựng gắn kết với chính sách sử dụng vốn. Chi nhánh thường chỉ đưa ra các chỉ tiêu về tăng trưởng về sử dụng vốn mà ít đề cập đến việc huy động các nguồn vốn sao cho thích hợp với từng loại nhu cầu. Kết quả trong nhiều trường hợp vốn huy động không cho vay và đầu tư được dẫn đến khả năng sinh lời thấp của chi nhánh.

Thứ ba, các hoạt động marketing chưa được triển khai đồng loạt và mạnh mẽ. Mặc dù Navibank Hải Phòng đã tiến hành các Chiến dịch quảng bá thương hiệu, giới thiệu sản phẩm mới đến cho khách hàng dưới hình thức như: Tặng quà

cho khách hàng nhân dịp khuyến mại chung của Navibank, tổ chức Hội nghị khách hàng, gọi điện hỏi thăm khách hàng ... Nhưng những hoạt động này chỉ mang tính chất lẻ tẻ chưa có chính sách hay kế hoạch lâu dài nên kết quả thu được không cao như mong muốn. Ngoài các hoạt động marketing chung của hệ thống thì Navibank Hải Phòng cũng ít triển khai các hoạt động quảng bá sản phẩm và hình ảnh của mình trên đài phát thanh và truyền hình địa phương.

Thứ tư, các biện pháp hỗ trợ cho công tác huy động vốn còn nhiều hạn chế. Điều kiện làm việc của cán bộ công nhân viên còn chưa thuận lợi, địa điểm làm việc còn chật hẹp, trang thiết bị kỹ thuật chưa thực sự hiện đại và cần phải đổi mới thêm. Navibank Hải Phòng chưa đưa ra được biện pháp khuyến khích nhân viên trong toàn chi nhánh tham gia huy động vốn mà chỉ giao chung chung cho các phòng ban gây ra hiện tượng mọi người đều thấy có trách nhiệm huy động vốn nhưng không biết phải huy động bao nhiêu đạt chỉ tiêu và cũng không có chế độ khuyến khích khiến nhiều nhân viên có tâm lý huy động vốn được càng tốt mà không huy động được cũng không sao.

Thứ năm, về trình độ đội ngũ cán bộ, tuy công tác đào tạo bồi dưỡng cán bộ để nâng cao trình độ chuyên môn cũng như kỹ năng nghiệp vụ luôn được Chi nhánh chú trọng quan tâm nhưng đến nay vẫn chưa đồng bộ. Do đó, hiệu quả của công tác xác định nhu cầu sử dụng vốn và xây dựng chính sách, kế hoạch huy động vốn chưa cao. Chi nhánh không thường xuyên tổ chức các lớp học trao đổi nghiệp vụ, cập nhật chính sách cũng như các sản phẩm mới tiện ích cho khách hàng tạo sức ỳ lớn cho cán bộ nhân viên. Bên cạnh đó, cán bộ nhân viên trẻ, năng động, đào tạo bài bản nhưng do tuổi đời còn trẻ nên đội ngũ nhân sự này không tránh khỏi việc thiếu kinh nghiệm chuyên môn lẫn thực tế.

2.3.3.2. Nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, môi trường kinh tế - xã hội có nhiều biến động: Trong những năm qua, nền kinh tế Việt Nam đã có tốc độ tăng trưởng khá cao nhưng có nhiều diễn biến phức tạp không có lợi cho hoạt động ngân hàng. Bước sang năm 2009, tình hình kinh tế không mấy sáng sủa. Tốc độ tăng trưởng kinh tế có biểu hiện chậm lại, lạm phát tiếp tục tăng cao vượt xa dự báo của cơ quan chức năng. Cùng với đó là thị

trường tài chính, tiền tệ có nhiều biến động. NHNN thực thi chính sách tiền tệ thắt chặt (tăng dự trữ bắt buộc, khống chế dư nợ của các ngân hàng, lãi suất cơ bản biến động liên tục từ năm 2008 đến năm 2009 từ 8.75% đến 12% đến 14% rồi giảm xuống 7% lại tăng lên 8%). Đồng đô la Mỹ tăng giá liên tục làm thị trường ngoại hối khan hiếm đô la Mỹ nghiêm trọng dẫn đến tình trạng ngừng trệ các hoạt động thanh toán nước ngoài. Các doanh nghiệp thì mất thêm khoản Chi phí khá lớn để mua đô la Mỹ thanh toán đúng thời hạn nếu không sẽ bị phạt hợp đồng. Sang năm 2010 tình hình kinh tế cũng được cải thiện nhưng không đáng kể: lạm phát tăng cao, giá vàng và giá USD biến động thất thường... đã ảnh hưởng đến tâm lý người dân trong việc cân nhắc sử dụng khoản tiền nhàn rỗi của mình đồng thời cũng ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng của hệ thống tài chính, tín dụng cả nước nói chung và hoạt động tín dụng của Chi nhánh nói riêng, đặc biệt là các khoản vay bằng USD.

Thứ hai, Xu thế hội nhập của nền kinh tế Việt Nam vào nền kinh tế của khu vực và trên thế giới, đã tạo nhiều cơ hội cho các ngân hàng thương mại Việt Nam. Song bên cạnh đó các ngân hàng cũng phải đối phó sự ra đời và nhập cuộc của các ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng, quá trình mở rộng của các ngân hàng trong nước, một phần tạo sự phát triển của hệ thống tài chính ở Việt Nam, nhưng mặt khác tạo ra sự cạnh tranh sâu sắc giữa các ngân hàng, nguồn vốn trong xã hội bị chia sẻ, dòng vốn sẽ chảy mạnh vào những ngân hàng có uy tín, có sản phẩm dịch vụ đa dạng, phong phú, có công nghệ hiện đại... và tất yếu sẽ xảy ra tình trạng có ngân hàng phát triển đi lên, và tất nhiên cũng có những ngân hàng bị buộc phải phá sản. Các ngân hàng TMCP liên tục khai trương các chi nhánh, phòng giao dịch và tổ chức nhiều đợt khuyến mại, quảng cáo, liên tục tung ra các chiến dịch nhằm thu hút vốn. Trong quá trình cạnh tranh để giữ và mở rộng thị phần, thu hút được vốn, các tổ chức này đua nhau tăng lãi suất huy động không dựa trên cơ sở cung cầu về vốn làm cho mặt bằng lãi suất trên thị trường tăng lên, gây khó khăn cho công tác tìm kiếm nguồn vốn huy động rẻ.

Thứ ba, sự phát triển vượt bậc của thị trường tài chính như con dao hai lưỡi. Một mặt nó thúc đẩy hoạt động huy động vốn của NHTM qua việc tăng khả năng thanh khoản cho các loại giấy tờ có giá, một mặt nó thu hút huy động vốn đầu tư

trung dài hạn trong xã hội vào đó làm cho lượng vốn huy động này của ngân hàng giảm sút gây khó khăn cho việc mở rộng tín dụng trung, dài hạn của NHTM.

