

**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 : Ngô Thị Nhật Anh
Giảng viên hướng dẫn: Ths. Cao Thị Thu

HẢI PHÒNG - 2014

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

**THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP MỞ RỘNG VỐN HUY
ĐỘNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI
GÒN THƯƠNG TÍN – CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY

NGÀNH: TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG

**Sinh viên :Ngô Thị Nhật Anh
Giảng viên hướng dẫn: Ths. Cao Thị Thu**

HẢI PHÒNG - 2014

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Ngô Thị Nhật Anh

Mã SV: 1012401305

Lớp: QT1402T

Ngành: Tài chính – Ngân hàng

Tên đề tài: Thực trạng và giải pháp mở rộng vốn huy động tại ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

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

- Hệ thống hoá cơ sở lý luận về hoạt động huy động vốn tiền gửi và hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi của Ngân hàng thương mại hiện nay.

- Phân tích thực trạng hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng

- Đề xuất giải pháp hợp lý nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.

- Báo cáo kết quả kinh doanh của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng trong 3 năm 2011 – 2013.

- Bảng cân đối kế toán của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng. Một số tài liệu khác liên quan đến Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp:

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín – 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 mở rộng vốn huy động tại ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín – 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 31 tháng 03 năm 2014

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 06 tháng 7 năm 2014

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2014

Hiệu trưởng

GS.TS. NGUYỄN Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

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

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

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

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

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

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2014

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT.....	10
DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ BẢNG BIỂU.....	11
LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	4
1.1. Ngân hàng thương mại và vai trò của ngân hàng thương mại đối với sự phát triển của nền kinh tế.....	4
<i>1.1.1. Khái niệm ngân hàng thương mại.....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.2. Vai trò của ngân hàng thương mại với nền kinh tế</i>	<i>4</i>
<i>1.1.3. Các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng thương mại.....</i>	<i>6</i>
<i>1.1.3.1. Nghiệp vụ huy động vốn.....</i>	<i>6</i>
<i>1.1.3.2. Nghiệp vụ tín dụng</i>	<i>7</i>
<i>1.1.3.3. Nghiệp vụ khác</i>	<i>8</i>
<i>1.1.4. Nguồn vốn và nghiệp vụ huy động vốn của ngân hàng thương mại.....</i>	<i>8</i>
<i>1.1.4.1. Nguồn vốn của ngân hàng thương mại.....</i>	<i>8</i>
<i>1.1.4.2. Nghiệp vụ huy động vốn của ngân hàng thương mại</i>	<i>9</i>
1.2. Hoạt động huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại	11
<i>1.2.1. Khái niệm về vốn huy động tiền gửi.....</i>	<i>11</i>
<i>1.2.2. Các loại hình tiền gửi</i>	<i>11</i>
<i>1.2.2.1 Tiền gửi không kì hạn</i>	<i>11</i>
<i>1.2.2.1. Tiền gửi có kì hạn</i>	<i>12</i>
<i>1.2.2.2. Tiền gửi tiết kiệm</i>	<i>12</i>
<i>1.2.3. Vai trò của vốn tiền gửi.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.3.1. Đối với nền kinh tế</i>	<i>14</i>
<i>1.2.3.1. Đối với ngân hàng</i>	<i>14</i>
<i>1.2.3.2. Đối với người gửi tiền</i>	<i>15</i>
<i>1.2.4. Các nhân tố tác động đến hoạt động huy động vốn tiền gửi</i>	<i>16</i>
<i>1.2.4.1. Nhân tố khách quan</i>	<i>16</i>
<i>1.2.4.1.1. Lãi suất.....</i>	<i>16</i>
<i>1.2.4.1.2. Chất lượng, tiện ích và mức độ đa dạng của sản phẩm dịch vụ.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.4.1.3. Thời gian giao dịch và chất lượng khách hàng.....</i>	<i>17</i>
<i>1.2.4.1.4. Uy tín và năng lực tài chính của ngân hàng.....</i>	<i>18</i>
<i>1.2.4.1.5. Cơ sở vật chất và mạng lưới hoạt động</i>	<i>18</i>
<i>1.2.4.1.6. Đội ngũ nhân sự của ngân hàng.....</i>	<i>19</i>

1.2.4.2. Nhân tố chủ quan.....	19
1.2.4.2.1. Thu nhập và thói quen sử dụng tiền mặt của dân cư.....	19
1.2.4.2.2. Tính cạnh tranh của các ngân hàng.....	20
1.2.4.2.3. Môi trường pháp lý và chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương.....	20
1.2.4.2.4. Tỷ lệ lạm phát của nền kinh tế.....	20
1.2.4.2.5. Kỳ vọng vào nền kinh tế và xu hướng tâm lý của người dân.....	21
1.2.5. Các chỉ tiêu liên quan đến mở rộng vốn tiền gửi.....	21
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.....	24
2.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.....	24
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Sacombank.....	24
2.1.2. Tổng quan về Sacombank chi nhánh Hải Phòng.....	25
2.1.2.1. Sơ lược đặc điểm và tình hình của chi nhánh.....	25
2.1.2.2 Các thành tích đạt được.....	26
2.1.2.3. Cơ cấu tổ chức hoạt động, chức năng nhiệm vụ của các bộ phận.....	27
2.1.3. Hoạt động nghiệp vụ đang có.....	30
2.1.4. Những thuận lợi và khó khăn.....	32
2.1.4.1. Thuận lợi.....	32
2.1.4.2. Khó khăn.....	33
2.1.5. Kết quả hoạt động của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn thương tín chi nhánh Hải Phòng giai đoạn năm 2011-2013.....	33
2.1.5.1. Kết quả hoạt động kinh doanh.....	33
2.1.5.2. Kết quả hoạt động huy động vốn.....	36
2.1.5.3. Kết quả hoạt động sử dụng vốn.....	37
2.2. Thực trạng công tác huy động huy vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.....	40
2.2.1. Các sản phẩm tiền gửi tại Chi nhánh.....	40
2.2.2. Các phương thức tìm kiếm tiền gửi.....	48
2.2.3. Quy mô huy động vốn tiền gửi và tốc độ tăng trưởng vốn tiền gửi.....	49
2.2.4. Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi.....	51
2.2.4.1. Cơ cấu tiền gửi theo kì hạn.....	51
2.2.4.2. Cơ cấu tiền gửi theo đối tượng khách hàng.....	55
2.2.4.3. Cơ cấu tiền gửi theo loại tiền tệ.....	59

2.2.5. Đánh giá về công tác mở rộng quy mô vốn tiền gửi tại ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng	61
2.2.5.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân	61
2.2.5.2. Những mặt còn hạn chế và nguyên nhân.....	63
CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP MỞ RỘNG QUY MÔ VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HẢI PHÒNG	65
3.1. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh chung của Sacombank chi nhánh Hải Phòng	65
3.2. Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tiền gửi của Sacombank chi nhánh Hải Phòng	66
3.3. Các giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng	67
3.3.1. <i>Nâng cao tính chủ động trong công tác huy động vốn tiền gửi để phát triển nguồn vốn</i>	67
3.3.2. <i>Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn tiền gửi đặc biệt là nguồn vốn trung- dài hạn</i>	68
3.3.3. <i>Tăng cường hoạt động chiến lược marketing và chiến lược khách hàng hợp lý cho chi nhánh</i>	69
3.3.4. <i>Tăng cường đào tạo nâng cao trình độ cán bộ công nhân viên Ngân hàng</i>	70

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Kí hiệu	Nội dung
1	IRR	Internal Rate of Returns
2	HĐQT	Hội đồng quản trị
3	NH	Ngân hàng
4	NHNN	Ngân hàng Nhà nước
5	NPV	Net Present Value
6	NXB	Nhà xuất bản
7	Sacombank	Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín
8	TCT	Tổng công ty
9	TNDN	Thu nhập doanh nghiệp
10	VAT	Value Added Tax
11	CP	Cổ phần
12	TMCP	Thương mại Cổ phần
13	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
14	HĐKD	Hoạt động kinh doanh
15	HĐTC	Hoạt động tài chính

DANH MỤC SƠ ĐỒ VÀ BẢNG BIỂU

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ tổ chức NH Sacombank – Chi nhánh Hải Phòng.....	28
Sơ đồ 2.2: Sơ đồ thể hiện tình hình huy động vốn NH Sacombank qua các năm 2011-2013.....	37
Sơ đồ 2.3: Sản phẩm tiền gửi góp ngày	44
Sơ đồ 2.4: cơ cấu tiền gửi theo đối tượng qua các năm 2011 - 2013.....	57
Sơ đồ 2.5: huy động vốn tiền gửi theo loại tiền tệ qua các năm 2011 -2013.....	59
BẢNG 2.1: BẢNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH QUA CÁC NĂM 2011-2013.....	34
BẢNG 2.2: BẢNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN QUA CÁC NĂM.....	36
BẢNG 2.3: BẢNG PHÂN LOẠI NỢ THEO CƠ CẤU NHÓM.....	38
BẢNG 2.4: BẢNG PHÂN LOẠI NỢ THEO THỜI HẠN VAY	39
BẢNG 2.5: BẢNG PHÂN LOẠI NỢ VAY THEO HÌNH THỨC VAY	40
BẢNG 2.6: BẢNG THỂ HIỆN TÌNH HÌNH BIẾN CHUYỂN CỦA VỐN TIỀN GỬI QUA CÁC NĂM	48
BẢNG 2.7: BẢNG CƠ CẤU TIỀN GỬI THEO KỲ HẠN GIAI ĐOẠN 2011-2013	52
BẢNG 2.8: HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI THEO LOẠI TIỀN TỆ	59

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Đất nước ta từ khi thực hiện chính sách đổi mới và mở cửa nền kinh tế, chuyển nền kinh tế hoạt động theo cơ chế kế hoạch hóa tập trung bao cấp sang nền kinh tế hoạt động theo cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước theo định hướng XHCN, đã đạt được những thành tựu hết sức quan trọng và có ý nghĩa to lớn. Thực tế hiện nay cho thấy, nước ta đang thực hiện các chiến lược phát triển kinh tế – xã hội 10 năm (2001 – 2010, 2011 – 2020), kế hoạch phát triển kinh tế – xã hội 5 năm (2001 – 2005, 2006 – 2010, 2011 – 2015), chủ trương “Đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Xây dựng nền tảng đến 2020 nước ta cơ bản trở thành một nước công nghiệp”. Để thực hiện được những mục tiêu đó, không thể không kể đến sự đóng góp của các trung gian tài chính, đặc biệt là hệ thống ngân hàng thương mại. Giữ vai trò lưu chuyển vốn và trung gian thanh toán trong nền kinh tế, các ngân hàng thương mại đã đáp ứng được nhu cầu về vốn cho ngày càng nhiều các chủ thể kinh tế, giúp cho hoạt động đầu tư được diễn ra một cách có hiệu quả.

Với vai trò trung gian tài chính, Ngân hàng thương mại thực hiện điều tiết nguồn vốn giữa các khu vực trong nền kinh tế quốc dân. Để thực hiện tốt vai trò này đòi hỏi Ngân hàng phải có sự đầu tư vốn lớn và năng động.

Với một nền kinh tế ngày càng phát triển không ngừng thì nhu cầu về vốn là vô cùng quan trọng. Vốn chính là tiền đề cho sự tăng trưởng, mức tăng trưởng kinh tế phụ thuộc vào quy mô và hiệu quả đầu tư vốn. Nhu cầu vốn đầu tư ngày càng tăng của nền kinh tế cũng tương đương với việc huy động vốn của các NHTM phải được tăng cường, mở rộng cho phù hợp. Mặt khác, việc tăng cường huy động và sử dụng vốn hợp lý cũng giúp cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng được an toàn, hiệu quả hơn.

Do vậy trong thời gian tới để phát huy hơn nữa vai trò của mình và đáp ứng cho sự phát triển của nền kinh tế cũng như cho chính bản thân hệ thống ngân hàng, song song với chính sách, chiến lược khách hàng thì chính sách huy động vốn cho kinh doanh cũng được đặt lên hàng đầu đối với các ngân hàng thương mại. Vấn đề tìm ra những giải pháp để hoàn thiện công tác huy động vốn là rất thiết thực, cấp bách và có ý nghĩa vô cùng quan trọng.

Nhận thức được tầm quan trọng đó, với những kiến thức đã được học ở trường, cùng với những kiến thức thu nhận được từ việc tìm hiểu tình hình thực tế tại ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng, em đã lựa chọn đề tài: **“Thực trạng và giải pháp mở rộng vốn huy động tại Ngân Hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng”** làm chuyên đề tốt nghiệp cho mình.

2. Đối tượng nghiên cứu

Dựa vào cơ sở phân tích thực trạng công tác huy động vốn tiền gửi tại NH TMCP để tìm ra nguyên nhân của những tồn tại từ đó đưa ra các giải pháp và kiến nghị để nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi của NH TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng.

3. Phạm vi nghiên cứu

Về không gian : Nghiên cứu về tình hình huy động vốn và giải pháp để nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng.

Về nguồn số liệu : Các số liệu được lấy từ sổ sách kế toán, bảng cân đối quy đổi, báo cáo huy động theo kỳ hạn các năm 2011, 2012 và 2013.

4. Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận tốt nghiệp sử dụng phương pháp nghiên cứu dựa trên cơ sở các phương pháp điều tra, phân tích, tổng hợp, thống kê, logic... đồng thời sử dụng các bảng biểu để minh họa.

5. Kết cấu đề tài

Đề tài thực hiện gồm có 3 chương :

Chương 1 : Những vấn đề cơ bản về hoạt động huy động vốn tiền gửi của Ngân hàng thương mại.

Chương 2 : Thực trạng huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng.

Chương 3 : Một số giải pháp mở rộng quy mô vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng.

Do thời gian thực tập có hạn, kiến thức thực tế chưa nhiều nên đề tài của em không thể tránh khỏi những thiếu sót, rất mong sự đóng góp của các thầy cô giáo để bài viết của em đạt kết quả tốt hơn. Em xin chân thành cảm ơn **Cô giáo Cao Thị Thu** và các cán bộ công nhân viên của Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Hải Phòng đã giúp đỡ em hoàn thành khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn!

CHƯƠNG 1:

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Ngân hàng thương mại và vai trò của ngân hàng thương mại đối với sự phát triển của nền kinh tế

1.1.1. *Khái niệm ngân hàng thương mại*

Ngân hàng thương mại là tổ chức tín dụng thể hiện nhiệm vụ cơ bản nhất của ngân hàng đó là huy động vốn và cho vay vốn. Ngân hàng thương mại là cầu nối giữa các cá nhân và tổ chức, hút vốn từ nơi nhàn rỗi và bơm vào nơi khan thiếu. Hoạt động của ngân hàng thương mại nhằm mục đích kinh doanh một hàng hóa đặc biệt đó là "vốn- tiền", trả lãi suất huy động vốn thấp hơn lãi suất cho vay vốn, và phần chênh lệch lãi suất đó chính là lợi nhuận của ngân hàng thương mại.. Hoạt động của ngân hàng thương mại phục vụ cho mọi nhu cầu về vốn của mọi tầng lớp dân chúng, loại hình doanh nghiệp và các tổ chức khác trong xã hội.

1.1.2. *Vai trò của ngân hàng thương mại với nền kinh tế*

Tại các nước đang phát triển như Việt Nam, ngân hàng thương mại thực sự đóng một vai trò rất quan trọng, vì nó đảm nhận vai trò giữ cho mạch máu (dòng vốn) của nền kinh tế được lưu thông và có vậy mới góp phần bồi trơn cho hoạt động của một nền kinh tế thị trường còn non yếu.

Nền kinh tế chỉ có thể cất cánh, phát triển với tốc độ cao nếu có một hệ thống Ngân hàng vững mạnh. Ngân hàng và nền kinh tế có mối quan hệ hữu cơ lẫn nhau. Do đó, vai trò của Ngân hàng thương mại được thể hiện ở một số mặt sau:

** Ngân hàng thương mại là nơi cung cấp vốn cho nền kinh tế:*

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

Với không ít những rủi ro có thể xảy ra đối với thị trường tài chính như sự không khớp nhịp giữa cung vốn và cầu vốn trên thị trường, rủi ro mất khả năng thanh toán,... đã làm ảnh hưởng tới tính liên tục của thị trường tài chính. Ngân hàng thương mại với tư cách là một chủ thể khắc phục được những nhược điểm trên. Là một kênh phân phối vốn có hiệu quả, Ngân hàng thương mại đã tạo điều

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

** Ngân hàng thương mại là cầu nối giữa các doanh nghiệp với thị trường:*

Để có thể tiếp cận thị trường đầu ra và tìm kiếm lợi nhuận các doanh nghiệp cần phải quan tâm tới thị trường đầu vào của mình mà yếu tố đầu vào quan trọng nhất là vốn, đây luôn là mối quan tâm hàng đầu của các nhà kinh doanh vì nó đặt nền tảng đầu tiên cho mọi hoạt động của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp không thể chỉ trông chờ vào vốn tự có mà phải biết khai thác các nguồn vốn tài trợ cho hoạt động của mình. Nguồn vốn tín dụng của Ngân hàng thương mại sẽ giúp doanh nghiệp giải quyết được khó khăn đó. Như vậy, Ngân hàng chính là cầu nối đưa doanh nghiệp đến với thị trường giúp doanh nghiệp tìm kiếm được đầu vào, bôi trơn hoạt động sản xuất kinh doanh làm cho nó phát huy hiệu quả một cách tốt nhất trên thị trường, giúp doanh nghiệp và thị trường gần nhau hơn cả về không gian và thời gian

** Ngân hàng thương mại là công cụ để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế:*

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

** NHTM là cầu nối nền tài chính quốc gia với nền tài chính quốc tế:*

Trên thế giới, trong thời đại ngày nay mỗi quốc gia độc lập thường xuyên tiến hành những mối quan hệ đa dạng và phức tạp trên nhiều lĩnh vực: kinh tế, chính trị, xã hội, ngoại giao, văn hóa, khoa học kỹ thuật,... trong đó quan hệ kinh tế thường chiếm vị trí quan trọng. Áp lực cạnh tranh buộc nền kinh tế của mỗi quốc gia khi mở cửa hội nhập phải có tiềm lực lớn mạnh và toàn diện về mọi

mặt mà quan trọng nhất là tài chính. Nhưng làm thế nào để có thể hòa nhập nền kinh tế của quốc gia với phần còn lại của thế giới? Câu hỏi này sẽ được giải đáp thông qua vai trò của hệ thống Ngân hàng thương mại với hàng loạt các nghiệp vụ không ngừng được hoàn thiện và phát triển: Thanh toán quốc tế, Kinh doanh ngoại hối, Ủy thác đầu tư,... Hệ thống Ngân hàng thương mại trong nước đã điều tiết tài chính trong nước phù hợp với sự vận động của nền tài chính quốc tế, đưa nền tài chính trong nước bắt kịp với nền tài chính quốc tế.

1.1.3. Các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng thương mại

1.1.3.1. Nghiệp vụ huy động vốn

Nghiệp vụ này phản ánh quá trình hình thành vốn cho hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại, cụ thể bao gồm các nghiệp vụ sau:

** Nghiệp vụ tiền gửi:*

Đây là nghiệp vụ phản ánh hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại dưới dạng nhận các khoản tiền gửi của doanh nghiệp vào Ngân hàng để thanh toán nhằm mục đích an toàn hay hưởng lãi. Đồng thời Ngân hàng còn huy động các khoản tiền nhàn rỗi trong dân cư gửi vào Ngân hàng với mục đích hưởng lãi.

Bao gồm:

+ *Tiền gửi thanh toán*: Là khoản tiền tạm thời nhàn rỗi của tổ chức kinh tế và cá nhân trong quá trình kinh doanh của mình gửi vào Ngân hàng để chủ động thanh toán hoặc sinh lời. Tùy theo tính chất nhàn rỗi của các nguồn vốn các tổ chức, cá nhân có thể gửi không kỳ hạn hoặc có kỳ hạn vào Ngân hàng. Ngân hàng có thể sử dụng nguồn vốn này vào cho vay các thành phần kinh tế.

+ *Tiền gửi tiết kiệm*: Đây là hình thức huy động vốn truyền thống của Ngân hàng thương mại. Tiền gửi tiết kiệm là khoản để dành hoặc tạm thời nhàn rỗi của dân cư gửi vào Ngân hàng với mục đích hưởng lãi theo định kỳ hoặc tiết kiệm chi tiêu cho tương lai. Đây là nguồn vốn quan trọng có tính chất ổn định cao và có quy mô lớn trong tổng nguồn vốn huy động của Ngân hàng thương mại. Khách hàng có thể gửi tiết kiệm không kỳ hạn hoặc có kỳ hạn tùy theo nhu cầu sử dụng.

** Nghiệp vụ phát hành giấy tờ có giá:*

Nghiệp vụ này được thực hiện mang tính chất chất thời vụ, nó phát sinh khi có nhu cầu về vốn cần thiết cho hoạt động kinh doanh của Ngân hàng, nhằm thu hút các khoản vốn trung và dài hạn để đầu tư vào nền kinh tế. Do huy động có thời hạn nên nguồn vốn này tăng cường tính ổn định vốn trong hoạt động

kinh doanh của Ngân hàng thương mại. Bao gồm: Kỳ phiếu Ngân hàng, Trái phiếu Ngân hàng, Chứng chỉ tiền gửi.

** Nghiệp vụ đi vay:*

Nghiệp vụ đi vay được Ngân hàng thương mại sử dụng thường xuyên nhằm mục đích tạo vốn kinh doanh cho mình bằng việc vay các tổ chức tín dụng trên thị trường tiền tệ và vay Ngân hàng Nhà nước dưới các hình thức tái chiết khấu hay vay có đảm bảo... Trong đó các khoản vay từ Ngân hàng Nhà nước chủ yếu nhằm tạo sự cân đối trong điều hành vốn của bản thân Ngân hàng thương mại khi mà nó không tự cân đối được nguồn vốn trên cơ sở khai thác tại chỗ.

** Nghiệp vụ huy động vốn khác:*

Ngoài ba nghiệp vụ huy động vốn cơ bản trên, Ngân hàng thương mại còn có thể tạo vốn kinh doanh cho mình thông qua việc nhận làm đại lý hay ủy thác vốn cho các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước. Đây là khoản vốn huy động không thường xuyên của Ngân hàng thương mại, thường để nhận được khoản vốn này đòi hỏi các Ngân hàng phải lập ra các dự án cho từng đối tượng hoặc nhóm đối tượng phù hợp với đối tượng các khoản vay.

** Nghiệp vụ huy động từ nguồn vốn tự có của Ngân hàng thương mại:*

Đây là vốn thuộc quyền sở hữu của Ngân hàng thương mại. Lượng vốn này chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn của Ngân hàng, song lại là điều kiện pháp lý bắt buộc khi bắt đầu thành lập Ngân hàng. Do tính chất thường xuyên ổn định, Ngân hàng có thể sử dụng nó vào các mục đích khác nhau như trang bị cơ sở vật chất, nhà xưởng, mua sắm tài sản cố định phục vụ cho bản thân Ngân hàng, cho vay, đặc biệt là tham gia đầu tư góp vốn liên doanh. Trong thực tế khoản vốn này không ngừng được tăng lên từ kết quả hoạt động kinh doanh của bản thân Ngân hàng mang lại.

1.1.3.2. Nghiệp vụ tín dụng

NHTM cấp tín dụng cho tổ chức, cá nhân dưới các hình thức sau:

Cho vay trực tiếp: bao gồm cho vay ngắn, trung, dài hạn hoặc cho vay có bảo đảm, cho vay bằng tín chấp hoặc cho vay có tính chất sản xuất kinh doanh và cho vay tiêu dùng.

Chiết khấu chứng từ có giá: người vay tạm thời chuyển nhượng quyền sở hữu chứng từ có giá chưa đáo hạn cho NH để lấy một số tiền nhỏ hơn mệnh giá.

Bao thanh toán: là dịch vụ do công ty con của Ngân hàng thực hiện trong đó ngân hàng sẽ đứng ra mua nợ trên cơ sở hóa đơn, chứng từ của người bán

hàng, nhờ đó người bán có được tiền ngay để đáp ứng nhu cầu, khi đến hạn người mua phải thanh toán toàn bộ.

Cho thuê tài chính: là loại hình tài trợ dưới hình thức cho thuê máy móc, thiết bị theo yêu cầu của người đi thuê và được thực hiện qua công ty con của Ngân hàng thương mại (công ty cho thuê tài chính).

Bảo lãnh ngân hàng: là hình thức tín dụng bằng chữ ký, nhờ chứng thư bảo lãnh của ngân hàng mà người được bảo lãnh có thể ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh tế một cách thuận lợi.

1.1.3.3. Nghiệp vụ khác

Dịch vụ trong thanh toán: Có thể nói Ngân hàng là thủ quỹ của nền kinh tế. Các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế sẽ không phải mất thời gian sau khi mua hoặc bán hàng hóa và dịch vụ bởi việc thanh toán sẽ được Ngân hàng thực hiện một cách nhanh chóng và chính xác.

Dịch vụ tư vấn, môi giới: Ngân hàng đứng ra làm trung gian mua bán chứng khoán, tư vấn cho người đầu tư mua bán chứng khoán, bất động sản,...

Các dịch vụ khác: Ngân hàng thương mại thực hiện các hoạt động kinh doanh như: kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc và kim khí, đá quý; thực hiện các nghiệp vụ ủy thác và đại lý. Ngoài ra, Ngân hàng đứng ra quản lý hộ tài sản; giữ hộ vàng, tiền, cho thuê két sắt, bảo mật,...

1.1.4. Nguồn vốn và nghiệp vụ huy động vốn của ngân hàng thương mại

1.1.4.1. Nguồn vốn của ngân hàng thương mại

Theo giáo trình “Nghiệp vụ ngân hàng thương mại” nguồn vốn của NHTM được định nghĩa 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 cho vay, đầu tư hoặc thực hiện các dịch vụ kinh doanh khác”. Khái niệm đó đã nói đầy đủ những thành phần tạo nên vốn của NHTM. Nó bao gồm nguồn vốn chủ sở hữu và nguồn vốn đi vay, trong đó nguồn vốn đi vay là chủ yếu và quan trọng bởi nguồn này tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng. Xét về bản chất nguồn vốn của NHTM chính là những khoản tiền nhàn rỗi trong dân cư và các tổ chức kinh tế được ngân hàng tập trung lại tiến hành các hoạt động kinh doanh: cho vay, bảo lãnh, cho thuê... qua đó làm tăng nhanh chu trình luân chuyển vốn.

Cơ cấu vốn của Ngân hàng thương mại : Vốn của ngân hàng thương mại bao gồm:

o Vốn chủ

- o Vốn huy động
- o Vốn đi vay
- o Vốn khác

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

1.1.4.2. Nghiệp vụ huy động vốn của ngân hàng thương mại

+ *Khái niệm vốn huy động:*

Theo quan niệm của các nhà kinh tế học và các nhà Ngân hàng trong tổng nguồn vốn của Ngân hàng ngoài nguồn vốn thuộc chủ sở hữu thì tất cả các nguồn vốn còn lại được coi là nguồn huy động. Như vậy nguồn vốn huy động của các Ngân hàng thương mại chiếm tỷ trọng tới hơn 90% trong tổng nguồn vốn. Vì vậy các hoạt động sử dụng vốn của Ngân hàng tồn tại và phát triển được là nhờ nguồn vốn huy động này. Vốn huy động của Ngân hàng thương mại bao gồm:

Vốn tiền gửi: Là nguồn vốn mà Ngân hàng huy động được từ các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, cá nhân,... trong xã hội thông qua quá trình nhận tiền gửi, thanh toán hộ, các khoản cho vay tạo tiền gửi và các nghiệp vụ kinh doanh khác. Bản chất của tài khoản tiền gửi là tài sản thuộc sở hữu của các đối tượng khách hàng khác nhau, Ngân hàng chỉ có quyền sử dụng nó để cho vay, chiết khấu, thanh toán,... nhưng không có quyền sở hữu, Ngân hàng có trách nhiệm phải hoàn trả đúng hạn cả gốc và lãi hoặc khi khách hàng có nhu cầu rút tiền để sử dụng. Tiền gửi chiếm một tỷ trọng khá lớn trong nguồn vốn huy động của các Ngân hàng thương mại.

Vốn vay: Tiền gửi mà Ngân hàng nhận được là nguồn vốn mà Ngân hàng có được một cách thụ động. Trong hoạt động của mình nếu như thiếu vốn thì Ngân hàng phải chủ động tìm kiếm vốn để thực hiện các hoạt động của mình. Ngân hàng có thể tiến hành vay vốn từ: Ngân hàng Nhà nước, các Tổ chức tín dụng khác, thị trường vốn,... nhằm đảm bảo khả năng thanh toán, đảm bảo dự trữ bắt buộc,... của Ngân hàng.

Vốn khác: Ngoài hai nguồn đã nêu vốn huy động tại Ngân hàng thương mại còn có nguồn huy động khác như: Nguồn ủy thác, nguồn trong thanh toán, điều chuyển vốn,...

+ Vai trò của nghiệp vụ huy động vốn

Vốn huy động chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng nguồn vốn của Ngân hàng thương mại, vì vậy nó đóng vai trò vô cùng quan trọng đối với hoạt động của Ngân hàng thương mại. Hoạt động huy động vốn là cơ sở để Ngân hàng thực hiện các hoạt động kinh doanh của mình. Nhu cầu vốn của nền kinh tế là rất lớn và liên tục gia tăng. Không có bất kỳ một Ngân hàng nào có đủ sức thực hiện cho vay chỉ bằng vốn chủ sở hữu của mình. Mặt khác, bản chất của Ngân hàng thương mại là làm trung gian tài chính – đi vay để cho vay. Do đó, nguồn vốn huy động đương nhiên là nguồn vốn chủ yếu quan trọng nhất, giúp Ngân hàng thực hiện các hoạt động kinh doanh của mình. Quy mô, cơ cấu vốn huy động sẽ trực tiếp quyết định khả năng cho vay của một Ngân hàng. Các Ngân hàng không thể cho vay lớn, kỳ hạn dài trong điều kiện vốn huy động nhỏ, ngắn hạn, không ổn định. Hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại góp phần tạo nên uy tín, sức mạnh của Ngân hàng. Một trong những chỉ tiêu để đánh giá khả năng cạnh tranh của Ngân hàng là tổng nguồn vốn, trong đó có vốn huy động

Nguồn vốn càng lớn, Ngân hàng càng có điều kiện để tăng khả năng cạnh tranh, có sức để duy trì các chiến lược cạnh tranh của mình. Nó giúp cho Ngân hàng mở rộng quy mô hoạt động, tăng cường quan hệ với các đối tác. Đồng thời nó lôi kéo khách hàng mới, giữ chân các khách hàng truyền thống. Do vậy, Ngân hàng có vốn lớn rất thuận lợi trong các hoạt động của mình vì chiếm được lòng tin của công chúng. Hoạt động huy động vốn giúp tăng cường và mở rộng mối quan hệ giữa khách hàng với Ngân hàng. Qua mối quan hệ này, Ngân có cơ hội tìm hiểu về khách hàng của mình và cũng có cơ hội tuyên truyền, quảng bá về Ngân hàng cho khách hàng. Điều này sẽ tạo cơ hội cung cấp các dịch vụ Ngân hàng cho nhiều khách hàng hơn với độ thỏa dụng ngày càng cao. Tóm lại, hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại có quan hệ chặt chẽ và mang tính hai chiều với tất cả các hoạt động khác của Ngân hàng. Hoạt động huy động vốn được làm tốt sẽ tác động tích cực tới các hoạt động khác của Ngân hàng và ngược lại. Do vậy cần đảm bảo tất cả các hoạt động của Ngân hàng phải được thực hiện tốt và kết hợp với nhau một cách tối ưu nếu muốn Ngân hàng thương mại hoạt động hiệu quả.

1.2. Hoạt động huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại

1.2.1. Khái niệm về vốn huy động tiền gửi

Theo luật các TCTD nước ta quy định: Tiền gửi là tiền mà các doanh nghiệp

và cá nhân gửi vào ngân hàng thương mại nhằm mục đích phục vụ các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, tiết kiệm và một số mục đích khác. Là giá trị tiền tệ mà NHTM nhận được từ khách hàng là cá nhân hoặc tổ chức kinh tế. Đặc điểm cơ bản của nguồn vốn này không thuộc sở hữu của ngân hàng thương mại. Tiền gửi chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn và là cơ sở tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng. Để gia tăng VTG trong môi trường cạnh tranh và để có được nguồn tiền có chất lượng ngày càng cao, các ngân hàng đã đưa ra và thực hiện nhiều hình thức huy động khác nhau. Tiền gửi đa dạng về loại hình, kỳ hạn và phân tán khắp nơi. Vốn huy động tiền gửi hình thành từ hai nguồn chính là: Tiền gửi của các cá nhân và tiền gửi từ các tổ chức kinh tế

1.2.2. Các loại hình tiền gửi

Các loại hình tiền gửi của ngân hàng huy động rất đa dạng bao gồm:

1.2.2.1 Tiền gửi không kì hạn

Tiền gửi không kỳ hạn (KKH) là loại tiền gửi có thể rút ra bất cứ lúc nào (nên còn được gọi là “Tiền gửi có thể rút ra theo yêu cầu – Demand deposit”), khách hàng có thể yêu cầu ngân hàng trích tiền từ tài khoản của mình để chi trả cho người được hưởng về tiền hàng hoá, cung ứng lao động dịch vụ... Đối với khoản tiền gửi này mục đích chính của người gửi tiền là nhằm đảm bảo an toàn về tài sản và thực hiện các khoản thanh toán qua ngân hàng, do vậy nó thường được gọi là tiền gửi thanh toán. Ở nhiều nước phần lớn các giao dịch thanh toán thông qua tài khoản tiền gửi thanh toán được thực hiện bằng Séc và do vậy người ta cũng có thể gọi đây là khoản tiền gửi có thể phát hành Séc (Checking Account). Đối với ngân hàng thì khoản tiền gửi KKH này ngân hàng chỉ phải chi trả lãi thấp, đồng thời cũng thu phí thanh toán khách hàng thực hiện thanh toán qua ngân hàng. Loại tiền gửi KKH được huy động dưới hình thức sau:

+ *Huy động vốn qua tài khoản tiền gửi phi giao dịch*: nguồn vốn trên các tài khoản tiền gửi phi giao dịch của khách hàng là những khoản tiền tạm thời nhàn rỗi. Tài khoản phi giao dịch có đặc điểm chung là người sử dụng chúng được hưởng lãi nhưng không có quyền phát hành Séc cho nhu cầu thanh toán.

+ *Huy động qua tài khoản giao dịch của khách hàng*: đây là khoản tiền gửi mà người mở tài khoản có quyền sử dụng những công cụ thanh toán của Ngân hàng để phục vụ cho hoạt động của mình như: Ủy nhiệm chi, Ủy nhiệm thu, Séc các loại, thư chuyên tiền...người ta gọi đây là tài khoản có thể phát hành Séc.

Các ngân hàng thậm chí còn yêu cầu duy trì một số dư tối thiểu trên tài khoản. Trường hợp trong thời gian dài trên tài khoản không có tiền hoặc có số dư thấp hơn mức tối thiểu quy định thì chủ tài khoản còn phải trả phí duy trì tài khoản cho ngân hàng. Phải trả phí dịch vụ thanh toán hay không là tùy vào quy định của Ngân hàng đối với từng loại hình dịch vụ thanh toán. Với loại tiền gửi này, người gửi không nhằm mục đích hưởng lãi mà chủ yếu là nhằm đảm bảo an toàn cho khoản tiền và thực hiện các hoạt động thanh toán qua ngân hàng. Chính vì vậy mà loại tiền gửi này còn được gọi là tiền gửi thanh toán. Đây là một nguồn vốn biến động thường xuyên.

1.2.2.1. Tiền gửi có kì hạn

Tiền gửi có kỳ hạn là loại tiền gửi mà khi gửi tiền vào khách hàng chỉ được rút ra sau sau một thời hạn nhất định, từ một vài tháng cho đến một vài năm. Mục đích của người gửi tiền có kỳ hạn là để lấy lãi. Do tính chất loại nguồn vốn này tương đối ổn định, ngân hàng có thể sử dụng phần lớn số dư này để cho vay trung và dài hạn phụ thuộc vào thời hạn của tiền gửi. Nếu nguồn vốn này chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn tiền gửi thì sẽ tạo điều kiện thuận lợi, chủ động cho ngân hàng trong quá trình kinh doanh. Là sản phẩm tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, theo đó, khách hàng được quyền rút từng phần tiền gửi gốc một cách linh hoạt. Hiện nay, nhằm đáp ứng nhu cầu gửi tiền của khách hàng các NHTM có các loại kỳ hạn 1 tháng, 2 tháng, 3 tháng, 6 tháng, 12 tháng, 24 tháng, 36 tháng và 60 tháng. Với mỗi kỳ hạn khác nhau, ngân hàng áp dụng các lãi suất khác nhau, thông thường thời hạn càng dài thì lãi suất càng cao. Theo đúng nguyên tắc khách hàng chỉ có thể rút tiền gửi loại này theo đúng quy định, tuy nhiên để nâng cao uy tín và chất lượng phục vụ, lôi kéo khách hàng, ngân hàng cho phép khách hàng rút trước thời hạn nhưng với điều kiện hưởng lãi suất thấp hơn.

1.2.2.2. Tiền gửi tiết kiệm

Tiền gửi tiết kiệm (TGTK) là loại tiền của dân cư gửi vào ngân hàng nhằm mục đích hưởng lãi. Hình thức phổ biến nhất và cổ điển nhất là loại tiền gửi tiết kiệm có sổ, người gửi tiền được ngân hàng cấp cho một sổ dùng để ghi số tiền gửi vào và rút ra.

+ Đối với khách hàng: Chủ của các khoản TGTK thông thường là các cá nhân và hộ gia đình. Họ gửi vào ngân hàng những khoản thu nhập chưa cần thiết sử dụng đến ở thời điểm hiện tại vì nhu cầu tiết kiệm và có thể chi dùng trong tương lai. Điều họ quan tâm trước hết là lợi tức họ được hưởng, dưới dạng tiền lãi ngân hàng trả hoặc có thể bao gồm cả chênh lệch giá nếu như những khoản này được thiết kế dưới dạng các hợp đồng đủ tiêu chuẩn trao đổi rộng rãi trên thị trường.

+ Đối với ngân hàng: TGTK là nguồn vốn khá ổn định, nó cho phép các NHTM chủ động trong việc đầu tư vào hoạt động sinh lời. Tuy nhiên, do đa phần những món tiết kiệm thường nhỏ, phân tán và lãi suất các ngân hàng phải trả cho chúng cao nên chi phí thu hút nguồn vốn này thường lớn hơn so với tiền gửi thanh toán. Một phần do tâm lý của người phương Đông nói chung và người Việt Nam nói riêng là luôn phải có một lượng tiền nhất định sẵn có trong nhà phòng khi có việc cần dùng đến. Nắm bắt được tâm lý người dân như vậy, các NHTM cũng đa dạng hoá các sản phẩm huy động về kỳ hạn, phương thức huy động, về cách thức tính lãi... Các mức lãi suất tương ứng với từng kỳ hạn gửi được các NHTM công bố cụ thể. Để khai thác triệt để thị trường đầy tiềm năng này, việc phân chia các khoản TGTK của dân cư có thể theo nhiều tiêu thức khác nhau nhưng thông thường người ta thường chia các khoản TGTK của dân cư ở Việt Nam, bao gồm 2 loại sau:

Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn: là loại tiền gửi mà khách hàng có thể gửi tiền vào nhiều lần và rút ra bất cứ lúc nào. Phần lớn khách hàng gửi tiền không kỳ hạn là do chưa xác định được nhu cầu chi tiêu cụ thể trong tương lai, nhưng lại mong muốn thu được mức lãi trong khoản tiền nhàn rỗi.

Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn: là khoản tiền mà khách hàng chỉ được rút ra khi đến hạn thanh toán. Trên thực tế để thu hút khách hàng, ngân hàng vẫn cho phép khách hàng rút trước hạn với điều kiện hưởng lãi suất thấp (thường bằng mức tiền gửi KKH, thậm chí không được hưởng lãi) với trường hợp rút toàn bộ vốn và lãi suất ưu đãi với trường hợp rút một phần vốn

1.2.3. Vai trò của vốn tiền gửi

1.2.3.1. Đối với nền kinh tế

Chức năng huy động vốn chủ yếu là vốn tiền gửi của ngân hàng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế vì nó đáp ứng nhu cầu vốn để đảm bảo cho quá trình tái sản xuất được thực hiện liên tục và mở rộng quy mô sản xuất. Nhờ đó, ngân hàng đã biến vốn nhàn rỗi thành vốn hoạt động, kích thích quá trình luân chuyển vốn, thúc đẩy sản xuất kinh doanh, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Kinh tế nước ta muốn phát triển thì cần phải có nguồn vốn đủ mạnh để xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển sản xuất kinh doanh, thúc đẩy quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước việc này phải song song với việc phải làm thế nào để phát triển một thị trường tài chính xứng tầm. Trong nền kinh tế thị trường, mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của các tổ chức kinh tế và cá nhân đều chịu sự tác động của thị trường, của các quy luật kinh tế: quy luật cạnh tranh, quy luật cung-cầu, quy luật giá trị ... Chính phủ trong nhiều trường hợp cũng cần phải huy động lượng vốn nhất định để đáp ứng nhu cầu chi tiêu của mình. Ngân sách Nhà nước là nguồn cung cấp chủ yếu cho kế hoạch chi tiêu của Chính phủ, song không phải lúc nào nó cũng ở trong trạng thái sẵn sàng, đủ khả năng bù đắp. Giải pháp đặt ra là có thể in thêm tiền hoặc tăng thuế, vay nợ nước ngoài (vay thương mại quốc tế và vay ưu đãi quốc tế) nhưng việc này sẽ gây ảnh hưởng tiêu cực lên toàn bộ nền kinh tế: tạo gánh nặng nợ quốc gia, áp lực chính trị, tôn giáo... qua đó làm nảy sinh các vấn đề về xã hội. Cho nên nguồn vốn huy động là nhu cầu bức thiết đáp ứng mọi điều kiện cần và đủ; chúng được rút ra từ các NHTM, bởi lẽ các NHTM chính là nơi huy động vốn từ mọi nguồn của nền kinh tế

1.2.3.1. Đối với ngân hàng

Nguồn vốn tiền gửi là nguồn vốn chủ yếu để thực hiện các nghiệp vụ sinh lời của Ngân hàng như cho vay, đầu tư, cung cấp các dịch vụ thanh toán... Với mục tiêu nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, đa dạng các sản phẩm dịch vụ, nâng cao năng lực cạnh tranh và lợi nhuận thì ngân hàng cần phải có một lượng vốn lớn. Để có được nguồn VTG lớn, không cách nào khác là ngân hàng cần phải tăng cường khả năng huy động vốn từ các nguồn khác nhau. Trong đó vốn huy động tiền gửi phải có sự tăng trưởng ổn định để thỏa mãn các nhu cầu

cho vay, thanh toán cũng như các hoạt động kinh doanh khác ngày càng tăng của ngân hàng. Vốn có vai trò quan trọng sau đây:

- + Vốn là cơ sở để ngân hàng tổ chức mọi hoạt động kinh doanh.
- + Vốn quyết định quy mô hoạt động tín dụng và các hoạt động khác của NH.
- + Vốn quyết định năng lực thanh toán và đảm bảo uy tín của ngân hàng.
- + Vốn quyết định năng lực cạnh tranh của ngân hàng.

Quy mô nguồn vốn tiền gửi thể hiện năng lực tài chính và uy tín của ngân hàng. Nguồn vốn huy động càng lớn càng thể hiện năng lực tài chính mạnh mẽ và sự tin tưởng của khách hàng vào NH, góp phần củng cố vững chắc vị thế của ngân hàng trên thị trường. Chính vì vậy, ngân hàng cần phải có chính sách phù hợp trong mục tiêu huy động vốn tiền gửi, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, thể hiện đúng với phương châm “đi vay để cho vay”.

1.2.3.2. Đối với người gửi tiền

Khách hàng của ngân hàng là một mạng lưới rộng khắp bao gồm những cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức sử dụng các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, có thể là người cho ngân hàng vay (người gửi tiền), người đi vay, người sử dụng các dịch vụ khác của ngân hàng... Khách hàng muốn ngân hàng đáp ứng được đầy đủ các nhu cầu của mình thì ngân hàng cần phải có nguồn lực lớn mạnh mà nguồn lực lớn nhất, tạo ra uy tín của ngân hàng đó là nguồn vốn. Tùy theo nhu cầu tài chính khác nhau mà mục đích gửi tiền của các khách hàng cũng khác nhau:

+Đối với các cá nhân: Trước tiên, họ nghĩ đến việc bảo quản số tiền tạm thời nhàn rỗi của họ như thế nào cho an toàn. Với mục đích như vậy họ mang tiền đến ngân hàng để gửi. Sau đó, những người này tính đến việc tìm kiếm lợi nhuận từ số tiền nhàn rỗi chưa sử dụng đến và sử dụng những tiện ích do ngân hàng cung ứng. Thời hạn gửi dài hay ngắn, số lượng nhiều hay ít là tùy thuộc khoản vốn của họ nhàn rỗi được bao lâu, lãi suất của các loại tiền gửi so với các hình thức đầu tư khác và những dịch vụ mà ngân hàng cung ứng có tiện lợi hay không.

+ Đối với các tổ chức kinh tế: khi tiến hành hoạt động kinh doanh, hầu như tiền của họ để tại ngân hàng là chủ yếu, họ gửi tiền vào ngân hàng không

phải với mục đích tìm kiếm thu nhập mà chủ yếu là để sử dụng các dịch vụ tiện ích của ngân hàng, nhờ ngân hàng tiến hành thanh toán hộ các khoản phải trả và thu hộ các khoản phải thu của khách hàng hoặc nhập vào tài khoản theo lệnh của họ. Như vậy, tăng cường huy động VTG sẽ:

+ Hình thành nên một kênh tiết kiệm và đầu tư nhằm làm cho tiền của họ sinh lời, tạo cơ hội cho họ có thể gia tăng tiêu dùng trong tương lai.

+ Cung cấp cho khách hàng một địa chỉ an toàn để họ cất giữ và tích lũy vốn tạm thời nhàn rỗi.

+ Gián tiếp giúp cho khách hàng có cơ hội tiếp cận với các dịch vụ khác của NH, đặc biệt là dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt và các dịch vụ tín dụng khi khách hàng cần vốn cho sản xuất kinh doanh hay cần tiền cho tiêu dùng. Khi gửi tiền vào ngân hàng, ngoài tính chất an toàn, khách hàng còn được hưởng các dịch vụ thanh toán an toàn, nhanh chóng, tiện lợi như thanh toán séc, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thanh toán qua hệ thống máy ATM, thanh toán thông qua Internet... Đối với tiền gửi tiết kiệm và tiền gửi có kỳ hạn, khách hàng được hưởng lãi và có thể tích lũy tiền để thực hiện mục đích nào đó cho tương lai. Không những thế, trong những trường hợp khách hàng gặp khó khăn về mặt tài chính, ngân hàng có thể tài trợ cho khách hàng bằng các hình thức cầm cố, chiết khấu sổ tiết kiệm, cho vay, bảo lãnh... Vì thế mà công tác huy động vốn tiền gửi rất cần thiết để đáp ứng tất cả các nhu cầu tài chính của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau và từ đó ngân hàng luôn có một mạng lưới khách hàng rộng khắp

1.2.4. Các nhân tố tác động đến hoạt động huy động vốn tiền gửi

1.2.4.1. Nhân tố khách quan

1.2.4.1.1. Lãi suất

Lãi suất được coi là giá cả của các sản phẩm dịch vụ tài chính. Ngân hàng sử dụng hệ thống lãi suất tiền gửi như một công cụ quan trọng trong việc huy động tiền gửi và thay đổi quy mô nguồn vốn. Để duy trì và thu hút thêm nguồn vốn, NH cần ấn định mức lãi suất cạnh tranh, thực hiện những ưu đãi về giá cho những khách hàng lớn, gửi tiền thường xuyên. Hơn nữa hệ thống lãi suất cần linh hoạt, phù hợp với quy mô và cơ cấu nguồn vốn. Đối với những khách hàng gửi tiền nhằm mục đích hưởng lãi thì lãi suất luôn là mối quan tâm hàng đầu của họ. Nếu khách hàng cảm thấy hài lòng với mức lãi suất NH công bố, họ sẽ lựa

chọn việc gửi tiền vào ngân hàng như một kênh đầu tư hợp lý. Ngược lại, nếu lãi suất thấp, họ sẽ dùng khoản tiền đó vào mục đích khác hay gửi tiền vào ngân hàng khác hoặc đầu tư vào lĩnh vực khác có lời hơn. Tuy nhiên, NH cũng cần phải chú ý rất nhiều đến lãi suất tiền vay để có thể có các hoạt động kinh doanh hợp lý, đem lại các khoản thu nhập cao nhất cho NH để bù đắp được các khoản chi phí đã bỏ ra và vẫn mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Do đó, NH phải xây dựng chính sách lãi suất hợp lý mang tính cạnh tranh, vừa đảm bảo huy động được nguồn vốn cần thiết, vừa đảm bảo kinh doanh có lời.

1.2.4.1.2. Chất lượng, tiện ích và mức độ đa dạng của sản phẩm dịch vụ

Chất lượng sản phẩm mang tính chất vô hình, được đánh giá thông qua rất nhiều tiêu chí như: tính hợp lý, hiệu quả, và mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng cùng với những lợi ích về phía ngân hàng. Tiện ích là những lợi ích và sự thuận tiện khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Chất lượng sản phẩm dịch vụ càng cao, càng gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng. Từ đó, ngân hàng sẽ thu hút được ngày càng nhiều nguồn vốn tiền gửi cũng như thu được nhiều lợi nhuận từ các sản phẩm dịch vụ khác. Bên cạnh đó, các tiện ích đi kèm cũng góp phần làm tăng tính hấp dẫn của sản phẩm dịch vụ đối với khách hàng, nâng cao tính cạnh tranh của ngân hàng so với các ngân hàng bạn. Sự đa dạng của sản phẩm dịch vụ thể hiện thông qua sự đa dạng về kỳ hạn, về loại hình sản phẩm dịch vụ, về đối tượng gửi tiền. Danh mục sản phẩm dịch vụ càng đa dạng và phong phú, khách hàng càng có nhiều sự lựa chọn nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của mình

1.2.4.1.3. Thời gian giao dịch và chất lượng khách hàng

Thời gian giao dịch của ngân hàng càng nhiều, số lượng khách hàng đến giao dịch càng đông và nhờ đó, khối lượng nguồn VTG ngân hàng huy động được càng lớn. Hiện nay, phần lớn các NH vẫn giao dịch chủ yếu trong giờ hành chính, điều này đã gây bất tiện đối với các đối tượng khách hàng vốn là người lao động, cán bộ công nhân viên ở các cơ quan, đoàn thể và doanh nghiệp khác. Một số ngân hàng khác đã tăng thời gian giao dịch bằng cách phân công nhân viên làm việc theo ca và làm việc ngoài giờ hành chính, tạo điều kiện cho các khách hàng đến NH giao dịch mà vẫn không ảnh hưởng đến công việc của họ.

Chính sách khách hàng bao gồm các chương trình và giải pháp được ngân hàng xây dựng và áp dụng nhằm khuyến khích, thu hút khách hàng sử dụng các

sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Các chương trình này có thể là những chương trình khuyến mãi, tặng quà, quay số trúng thưởng hoặc cung cấp cho khách hàng những tiện ích hấp dẫn... Nếu ngân hàng áp dụng chính sách tốt và hiệu quả đối với khách hàng, NH sẽ thu hút được một lượng khách hàng lớn đến giao dịch, sử dụng các sản phẩm dịch vụ và gửi tiền tại ngân hàng

1.2.4.1.4. Uy tín và năng lực tài chính của ngân hàng

Uy tín của ngân hàng là một khái niệm mang tính định tính và không cố định, được đánh giá thông qua một quá trình hoạt động lâu dài của ngân hàng cùng với những thành quả mà ngân hàng nhận được. Bên cạnh đó, uy tín của NH không phải là yếu tố vững bền, rất cần sự nỗ lực không ngừng của ngân hàng để giữ gìn và phát huy uy tín của mình. Một NH có uy tín tốt sẽ có nhiều thuận lợi trong việc đặt mối quan hệ bền vững với khách hàng và thu hút vốn từ khách hàng.

Năng lực tài chính là một trong những thế mạnh của ngân hàng trong hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng. Một ngân hàng có năng lực tài chính tốt sẽ có nguồn lực để phát triển hoạt động kinh doanh, tạo được sự tin tưởng từ khách hàng và nhà đầu tư đối với ngân hàng. Ngược lại, tình hình tài chính của một ngân hàng có vấn đề sẽ gây khó khăn cho việc phát triển hoạt động kinh doanh cũng như gây mất lòng tin đối với nhà đầu tư và khách hàng.

1.2.4.1.5. Cơ sở vật chất và mạng lưới hoạt động

Việc phân bổ mạng lưới hoạt động của ngân hàng là một trong những nhân tố ảnh hưởng đến công tác huy động vốn của ngân hàng. Nếu ngân hàng chưa có mạng lưới hoạt động rộng khắp, chưa mở chi nhánh hoặc phòng giao dịch ở những địa bàn vốn đã tồn tại hoạt động của các NH khác, ngân hàng sẽ bị giảm tính cạnh tranh đối với công tác huy động vốn ở các địa bàn này. Các khoản tiền tiết kiệm của dân cư thường là các khoản tiền nhỏ. Vì vậy, nếu việc tiếp cận với ngân hàng khó khăn sẽ tạo ra cho khách hàng tâm lý ngại đến NH. Với một mạng lưới rộng khắp, tạo ra sự dễ dàng trong việc tiếp cận ngân hàng của người dân thì NH sẽ dễ dàng thu hút được các khoản tiền gửi đó một cách có hiệu quả. Cơ sở vật chất của ngân hàng góp phần tạo dựng hình ảnh của ngân hàng trong mắt khách hàng. Một ngân hàng có cơ sở vật chất hiện đại sẽ giúp khách hàng hoàn toàn yên tâm hơn khi gửi tiền vào ngân hàng.

1.2.4.1.6. Đội ngũ nhân sự của ngân hàng

Mặc dù trong thời đại ngày nay, khoa học công nghệ đã trở thành lực lượng sản xuất chính nhưng con người vẫn luôn khẳng định vị trí trung tâm của mình, vừa là chủ thể vừa là mục tiêu cuối cùng của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh. Con người là nhân tố quyết định đến sự thành bại trong hoạt động kinh doanh của NHTM cũng như hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Nguồn lực con người là nguồn lực quan trọng mà bất cứ doanh nghiệp hay tổ chức nào cũng quan tâm. Một đội ngũ nhân sự giỏi sẽ giúp ngân hàng vận hành tốt hệ thống của mình nhằm đạt được hiệu quả kinh doanh tốt nhất. Đối với công tác huy động VTG, một đội ngũ nhân viên giao dịch vững về nghiệp vụ, thao tác thành thạo, thái độ niềm nở, ân cần với khách hàng sẽ tạo ấn tượng và cảm giác tốt đối với khách hàng về hình ảnh ngân hàng đó, thu hút ngày càng nhiều khách hàng giao dịch cũng như gửi tiền tại ngân hàng. Vậy, để nâng cao hiệu quả huy động VTG thì một yêu cầu đặt ra là ngân hàng phải có một đội ngũ cán bộ có năng lực, được đào tạo một cách bài bản, có chuyên môn nghiệp vụ cao, đồng thời phải nắm bắt được những kiến thức ở nhiều lĩnh vực khác nhau. Ngoài những yêu cầu nghiệp vụ thì một cán bộ tín dụng phải có tư cách phẩm chất đạo đức tốt, liêm khiết, tuân thủ pháp luật và các quy định của NH. Mặt khác, tổ chức nhân sự hợp lý tạo nên một chi phí hợp lý đối với nguồn nhân lực như vậy, hiệu quả huy động VTG của ngân hàng sẽ tốt hơn.

1.2.4.2. Nhân tố chủ quan

1.2.4.2.1. Thu nhập và thói quen sử dụng tiền mặt của dân cư

Phân bố dân cư, thu nhập của người dân là một nguồn lực tiềm tàng có thể khai thác nhằm mở rộng quy mô huy động vốn của NHTM. Vì vậy những khu vực đông dân cư, với thu nhập cao thì sẽ dễ dàng hơn trong việc huy động vốn tại NH.

Thu nhập và năng lực tài chính của khách hàng càng cao, họ càng có điều kiện và nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng. Khi thu nhập tăng lên, khả năng tích lũy của khách hàng cũng sẽ cao hơn.

Thói quen sử dụng tiền mặt của người dân là yếu tố gây cản trở việc họ sử dụng các dịch vụ của ngân hàng cũng như việc gửi tiền. Tuyên truyền để thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt nhàn rỗi của khách hàng là việc NH nên quan tâm.

1.2.4.2.2. Tính cạnh tranh của các ngân hàng

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế thế giới như hiện nay, các ngân hàng cạnh tranh không chỉ với các định chế tài chính trong nước mà còn phải cạnh tranh với các định chế nước ngoài về mọi mặt như: năng lực tài chính, công nghệ ngân hàng, nguồn nhân lực... Nếu ngân hàng không có ưu thế cạnh tranh thì sẽ khó thành công trong hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng.

1.2.4.2.3. Môi trường pháp lý và chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương

Môi trường pháp lý (Policy): NHTM là doanh nghiệp kinh doanh hàng hoá đặc biệt, hàng hoá tiền tệ nên chịu tác dụng bởi nhiều chính sách, các quy định của Chính phủ và của NHNN. Sự thay đổi chính sách của nhà nước, của NHNN về tài chính, tiền tệ, tín dụng, lãi suất sẽ ảnh hưởng đến khả năng thu hút vốn cũng như chất lượng của nguồn vốn của NHTM. Sự ổn định về chính trị hay về chính sách ngoại giao cũng tác động đến nguồn vốn của một NHTM với các quốc gia khác trong khu vực và trên thế giới.

Chính sách tiền tệ: tác động đến công tác huy động VTG của các NHTM thông qua các công cụ của chính sách tiền tệ như: lãi suất, dự trữ bắt buộc... Tỷ lệ dự trữ bắt buộc là công cụ của chính sách tiền tệ nhằm mục tiêu điều tiết, tăng giảm lượng tiền cung ứng cho lưu thông, đồng thời có tác dụng đảm bảo khả năng thanh toán nhất định cho các tổ chức tín dụng (TCTD). Trong cùng một thời kỳ cụ thể, tỷ lệ dự trữ bắt buộc được phân định ở mức độ cao thấp khác nhau tùy thuộc vào loại kỳ hạn của tiền gửi.

- Nếu tỷ lệ dự trữ bắt buộc cao đối với loại hình tiền gửi nhất định sẽ không khuyến khích NHTM mở rộng huy động loại tiền gửi này vì chi phí huy động cao.

- Nếu quy định của ngân hàng về lãi suất hợp lý, phù hợp với diễn biến thị trường sẽ góp phần ổn định thị trường, tạo điều kiện cho hoạt động huy động vốn và cho vay của ngân hàng cạnh tranh một cách lành mạnh.