Thứ tư, diễn biến lãi suất huy động và lãi suất cho vay trên thị trường biến động liên tục và không thuận lợi cho Ngân hàng. Do có nhiều ngân hàng vẫn không tuân thủ theo điều hành lãi suất cơ bản của NHNN, không ngừng nâng lãi suất huy động để thu hút khách hàng đó tạo ra sự cạnh tranh không lành mạnh. Điều đó đã làm Navibank Hải Phòng mất một lượng lớn các khách hàng gửi tiền truyền thống .

Thứ năm, hệ thống pháp luật còn chưa đầy đủ, thiếu tính đồng bộ và nhất quán, chưa theo kịp với thực tế đầy sinh động trong hoạt động kinh tế, còn nhiều bất cập so với yêu cầu hội nhập kinh tế ngân hàng. Văn bản NHNN ban hành trong thời gian ngắn vẫn phải sửa đổi, bổ sung. Tính thiếu minh bạch của thông tin, đặc biệt là các quy định về tài chính, kế toán, hợp đồng lao động, hợp đồng tín dụng và các chế tài kinh tế khác gây nhiều khó khăn cho các ngân hàng, nhất là khi khả năng thực thi của pháp luật còn chưa cao.

Thứ sáu, tâm lý người dân vẫn ưa chuộng sử dụng tiền mặt. Nhất là trong giai đoạn mà lạm phát cao, họ giữ tiền mặt để thỏa mãn nhu cầu chi tiêu. Những tiện ích về dịch vụ ngân hàng bán lẻ nhất là dịch vụ thanh toán bằng thẻ hầu như còn xa lạ với các tầng lớp dân cư.

Tóm lại, hoạt động huy động vốn tiền gửi của ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng tuy đã đạt được một số những kết quả đáng kể song vẫn còn tồn tại , hạn chế nhất định góp phần làm giảm hiệu quả kinh doanh của chi nhánh nói chung và hiệu quả huy động vốn nói riêng. Chính vì vậy, vấn đề đặt ra cấp thiết với Navibank Hải Phòng trong thời gian tới là phải đưa ra các giải pháp đồng bộ và có tính khả thi cao để khắc phục những tồn tại trên nhằm nâng cao hơn nữa hoạt động huy động vốn. Có như vậy, Navibank Hải Phòng mới đáp ứng được yêu cầu ngày một tăng lên của nền kinh tế thị trường và vững vàng hội nhập với kinh tế khu vực và thế giới.

Chương 3

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NAM VIỆT CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

3.1. Định hướng nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

3.1.1. Định hướng chung của Navibank Hải Phòng

Navibank Hải Phòng đã có sự chuẩn bị về mọi mặt, sẵn sàng cho những bước chuyển mình mới: trở thành một chi nhánh ngân hàng đa năng hiện đại có tầm vóc tương xứng với một chi nhánh online của ngân hàng TMCP lớn trong nước, có năng lực tài chính, mạng lưới khách hàng, hệ thống các phòng giao dịch, hệ thống phòng giao dịch, nguồn nhân lực và công nghệ... để tạo điều kiện tốt nhất cho việc thực hiện chiến lược kinh doanh 2012 – 2015, với mục tiêu trở thành chi nhánh ngân hàng bán lẻ chuẩn mực, hiện đại hàng đầu Việt Nam.

Trong hoàn cảnh diễn biến kinh tế đầy biến động và phức tạp thì hoạt động kinh doanh không chỉ riêng Navibank Hải Phòng mà toàn hệ thống ngân hàng đều đứng trước nhiều khó khăn và rủi ro. Hoạt động huy động vốn là một hoạt động chủ yếu của ngân hàng nên cũng không nằm ngoài sự vận động đó.

3.1.1.1. Cơ hội

Trong khi lãi suất thị trường luôn luôn biến động thì đây cũng là cơ hội cho Navibank Hải Phòng thu hút khách hàng khi sử dụng chính sách lãi suất linh hoạt. Hiện nay vấn đề về vốn kinh doanh là một vấn đề rất đỗi quan trọng với mỗi doanh nghiệp tuy nhiên chi nhánh cần phải sàng lọc kỹ lưỡng khách hàng để từ đó chọn ra các khách hàng tốt tập trung đầu tư cho vay tạo mối quan hệ tốt bởi chi nhánh chỉ hoạt động tốt khi có những khách hàng là các doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả. Trong hoàn cảnh khó khăn hiện nay của nền kinh tế toàn cầu thì đây cũng là cơ hội cho Navibank Hải Phòng cải tổ lại hoạt động kinh doanh, đưa ra các hoạt biện pháp huy động vốn vừa tiết kiệm vừa hiệu quả.

Bên cạnh đó, môi trường ngân hàng là một môi trường cạnh tranh nhất là cạnh tranh giữa các NHTM về lãi suất huy động vốn. NHNN ban hành quy định rõ lãi

suất huy động vốn của các ngân hàng thương mại tối đa với đồng VND là 9%/ năm và với USD là tối đa 2%/ năm. Tuy nhiên đã có một số NHTM không chấp hành nghiêm chỉnh quy định trần lãi suất của NHNN gây ra một cuộc cạnh tranh lãi suất huy động trên thị trường. Điều này đã gây nhiều khó khăn cho Navibank nói chung và Navibank – Hải Phòng nói riêng vì lãi suất huy động của Navibank thường chỉ bằng lãi suất huy động do NHNN quy định. Sự chênh lệch về lãi suất đã khiến cho một số lượng khách hàng rời bỏ Navibank Hải Phòng chuyển sang gửi tiền tại các ngân hàng có lãi suất hấp dẫn hơn, điều này làm cho số lượng khách hàng cũng như lượng vốn ngân hàng huy động giảm đi đáng kể. Ngân hàng nhà nước có những biện pháp xử lý kịp thời bằng việc ban hành quy định bắt buộc các ngân hàng không được huy động lãi suất vượt trần và sẽ đình chỉ giám đốc chi nhánh ngân hàng nào vi phạm quy định này, do đó đã lập lại trật tự trên thị trường huy động vốn. Đây chính là cơ hội cho Navibank Hải Phòng giữ được khách hàng cũ và thu hút được khách hàng mới.