1.2.4.2.4. Tỷ lệ lạm phát của nền kinh tế

Trong những thời kì nền kinh tế suy thoái, và có tỷ lệ lạm phát cao hoạt động huy động vốn tiền gửi có thể gặp những khó khăn nhất định. Chúng ta có thể thấy rằng nếu tỷ lệ lạm phát ở mức cao lãi suất thực tế của các khoản tiền

gửi (sau khi đã khấu trừ lạm phát) sẽ ở mức rất thấp. Do đó người dân và các doanh nghiệp sẽ có xu hướng tìm kiếm một hình thức đầu tư khác mang lại lợi nhuận lớn hơn, hoặc tích trữ tài sản dưới các hình thức khác (Vàng, bất động sản ...) để hạn chế sự ảnh hưởng của lạm phát. Chính những điều này sẽ tạo ra khó khăn cho các ngân hàng trong việc huy động vốn tiền gửi trong thời kì suy thoái kinh tế và lạm phát cao.

1.2.4.2.5. Kì vọng vào nền kinh tế và xu hướng tâm lý của người dân

Một điều ảnh hưởng không nhỏ đến việc huy động vốn tiền gửi đó chính là sự kì vọng vào nền kinh tế của người dân. Có thể thấy rằng trong thời kì suy thoái kinh tế và khủng hoảng hệ thống tài chính như hiện nay kì vọng của người dân vào sự phục hồi của nền kinh tế là không cao. Tâm lý bi quan vào nền kinh tế và hệ thống tài chính là nguyên nhân dẫn đến việc người dân và các doanh nghiệp không muốn gửi tiền vào ngân hàng. Họ cảm thấy sự thiếu an toàn hơn các hình thức tích trữ khác

Bên cạnh đó chúng ta cũng cần xem xét đến xu hướng tâm lý của người dân. Ở Việt nam một điều rõ ràng là người dân có xu hướng tâm lý theo đám đông. Mọi người không có hiểu biết cụ thể về hệ thống tài chính, và các công cụ tài chính. Do đó khi một số doanh nghiệp, người dân không tin tưởng vào sự an toàn của các ngân hàng có thể kéo theo hiệu ứng dây chuyền cho một số lượng lớn người dân trong xã hội.

1.2.5. Các chỉ tiêu liên quan đến mở rộng vốn tiền gửi

Sự gia tăng về tính ổn định của vốn tiền gửi:

- *Về quy mô và cơ cấu hiện tại:* Quy mô huy động vốn tiền gửi là khối lượng vốn tiền gửi mà ngân hàng huy động được trong một khoảng thời gian nhất định. Trong tổng nguồn vốn của NH thì quy mô vốn huy động so với các nguồn khác là một bộ phận chiếm tỷ trọng cao nhất và có vai trò quan trọng hơn cả. Thông thường nguồn chiếm hơn 50% tổng nguồn vốn và là mục tiêu tăng trưởng hàng năm của NH. Quy mô huy động vốn tiền gửi là một trong những thước đo quan trọng đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng cũng như hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi. Việc ước lượng quy mô nguồn vốn tiền gửi giúp ngân hàng chủ động và có cơ sở để ra các quyết định về quy mô cho vay, đầu tư, góp phần tăng lợi nhuận, nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Điều đó cho thấy ngân hàng đã thành công khi thu hút được

nhieu khách hàng biết đến ngân hàng, tin tưởng và gửi tiền vào ngân hàng. Ngoài ra ngân hàng phải có một cơ cấu vốn hợp lý, điều đó thể hiện bởi sự cân đối giữa vốn huy động ngắn hạn với trung và dài hạn; sự cân đối giữa vốn nội tệ và ngoại tệ.

- *Sự tăng trưởng vốn tiền gửi về số lượng và thời gian*: Vốn tiền gửi phải có sự tăng trưởng về số lượng để có thể thỏa mãn các nhu cầu về khối lượng vốn tín dụng, thanh toán, cũng như các hoạt động kinh doanh khác ngày càng gia tăng của ngân hàng. Đồng thời, vốn tiền gửi cũng phải có sự ổn định về mặt thời gian, vì nếu ngân hàng huy động được một khối lượng vốn lớn nhưng không ổn định, thường xuyên có lượng tiền lớn được rút ra, ngân hàng sẽ luôn phải đối mặt với tình trạng mất khả năng thanh toán nếu cho vay và đầu tư quá nhiều. Như vậy hiệu quả huy động vốn tiền gửi sẽ không cao. Ngược lại, nếu nguồn vốn tiền gửi huy động được là ổn định, ngân hàng sẽ yên tâm sử dụng phần lớn số vốn đó vào hoạt động kinh doanh mang lại thu nhập cao. Khi đó, hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi là rất cao.

- *Cơ cấu nguồn vốn phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn*: sự biến đổi về cơ cấu nguồn vốn sẽ ảnh hưởng đến cơ cấu cho vay, đầu tư và kéo theo sự thay đổi trong lợi nhuận, rủi ro của hoạt động kinh doanh ngân hàng. Vì vậy xu hướng biến đổi cơ cấu huy động vốn tiền gửi phải đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn trong tương lai như cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn, cho vay nội tệ, ngoại tệ...

Khả năng điều hành lãi suất và tiết kiệm chi phí huy động vốn tiền gửi:

- *Lãi suất huy động*: lãi suất luôn là vấn đề quan tâm hàng đầu của các chủ thể kinh tế. Người gửi tiền muốn hưởng lãi suất cao, người đi vay lại muốn lãi suất thấp. Là trung gian đóng vai trò cầu nối giữa hai đối tượng trên, ngân hàng phải tìm cách đáp ứng được lợi ích của các bên nhưng vẫn phải đảm bảo lợi ích của ngân hàng. Vì vậy, trong huy động vốn mỗi ngân hàng đều cố gắng áp dụng mọi biện pháp có thể nhằm tìm kiếm được những nguồn vốn sao cho chi phí huy động vốn bình quân là thấp nhất và sử dụng số vốn đó để cho vay với mức lãi suất được chấp nhận trên thị trường. Mặt khác, cùng với một mức chi phí trả lãi bình quân, sự đa dạng hóa trong lãi suất cho phù hợp với mỗi hình thức cho vay là cần thiết. Sự đa dạng hóa làm tăng tính hiệu quả của chính sách lãi suất mà

ngân hàng đưa ra. Nếu chính sách lãi suất phù hợp, hiệu quả ngân hàng sẽ tối thiểu hóa về chi phí trong khi vẫn hoàn thành kế hoạch về nguồn vốn.

- *Chi phí khác*: Bên cạnh chi phí chính là chi phí trả lãi tiền gửi ồng vốn tiền gửi còn có chi phí trả lương cho cán bộ huy động vốn, chi phí in ấn, phát hành, chi phí cơ sở vật chất, chi phí quảng cáo, bảo hiểm tiền gửi... Nếu ngân hàng giảm chi phí huy động bằng cách hạ lãi suất thì việc huy động vốn tiền gửi sẽ gặp rất nhiều khó khăn vì không thể cạnh tranh được với các ngân hàng khác. Do vậy chỉ có cách là giảm thiểu các chi phí khác và giữ nguyên lãi suất huy động thì ngân hàng mới có thể thực hiện tốt kế hoạch huy động vốn tiền gửi của mình.

Sự đa dạng hóa các hình thức huy động vốn tiền gửi:

- *Số lượng các công cụ huy động*: tùy theo đặc điểm kinh doanh mà mỗi ngân hàng áp dụng một hệ thống các công cụ khác nhau trong quá trình huy động vốn. Số lượng các công cụ này tùy thuộc vào mỗi ngân hàng và nó phản ánh khả năng cạnh tranh hay năng lực của mỗi ngân hàng. Chỉ có những ngân hàng có hoạt động kinh doanh đa dạng, phong phú, có trình độ cán bộ nhân viên cao, năng lực quản lý tốt mới có đủ điều kiện phát triển nhiều loại hình công cụ huy động vốn khác nhau.

- *Sự đa dạng về kỳ hạn và loại tiền tệ*: được sử dụng thể hiện khả năng huy động các nguồn vốn với các kỳ hạn khác nhau trong đó có cả ngoại tệ, nội tệ với mức lãi suất khác biệt tương ứng sao cho người gửi tiền chấp nhận được và cảm thấy hợp lý. Ngân hàng đạt được cơ cấu về kỳ hạn và loại tiền mong muốn để đáp ứng tối đa các nhu cầu sử dụng vốn, tránh tình trạng thừa vốn ngắn hạn, thiếu vốn trung dài hạn, thừa vốn nội tệ, thiếu vốn ngoại tệ.

Một số chỉ tiêu khác

- *Mức độ thuận tiện cho khách hàng*: được đánh giá qua các thủ tục gửi tiền, rút tiền, các dịch vụ kèm theo của ngân hàng, có tiết kiệm được thời gian và chi phí của khách hàng hay không.

- *Thời gian để huy động một số lượng vốn tiền gửi nhất định*: thời gian huy động vốn nhanh, đảm bảo được các mục tiêu và kế hoạch của ngân hàng đề ra thể hiện công tác huy động vốn tiền gửi đạt hiệu quả cao, uy tín của ngân hàng. Đồng thời cũng thể hiện tiềm lực, thế mạnh của ngân hàng trên thị trường. Ngoài ra còn một số chỉ tiêu khác như số lượng vốn bị rút ra trước hạn, kỳ hạn thực tế của nguồn vốn...

CHƯƠNG 2:
THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH
HẢI PHÒNG

2.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Sacombank

Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín(Sacombank) được thành lập và đi vào hoạt động từ ngày 21/12/1991 khi hợp nhất 4 hợp tác xã tín dụng là: Gò Vấp, Tân Bình, Thành Công, Lữ Gia tại thành phố Hồ Chí Minh với các nhiệm vụ chính là huy động vốn, cấp tín dụng và thực hiện các dịch vụ Ngân hàng.

+Vốn điều lệ ban đầu: 3 tỷ đồng.

+Tên đầy đủ: Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Sài Gòn Thương Tín

+Tên giao dịch quốc tế: Saigon Thuong Tin Commercial Joint Stock Bank.

+Tên viết tắt: **Sacombank**

+Trụ sở chính: 278 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3, TP HCM

Với mức vốn ban đầu là 3 tỷ đồng, đến cuối năm 2003 Sacombank đã tăng vốn điều lệ lên 740 tỷ đồng, trở thành ngân hàng thương mại cổ phần có vốn điều lệ lớn nhất tại Việt Nam.

Tính đến năm 2012 tổng tài sản đạt khoảng 165.000 tỷ đồng, tăng 18% so với năm 2011. Vốn chủ sở hữu đạt khoảng 18.300 tỷ đồng (gồm lợi nhuận chưa phân phối năm 2012). Trong đó, vốn điều lệ đạt 14.176 tỷ đồng (tăng 32% so năm trước), tổng nguồn vốn huy động đạt khoảng 143.500 tỷ đồng, tổng dư nợ cho vay đạt khoảng 91.500 tỷ đồng (tăng 17% so với năm 2011). Lợi nhuận trước thuế đạt 3.400 tỷ đồng, tăng 24% so với năm 2011. Tỷ lệ phân phối cổ tức từ 13% – 16% vốn cổ phần, tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu (CAR) đạt trên 9% và kiểm soát tỷ lệ nợ quá hạn không quá 2,5%.

Ngày 12/07/2006, Sacombank là Ngân hàng đầu tiên chính thức niêm yết cổ phiếu trên Trung tâm giao dịch chứng khoán TP.HCM (nay là Sở Giao Dịch

Chúng Khoán TP.HCM), đây là một sự kiện rất quan trọng và có ý nghĩa cho sự phát triển của thị trường vốn Việt Nam, cũng như tạo tiền đề cho việc niêm yết cổ phiếu của các NHTMCP khác. 16/05/2008, Sacombank cũng là Ngân hàng Việt Nam tiên phong công bố hình thành và hoạt động theo mô hình Tập đoàn tài chính tư nhân với 11 công ty thành viên và 369 phòng giao dịch, gồm các chi nhánh cấp 1,2,3,4 và các phòng giao dịch phân bố khắp ba miền.

Với việc khai trương Văn phòng đại diện Nam Ninh tại Trung Quốc vào tháng 1 năm 2008 và Chi nhánh Lào vào năm 2008, Chi nhánh Campuchia năm 2009, Sacombank trở thành Ngân hàng đầu tiên thành lập văn phòng đại diện và Chi nhánh tại nước ngoài. Đây được xem là bước ngoặt trong quá trình mở rộng mạng lưới của Sacombank với mục tiêu tạo ra cầu nối trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ, tài chính của khu vực Đông Dương.

Là Ngân hàng tiên phong khai thác các mô hình Ngân hàng đặc thù dành riêng cho phụ nữ (Chi nhánh mừng 8 tháng 3) và cho cộng đồng nói tiếng Hoa (Chi nhánh Hoa Việt). Sự thành công của các Chi nhánh là minh chứng thuyết phục về khả năng phân khúc thị trường độc đáo và sáng tạo của Sacombank.

Hiện tại Sacombank có gần 10.000 cán bộ công nhân viên

2.1.2. Tổng quan về Sacombank chi nhánh Hải Phòng

2.1.2.1. Sơ lược đặc điểm và tình hình của chi nhánh

Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng thành lập trên cơ sở giấy chứng nhận đăng ký hoạt động do Sở kế hoạch đầu tư TP Hải Phòng cấp ngày 27/10/2006 và chính thức khai trương hoạt động ngày 15/12/2006.

Sau hơn 05 năm có mặt tại Hải Phòng, Sacombank đã có những bước phát triển nhanh cả về quy mô hoạt động và hiệu quả. Đáng kể nhất là Sacombank Chi nhánh Hải Phòng đã từng bước khẳng định được sức mạnh thương hiệu của Sacombank tại thành phố Hải Phòng và xây dựng được một đội ngũ CBNV trẻ, chuyên nghiệp.

Cơ cấu nhân sự của Chi nhánh Hải Phòng, từ ngày đầu thành lập có 33 nhân sự, đứng đầu là: Ông Hoàng Hải Vương – Giám đốc Chi nhánh và Ông Mai Hùng Dũng: Phó Giám đốc Chi nhánh, với 03 Phòng nghiệp vụ và 01 Bộ phận. Sau 05 năm hình thành và phát triển, số nhân sự của Sacombank Hải Phòng tính đến tháng 12/2011 là: 108 nhân sự, với 04 Phòng nghiệp vụ và 05

PGD trực thuộc. Các PGD được lần lượt bắt đầu khai trương từ năm 2007, bao gồm:

- ✓ PGD Tam Bạc: khai trương ngày 06/08/2007.
- ✓ PGD Lạch Tray khai trương ngày: 10/07/2008 và ngày 14/09/2011 đổi tên thành PGD Văn Cao.

Trong năm 2010, Chi nhánh khai trương 03 PGD bao gồm:

- ✓ PGD Lạc Viên vào ngày (10/04/2010);
- ✓ PGD Hoa Phượng (28/07/2010);
- ✓ PGD Thủy Nguyên (24/12/2010);

2.1.2.2 Các thành tích đạt được

❖ Hoạt động kinh doanh:

Chi nhánh luôn chấp hành tốt các quy định các quy định của pháp luật, của ngành trong lĩnh vực hoạt động và đã được Ban lãnh đạo Ngân hàng và Lãnh thành phố công nhận:

✓ Năm 2007 là năm đầu tiên hoạt động cũng đã hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ và được công nhận danh hiệu “*Tập thể trẻ ấn tượng năm 2007*” và năm 2008 đạt danh hiệu “*Tập thể giỏi năm 2008*” do Sacombank Hội sở trao tặng và Bằng khen của Ủy ban nhân dân thành phố năm 2008 “*vì đã có thành tích hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ chính trị được giao trong năm 2008*”. Năm 2009 đạt danh hiệu “*tập thể xuất sắc năm 2009*” do Sacombank Hội sở trao tặng và Bằng khen của Ủy ban nhân dân thành phố trao tặng cho tập thể Sacombank Hải Phòng và cá nhân Ông Hoàng Hải Vương – Giám đốc Chi nhánh “*vì đã có thành tích hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ công tác năm 2009*”. Năm 2010 đạt danh hiệu “*Tập thể giỏi*” do Sacombank Hội sở trao tặng và Bằng khen của Ủy ban nhân dân thành phố năm 2010 vì “*đã có thành tích hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ công tác năm 2010*”

❖ Các hoạt động công tác đoàn thể và xã hội:

+ Tham gia tài trợ “*Giải việt dã Tiên phong Cúp Hội nhà báo Hải Phòng, Cùng Sacombank chạy vì sức khỏe cộng đồng*” năm 2007 và 2008, “*Giải việt dã nhân dịp thành lập Quận Dương Kinh năm 2008*” với tổng kinh phí tài trợ **181.000.000 VNĐ**

+ Trao tặng học bổng “*Sacombank, Ươm mầm cho những ước mơ*” tại 20 trường THPT trong bảy năm 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 với tổng số 355 suất học bổng, trị giá **365.000.000 VNĐ**.

+ Trong năm 2009, tặng 260 ghế đá cho các cơ quan tại địa bàn thành phố Hải Phòng với tổng giá trị 131 triệu đồng. Năm 2010 tặng 180 cái cho các cơ quan tại địa bàn thành phố Hải Phòng với tổng giá trị 83 triệu đồng. Năm 2011 tặng 250 ghế đá cho các trường học, bệnh viện, khu di tích lịch sử, trung tâm vui chơi giải trí.. với tổng giá trị là **112.500.000 VNĐ**, năm 2012 tặng 145 ghế với tổng chi phí là **72.500.000 VNĐ**

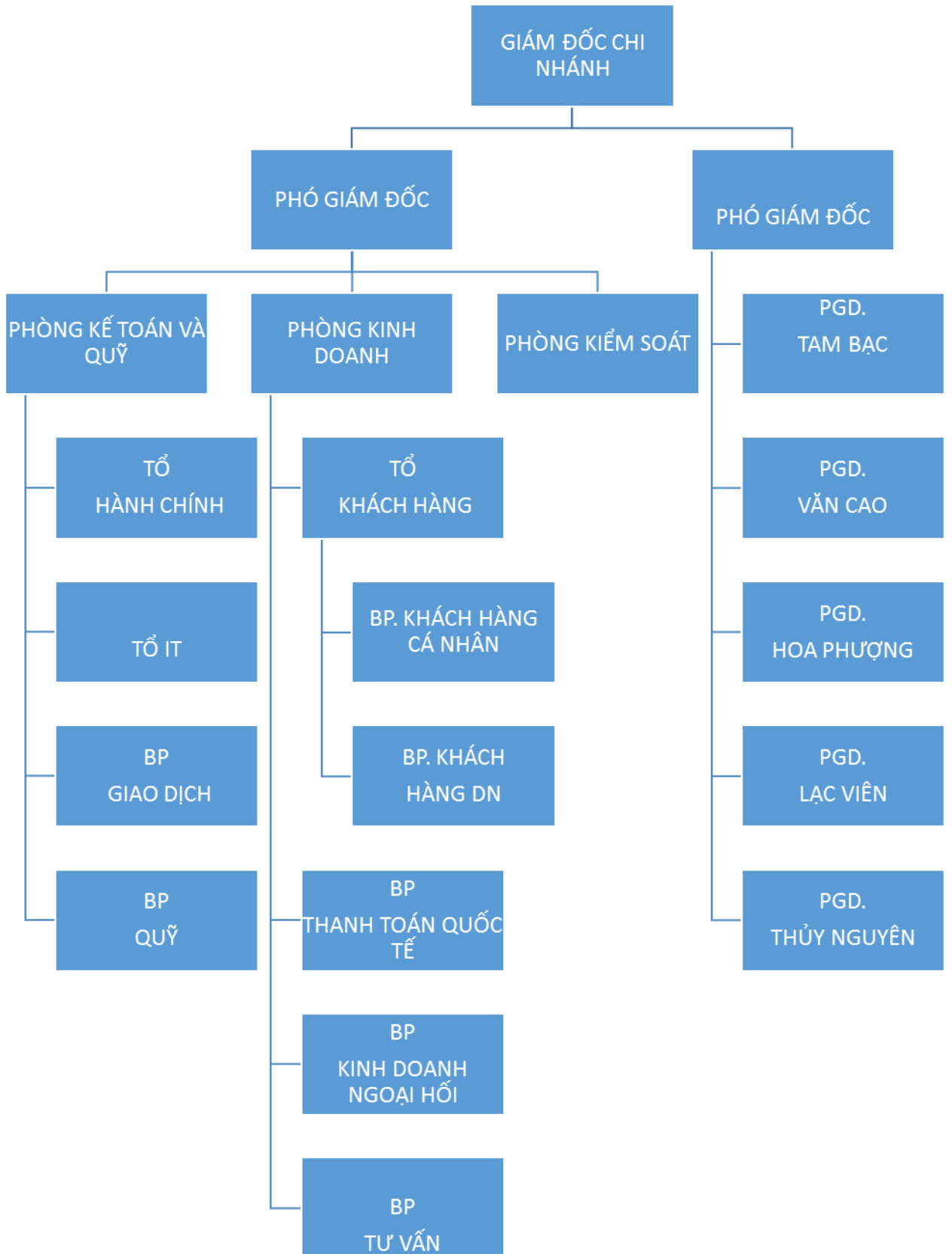
+ Tổng số kinh phí ủng hộ từ thiện trong 7 năm từ (2007-2013) khoảng **858.500.000 VNĐ** (*Bằng chữ: Tám trăm lăm mươi tám triệu năm trăm nghìn đồng chẵn*)

Công đoàn bộ phận Chi nhánh tích cực tham gia các phong trào đoàn thể của ngành và của địa phương, quan tâm đến đời sống CBNV.