3.1.1.2. Thách thức

Đẩy mạnh hoạt động huy động vốn là yêu cầu hàng đầu không chỉ của riêng ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng mà còn của tất cả các ngân hàng thương mại. Chính vì vậy mà hoạt động huy động vốn của Navibank Hải Phòng sẽ gặp nhiều khó khăn vì phải cạnh tranh với các đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Không những vậy các ngân hàng quốc doanh cũng ồ ạt thực hiện những chiêu khuyến mại nhằm giữ khách hàng cũ và tìm kiếm khách hàng mới với nhiều ưu đãi đặc biệt cho khách hàng gửi tiền. Như vậy để duy trì được hoạt động kinh doanh và tạo đà phát triển hiện tại và mai sau thì Navibank Hải Phòng cần phải nhanh chóng đưa ra các chính sách quyết đoán, phù hợp với bối cảnh cạnh tranh gay gắt hiện nay.

3.1.2. Định hướng nâng cao hiệu quả huy động vốn

Mục tiêu huy động vốn của ngân hàng TMCP Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng là các mục tiêu về số lượng và chất lượng huy động vốn nhằm đảm bảo đủ nguồn vốn sử dụng và đảm bảo sự tăng trưởng bền vững qua các năm. Chi nhánh đã đề ra kế hoạch huy động vốn năm 2013 là 1800 tỷ đồng, trong đó tăng cường huy động vốn bằng ngoại tệ, huy động vốn không kỳ hạn và ngắn hạn. Navibank Hải

Phòng tập trung huy động vốn trung và dài hạn. Tuy nguồn vốn này có chi phí tương đối cao nhưng lại mang tính ổn định giúp chi nhánh chủ động được trong hoạt động kinh doanh của mình. Navibank Hải Phòng phần đầu huy động vốn không kỳ hạn năm 2013 là 540 tỷ đồng chiếm 30% tổng nguồn vốn. Bên cạnh đó huy động vốn trung và dài hạn chiếm 50% tổng nguồn vốn tức đạt 900 tỷ đồng. Không những thế Navibank Hải Phòng cũng tập trung huy động vốn bằng ngoại tệ phần đầu huy động vốn ngoại tệ quy đổi VND đạt 270 tỷ đồng chiếm 15% tổng nguồn vốn huy động. Những định hướng trong kinh doanh cụ thể như sau:

Một là, chi nhánh phải bám sát mục tiêu phát triển kinh tế của đất nước, tiếp tục tăng trưởng nguồn vốn huy động bền vững, giữ vững thị phần hoạt động.

Hai là, không ngừng củng cố nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh chính và các phòng giao dịch trực thuộc nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu thị trường tạo động lực tốt cho hoạt động huy động vốn.

Ba là, 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 mang tính định hướng như: làm tăng tính ổn định của nguồn vốn; thực hiện chế độ bảo hiểm tiền gửi; tăng khả năng kiểm soát độ nhạy cảm của tài sản và nguồn vốn và kiểm soát khe hở lãi suất; tăng khả năng hoán đổi kỳ hạn giữa các tài sản và nguồn vốn sao cho thích hợp.

Bốn là, tiến hành phân đoạn thị trường theo những tiêu thức khác nhau (như phân loại theo địa bàn, điều kiện kinh doanh vùng, tập quán tiêu dùng, mức độ cạnh tranh.v.v.) để từ đó xây dựng chiến lược sản phẩm, giá cả, phân phối.v.v. thích hợp cho từng phân đoạn thị trường.

Năm là, thực hiện những cải tiến trong hệ thống phân phối. Không ngừng củng cố, nâng cao hiệu quả hệ thống mạng lưới hoạt động kinh doanh nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu thị trường. Tiếp tục hiện đại hoá công nghệ ngân hàng tại chi nhánh, tạo tiền đề cho việc mở rộng các sản phẩm dịch vụ tài chính có chất lượng cao, được thực hiện khép kín từ đó nâng dần sức cạnh tranh của ngân hàng trong hoạt động dịch vụ.

Sáu là, mở rộng các hình thức huy động vốn theo hướng đa dạng hóa nguồn vốn, cơ cấu kỳ hạn và lãi suất hợp lý, tăng tỷ trọng nguồn vốn có chi phí đầu vào thấp, đảm bảo chủ động nguồn vốn, đáp ứng nhu cầu đầu tư, cho vay và thanh toán. Ngoài ra Navibank Hải Phòng cũng chủ động khai thác các nguồn vốn mới làm cho chi nhánh ít phụ thuộc vào các nguồn, nhóm tiền gửi hay biến động.

Bảy là, nâng cao chất lượng phục vụ, dịch vụ thanh toán, cải tiến, hiện đại hoá trong hệ thống thanh toán theo hướng thuận tiện hiệu quả và tiết kiệm, tăng an toàn trong hoạt động thanh toán góp phần củng cố lòng tin của khách hàng. Hiện nay các ngân hàng đưa ra các sản phẩm có tính cạnh tranh cao do đó muốn thu hút được nguồn vốn huy động thì cách tốt nhất là nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

Tám là, tích cực quảng bá hình ảnh để thu hút khách hàng mới, đầu tư phát triển khách hàng mới, đồng thời cần giữ được những khách hàng cũ của ngân hàng. Phân tích đánh giá thị trường đối với từng ngành nghề kinh tế, từng lĩnh vực hoạt động theo nhóm khách hàng để định hướng đầu tư tín dụng phù hợp hiện tại cũng như lâu dài, đảm bảo an toàn hiệu quả.

Chín là, đặc biệt coi trọng công tác cán bộ và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, chú trọng công tác quy hoạch, đào tạo bồi dưỡng cán bộ. Phân công công việc phù hợp với khả năng trình độ, năng lực của cán bộ. Bên cạnh đó xây dựng được đội ngũ cán bộ có phẩm chất đạo đức tốt và có đạo đức nghề nghiệp đủ bản lĩnh, năng lực chuyên môn để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao. Xây dựng chính sách phân định trách nhiệm của từng cán bộ và có chính sách thưởng phạt nghiêm minh.

3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nam Việt – Chi nhánh Hải Phòng.

3.2.1. Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn

- **Ý nghĩa giải pháp:** cần thực hiện giải pháp này là vì hạn chế trong tăng trưởng nguồn vốn một phần xuất phát từ nguyên nhân hình thức huy động, kỳ hạn tiền gửi chưa đa dạng, phong phú dẫn tới ngân hàng chưa cung cấp được những sản phẩm, dịch vụ đa dạng, điều này hạn chế cơ cấu cho vay và khả năng cung cấp tài sản có tính lỏng khác nhau, khả năng chuyển hoán kỳ hạn của tài sản không cao

bằng các NHTM khác. Các hình thức huy động vốn của Navibank Hải Phòng đang áp dụng hiện nay khá phong phú như tiết kiệm trả lãi cuối kỳ, tiền gửi bậc thang, tiền gửi hoạt kỳ, tiết kiệm tích lũy giá trị. Trong đó các hình thức đều có sự hỗ trợ, bổ sung cho nhau, nhưng có một thực tế là hầu như các ngân hàng khác cũng cạnh tranh nhau chủ yếu dựa vào chính sách sản phẩm. Nên Navibank Hải Phòng cần hoàn thiện, bổ sung thêm nhiều loại hình, hình thức huy động vốn nhằm đa dạng hóa các hình thức huy động, tăng tiện ích và lợi ích cho người gửi tiền, góp phần tăng trưởng nguồn vốn huy động và đạt vượt các chỉ tiêu theo kế hoạch đề ra, đảm bảo phục vụ nhu cầu vốn tín dụng cho nền kinh tế, đẩy mạnh hoạt động kinh doanh và xu hướng phát triển của nền kinh tế.