Trên đây là những nét sơ lược về Quá trình hình thành phát triển của Sacombank Chi nhánh Hải Phòng trong 7 năm (2006-2013)

2.1.2.3. Cơ cấu tổ chức hoạt động, chức năng nhiệm vụ của các bộ phận

a, Cơ cấu tổ chức



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ tổ chức NH Sacombank – Chi nhánh Hải Phòng

b. Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận

• **Phòng kế toán và quỹ**

Phòng kế toán và quỹ do một Trưởng phòng phụ trách, có thể có hoặc không có phó phòng.

Nhiệm vụ chung của phòng kế toán và quỹ:

✓ hướng dẫn và hậu kiểm việc hạch toán kế toán đối với tất cả các đơn vị trực thuộc Chi nhánh;

✓ đầu mối thanh toán của Chi nhánh đối với nội bộ Ngân hàng và đối với bên ngoài;

✓ tổng hợp kế hoạch kinh doanh tài chính toàn Chi nhánh; quản lý chi phí điều hành;

✓ quản lý tiền mặt.

✓ cần thiết trong việc thực hiện các giao dịch với KH, chuyển số tiền vượt hạn mức tồn quỹ trong ngày về quỹ tập trung.

✓ kiểm tra tính hợp pháp, hợp lệ của chứng từ mà KH cung cấp, sau đó cập nhật các giao dịch thuộc thẩm quyền vào chương trình giao dịch.

• **Phòng kinh doanh**

Phòng kinh doanh là phòng đóng vai trò then chốt trong hoạt động kinh doanh của một chi nhánh, do một trưởng phòng phụ trách, chịu trách nhiệm quản lý các bộ phận:

• **Phòng kiểm soát rủi ro**

+ Phòng kiểm soát thường gồm một số nhân viên, có trưởng phòng và phó phòng kiểm soát

+ Chức năng và nhiệm vụ:

✓ Kiểm tra lại hồ sơ vay vốn, bảo lãnh, gia hạn nợ đã được Giám Đốc hoặc Hội Sở phê duyệt về các mặt: điều kiện vay vốn; hồ sơ vay vốn; tài sản bảo đảm; hạn mức tín dụng; tính phù hợp với chính sách tín dụng hiện hành; các yêu cầu bổ sung của Giám Đốc, Hội Sở... phản hồi lại Giám Đốc những vấn đề chưa đúng quy định (nếu có).

✓ Thông báo quyết định cho vay hoặc không cho vay của Ngân hàng đến khách hàng.

✓ Hướng dẫn khách hàng bổ túc hồ sơ, tài liệu để hoàn chỉnh hồ sơ.

✓ Lập thủ tục giải ngân: hợp đồng tín dụng; hợp đồng và chứng thư bảo lãnh; hợp đồng bảo đảm; giấy chứng nhận nợ; tiếp nhận bản chính giấy tờ sở hữu tài sản bảo đảm; chứng từ kế toán giải ngân, ngoại bảng.

✓ Thực hiện đăng ký giao dịch bảo đảm và công chứng thế chấp TSDB

✓ Kiểm tra đột xuất một số khách hàng (phối hợp với cán bộ tín dụng).

✓ Tiếp nhận và phân tích báo cáo tài chính và thông tin khác của khách

KH

✓ Lập thủ tục giải chấp tài sản bảo đảm: kiểm soát tình hình dư nợ trước khi lập giấy giải chấp; hoàn trả bản chính giấy tờ sở hữu tài sản bảo đảm cho khách hàng.

✓ Lưu trữ và bảo quản bản chính Hợp đồng tín dụng, Hợp đồng bảo lãnh, giấy nhận nợ, giấy gia hạn nợ.

✓ Tổ chức lưu trữ toàn bộ các bản sao của hồ sơ vay đang lưu hành, đã tắt toán và các hồ sơ từ chối cho vay để tham khảo, cung cấp khi có yêu cầu.

• Phòng giao dịch

+ PGD do một Trưởng phòng phụ trách, không có Phó phòng.

+ Nhiệm vụ của Phòng Giao dịch:

✓ thực hiện một phần hay toàn bộ hoạt động của Ngân hàng theo sự uỷ nhiệm và uỷ quyền của Giám đốc Chi nhánh

✓ Bảng số liệu về tổng số nhân viên qua từng năm (2007-2013)

Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tổng số lao động	53	65	74	93	108	118	112

(Nguồn: bảng số liệu về nhân sự Sacombank chi nhánh Hải Phòng)

✓ Trong nền kinh tế khó khăn, khi các Ngân hàng lần lượt cắt giảm nhân sự thì số lượng nhân sự tại Sacombank chi nhánh Hải Phòng không ngừng tăng nên theo từng năm cho thấy sự lớn mạnh và phát triển vững chắc của Sacombank

2.1.3. Hoạt động nghiệp vụ đang có

Hoạt động nghiệp vụ tại Sacombank chi nhánh Hải Phòng rất đa dạng và phong phú, có thể chia thành 4 mảng chính:

❖ Huy động vốn:

NH có hàng loạt các sp huy động vốn

- Sản phẩm tiền gửi :

- + Tiền gửi không kỳ hạn (tiền gửi thanh toán)

- + Tiền gửi có kỳ hạn: không chỉ đơn thuần là tiết kiệm theo kì hạn, tại Sacombank khách hàng có thể được cung cấp hàng loạt các sản phẩm tiền gửi có kì hạn được phân khúc để hướng tới từng nhóm đối tượng khách hàng cụ thể với những ưu đãi đặc thù.

- Phát hành giấy tờ có giá (chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, trái phiếu)

- Vay vốn của các tổ chức tín dụng khác hoạt động tại Việt Nam theo quy định của Ngân hàng Nhà nước

❖ **Tín dụng:**

Sacombank cấp tín dụng dưới nhiều hình thức

- Cho vay

Sacombank có 1 số sản phẩm cho vay đặc thù như

- + Cho vay tiêu thương mại

- + Cho vay Cán bộ nhân viên

- + Cho vay Bất động sản

- + Cho vay Mua ô tô

...

- Bảo lãnh

Là hình thức Sacombank cam kết trả cho bên nhận bảo lãnh 1 số tiền trong khoảng thời gian nhất định trên cơ sở hợp đồng bảo lãnh giữa ngân hàng và khách hàng, bảo đảm khả năng thanh toán giữa ngân hàng và khách hàng. Tại Sacombank đang thực hiện 2 loại bảo lãnh chính là:

- + Đảm bảo khả năng thanh toán

- + Bảo lãnh dự thầu

- Phát hành LC

- + Sacombank có quan hệ ngân hàng đại lý với hơn 200 ngân hàng trên Thế giới và từng dành dc nhiều giải thưởng về thanh toán quốc tế

- + Là 1 trong những ngân hàng lớn có tiềm lực về tài chính cũng như uy tín hiem hoi của Việt Nam dc Thế giới đồng ý chấp nhận cho phép phát hành LC.

Ngoài ra còn nhiều hình thức cấp tín dụng khác...

❖ **Dịch vụ**

- Thanh toán nội địa:
 - + Tiền trong nước,
 - + Chuyển tiền nhanh,
 - + Bill collection (thu hộ tiền điện, nước, các dịch vụ hóa đơn,...),
 - + Dịch vụ ngân hàng bán lẻ (dựa vào thế mạnh về mạng lưới trải rộng khắp các tỉnh thành phố, nhận ủy thác thu- chi hộ và nhận hoa hồng)
 - + Dịch vụ ngân hàng cao cấp (cung cấp các dịch vụ phục vụ giới thượng lưu, triệu phú, những người có sở hữu khối lượng tài sản lớn...): Imperial, dịch vụ đưa đón tại sân bay, quản lý tài sản trọn gói, dịch vụ tư vấn tài chính cá nhân bởi những chuyên viên tư vấn hàng đầu tại sacombank...

- Thanh toán quốc tế:
 - + có nhiều hình thức nhưng điển hình nhất là TTR (chuyển tiền bằng điện) trả trước/ trả sau

+ LC (Letter credit)

+ Nhờ thu : D/P và D/A

+ Ngoài ra còn có chuyển tiền du học, chứng minh năng lực tài chính...

- Không dừng lại ở đó, Sacombank còn đa dạng hóa thêm nhiều các sản phẩm dịch vụ khác như :

+ Cung ứng các dịch vụ tư vấn tài chính phù hợp với chức năng hoạt động của một Ngân hàng thương mại

+ Cung ứng các dịch vụ bảo hiểm theo quy định của pháp luật

+ Cung ứng dịch vụ bảo quản hiện vật quý, giấy tờ có giá, cho thuê tủ két, cầm đồ và các dịch vụ khác theo quy định của pháp luật...

❖ **Kinh doanh ngoại hối**

+ Mua bán vàng, ngoại tệ, các sp tiền tệ phái sinh (quyền chọn, forward, swap...)

Sacombank dc rất nhiều giải thưởng về kinh doanh ngoại hối, các sp tiền tệ phái sinh có rất nhiều ưu điểm so với các ngân hàng khác

2.1.4. Những thuận lợi và khó khăn

2.1.4.1. Thuận lợi

Hải Phòng là một thành phố lớn, có vị trí địa lý thuận lợi, có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế, văn hóa của cả nước.

Sacombank chi nhánh Hải Phòng có lợi thế về địa bàn hoạt động, nằm ngay trên trục đường Tôn Đức Thắng (62-64) – là trục đường lớn và là trung tâm của thành phố, mạng lưới giao dịch rộng khắp cả trong và ngoại thành phố với 5 Phòng giao dịch phân bố tại các khu vực thuận lợi cho hoạt động của chi nhánh.

Sacombank là Thương hiệu lớn và là ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam năm 2012.

Khách hàng của Chi nhánh bao gồm đủ các thành phần kinh tế. Vì vậy, Chi nhánh có điều kiện thuận lợi trong việc huy động vốn và mở rộng các hình thức dịch vụ phụ trợ cho những dịch vụ chính để phục vụ đông đảo khách hàng.

Cấp quản lý có trình độ chuyên môn, kinh nghiệm.

Đội ngũ cán bộ nhân viên chuyên nghiệp, năng động, nhiệt tình. CBCNV Sacombank là những người trẻ năng động sẵn sàng đảm nhận mọi việc, có tinh thần trách nhiệm cao để hoàn thành tốt công việc, tiếp thu kiến thức mới.

Sacombank đang sử dụng phần mềm hiện đại và cung cấp nhiều sản phẩm đáp ứng được cho các nhu cầu của khách hàng.

2.1.4.2. Khó khăn

Chi nhánh ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín nằm trên địa bàn tập trung nhiều ngân hàng thương mại, cạnh tranh gay gắt và quyết liệt, lãi xuất huy động của các TCTD biến động tăng giảm liên tục, nguồn vốn huy động không ổn định.

Tình hình kinh tế đang rơi vào tình trạng khủng hoảng, lạm phát tăng cao nên mang lại rủi ro cho các TCTD. Đồng thời sự suy giảm liên tục của thị trường chứng khoán, thị trường bất động sản trong nước, ảnh hưởng xấu của nền kinh tế thế giới tạo ra nhiều sức ép và khó khăn cho doanh nghiệp là khách hàng của ngân hàng.

Ngoài ra, đây là lĩnh vực có tính chất nhạy cảm cao, hầu như các công việc phát sinh đều liên quan tiếp xúc với tiền, do đó cán bộ nhân viên muốn gắn bó lâu dài thì ngoài trình độ chuyên môn, cần phải có phẩm chất đạo đức tốt, có lập trường và bản lĩnh nghề nghiệp vững vàng.

2.1.5. Kết quả hoạt động của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn thương tín chi nhánh Hải Phòng giai đoạn năm 2011-2013

2.1.5.1. Kết quả hoạt động kinh doanh

BẢNG 2.1: BẢNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH QUA CÁC NĂM 2011-2013

Khoản mục	Năm 2011			Năm 2012			Năm 2013		
	Tháng 12	Lũy kế	% KH	Tháng 12	Lũy kế	% KH	Tháng 12	Lũy kế	% KH
THU HOẠT ĐỘNG	4,800	48,319	109	5,598	51,938	81	3,972	47,810	68
Thu ròng từ lãi	3,191	34,876	110	4,592	41,023	84	2,908	36,155	64
Thu dịch vụ thuần	625	5,954	119	676	6,554	93	866	8,469	104
Thu thuần KDNH	854	6,086	92	130	2,257	41	42	1,439	44
Thu khác thuần	211	2,404		200	2,105		155	1,748	
CHI HOẠT ĐỘNG	2,193	20,960	101	2,447	25,562	90	2,675	25,182	85
Chi điều hành	2,067	20,329	101	1,920	24,944	90	2,675	25,182	85
Chi nộp thuế, lệ phí	126	631	84	527	618	82	62	478	85
LN trước DPRR	2,687	27,359	116	3,151	26,376	74	1,296	22,629	58
DPRR	150	(60)	-3	10,196	19,225	105	1,435	10,851	69
LN trước thuế	2,537	27,419	126	(7,045)	7,151	42	(139)	11,778	47

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2011-2013 Ngân hàng Sacombank chi nhánh Hải Phòng)

Lợi nhuận trước DPRR của chi nhánh năm 2011 là 27,359 triệu đồng. Đến năm 2012 thì lợi nhuận trước DPRR giảm so với 2011 là 983 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm là 3.6% . Năm 2013 tiếp tục giảm so với năm 2012 là 3747 triệu đồng, tương ứng với tỉ lệ giảm là 14.2%.

Lợi nhuận trước DPRR giảm là do: Tổng doanh thu năm 2012 so với năm 2011 tăng 3619 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ tăng là 6.96% (năm 2011 đạt 48139 triệu đồng, năm 2012 đạt 51.938 triệu đồng). Trong khi đó, tổng chi phí năm 2012 so với năm 2011 cũng tăng 4,602 triệu đồng, tương ứng với tỉ lệ tăng là 18% (năm 2011 đạt 20,960 triệu đồng, năm 2012 đạt 25562 triệu đồng) nhưng do tỉ lệ tăng của chi phí cao hơn tỉ lệ tăng của lợi nhuận nên làm cho lợi nhuận trước DPRR giảm. Ngược lại so với xu hướng đó năm 2013 so với năm 2012 tổng doanh thu giảm 4,128 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm 7,95%, năm 2013 so với 2012 tổng chi phí giảm 380 triệu đồng, do thực hiện tốt chính sách tiết kiệm chi phí

Tổng doanh thu tăng là do:

+ Thu nhập từ lãi thuần năm 2012 so với 2011 tăng 6,147 triệu đồng , tương ứng với tỉ lệ tăng 17,62% (năm 2011 đạt 34876 triệu đồng, năm 2012 đạt 41,023 triệu đồng). Năm 2013 so với 2012 thu nhập lãi thuần giảm 4,868 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm 11.87 %.

+ Thu nhập từ hoạt động kinh doanh ngoại hối năm 2012 so với năm 2011 giảm mạnh 3.829 triệu đồng, tương ứng với tỉ lệ 62.91% (năm 2011 đạt 6.086 triệu đồng, năm 2012 đạt 6.086 triệu đồng). Năm 2013 so với năm 2011 cũng giảm 818 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ 36.24%.

+ Thu từ hoạt động dịch vụ năm 2012 so với năm 2011 tăng ít là 600 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ tăng 10.07%. đến năm 2013 so với năm 2012 tăng 1,915 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ tăng 29.22%.

+ Thu từ hoạt động khác năm 2012 so với năm 2011 giảm 299 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm 12.44% (năm 2011 đạt 2,404 triệu đồng, năm 2012 đạt 2,105 triệu đồng). Năm 2013 so với 2012 giảm 357 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm 16.96%.

Nhìn chung,việc thu từ hoạt động dịch vụ và thu từ hoạt động khác giảm ở mức thấp nên không ảnh hưởng nhiều đến tổng doanh thu. Đặc biệt, năm 2012 và 2013 là những năm mà ngân hàng gặp nhiều khó khăn và đầy biến động với thị

trường chứng khoán kém sôi động, cộng với việc NHNN hạn chế mua bán vàng miếng, giao dịch vàng miếng tại các NHTM, tuy nhiên với sự nỗ lực cũng như cố gắng của toàn thể nhân viên chi nhánh trong việc huy động và làm tốt công tác cho vay mà hoạt động thu từ kinh doanh ngoại hối vẫn với mức tương đối cao.

Tổng chi phí tăng là do :

+ Chi phí điều hành năm 2012 so với 2011 tăng 4,615 triệu đồng, tương ứng với tỉ lệ tăng là 22.7% (năm 2011 đạt 20329 triệu đồng, năm 2012 đạt 24,944 triệu đồng). Năm 2013 thì chi phí này cũng tăng thêm 238 triệu đồng so với năm 2012, tương ứng với tỉ lệ tăng là 0.095%. Cho thấy thấy chi nhánh đã bắt đầu chú ý đến việc thực hiện cắt giảm chi phí

+ Chi phí nộp thuế, lệ phí năm 2012 so với 2011 giảm 13 triệu đồng, tương ứng với tỉ lệ giảm 2.06% (năm 2011 đạt 631 triệu đồng, năm 2012 đạt 618 triệu đồng) . Năm 2013 lại có xu hướng giảm tiếp 140 triệu đồng so với năm 2012, tương ứng với tỉ lệ giảm 22.65%.

Tóm lại là, Lợi nhuận trước DPRR của ngân hàng giảm đi mặc dù tổng doanh thu các năm có xu hướng tăng lên, các chi phí nhân viên, chi phí QLCV, chi phí tài sản, trong năm 2012 có xu hướng tăng lên. Nguyên nhân dẫn tới sự mâu thuẫn trên là do chi phí nhân viên qua các năm tăng lên với tỉ lệ cao làm cho tỉ lệ tăng của tổng chi phí cao hơn tỉ lệ tăng của tổng lợi nhuận. Do đó, chi nhánh cần có biện pháp quản lý chi phí này tiết kiệm hơn để ngân hàng đạt được lợi nhuận cao hơn trong những năm tiếp theo.

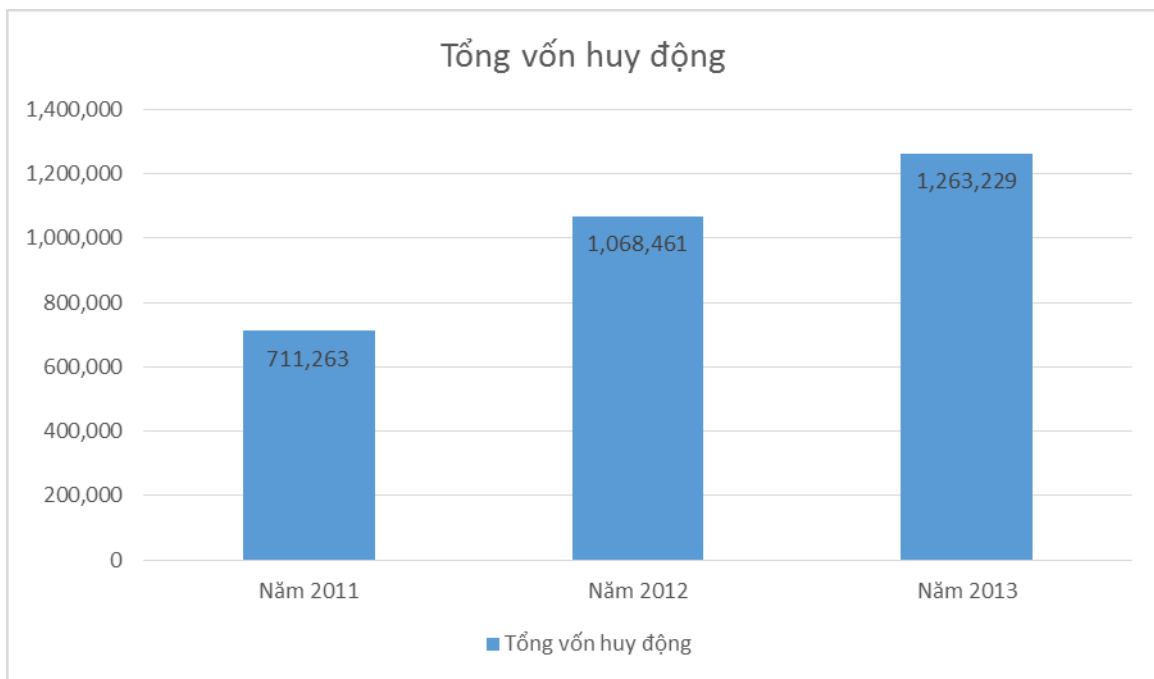
2.1.5.2. Kết quả hoạt động huy động vốn

BẢNG 2.2: BẢNG KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN QUA CÁC NĂM

Đvt: Triệu đồng

Năm	Tổng nguồn vốn thực hiện	So sánh giữa các năm	
		Thực hiện	Tỷ trọng
2011	711,263		
2012	1,068,461	357,198	50.22
2013	1,263,229	194,768	18.23

(Nguồn: báo cáo hoạt động huy động vốn NH Sacombank CN Hải Phòng)



Sơ đồ 2.2: Sơ đồ thể hiện tình hình huy động vốn NH Sacombank qua các năm 2011-2013

Qua biểu đồ ta thấy nguồn vốn huy động của Chi nhánh tăng trưởng trong giai đoạn 2011-2013 năm sau không ngừng tăng cao hơn năm trước về giá trị tuyệt đối cũng như tốc độ tăng trưởng. Năm 2012 tổng vốn huy động đạt 1,068,461 triệu đồng tăng 357,198 triệu đồng so với năm 2011 ứng với tỷ lệ tăng là 50.22%. Nguyên nhân là do các ngân hàng đã không ngừng tìm tòi và đưa ra hàng loạt các hình thức sản phẩm huy động vốn đa dạng, phong phú đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Chính vì vậy đã khiến lượng vốn huy động trong thời điểm này ngày càng tăng. Năm 2013 là 1,263,229 triệu đồng; so với năm 2012 tăng 194,768 triệu đồng ứng với 18.23%, là do sự cạnh tranh về lãi suất quyết liệt giữa các Ngân hàng, lãi suất huy động liên tục tăng trong khi lãi suất cho vay không thể tăng cùng tốc độ đã khiến cho hoạt động huy động vốn không mấy thuận lợi.

2.1.5.3. Kết quả hoạt động sử dụng vốn

a. Phân loại nợ theo cơ cấu nhóm nợ

BẢNG 2.3: BẢNG PHÂN LOẠI NỢ THEO CƠ CẤU NHÓM**Đvt: Triệu đồng**

Chỉ tiêu	Năm		
	2011	2012	2013
Nợ đủ tiêu chuẩn	629,765,026,700	559,999,871,000	491,069,803,100
Nợ cần chú ý	34,585,518,010	7,636,739,723	19,938,257,700
Nợ dưới tiêu chuẩn	709,997,000	8,602,307,540	19,971,125,700
Nợ nghi ngờ	-	29,805,344,130	5,988,306,894
Nợ có khả năng mất vốn	-	34,140,625,020	57,500,756,210

(Nguồn: số liệu tính toán tổng hợp qua các năm 2011-2013)

Nhìn vào bảng phân loại theo cơ cấu nhóm nợ ta có thể thấy:

+ Nợ đủ tiêu chuẩn năm 2012 là 559,99,871,000 VNĐ thấp hơn so với năm 2011 629,765,155,700 VNĐ; giảm 11,08%. Năm 2013 đạt 491,069,803,100 VNĐ; giảm 68,930,067,900 VNĐ (12,3%) so với năm 2012. Tuy nhiên giảm không đáng kể, có thể nói nguyên nhân chính gây ra việc giảm các khoản nợ đủ tiêu chuẩn này là do tình hình khó khăn chung của nền kinh tế trong những năm gần đây

+ Nợ cần chú ý năm 2011 là 34,585,518,010 VNĐ, đến năm 2012 chỉ còn 7,636,739,723 VNĐ; giảm 26,948,778,290 VNĐ (77,92%) Việc giảm nhanh chóng các khoản nợ cần chú ý này cho thấy ngân hàng đã chú ý tới việc quản lý các nhóm nợ. Năm 2013 có tăng lên nhưng không đáng kể

+ Nợ dưới tiêu chuẩn nhích lên dần đều từ 709,997,000 VNĐ (2011), năm 2012 là 8,602,307,540 VNĐ và năm 2013 đạt 19,971,125,700 VNĐ

+ Nhóm Nợ nghi ngờ và nợ có khả năng mất vốn năm 2011 là không có, cho thấy Ngân hàng đã thực hiện đầy đủ và nghiêm ngặt các chính sách tín dụng cũng như kiểm soát chặt chẽ mảng rủi ro tín dụng. Năm 2012 và 2013 vẫn còn tồn tại các nhóm nợ này nguyên nhân chủ yếu là sự suy thoái của nền kinh tế trong những năm này, khó khăn trong sản xuất kinh doanh dẫn đến việc quay vòng vốn gặp nhiều trở ngại. Thêm vào đó, việc tuyên bố phá sản của hàng trăm công ty, xưởng

sản xuất trong khu vực thành phố cũng góp phần làm tăng nhóm nợ có khả năng mất vốn của ngân hàng.

⇒ Mặc dù chất lượng tín dụng luôn được Chi nhánh chú trọng từ khâu lựa chọn khách hàng, lựa chọn ngành nghề, đối tượng cho vay đến khâu thẩm định dự án vay vốn và kiểm tra kiểm soát trước, trong và sau khi cho vay. Tuy nhiên, do ảnh hưởng bởi những khó khăn của kinh tế trong nước, một số khách hàng của Chi nhánh kinh doanh thua lỗ không trả được nợ vay. Mặt khác, việc kiểm tra sử dụng vốn vay của khách hàng có nơi, có lúc còn hình thức nên đã không sớm phát hiện được sự suy giảm hoạt động kinh doanh của khách hàng để có ứng xử tín dụng kịp thời dẫn đến phát sinh một số khoản nợ xấu.

b. Phân loại theo thời hạn cho vay

BẢNG 2.4: BẢNG PHÂN LOẠI NỢ THEO THỜI HẠN VAY

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm		
	2011	2012	2013
Cho vay ngắn hạn	358,515,973,500	343,075,844,000	319,718,113,700
Cho vay trung hạn	205,519,379,100	177,275,370,700	170,071,136,800
Cho vay dài hạn	101,025,189,100	100,547,712,200	104,679,001,900

(Nguồn: số liệu tính toán tổng hợp qua các năm 2011-2013)

Xét về phân loại theo thời hạn cho vay, từ bảng trên ta thấy:

Trong tổng số các món cho vay doanh nghiệp và cá nhân thì cho vay ngắn hạn vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất (54%), tiếp đến là cho vay trung hạn và dài hạn. Con số này giảm không đáng kể qua từng năm từ 2011 đến 2013 chứng tỏ khách hàng ưu tiên chọn phương án sử dụng vốn ngắn hạn để đầu tư, kinh doanh dưới 1 năm để đảm bảo cho việc quay vòng vốn được thuận lợi và không bị lạm phát hay suy thoái kinh tế ảnh hưởng quá nhiều. Khách hàng cũng đã thận trọng hơn trong việc đầu tư dài hạn do sự bất ổn về nền kinh tế không thể đoán trước.

c. Phân loại theo hình thức cho vay

BẢNG 2.5: BẢNG PHÂN LOẠI NỢ VAY THEO HÌNH THỨC VAY**Đvt: Triệu đồng**

Chỉ tiêu	Năm		
	2011	2012	2013
Cho vay bằng VNĐ	630,128,453,100	575,507,796,900	561,429,266,200
Cho vay ngoại tệ và vàng	34,932,088,630	45,373,130,030	33,038,986,140

(Nguồn: số liệu tính toán tổng hợp qua các năm 2011-2013)

Xét theo hình thức cho vay, nhìn vào bảng 5 ta có thể thấy ngay

Khách hàng vẫn ưu tiên vay bằng đồng nội tệ, năm 2011 đạt 630,128,453,100đ; năm 2012 đạt 575,507,796,900đ; năm 2013 đạt 561,429,266,200đ. Các món vay bằng ngoại tệ và vàng chiếm tỷ trọng thấp hơn, việc giá vàng tăng giảm bất thường trong những năm này khiến cho người dân có phần e ngại trong quyết định vay vàng và ngoại tệ. Con số này từ năm 2011 đến 2013 có điểm giảm nhưng so với sự bất ổn của nền kinh tế hiện nay thì không đáng kể.

=> Nói chung, chất lượng tín dụng được đảm bảo, tỷ lệ nợ xấu thấp. Chi nhánh luôn đặt vấn đề ngăn chặn và kiểm soát nợ quá hạn là một trong những mối quan tâm hàng đầu trước khi xử lý nợ quá hạn. Phân ban ngăn chặn và xử lý nợ quá hạn của Chi nhánh hoạt động hiệu quả. Việc ngăn chặn và xử lý tốt nợ quá hạn tại chi nhánh đã góp phần lớn vào hiệu quả hoạt động kinh doanh, đảm bảo hoàn thành vượt mức kế hoạch lợi nhuận trước thuế, mặc dù công tác kinh doanh nhìn chung gặp nhiều khó khăn.

2.2. Thực trạng công tác huy động huy vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng

2.2.1. Các sản phẩm tiền gửi tại Chi nhánh

Các loại tiền gửi, tổng số và tỷ trọng các loại tiền gửi

2.2.1.1. Tiền gửi thanh toán

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Đối tượng	Khách hàng cá nhân
Loại tiền gửi	VND, USD, EUR, AUD, CAD, CHF, GBP, GPY, SGD (mở TK ngoại tệ theo quy định quản lý ngoại hối)
Giấy tờ cần thiết	CMND/ Hộ chiếu
Số tiền tối thiểu	50,000 hoặc 50 USD/ EUR hoặc ngoại tệ khác tương đương
Kì hạn gửi	Bất kì lúc nào
Phương thức lãnh lãi	Lãi được cộng dồn vào TK vào ngày cuối tháng hoặc khi tắt toán tài khoản

➤ Tiện ích:

- Sử dụng được các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt một cách an toàn và nhanh chóng.
- Linh hoạt trong việc sử dụng vốn cho nhiều mục đích thanh toán, gửi/ rút tiền khác nhau
- Khách hàng có thể sử dụng các công cụ thanh toán sau để thanh toán, chuyển tiền đi trong các nước: Séc, ủy nhiệm chi, thẻ, internet banking, Mplus...

2.2.1.2. Tiết kiệm không kỳ hạn

➤ Đặc điểm sản phẩm

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Đối tượng	KH mở tài khoản để phục vụ nhu cầu nhận tiền chuyển đến từ trong hoặc ngoài nước
Loại tiền gửi	VND, USD, EUR...
Số tiền tối thiểu	50,000đ, 50 USD/EUR hoặc ngoại tệ khác tương đương
Giấy tờ cần thiết	CMND/ Hộ chiếu

➤ Tiện ích:

- Linh hoạt gửi/ rút tiền
- Khách hàng được cấp thẻ tiết kiệm không kì hạn để theo dõi giao dịch phát sinh

2.2.1.3. Tài khoản ưu cơ

➤ Đặc điểm sản phẩm

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Đối tượng	Khách hàng nữ giao dịch tại chi nhánh 8/3 TP HCM và HN
Loại tiền gửi	VND
Loại hình tiền gửi	Tiền gửi thanh toán/ tiết kiệm không kì hạn
Điều kiện tham gia	Số dư bình quân trong tháng từ 10 triệu vnd trở lên

➤ Tiện ích:

- Sử dụng miễn phí thẻ SacomPlus năm đầu tiên
- Ngoài lãi suất không kì hạn thông thường, khách hàng được nhận thêm lãi suất thưởng hấp dẫn nếu số dư bình quân trên 10 triệu đồng/ tháng

2.2.1.4. Tài khoản hoa lợi

➤ Đặc điểm sản phẩm

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Đối tượng	KH giao dịch tại CN Hoa Việt và các PGD trực thuộc
Loại hình tiền gửi	Tiền gửi thanh toán bằng VND
Giấy tờ cần thiết	CMND/ Hộ chiếu
Lãi suất	Ngoài lãi suất không kì hạn thông thường, KH đạt số dư bình quân tháng từ 10 triệu trở lên sẽ được hưởng thêm lãi suất thưởng

➤ Tiện ích:

- Miễn phí thường niên năm đầu tiên khi sử dụng thẻ UnionPay
- Giảm phí dịch vụ Ibanking từ 20-25% so với mức phí hiện hành

2.2.1.5. Tiết kiệm/ tiền gửi có kì hạn

➤ Đặc điểm sản phẩm

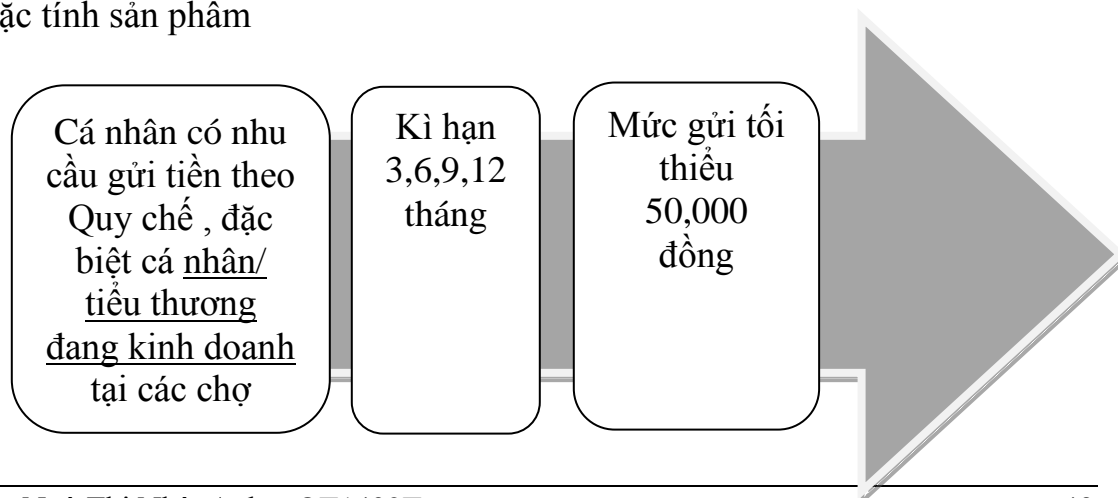
Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Đối tượng	Khách hàng cá nhân
Loại tiền gửi	VND, USD, EUR
Kì hạn gửi	Từ 1- 36 tháng
Phương thức lãnh lãi	Trả trước, hàng tháng, hàng quý, cuối kỳ
Mức gửi	Tối thiểu 50,000 VND hoặc 50 USD/EUR
Rút trước hạn	+ Số ngày gửi < 7 ngày: không trả lãi + Số ngày gửi > 7 ngày: trả lãi không kì hạn

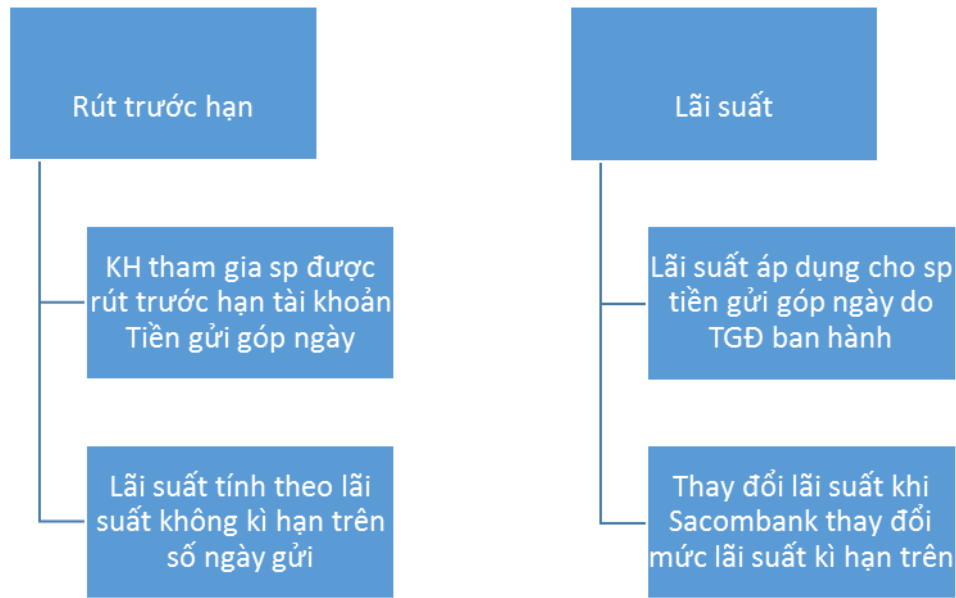
➤ Tiện ích:

- Thẻ tiết kiệm/ tài khoản tiền gửi được dùng thẻ chấp vay vốn, cấp thẻ tín dụng
- Lãi suất cạnh tranh và được điều chỉnh thường xuyên phù hợp với thị trường
- KH có thể gửi và rút tiền tại các điểm giao dịch trong hệ thống sacombank trên toàn quốc

2.2.1.6. Tiền gửi góp ngày

➤ Đặc tính sản phẩm





Sơ đồ 2.3: Sản phẩm tiền gửi góp ngày

- Số tiền nộp cố định mỗi ngày trong kì hạn gửi tiền; có thể nộp bù cho những ngày thiếu
- KH sử dụng dịch vụ sms banking miễn phí để theo dõi số dư tài khoản TGGN
- Thực hiện gửi rút liên chi nhánh
- KH nộp tiền bằng hình thức nộp trực tiếp tại quầy hoặc nộp thông qua CBNV thu tại địa điểm kinh doanh
- Tài khoản TGGN được phép tái tục
- KH có thể nộp tiền tại điểm giao dịch bất kì của sacombank

2.2.1.7. Tiết kiệm trung hạn đặc lợi

Là hình thức tiết kiệm có kỳ hạn 24, 36 tháng lãnh lãi hàng tháng, quý, năm. Tham gia sản phẩm KH được hưởng những tiện ích vượt trội về lãi suất tiền gửi và tiền vay khi KH vay cầm cố thẻ.