- Cách thức thực hiện:

Thực hiện theo nguyên tắc tiếp tục duy trì huy động vốn ngắn hạn, đồng thời đẩy mạnh huy động vốn dài hạn. Hướng tới huy động vốn ngắn hạn đạt 540 tỷ đồng, huy động vốn trung và dài hạn là 900 tỷ đồng. Để đẩy mạnh công tác huy động vốn thì ngoài việc nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn truyền thống, Navibank Hải Phòng cần chú trọng nghiên cứu, áp dụng phổ biến các sản phẩm, hình thức huy động có mục đích đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng:

- Đa dạng hoá kỳ hạn tiền gửi tiết kiệm: không chỉ dừng lại việc chỉ có tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn, Navibank Hải Phòng cần có giải pháp tự động chuyển hoá tiền gửi không kỳ hạn sang có kỳ hạn cho dân. Ví dụ, những người đã gửi tiết kiệm không kỳ hạn ở Navibank Hải Phòng từ 2 tháng trở lên có thể chuyển cho họ được hưởng quyền lợi tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn với lãi suất huy động hiện hành 9%/năm thay vì họ chỉ được hưởng lãi suất không kỳ hạn là 2%/năm .

- Tiền gửi tiết kiệm dự thưởng: Là hình thức huy động tiết kiệm có kỳ hạn 6,9,12 tháng, ngoài việc được hưởng lãi, khi khách hàng gửi tiền khách hàng còn được ngân hàng cấp cho số dự thưởng để tham gia quay thưởng và có khả năng nhận được giải thưởng có giá trị cao khi trúng thưởng. Loại tiền huy động là VND, USD, EUR, với mỗi số tiền 10 triệu đồng hoặc 700USD hoặc 500 EUR khách hàng được nhận 01 số dự thưởng. Lãi suất áp dụng là lãi suất tiết kiệm thông thường, phương thức trả lãi một lần khi đến hạn thanh toán. Khách hàng tham gia

chương trình tiết kiệm dự thưởng không được rút gốc trước hạn, trường hợp đặc biệt, nếu khách hàng rút gốc trước hạn số dự thưởng đã cấp cho khách hàng sẽ không được tham gia dự thưởng. Khách hàng đã nhận thưởng, nếu rút trước hạn phải hoàn trả lại cho ngân hàng giải thưởng đã lĩnh.

- Tiết kiệm rút gốc từng phần: Đây là hình thức gửi tiền có kỳ hạn cho phép khách hàng có thể rút từng phần tiền gửi gốc một cách linh hoạt khi có nhu cầu sử dụng mà vẫn đảm bảo khoản tiền gốc còn lại được hưởng lãi suất như ban đầu. Loại tiền áp dụng sẽ là Việt Nam đồng hoặc Đô la Mỹ với mức tiền gửi tối thiểu là 20 triệu VND hoặc 1000 USD. Khách hàng sẽ được quy định số tiền rút gốc tối đa cho toàn bộ thời hạn gửi tiền và lĩnh lãi vào cuối kỳ. Nếu khách hàng rút trước hạn (một phần hoặc toàn bộ) thì hưởng lãi suất không kỳ hạn, số tiền gốc còn lại vẫn được hưởng lãi suất trên sổ tiết kiệm.

- Tiết kiệm có mục đích: Đó là hình thức tiết kiệm trung dài hạn với mục đích như xây dựng nhà ở, mua xe ô tô... người gửi tiền có thể thỏa thuận với ngân hàng hàng tháng trích từ tiền lương của mình một số tiền nhất định để chuyển vào tài khoản tiền gửi tiết kiệm có mục đích. Với tài khoản này, người gửi sẽ nhận được lãi suất thấp hơn lãi suất tiền gửi tiết kiệm nhưng họ sẽ được ngân hàng cho vay tiền để thực hiện mục đích khi số tiền tiết kiệm đạt tới 2/3 giá trị ký kết mua tài sản. Hiện nay, hình thức tiết kiệm này đang được người dân quan tâm, chi nhánh cần triển khai thực hiện. Hình thức này một mặt giúp Ngân hàng thu hút được nhiều tiền gửi trong dân cư. Mặt khác, giúp ngân hàng có thêm được nguồn vốn trung, dài hạn.

- Tài khoản thu nhập: Ngân hàng nên có phương pháp thu hút các khách hàng mở tài khoản thu nhập tại Ngân hàng bằng cách cho họ hưởng các dịch vụ ưu đãi như: khách hàng có thể rút quá số dư cho phép của ngân hàng nếu khách hàng có thu nhập hàng tháng từ 5 triệu đồng trở lên được công ty nơi khách hàng làm việc trả tiền lương qua tài khoản của họ tại ngân hàng.

- Ngoài việc xem xét đưa ra các hình thức huy động mới vào kinh doanh, huy động vốn qua việc phát hành các giấy tờ có giá (như kỳ phiếu, trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi...) cũng cần được quan tâm. Với hình thức huy động này khách hàng hoàn toàn không thể đổi thành tiền mặt được khi chưa đến hạn, tạo thuận lợi cho chi

nhánh là chi nhánh sẽ có nguồn vốn ổn định, giúp ngân hàng chủ động trong việc kinh doanh. Do đó trong thời gian tới Chi nhánh cần có biện pháp để tăng cường huy động từ hình thức này như đưa ra các hình thức khuyến mại, quà tặng, bốc thăm trúng thưởng hấp dẫn để thu hút sự quan tâm, chú ý của các tầng lớp dân cư.

3.2.2. Thực hiện hình thức lãi suất linh hoạt

- *Ý nghĩa giải pháp:* Lãi suất là một trong các yếu tố kinh tế có tác động mạnh đến việc thu hút vốn, đặc biệt là vốn trung và dài hạn, vì người dân khi có tiền nhàn rỗi gửi vào ngân hàng với thời hạn dài thường đặt mục tiêu lãi suất lên trên hàng đầu. Lãi suất ngân hàng cần phải thoả mãn: Có lợi cho người gửi, có lợi cho người vay và có lợi cho ngân hàng.