➤ Đặc điểm sản phẩm

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Loại tiền gửi	VND
Kỳ hạn gửi	24,36 tháng
Phương thức lãnh lãi	Hàng tháng, quý, năm
Lãi suất	Thả nổi, điều chỉnh 3 tháng/ lần, lãi suất sau mỗi lần điều chỉnh không thấp hơn lãi suất tại thời điểm mở thẻ
Tái tục	Không tái tục khi đến hạn

➤ Tiện ích sản phẩm:

- Lãi suất được thay đổi theo lãi suất thị trường và luôn luôn bằng hoặc cao hơn lãi suất tại thời điểm mở thẻ
- Ưu đãi lãi suất vay cầm cố thẻ tiết kiệm ở mức thấp nhất khi KH gửi tiền từ ½ kì hạn trở lên
- Linh hoạt phương thức lãnh lãi

2.2.1.8. Tiền gửi đa năng

➤ Đặc tính sản phẩm:

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Loại tiền gửi	VND, USD
Kỳ hạn gửi	1-36 tháng
Mức gửi	Tối thiểu 5 triệu VND hoặc 500 USD
Số tiền rút	Tối thiểu 1 triệu VND hoặc 100USD/lần
Lãi suất	Theo quy định hiện hành
Tái tục	Tự động tái tục khi đến hạn

- Rút vốn từng phần:
 - + Phần vốn gốc rút ra trước hạn sẽ được hưởng lãi suất tiền gửi không kì hạn dựa trên số tiền gốc đó
 - + Phần vốn gốc còn lại vẫn được tính theo lãi suất ghi trên Tiền gửi đa năng từ ngày gửi đến ngày đáo hạn
- Tắt toán khi chưa đến hạn:

+ KH được hưởng lãi suất tiền gửi không kì hạn trên số vốn còn lại theo số ngày thực tế

➤ Tiện ích sản phẩm:

- Linh hoạt sử dụng vốn, không hạn chế số lần rút vốn trong suốt kỳ hạn gửi
- Lãi suất hấp dẫn: phần gốc còn lại được hưởng lãi suất tiết kiệm có kì hạn cho toàn thời gian gửi tiền

- Rút vốn dễ dàng: thực hiện giao dịch rút vốn tại bất kì CN/PGD trên toàn quốc

2.2.1.9. Tiết kiệm phù đồng

➤ Đặc điểm sản phẩm

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Loại tiền gửi	VND,USD
Chủ tài khoản	Cá nhân từ 0-15 tuổi
Kì hạn gửi	6 tháng và từ 1-15 năm
Lãi suất	Được điều chỉnh theo quy định của STB trong từng thời kì
Tái tục	Kì hạn 6 tháng và 1-5 năm: tự động tái tục Kì hạn 6-15 năm: không tự tái tục
PT lãnh lãi	Lãnh lãi cuối kì

➤ Tiện ích sản phẩm:

- Linh hoạt ngày gửi và số ngày gửi tiền
- Dễ dàng nộp tiền tại quầy/ internet banking
- Chủ động rút vốn trước hạn bất kì lúc nào, có thể tất toán liên chi nhánh
- Đón nhận ưu đãi giảm giá từ các đối tác liên kết

2.2.1.10. Tài khoản tuần năng động

➤ Đặc điểm sản phẩm

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Loại tiền gửi	VND, USD
Kì hạn gửi	1,2,3 tuần
Mức gửi	Tối thiểu 20 triệu VND hoặc 1000 USD
Lãi suất	Theo khung lãi suất huy động hiện hành
Rút trước hạn	Hưởng lãi suất tiết kiệm không kì hạn theo quy định hiện hành

2.2.1.11. Tiền gửi tương lai

➤ Đặc tính sản phẩm

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Đối tượng	Cá nhân, có TK tiền gửi thanh toán tại sacombank
Loại tiền	VND
Kỳ hạn	1-5 năm
Số tiền gửi	Tối thiểu 100,000/ 300,000/ 600,000 VND
Lãi suất	Không thay đổi trong suốt thời gian gửi
Tái tục	Đến hạn vốn và lãi được chuyển vào TK tiền gửi thanh toán

➤ Tiện ích sản phẩm;

- Đáp ứng nhu cầu tích lũy số tiền nhỏ để có được số tiền lớn trong tương lai.
- Sau khi mở tài khoản, KH không cần đến ngân hàng để giao dịch và có thể thông qua các kênh khác như IB, Mplus, thẻ...
- Cho phép bỏ qua kỳ đóng tiền nếu KH không đóng
- Tự động tất toán khi đến hạn và chuyển vốn sang TK tiền gửi thanh toán, KH có thể rút tại quầy giao dịch hoặc ATM
- Thuận tiện quản lý tra cứu bằng Internet banking

2.2.1.12. Tiết kiệm PLUS

Là loại hình huy động với kỳ hạn duy nhất là 12 tháng lãnh lãi hàng tháng hoặc cuối kỳ. Tham gia sản phẩm KH được hưởng lãi suất tiền gửi cao, cạnh tranh và lãi suất cầm cố ưu đãi

➤ Đặc điểm sản phẩm:

Chỉ tiêu	Đặc điểm sản phẩm
Loại tiền gửi	VND
Kỳ hạn gửi	12 tháng
Mức gửi	Tối thiểu 100 triệu VND
Lãi suất và lãi thưởng	Theo thông báo của sacombank trong từng thời kỳ
Phương thức lãnh lãi	Hàng tháng, cuối kỳ
Tái tục	Không được tái tục khi đến hạn

➤ Tiện ích sản phẩm:

- Lãi suất huy động cao, cạnh tranh hơn lãi suất huy động sp thông thường
- KH duy trì tiền gửi đến cuối kì hạn sẽ được thêm lãi suất thưởng lên đến 2%/ năm
- Khi có nhu cầu vốn đột xuất, KH vay vằm có thể tiết kiệm với lãi suất cực kì ưu đãi

2.2.2. Các phương thức tìm kiếm tiền gửi

Bên cạnh những hình thức huy động vốn truyền thống, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín chi nhánh Hải Phòng đã xây dựng được chiến lược thị trường, thị phần, trong đó đưa ra nhiều giải pháp tích cực để huy động vốn, như giao chỉ tiêu cho từng cán bộ, nhân viên trong cơ quan, là một trong những chỉ tiêu quan trọng trong khoản lương. Tổ chức tiếp cận nhanh và phân tích thị trường vốn để đưa ra các hình thức huy động vốn thích hợp, nhiều tiện ích, phù hợp với nhiều đối tượng gửi tiền. Thường xuyên kiểm tra và bổ sung, làm phong phú thêm kho thông tin khách hàng

Chính sách Marketing: thông qua nhiều hình thức phong phú như tờ rơi, thực hiện tặng quà khuyến mại, rút thăm trúng thưởng và lãi suất linh hoạt. Cụ thể như trong 2 quý đầu năm 2014, chi nhánh đã chạy hàng loạt chương trình ưu đãi về tiền gửi như “Tiết kiệm phù đồng- tặng hộp bút xinh cho bé đến trường“, “Khai xuân đặc lộc- quay số trúng thưởng và bốc quà ngay“, “Tiết kiệm trung niên phúc lộc- tặng ngay thẻ bảo hiểm y tế toàn diện“... và hàng loạt các chương trình hấp

BẢNG 2.6: BẢNG THỂ HIỆN TÌNH HÌNH BIẾN CHUYỂN CỦA VỐN TIỀN GỬI QUA CÁC NĂM

Đvt: Triệu đồng

Năm		2011	2012	2013
Tổng VTG	Thực hiện	711,263	1,068,461	1,263,229
	Tỷ lệ %	-	50,22	18,23
Tổng VHD	Thực hiện	848,244	1,197,213	1,402,112

	Tỷ lệ %	-	41,14	17,11
	Tổng VTG	83,85	89,245	90,094
	Tổng VHD			

(Nguồn: số liệu tính toán tổng hợp qua các năm 2011-2013)

Nhìn vào bảng dẫn thu hút khác

Đào tạo cán bộ ngân hàng: trong quá trình hoạt động Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh Hải Phòng đã thường xuyên cử cán bộ đi học các lớp nghiệp vụ, nghiệp vụ ngân hàng cao cấp do ngân hàng tổ chức, tổ chức thi kiểm tra nghiệp vụ 1 năm 2 lần, để từ đó nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và nhất là trình độ ngoại ngữ.

Nâng cấp hệ thống công nghệ thông tin, Dịch vụ và Tiện ích: Đứng trước sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, và cùng với sự tiến bộ vượt bậc của lĩnh vực công nghệ thông tin, chi nhánh Hải phòng đã tiến hành lắp đặt mạng máy tính nội bộ (LAN) cho tất cả các phòng và nối mạng Internet, tạo thuận lợi trong trao đổi thông tin với các đơn vị khác. Ngoài ra, Chi nhánh đã cung cấp dịch vụ rút tiền tự động (dùng thẻ rút tiền qua hệ thống ATM), hơn thế nữa mạng lưới máy ATM còn được lắp đặt rộng rãi, lượng tiền nạp sẵn trong máy nhiều và thường xuyên được kiểm tra với chủ yếu là tiền chẵn và tiền đẹp, tiện lợi cho việc phục vụ nhu cầu tìm và rút tiền với số tiền lớn lập tức, do vậy đã thu hút được sự quan tâm rất lớn của không chỉ với khách hàng có thẻ Sacombank mà còn với khách hàng có thẻ tại các ngân hàng khác, giúp ngân hàng thực hiện thành công chính sách huy động vốn và nâng cao thương hiệu, hình ảnh Sacombank trong mắt khách hàng.

2.2.3. Quy mô huy động vốn tiền gửi và tốc độ tăng trưởng vốn tiền gửi

Quy mô vốn tiền gửi là chỉ tiêu quan trọng đầu tiên để đánh giá khả năng huy động vốn tiền gửi của Ngân hàng. Quy mô vốn tiền gửi càng lớn, càng thể hiện Chi nhánh vừa có uy tín cao và hoạt động hiệu quả, vừa đảm bảo huy động đủ nguồn vốn cho công tác sử dụng vốn, vừa đảm bảo cho hoạt động của ngân hàng được thông suốt và đạt hiệu quả cao thông qua các chính sách thu hút vốn tiền gửi hợp lý cùng với sự nỗ lực không ngừng đã thu hút được một lượng lớn nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế và dân cư, trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay

gắt giữa các NHTM khác. Nhận thức được điều này Sacombank chi nhánh Hải Phòng nỗ lực tập trung và coi đây là nhiệm vụ trọng tâm của toàn chi nhánh nên trong giai đoạn 2011-2013 hoạt động huy động vốn tiền gửi đã có nhiều chuyển biến rõ nét.

trên ta thấy: qua 3 năm số lượng vốn tiền gửi của Chi nhánh tăng trưởng không ngừng với tỷ lệ tăng đáng kể trung bình vào khoảng trên 34%. Tính đến 31/12/2012 thì tổng nguồn vốn huy động tiền gửi đạt 1,068,461 triệu đồng cao hơn cùng kỳ năm trước chỉ đạt 711,263 triệu đồng. Năm 2013 vốn tiền gửi tiếp tục tăng trưởng đạt 1,263,229 triệu đồng tăng 18,23% so với năm 2012. Như vậy tỷ lệ tăng trưởng vốn tiền gửi năm 2013 thấp hơn năm 2012. Nguyên nhân là do năm 2013 là năm thứ 6, kinh tế Việt Nam rơi vào trì trệ, tăng trưởng dưới mức tiềm năng. Theo giới chuyên gia, 2013 cũng là bước tiếp nối của giai đoạn Việt Nam đối mặt với bất ổn kinh tế vĩ mô kéo dài nhất kể từ thập niên 1990, đồng thời Việt Nam 2013 được xem là chạm “đáy” sau một giai đoạn “đổ đèo” của 3 năm vừa qua. Cộng với đó là, trong năm 2013 tình hình kinh tế thế giới còn diễn biến thất thường, có tác động bất lợi đối với những nền kinh tế có độ mở lớn như nền kinh tế Việt Nam. (Nguồn: cổng thông tin điện tử vietnamnet). Cùng với tình hình trên, Hải Phòng năm 2013 theo thống kê của Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam đã tụt xuống 10 bậc, đứng thứ 47, các điều kiện về môi trường đầu tư có sự thay đổi rõ rệt.

+ Chỉ tiêu tổng vốn tiền gửi trên tổng vốn huy động

Xét về con số tương đối tỷ lệ VTG/VHĐ còn nhiều biến động song xét về con số tuyệt đối thì có chiều hướng tăng về doanh số qua 3 năm trở lại đây. Chỉ tiêu này cho thấy năm 2011, năm 2012 và năm 2013 vốn tiền gửi chiếm tỷ lệ trên tổng vốn huy động lần lượt là: 83,85%; 89,245%; 90,094%. Năm 2012 và 2013 đạt tỷ lệ VTG trong vốn huy động không ngừng tăng là do ngoài việc nhận thức của khách hàng được nâng cao, về phía ngân hàng đã có sự nhạy bén trong điều chỉnh lãi suất, nâng cao dịch vụ chăm sóc khách hàng và liên tục đưa ra hàng loạt các chương trình mới và độc đáo thể hiện việc tuyên truyền vận động có chiều sâu hơn, việc tiếp thị khuyến mại đã dần được quan tâm đúng mức

Nhìn chung qua các năm, mặc dù thuận lợi thì ít, khó khăn thì nhiều song có được sự tăng trưởng về công tác huy động vốn tiền gửi nói trên chứng tỏ Sacombank chi nhánh Hải Phòng đã cố gắng, nỗ lực trong công tác huy động vốn

tiền gửi tại địa phương. Thành công trong công tác huy động vốn nói riêng cùng với rất nhiều những thành công khác đã thể hiện thu nhập và điều kiện kinh tế của người dân có nhiều cải thiện rõ rệt và khẳng định uy tín của Ngân hàng Sacombank, bởi sự gia tăng nguồn vốn tiền gửi thể hiện sự gia tăng lòng tin và sự quan tâm của các TCKT và dân cư đối với Ngân hàng. Ngân hàng đã thực hiện đồng bộ các giải pháp như giao khoán huy động vốn với khen thưởng cá nhân có thành tích xuất sắc trong công tác, áp dụng rộng rãi các hình thức huy động với mức lãi suất hợp lý theo quy định của NHNN.

2.2.4. Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi

2.2.4.1. Cơ cấu tiền gửi theo kì hạn

BẢNG 2.7: BẢNG CƠ CẤU TIỀN GỬI THEO KỲ HẠN GIAI ĐOẠN 2011-2013

Đvt: triệu đồng

Toàn chi nhánh	Năm 2011		Năm 2012		Năm 2013		So sánh 2011-2012		So sánh 2012-2013	
	Thực hiện	Tỷ trọng	Thực hiện	Tỷ trọng	Thực hiện	Tỷ trọng	Thực hiện	Tỷ lệ (%)	Thực hiện	Tỷ lệ (%)
Tiền gửi không kì hạn	244,745	34.4	178,620	16.7	157,952	12.504	(66,125)	(27.02)	(20,668)	(11.57)
Tiền gửi định kì theo ngày	19,169	2.7	73,708	6.9	106	0.004	54,539	284.52	(73,602)	(69435)
Tiền gửi định kì dưới 12 tháng	428,890	60.3	769,595	72.1	923,556	73.12	340,705	79.44	153,961	20
Tiền gửi định kì trên 12 tháng	18,459	2.6	46,538	4.3	181,615	14.372	28,079	152.12	135,077	290.25
Tổng tiền gửi huy động	711,263	100	1,068,461	100	1,263,229	100	357,198	50.22	194,768	18.23

(Nguồn: số liệu tính toán tổng hợp qua các năm 2011-2013)

Xét về tỷ cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo kì hạn ta thấy:

VTG phân theo kỳ hạn của Chi nhánh đều tăng lên về số lượng, nhưng chủ yếu là tăng loại tiền gửi ngắn hạn (dưới 12 tháng). Trong khi tiền gửi ngắn hạn qua các năm luôn chiếm chủ yếu trong tổng VTG thì tiền gửi KKH và trung và dài hạn chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ. Việc huy động tiền gửi ngắn hạn với tỷ trọng cao có thể giúp ngân hàng chủ động hơn trong việc kiểm soát rủi ro lãi suất trong ngắn hạn. Tuy nhiên, có thể làm gia tăng rủi ro thanh khoản của ngân hàng trong ngắn hạn bởi nguồn vốn ngắn hạn kém ổn định hơn so với nguồn vốn trung và dài hạn.

+ Tiền gửi không kì hạn: Đây là loại tiền gửi có số lượng và tỷ trọng thấp nhất trong cơ cấu tiền gửi theo kỳ hạn. Riêng về tiền gửi KKH tuy số tiền gửi còn thấp do loại hình tiền gửi này mang lại cho khách hàng lãi không cao nhưng trong điều kiện NHNN thực hiện chính sách thắt chặt tiền tệ nhằm hạn chế lạm phát và sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường ngân hàng thì đây là một kết quả đáng ghi nhận cho Chi nhánh. Tiền gửi không kì hạn năm 2011 là 244,745 triệu đồng (ứng với 34.4% trên tổng số vốn huy động), năm 2012 là 178,620 triệu đồng (ứng với 16,7%), giảm 66,125 triệu đồng (27.02%) so với năm 2011. Năm 2013 là 157,952 triệu đồng (ứng với 12,504%), giảm 20,668 triệu đồng (11.57%) so với năm 2012. Tiền gửi không kỳ hạn là nguồn vốn hình thành chủ yếu từ nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng của các TCKT và dân cư để đáp ứng nhu cầu thanh toán của họ, mà đối tượng có nhu cầu này nhiều nhất là các doanh nghiệp, còn dân cư của địa bàn thì hầu hết chưa có thói quen thanh toán không dùng tiền mặt, chủ yếu thanh toán tiền mặt tại chợ truyền thống và các cửa hàng. Mặt khác nguồn tiền gửi KKH là loại tiền huy động vốn với mức chi phí thấp, nhưng lại khó xác định về thời gian đáo hạn, vì vậy ngân hàng cần có các giải pháp để nâng cao huy động KKH và hợp lý thời gian đáo hạn của khoản tiền gửi này. Vì tiền gửi KKH chủ yếu là tiền gửi giao dịch của các TCKT nên việc thúc đẩy các mối quan hệ, triển khai các gói dịch vụ phù hợp với các doanh nghiệp, các tổ chức này trên địa bàn huyện là việc làm cần thiết, giúp chi nhánh huy động vốn đạt hiệu quả cao hơn.

+ Tiền gửi định kì theo ngày năm 2011 là 19,169 triệu đồng (2.7%), năm 2012 là 73,708 triệu đồng (6.9%), tăng 54,539 triệu đồng, gấp gần 3 lần so với năm 2011. Trong khi đó, năm 2013 chỉ đạt 106 triệu đồng (0.004%), giảm mạnh so với năm

2012. Tiền gửi định kì theo ngày là loại hình tiền gửi độc đáo chỉ có tại Sacombank, cho phép khách hàng có thể gửi tiết kiệm theo ngày. Tuy nhiên con số tăng không quá lớn trong năm 2012 và có điểm giảm trong năm 2013 cho thấy sản phẩm tiền gửi này vẫn chưa phải là lựa chọn tối ưu với khách hàng trong tình hình kinh tế khó khăn hiện nay

+ Tiền gửi định kì dưới 12 tháng: Khác với tiền gửi KKH thì tiền gửi ngắn hạn có số lượng và tỷ trọng có xu hướng tăng. Năm 2011 là 428,890 triệu đồng (60.3%), năm 2012 đạt 769,595 triệu đồng (72.1%), tăng 340,705 triệu đồng (79.44%) so với năm 2011; trong khi năm 2013 lên tới 923,556 triệu đồng (73.12%). Như vậy nguồn tiền gửi ngắn hạn có mức tăng trưởng khá nhanh cả về số lượng lẫn tỷ trọng, năm sau cao hơn năm trước thể hiện uy tín của ngân hàng với người dân được nâng lên rõ rệt, ngân hàng đã cung cấp các sản phẩm phù hợp với khách hàng, gây được cảm tình và niềm tin cho khách hàng. Nhưng một hạn chế của nguồn tiền gửi ngắn hạn là loại tiền này nhạy cảm với lãi suất, nó có mức biến động cao và không ổn định qua các năm. Đây là loại tiền gửi quan trọng với ngân hàng, cần được chú trọng. Để nâng cao lượng tiền gửi này, ngân hàng cần tập trung vào thực hiện đa dạng hóa kỳ hạn tiền gửi và các hình thức trả lãi phong phú tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng khi gửi tiền.