- Cách thức thực hiện:

+ Nâng lãi suất đối với tiền gửi trung và dài hạn, hạ thấp lãi suất tiền gửi không kỳ hạn và kỳ hạn ngắn. Đảm bảo lãi suất trung bình không tăng lên đối với toàn bộ nguồn vốn huy động. Ví dụ tiền gửi trung dài hạn sẽ được hưởng mức lãi suất huy động trần hiện hành là 9%/năm, tiền gửi ngắn hạn từ 1,2,3 tháng là 6%/năm tiền gửi không kỳ hạn là 2%/năm. Đối với tiền gửi kỳ hạn 12 tháng từ 20 triệu trở lên khách hàng sẽ được hưởng lãi suất là 12 %/năm.

+ Có biện pháp khuyến khích khách hàng duy trì số dư tài khoản với thời gian dài hơn thời hạn gửi ban đầu. Ví dụ: người gửi tiền với kỳ hạn 6 tháng nhưng qua 3 lần kỳ hạn gộp lãi mà người gửi vẫn chưa rút tiền thì ngân hàng nên có chính sách thưởng thêm 1 tỷ lệ % về lãi suất tiền gửi .

+ Lãi suất được xây dựng phù hợp với từng đối tượng gửi tiền, từng khu vực dân cư và trong từng thời kỳ cụ thể. Lãi suất phải xây dựng dựa trên tình hình tăng trưởng kinh tế, tỷ lệ lạm phát, biến động tỷ giá... Ví dụ khách hàng là bạn hàng lâu năm với ngân hàng có số lượng tiền gửi lớn và lâu dài thì ngân hàng nên cho khách hàng hưởng mức lãi suất cao hơn lãi suất hiện hành là 0,5% hay 1%.

+ Ngân hàng cần phải thường xuyên theo dõi tình hình biến động lãi suất trên thị trường, dự đoán xu hướng biến động, thực hiện tính toán lãi suất đầu ra, đầu vào để đưa ra chính sách lãi suất vừa có tính cạnh tranh, vừa linh hoạt, vừa hấp dẫn nhưng cũng phải tuân theo lãi suất cơ bản của ngân hàng nhà nước quy định và

trong biên độ giao động cho phép. Điều này vừa đảm bảo quyền lợi cho ngân hàng vừa đảm bảo quyền lợi cho khách hàng.

Áp dụng lãi suất linh hoạt giúp ngân hàng vừa huy động được nhiều vốn lại giảm được chi phí huy động vốn. Ước tính chi phí trả lãi năm 2012 là 189.000 triệu đồng. Như vậy tỷ lệ giữa chi phí trả lãi và tổng nguồn vốn huy động năm 2012 là 10,5% giảm đi so với năm 2011.

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Chênh lệch 2012/2011	
			+/-	%
∑ HDV	1.004.629	1.800.000	795.371	79,17
Chi phí trả lãi	145.637	189.000	43.363	29,77
Tỷ lệ giữa chi phí trả lãi và tổng vốn huy động (%)	14,50	10,50		

Với tổng số vốn huy động dự kiến là 1.800.000 triệu đồng. Ước tính thu nhập từ lãi thuần năm 2012 là 99.000 triệu đồng. Cụ thể như bảng sau(giả sử vốn huy động đủ để cho vay):

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Chênh lệch 2012/2011	
			+/-	%
Thu nhập lãi	167.738	288.000	120.262	71,7
Chi phí trả lãi	145.637	189.000	43.363	29,77
Thu nhập lãi thuần	22.101	99.000	76.899	347,94

Như vậy với việc kết hợp đa dạng hóa hình thức sản phẩm huy động và áp dụng lãi suất linh hoạt sẽ giúp ngân hàng có thể huy động được lượng vốn lớn góp phần tăng lợi nhuận cho chi nhánh.

3.2.3. Đào tạo đội ngũ cán bộ liên quan đến công tác huy động vốn

- **Ý nghĩa giải pháp:** Con người là yếu tố trung tâm quyết định đến sự thành bại của mọi tổ chức doanh nghiệp và Navibank Hải Phòng cũng không nằm ngoài quy luật đó. Đối với NHTM thì yếu tố con người là quan trọng hơn cả. Ngân hàng sẽ hoạt động kinh doanh tốt với đội ngũ nhân viên có trình độ và nhiệt huyết với tay nghề. Điều này đòi hỏi ngân hàng phải thường xuyên quan tâm và đưa ra chiến lược con người phù hợp bắt đầu từ khâu tuyển dụng, sắp xếp bố trí công tác, thực hiện đào tạo và đào tạo lại cán bộ để có thể bắt kịp với những thay đổi.

- **Cách thức thực hiện:**

Ngân hàng TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng cần quan tâm hơn nữa đến đội ngũ cán bộ nhân viên bằng các biện pháp sau:

- Đào tạo và đào tạo lại trình độ chuyên môn cho cán bộ, nhân viên. Thường xuyên mở các lớp tập huấn về nghiệp vụ, bồi dưỡng kiến thức về ngoại ngữ, tin học, tạo điều kiện để nhân viên phát huy ý tưởng sáng tạo. Đồng thời tổ chức các buổi hội thảo, giao lưu học hỏi kinh nghiệm nhân viên trong toàn Chi nhánh. Thông qua các buổi này sẽ giải đáp các thắc mắc trong quá trình làm việc, tìm ra những ưu điểm để phát huy, những nhược điểm để khắc phục, tạo sự gắn kết trong nội bộ chi nhánh.

- Có các chế độ khen thưởng vật chất hợp lý để động viên tinh thần làm việc của nhân viên. Nên xây dựng chính sách tiền lương, thưởng phạt rõ ràng, cụ thể đối với cán bộ nhân viên vừa để đảm bảo phát huy năng lực của cán bộ, vừa làm cho họ thấy được trách nhiệm của mình trong công việc.

- Khuyến khích nhân viên nhớ các thông tin về khách hàng như tên, địa chỉ, điện thoại, thói quen gửi tiền ... nhằm tạo cho khách hàng có cảm giác được quan tâm chu đáo. Khuyến khích nhân viên trong toàn Chi nhánh phát huy tối đa các mối quan hệ để thu hút tối đa nguồn tiền huy động cho ngân hàng. Thường xuyên tổ chức các lớp kỹ năng giao tiếp và thuyết phục khách hàng cho các giao dịch viên.

3.2.4. Tăng cường đổi mới công nghệ thông tin nâng cao uy tín của ngân hàng

Uy tín là một yếu tố rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh nhất là hoạt động kinh doanh tiền tệ như ngân hàng. Để làm được việc này Navibank Hải Phòng

cần tổ chức bộ phận chăm sóc khách hàng để luôn luôn tạo cho khách hàng cảm giác thoải mái và tôn trọng mỗi khi đến với ngân hàng. Các nhân viên của Navibank Hải Phòng cần khẳng định được giá trị thương hiệu trong quá trình giao dịch. Ngoài ra chi nhánh cũng cần định kỳ tiến hành lấy ý kiến khách hàng về các dịch vụ cũng như tác phong phục vụ của nhân viên từ đó rút ra kinh nghiệm phục vụ khách hàng tốt hơn để lại cho khách hàng ấn tượng tốt khi giao dịch tại Navibank Hải Phòng.

Navibank Hải Phòng cần thực hiện thủ tục đơn giản, rút ngắn thời gian giao dịch. Bởi vì khi khách hàng đến gửi tiền tại ngân hàng ngoài mục đích là sự thuận lợi an toàn và hiệu quả mà họ còn quan tâm đến sự đơn giản nhanh chóng và tiết kiệm thời gian. Nếu khách hàng đến giao dịch với ngân hàng mà phải làm nhiều thủ tục, mất nhiều thời gian khách hàng sẽ cảm thấy phiền hà và thậm chí còn cảm thấy khó chịu. Điều này ảnh hưởng đến khả năng thu hút vốn của ngân hàng. Cho nên bên cạnh quy trình làm việc chung của hệ thống thì Navibank Hải Phòng cần tìm ra các phương thức thích hợp sao cho các giao dịch được tiến hành một cách đơn giản, nhanh chóng hiệu quả nhưng vẫn đảm bảo an toàn chính xác trong nghiệp vụ. Để làm được điều này Navibank Hải Phòng cần yêu cầu nhân viên chấp hành nghiêm chỉnh khung thời gian tối đa cho mỗi giao dịch tuy nhiên vẫn phải trên cơ sở đảm bảo tính pháp lý, an toàn tài sản cho khách hàng.

3.2.5. Xây dựng chính sách khách hàng hợp lý trong huy động vốn, tăng cường hoạt động marketing cho chi nhánh.

- ***Ý nghĩa của giải pháp:*** Khi tiến hành đa dạng hóa các sản phẩm huy động vốn, Chi nhánh cần phải đồng thời xây dựng chính sách thu hút và chăm sóc khách hàng hiệu quả. Đây là một công việc có ý nghĩa quyết định đến sự thành công của chiến lược huy động vốn, có tác dụng lâu dài đối với hoạt động huy động vốn của Chi nhánh.

- Cách thực hiện:

Cần tiến hành phân nhóm khách hàng, phân tích các nhu cầu, đặc điểm của khách hàng để xây dựng chiến lược thu hút khách hàng. Trước khi đưa ra một sản phẩm huy động vốn nào đó, Chi nhánh phải có một chương trình tuyên truyền, quảng cáo ấn tượng để thu hút khách hàng. Không những chỉ quảng cáo sản phẩm

huy động vốn trên các phương tiện thông tin đại chúng mà cần phải gửi tờ rơi đến tận tay khách hàng, để họ có thể tìm hiểu kỹ hơn về sản phẩm mới của Chi nhánh.

Bên cạnh đó, tại Chi nhánh luôn có một bộ phận hỗ trợ khách hàng nhằm giải đáp những thắc mắc của khách hàng về sản phẩm, truyền đạt đến khách hàng những thông tin cần thiết của sản phẩm. Việc chăm sóc khách hàng sau khi cung cấp sản phẩm huy động vốn cũng rất quan trọng. Điều này sẽ làm cho khách hàng có ấn tượng tốt về sự chu đáo và chuyên nghiệp của Chi nhánh, góp phần tạo ra lượng khách hàng truyền thông của Chi nhánh trong tương lai.

Ngoài ra, Chi nhánh có thể thực hiện một số biện pháp sau:

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

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

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

- Chi nhánh cũng có thể phát những phiếu thăm dò tới khách hàng, lấy ý kiến của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng, cũng như những mong muốn, cải tiến mới của khách hàng về những sản phẩm của ngân hàng. Đây là công việc có hiệu quả lớn cho Chi nhánh trước khi triển khai đợt huy động vốn mới, hay đưa ra thị trường những sản phẩm huy động mới.

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

Tóm lại chi nhánh nên đẩy mạnh hoạt động của bộ phận marketing hơn nữa và cần phải xây dựng văn hoá Ngân hàng chuẩn mực và thân thiện để khách hàng xem “*ngân hàng luôn là người bạn đồng hành của khách hàng*”.

3.2.6. Hoàn thiện tiện ích phục vụ cho khách hàng

- Đối với khách hàng là doanh nghiệp, tổ chức kinh tế hiện đang có quan hệ, cần phải giữ vững và mở rộng đầu mối giao dịch.

- Những khách hàng đã và đang giao dịch phải quan tâm, chăm sóc, có chính sách khách hàng hợp lý trên cơ sở đánh giá tín nhiệm và hiệu quả tổng thể từng khách hàng thông qua quan hệ tín dụng, quan hệ sử dụng thanh toán, quan hệ xuất, nhập khẩu... để hỗ trợ huy động vốn. Nắm bắt kịp thời thông tin, diễn biến trong quá trình giao dịch để có biện pháp giữ vững, tìm kiếm và khai thác tối đa cơ hội phát triển sản phẩm dịch vụ đến mọi đối tượng khách hàng.

- Với việc thành lập phòng Thẻ và phát triển sản phẩm dịch vụ, chi nhánh đã đặt nền móng cho việc tiếp cận khách hàng. Trong thời gian tới, chi nhánh cần triển khai thêm nữa các chương trình để đưa sản phẩm đến với khách hàng một cách sâu rộng. Như thực hiện các đợt khuyến mại làm thẻ ATM cho các sinh viên, có các chế độ đặc biệt đối với khách hàng như gửi điện chúc mừng sinh nhật, tặng quà dịp lễ tết... Mặt khác ngân hàng cần tiến hành các chương trình quảng cáo khuếch trương trên các phương tiện thông tin đại chúng để ngày càng khẳng định tên tuổi trên thị trường.

- Chi nhánh cần quan tâm đến việc khuyến khích dân cư làm quen với việc mở tài khoản và thanh toán qua ngân hàng. Trong xu thế phát triển kinh tế - xã hội, các doanh nghiệp cung ứng các hàng hoá, dịch vụ thiết yếu như: điện, nước sinh hoạt, dịch vụ viễn thông... chấp nhận cho khách hàng của mình thanh toán không dùng tiền mặt thông qua tài khoản thanh toán mở tại ngân hàng. Thực tế cho thấy, nếu thực hiện tốt công tác này sẽ tạo nguồn vốn lớn cho ngân hàng với chi phí huy động thấp.

- Nâng cao khả năng cạnh tranh, linh hoạt và đa dạng hoá các hình thức huy động để thu hút dân cư đến giao dịch thông qua mở tài khoản cá nhân, thu tiền gửi tại nhà, dịch vụ ATM... Đảm bảo tại mỗi thời điểm, sản phẩm huy động vốn của chi nhánh trên địa bàn luôn có ưu thế, khả năng cạnh tranh vượt trội.

- Tăng cường tiếp thị, tìm kiếm và tranh thủ các mối quan hệ sẵn có để thu hút được các đầu mối mới. Có chính sách khuyến khích, ưu đãi về lãi suất, phí dịch

vụ, hình thức khuyến mại trên cơ sở tính toán hiệu quả tổng thể đảm bảo lợi ích hai bên. Các chính sách này cần phải có cơ chế rõ ràng, được quán triệt đầy đủ đến mỗi cán bộ nhân viên để mỗi cán bộ nhân viên chi nhánh là một tuyên truyền, nhà tư vấn cho mọi đối tượng khách hàng.

3.3. Kiến nghị

Để giúp cho Navibank Hải Phòng thực hiện các giải pháp trên một cách có hiệu quả không chỉ dựa vào bản thân chi nhánh mà còn cần có môi trường kinh tế xã hội với những điều kiện nhất định. Dưới đây là một số kiến nghị với chính phủ, nhà nước, NHNN và Navibank

3.3.1. Đối với chính phủ, nhà nước

Chính phủ có vai trò quản lý chung đối với mọi hoạt động kinh tế xã hội của một nước. Các hoạt động, công tác quản lý của chính phủ có tác động đến mọi lĩnh vực mọi ngành nghề trong xã hội. Do vậy, hoạt động của NHTM mà trong đó có huy động vốn cũng chịu ảnh hưởng từ các hoạt động của Chính phủ. Vì thế để nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn trong các NHTM thì Chính phủ cần thực hiện một số biện pháp sau:

3.3.1.1. Tạo môi trường kinh tế vĩ mô ổn định

Chính phủ cần tạo môi trường kinh tế vĩ mô ổn định ở tầm vĩ mô thông qua việc ổn định chính sách tiền tệ, kiểm soát lạm phát và duy trì tăng trưởng bền vững. Bất kỳ một sự thay đổi nào trong môi trường kinh tế vĩ mô cũng đều gây ra những ảnh hưởng nhất định đối với hoạt động vốn của các ngân hàng thương mại. Những ảnh hưởng này có đi theo hai chiều hướng trái ngược nhau, hoặc là tạo điều kiện thuận lợi hoặc là kiềm chế hoạt động huy động vốn của các NHTM. Môi trường kinh tế vĩ mô ổn định với tỷ lệ lạm phát phù hợp, đảm bảo kích thích đầu tư, mức thu nhập bình quân đầu người tăng trưởng đều đặn, giá trị đồng nội tệ ổn định sẽ tạo điều kiện cho các ngân hàng thương mại mở rộng khả năng huy động và cung ứng vốn cho nền kinh tế.

Chính phủ cần khuyến khích người dân thực hiện tiết kiệm tránh lãng phí, tập trung vốn nhàn rỗi vào cho sản xuất kinh doanh, tạo nguồn vốn tích lũy trong nước thông qua thực hiện cơ chế lãi suất linh hoạt dương có lợi cho nhà đầu tư và doanh nghiệp. Bên cạnh đó chính phủ cũng cần có những biện pháp cụ thể và

kiên quyết ngăn chặn xóa bỏ các tổ chức cá nhân kinh doanh tiền tệ, tín dụng trái pháp phép dưới mọi hình thức vì điều này sẽ làm ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng.

3.3.1.2. Hoàn thiện hệ thống pháp luật cạnh tranh

Hiện nay các ngân hàng vẫn chủ yếu cạnh tranh nhau thông qua công cụ lãi suất chứ chưa phải bằng chất lượng sản phẩm dịch vụ. Mà trước yêu cầu của hội nhập kinh tế thì việc các ngân hàng nước ngoài, các tổ chức tài chính tham gia vào thị trường Việt Nam là không thể tránh được. Thực tế đặt ra là Chính phủ Việt Nam không thể bảo hộ cho các ngân hàng trong nước với các chính sách phân biệt đối xử được nữa. Chính phủ cần hoàn thiện hệ thống pháp luật cạnh tranh tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh cho tất cả các ngân hàng. Một khi các ngân hàng được đặt trong môi trường tự do cạnh tranh, tự thân vận động thì điều tất yếu các ngân hàng phải nghĩ đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, nâng cao công tác chăm sóc khách hàng... để tạo ra sự khác biệt tăng khả năng cạnh tranh đối với các ngân hàng khác. Có như vậy mới tạo được môi trường cạnh tranh lành mạnh trong hệ thống ngân hàng.

3.3.1.3. Đẩy mạnh sự phát triển thanh toán không dùng tiền mặt

Hiện nay trên thế giới các nước đã và đang triển khai rất nhiều dịch vụ thanh toán thẻ mang lại rất nhiều thuận tiện cho người dùng và tiết kiệm chi phí chung cho toàn nền kinh tế. Nhưng ở Việt Nam người dân vẫn có thói quen sử dụng tiền mặt. Hầu hết các giao dịch thanh toán trong dân cư đều dùng tiền mặt. Việc lưu thông bằng tiền mặt làm cho chi phí xã hội cao, không an toàn tiềm ẩn nguy cơ gây lạm phát cao. Do vậy trong thời gian tới, để đẩy mạnh hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt Chính Phủ cần chỉ đạo các cán bộ, ban, ngành và các địa phương chủ động triển khai các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt như chi trả lương qua tài khoản, thu phí, lệ phí qua tài khoản... Điều này sẽ tạo điều kiện cho các NHTM tận dụng được các nguồn vốn huy động ít tốn kém, nâng cao hiệu huy động vốn của NHTM.

3.3.2. Đối với ngân hàng nhà nước

Ngân hàng nhà nước là cơ quan quản lý và điều hành hoạt động của hệ thống NHTM. NHNN có chức năng định hướng hoạt động cho NHTM trong đó có

hoạt động huy động vốn. Với một chính sách đúng đắn cộng với cách thức hợp lý, NHNN sẽ là tiền đề quan trọng có tác động tích cực khơi tăng khả năng huy động vốn, đặc biệt là huy động nguồn vốn nhà rỗi trong dân của các NHTM.

Trong sự biến động của nền kinh tế toàn cầu thì NHNN cần tiếp tục hoàn thiện và đổi mới các chính sách điều tiết vĩ mô của mình, cụ thể như sau:

3.3.2.1. Kiểm chế lạm phát, ổn định giá trị đồng tiền.

Việc làm này của nhà nước sẽ giúp thu hút lượng tiền gửi từ dân cư vào các hệ thống NHTM tránh tình trạng tích trữ tiền lớn dưới dạng vàng, ngoại tệ hay đầu tư bất động sản. Điều này cũng có tác dụng giảm áp lực tăng lãi suất huy động cho các NHTM. Lãi suất huy động không tăng thì lãi suất cho vay sẽ ổn định tạo điều kiện cho các chủ thể trong nền kinh tế có nhu cầu về tiếp cận được nguồn vốn nhà rỗi trong xã hội. Đồng thời hiệu quả huy động vốn của các NHTM sẽ được đánh giá cao hơn. Để làm được điều này thì NHNN cần thực hiện chính sách tiền tệ linh hoạt phối kết hợp các công cụ trực tiếp cũng như công cụ gián tiếp.

3.3.2.2. Tiếp tục điều hành linh hoạt công cụ lãi suất, chính sách tiền tệ

NHNN cần tiếp tục duy trì các mức lãi suất: trần lãi suất huy động vốn, lãi suất tái chiết khấu, lãi suất thị trường mở ở mức hợp lý trên cơ sở tôn trọng các nguyên tắc thị trường và phải phù hợp với mục tiêu kinh tế của đất nước trong từng thời kỳ. Điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các NHTM nghiêm chỉnh chấp hành các quy định của NHNN. Bên cạnh đó NHNN cũng cần cho các chế tài đủ nghiêm minh để xử phạt các NHTM huy động vốn vượt quá lãi suất trần quy định.

3.3.2.3. Tăng cường công tác thanh tra, kiểm soát hoạt động của các NHTM

Thanh tra là giải pháp mạnh mẽ và có ý nghĩa quyết định đối với việc phát hiện, ngăn chặn và xử lý các vi phạm của tổ chức tín dụng, làm cho các tổ chức tín dụng hoạt động lành mạnh và hiệu quả. Nhất là trong thời gian gần đây, tình hình nợ quá hạn của các tổ chức tín dụng ngày càng cao. Việc chấp hành các quy định về tỷ lệ dự trữ bắt buộc, tỷ lệ đảm bảo khả năng thanh toán, tỷ lệ chuyển hoá vốn của các ngân hàng chưa được thực hiện đúng. Chính vì vậy cần có sự giám sát của NHNN. Bên cạnh việc thanh tra, kiểm soát, NHNN yêu cầu các NHTM phải công khai thông tin về tình hình hoạt động của Ngân hàng. Việc công khai thông tin một mặt sẽ giúp

cho hoạt động của các NHTM lành mạnh hơn, mặt khác giúp các khách hàng của ngân hàng theo dõi được hoạt động của NHTM từ đó yên tâm đầu tư.

3.3.2.4. Thúc đẩy phát triển dịch vụ thanh toán qua ngân hàng.

Cùng với Chính phủ, NHNN cần kiện toàn hệ thống pháp lý trong thanh toán không dùng tiền mặt nhằm thúc đẩy hoạt động này phát triển, tạo điều kiện thuận lợi cho các NHTM thu hút được một khối lượng vốn lớn với chi phí sử dụng vốn thấp trong thanh toán. Nhờ đó mà hiệu quả huy động vốn của NHTM sẽ được nâng cao.

3.3.3. Đối với Navibank Việt Nam

Navibank Hải Phòng muốn hoạt động và kinh doanh tốt có hiệu quả phụ thuộc rất nhiều vào Navibank Việt Nam. Chính vì vậy, Navibank Việt Nam nên đưa ra những chiến lược và chính sách mới phù hợp với từng thời điểm để định hướng cho hoạt động của các chi nhánh.

Trong đó, Navibank Việt Nam nên điều chỉnh lãi suất huy động để tăng cao khả năng cạnh tranh đối với các NHTM khác trên thị trường. Bên cạnh đó, Navibank Việt Nam nên khuyến khích các chi nhánh tự xây dựng và thực hiện các chương trình huy động vốn riêng nhằm phát huy cao sự chủ động của các chi nhánh.

Navibank Việt Nam cần nghiên cứu đưa ra các sản phẩm dịch vụ tiện ích cho khách hàng từ đó triển khai trong toàn hệ thống Navibank. Các sản phẩm tiện ích và linh hoạt với từng đối tượng khách hàng như đa dạng hóa các sản phẩm tiết kiệm, tổ chức các chương trình khuyến mại hấp dẫn cho toàn hệ thống hay đưa ra các chính sách khách hàng phù hợp.

Ngoài ra, Navibank Việt Nam nên thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn trong và ngoài nước cho cán bộ tín dụng để nâng cao trình độ chuyên môn, nắm bắt kịp thời những với xu hướng phát triển của lĩnh vực tài chính, ngân hàng hiện nay. Đồng thời Navinank cũng cần hỗ trợ công nghệ phần mềm giúp chi nhánh xây dựng hệ thống thông tin đa chiều.

Bên cạnh các hoạt động điều hành, Navibank Việt Nam cần tạo mối liên hệ chặt chẽ giữa Navibank Việt Nam với các chi nhánh và giữa các chi nhánh với nhau để tăng cường trao đổi, giúp đỡ nhau trong hoạt động kinh doanh.

KẾT LUẬN

Trong xu hướng hội nhập nền kinh tế quốc tế vốn luôn là yếu tố đầu vào đầu tiên và quan trọng quyết định hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng như huy động vốn là một trong những nghiệp vụ quan trọng của NHTM. Vì vậy hoạt động huy động vốn của NHTM đóng vai trò hết sức to lớn trong hiện tại và cho tương lai. Cho nên việc nghiên cứu hoạt động huy động vốn của NHTM là rất cần thiết để từ đó đưa ra những giải pháp giúp NHTM nâng cao hiệu quả huy động vốn góp phần giúp cho các NHTM phát triển ổn định và bền vững.

Trong năm năm qua, NH TMCP Nam Việt – chi nhánh Hải Phòng đã từng bước làm tốt công tác huy động vốn, và cùng với các NHTM tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh để thực hiện thắng lợi nhiệm vụ cung ứng vốn cho đầu tư sản xuất kinh doanh phát triển.

Khóa luận được hoàn thành với sự giảng dạy tận tình của tập thể giảng viên Đại học Dân lập Hải Phòng, sự hướng dẫn đầy tâm huyết của giảng viên Ths.Cao Thị Thu. Trong quá trình nghiên cứu tác giả đã kết hợp giữa phân tích lý luận và thực tế hoạt động huy động vốn tại Navibank Hải Phòng với mục đích đưa ra một số giải pháp nhằm giải quyết một số tồn tại và đưa ra các giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Navibank Hải Phòng. Mặc dù đã cố gắng nghiên cứu và vận dụng lý thuyết vào tình huống cụ thể, nhưng do thời gian nghiên cứu có hạn, trình độ chuyên môn, kinh nghiệm thực tiễn còn nhiều hạn chế nên những vấn đề được trình bày trong khóa luận không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các thầy cô và những người quan tâm để hoàn thiện hơn đề tài này.

Xin chân thành cảm ơn!