+ Tiền gửi định kì trên 12 tháng: Đây là loại tiền gửi có quy mô cũng như cơ cấu nhỏ và đang có xu hướng tăng về doanh số. Tuy ngân hàng đã cố gắng trong việc nâng cao hình thức huy động nhưng lượng tiền gửi này vẫn còn khá khiêm tốn. Một phần nguyên nhân do tâm lý khách hàng không muốn gửi tiền trung và dài hạn vì họ sợ có nhu cầu rút vốn trước hạn. Bên cạnh đó, họ ngại gửi tiền dài hạn vì không thể dự đoán trước sự biến động của lãi suất nên tiền gửi trung và dài hạn chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ. Năm 2011 là 18,459 triệu đồng (2.6%), năm 2012 là 46,538 triệu đồng (4,3%), tới năm 2013 đạt đến 181,615 triệu đồng (14.372%), tăng gấp 1,5 lần so với năm 2012. Có sự tăng lên đột ngột này một phần là do năm 2012 là một năm đặc biệt khó khăn trong kinh doanh và đầu tư, phần lớn các công ty gặp khó khăn trong sản xuất kinh doanh và hàng loạt các xưởng sản xuất phải đóng cửa. Do đó có thể hiểu được phần nào lý do khách hàng lại có phần rút rè khi không dám mạnh tay dùng vốn đầu tư mà lại chọn gửi trung và dài hạn để hi vọng nền kinh tế

sớm có thể phát triển trở lại. Cũng vì lí do đó, vốn dài hạn chiếm tỷ trọng nhỏ khiến cho ngân hàng khó có khả năng chuyển dịch cơ cấu dư nợ theo thời hạn.

Tóm lại: Bằng việc phân tích ở trên, ta thấy:

- Trái ngược với tiền gửi KKH thì nguồn VTG ngắn hạn đã tăng mạnh trong các năm, đáp ứng được nhu cầu về vốn trong kinh doanh của ngân hàng. Nguồn tiền gửi có kỳ hạn của dân chúng có mức tăng trưởng ổn định và đây là nguồn chủ yếu mà chi nhánh thực hiện cho vay và đầu tư. Với nguồn huy động này thì việc chi trả lãi suất tương đối cao nhưng lại đem đến cho ngân hàng nhiều cơ hội đầu tư sinh lời, chủ động trong hoạt động kinh doanh, đặc biệt là những dự án lớn thời gian hoàn vốn tương đối lâu. Thêm vào đó, với nguồn huy động ngắn hạn, với tính chất không ổn định, ngân hàng phải lập một khoản dự trữ thanh khoản cao dự phòng khách hàng rút tiền.

- Nguồn tiền gửi trung và dài hạn cũng chỉ đáp ứng được phần nào nhu cầu sử dụng của chi nhánh vẫn phải vay từ NH cấp trên để đáp ứng nhu cầu cho vay trung dài hạn. Ngân hàng có thể có lợi về mặt chi phí huy động vì tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với tiền gửi trung dài hạn thấp hơn so với tiền gửi ngắn hạn và việc duy trì loại hình tiền gửi này thu hút được nhiều khách hàng tham gia vì tính linh hoạt của nó.

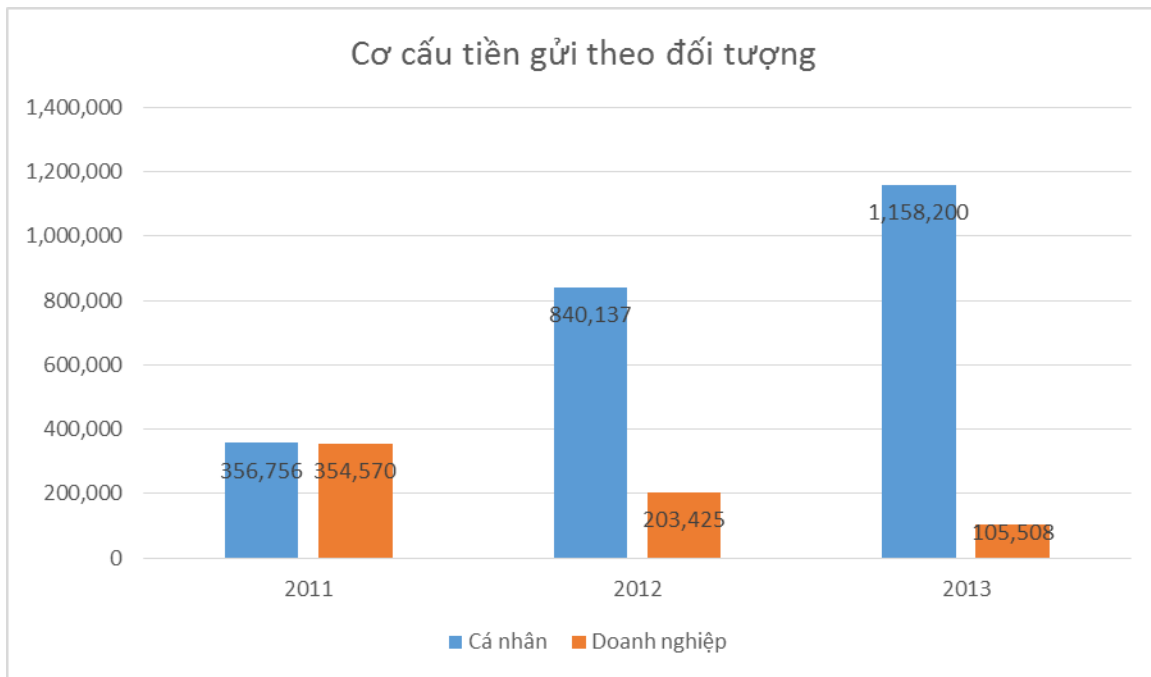
2.2.4.2. Cơ cấu tiền gửi theo đối tượng khách hàng

BẢNG 2.8: CƠ CẤU TIỀN GỬI THEO ĐỐI TƯỢNG KHÁCH HÀNG

ĐVT: Triệu đồng

Toàn chi nhánh	Năm 2011		Năm 2012		Năm 2013	
	Số dư	Tỷ trọng (%)	Số dư	Tỷ trọng (%)	Số dư	Tỷ trọng (%)
Khối cá nhân	356,756	50,16	840,137	78,63	1,158,200	91,68
Khối doanh nghiệp	354,570	49,84	203,425	21,37	105,508	8,32
Tổng vốn TG	711,263	100	1068,461	100	1263,229	100

(Nguồn: số liệu tính toán tổng hợp qua các năm 2011-2013)



Sơ đồ 2.4: cơ cấu tiền gửi theo đối tượng qua các năm 2011 - 2013

Quan sát bảng và biểu đồ ta thấy là:

+ Tỷ lệ tiền gửi dân cư vẫn là lớn nhất trong tổng vốn tiền gửi của ngân hàng Sacombank chi nhánh Hải Phòng. Tiền gửi của cá nhân tăng dần qua các năm, năm 2011 đạt 356,756 triệu đồng (50,16%), đến năm 2012 tăng lên 840,137 triệu đồng (78,63%) và năm 2013 tiếp tục tăng lên 1,158,200 triệu đồng (91,68%) . Trong nguồn vốn tiền gửi từ dân cư của NH thì lượng tiền gửi giao dịch thường chiếm tỷ lệ thấp, chủ yếu là huy động thông qua phát hành thẻ ATM cho các cá nhân có nhu cầu thanh toán không dùng tiền mặt hoặc gửi vào tài khoản một số tiền nhỏ rồi rút dần cho chi tiêu và thông qua việc mở tài khoản tiền gửi ngoại tệ để nhận tiền từ nước ngoài gửi về. Chiếm tỷ trọng lớn trong nguồn vốn tiền gửi từ dân cư thường là TGTK. Vì tính ổn định của nguồn tiền này rất cao nên trong những năm qua, NH đã liên tục đưa ra các chính sách gia tăng lãi suất TGTK và các sản phẩm tiền gửi tiết kiệm dưới nhiều hình thức phong phú nhằm khuyến khích dân cư gửi tiền vào NH.

+ Trong khi đó thì tỷ trọng tiền gửi của khối doanh nghiệp lại có xu hướng giảm, năm 2012 giảm từ 49.84% xuống còn 21.37%, năm 2013 tiếp tục giảm còn 8.32% có sự suy giảm mạnh mẽ và liên tục này là do nền kinh tế những năm gần đây đang bất ổn, kinh tế khó khăn khiến cho hàng loạt doanh nghiệp rơi vào tình trạng sản xuất bị đình trệ và lâm vào phá sản. Điều này có thể giải thích được từ những nguyên nhân khách quan của nền kinh tế nói chung: hoạt động SXKD đình trệ, thị trường bất động sản đóng băng, thị trường chứng khoán tụt dốc, sự biến động của lãi suất, tỷ giá ngoại tệ... dẫn đến những khó khăn chung cho hoạt động SXKD của các doanh nghiệp và ngân hàng, dẫn đến nhu cầu gửi vốn của các doanh nghiệp này và khả năng huy động vốn của ngân hàng đều giảm sút. Điều này đã khiến cho Ngân hàng mất đi một lượng lớn khách hàng tiềm năng khối Doanh nghiệp.

Nhìn chung, quy mô vốn tiền gửi từ TCKT và tiền gửi từ dân cư tăng dần qua các năm. Trong cơ cấu vốn tiền gửi, tiền gửi dân cư luôn giữ tỷ trọng chủ yếu và cơ cấu này mang tính ổn định qua các năm. Cơ cấu này là hợp lý bởi đối tượng khách hàng cá nhân là đối tượng có nhu cầu tiết kiệm cao bên cạnh những nhu cầu khác như nhu cầu thanh toán, tiện ích dịch vụ và tính an toàn đồng vốn. Đồng thời, kênh gửi tiền vào NHTM là một trong những kênh đầu tư hiệu quả của đối tượng này. Trong khi đó, đối tượng khách hàng doanh nghiệp lại quan tâm đến những cơ hội đầu tư bên ngoài và tập trung vốn cho SXKD hơn là gửi tiền vào ngân hàng để hưởng lãi, mục đích thường xuyên của họ khi gửi vốn vào ngân hàng là để phục vụ nhu cầu thanh toán và sử dụng các tiện ích khác. Tuy nhiên xét về phía ngân hàng, việc gia tăng tiền gửi của của khách hàng doanh nghiệp và các TCTD về cả quy mô lẫn tỷ trọng đem lại lợi ích lớn, bởi tiền gửi loại này thường có số lượng lớn xét trên từng món tiền gửi, trong khi tiền gửi dân cư xét trên từng món tiền gửi thường thấp hơn nên mặc dù tổng tiền gửi loại này cao hơn tổng tiền gửi của TCKT nhưng ngân hàng phải quản lý một lượng tài khoản lớn hơn rất nhiều so với số lượng tài khoản tiền gửi của TCKT. Điều này làm cho ngân hàng tốn nhiều chi phí quản lý và theo dõi tài khoản hơn cũng như gia tăng các chi phí phát sinh kèm theo.

2.2.4.3. Cơ cấu tiền gửi theo loại tiền tệ

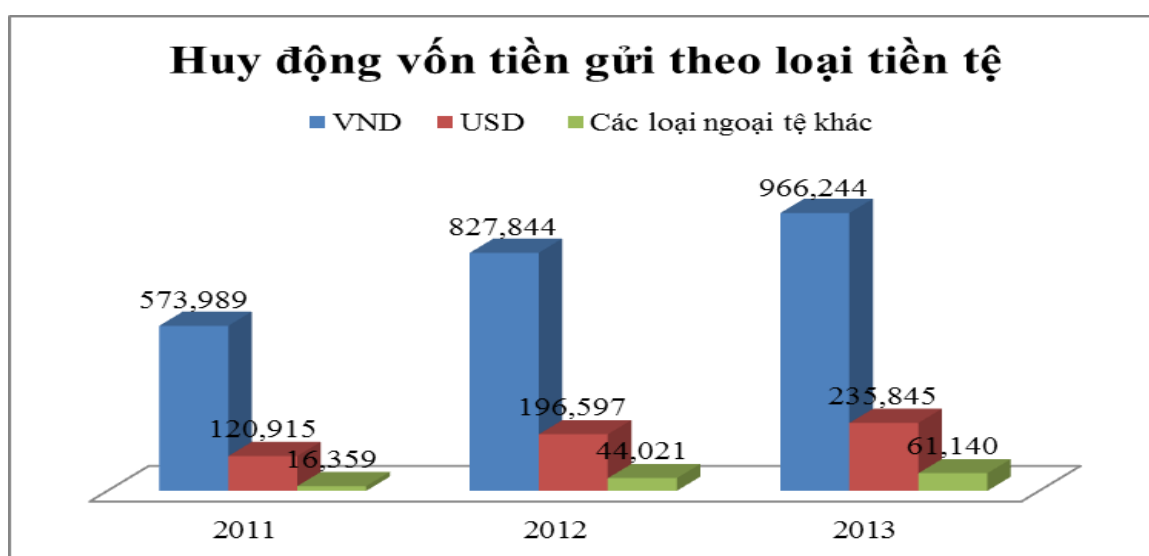
- Bên cạnh cách chia tiền gửi theo đối tượng khách hàng và kì hạn gửi, chúng ta còn có thể xem xét tiền gửi theo loại tiền tệ được gửi vào ngân hàng. Tại Việt Nam xu hướng lớn nhất vẫn là gửi tiền bằng đồng tiền của Việt Nam, Dollar Mỹ cũng chiếm một tỷ trọng đáng kể (gần 20%) trong khi đó các loại tiền tệ khác như SGD, THB, JPY... chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ tầm 4%. Chúng ta có thể thấy rõ điều này qua số liệu cơ cấu tiền gửi theo loại tiền tệ tại Sacombank Hải Phòng từ năm 2011-2013:

BẢNG 2.8: HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI THEO LOẠI TIỀN TỆ

ĐVT: Triệu đồng

	Tổng huy động	VND	USD	Các loại ngoại tệ khác
2011	711,263	573,989	120,915	16,359
2012	1,068,461	827,844	196,597	44,021
2013	1,263,229	966,244	235,845	61,140

(Nguồn: số liệu tính toán tổng hợp qua các năm 2011 – 2013)

**Sơ đồ 2.5: huy động vốn tiền gửi theo loại tiền tệ qua các năm 2011 -2013**

Chúng ta có thể thấy rằng cùng với xu hướng tăng của lượng tiền gửi ở Sacombank Hải Phòng lượng tiền gửi bằng Việt nam Đồng cũng có xu hướng tăng (573,989 triệu năm 2011 lên 966,244 triệu năm 2013). Tuy tăng về lượng nhưng tỷ trọng tiền gửi tại chi nhánh bằng Việt nam Đồng lại có xu hướng giảm nhẹ (80.7% năm 2011 xuống còn 76.5% năm 2013). Xu hướng này có thể do việc nền kinh tế vẫn trong khủng hoảng chưa có nhiều dấu hiệu hồi phục, cùng với tỷ lệ lạm phát khá cao. Người dân chuyển sang gửi nhưng loại tiền tệ khác (USD, SGD, JPY...) nhưng loại tiền tệ có sự ổn định ít chịu ảnh hưởng của lạm phát tại Việt Nam dù nhưng loại ngoại tệ này có lãi suất thấp hơn nhiều so với gửi Việt Nam Đồng (Lãi suất gửi USD, EUR chỉ khoảng 1%/ năm sơ với 10%/năm nếu gửi bằng Việt Nam Đồng). Trên bảng cơ cấu tiền gửi chi nhanh theo loại tiền tệ ta có thể thấy rõ ràng điều này. Lượng tiền gửi bằng USD tăng 120,915 triệu (tương đương 17%) năm 2011 lên tới 196,597 triệu (tương đương 18.67%) năm 2013. Tiền gửi bằng các loại ngoại tệ khác cũng tăng nhẹ từ 16,359 triệu năm 2011 lên 61,140 triệu năm 2013.

- Theo biểu đồ trên chúng ta có thể nhận thấy: tuy có sự giảm nhẹ trong lượng tiền gửi bằng Việt nam Đồng nhưng lượng tiền gửi bằng Việt Nam Đồng vẫn chiếm lượng lớn áp đảo so với các loại tiền tệ khác (trên dưới 80% từ 2011 đến 2013). Có thể thấy rằng dù lạm phát cao và tính ổn định không bằng các đồng tiền ngoại tệ, nhưng người dân vẫn luôn kì vọng một mức lãi suất cao, do đó đồng tiền Việt nam vẫn luôn là lựa chọn hàng đầu của một số lượng lớn doanh nghiệp cũng như người dân khi họ gửi tiền vào ngân hàng.

- Qua phân tích phía trên chúng ta có thể kết luận rằng Việt nam Đồng vẫn là loại tiền tệ tiềm năng nhất mà chúng ta có thể khai thác để mở rộng huy động vốn tiền gửi. Nếu có những mức lãi suất hấp dẫn và những chương trình khuyến mại đánh vào tâm lý của người dân, các ngân hàng có thể thu hút thêm một lượng lớn đồng Việt nam từ rất nhiều những khách hàng tiềm năng đã đang hoặc đang xem xét việc gửi tiền vào ngân hàng.

2.2.5. Đánh giá về công tác mở rộng quy mô vốn tiền gửi tại ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn thương tín chi nhánh Hải Phòng

2.2.5.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân

Sacombank chi nhánh Hải Phòng đã bám sát sự chỉ đạo của NHNN, hội sở chính, các cấp ủy, chính quyền địa phương với phương châm chủ động, linh hoạt trong hoạt động kinh doanh. Do vậy kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh đạt nhiều kết quả khả quan. Thành tựu nổi bật nhất trong 3 năm gần đây của Chi nhánh là đã tạo lập được nguồn vốn huy động đặc biệt là hoạt động huy động VTG ngày càng tăng trưởng ổn định, nhằm phục vụ cho các mặt kinh doanh. Nguồn vốn tiền gửi này chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng nguồn vốn huy động của toàn chi nhánh được sử dụng để giải ngân cho các dự án đầu tư, cho vay sản xuất kinh doanh như là thỏa mãn mục tiêu đáp ứng nhu cầu vốn đầu tư phát triển và vốn kinh doanh của khách hàng và ngân hàng.

Một là: Quy mô vốn tiền gửi ngày càng tăng lên qua các năm với tốc độ tăng trưởng trong thời gian qua là khá cao, doanh số vốn huy động tiền gửi ngày càng tăng với năm sau cao hơn năm trước, chiếm tỷ trọng cao trong tổng vốn huy động của Chi nhánh. Với điều kiện kinh tế địa phương và nhận thức của dân chúng ngày càng được nâng cao đồng thời Chi nhánh có địa điểm giao dịch lý tưởng và ngày càng nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị cập nhật, tiện ích đa dạng nên đã gây được thiện cảm và sự tin tưởng của khách hàng. Tính đến 31/12/2012 vốn tiền gửi huy động đạt 1,068,461 triệu đồng tăng 357,198 triệu đồng so với cùng kỳ năm trước, sang năm 2013 tiếp tục đạt mức 1,263,229 triệu đồng tăng 194,768 triệu đồng hoàn thành 100% mục tiêu năm đề ra. Nguồn vốn tiền gửi này tăng trưởng và có vị trí quan trọng trong tổng tài sản nợ của Chi nhánh.

Nguyên nhân là: Nhờ chú trọng quan hệ với khách hàng, xây dựng được lòng tin nơi công chúng. Trong thời gian qua, Chi nhánh đã thiết lập được danh mục những khách hàng truyền thống đồng thời tìm kiếm những khách hàng tiềm năng, cung cấp cho họ những sản phẩm phù hợp với từng đối tượng khách hàng (nghề nghiệp, thu nhập, tuổi tác...).

Hai là: Trong công tác xây dựng và thực hiện chính sách huy động vốn, Chi nhánh đã theo dõi, cập nhật mọi thông tin biến động trên thị trường để điều chỉnh

kịp thời lãi suất huy động đáp ứng được yêu cầu cạnh tranh. Các hình thức TGTK ngày càng phong phú, đa dạng cả về thời gian, lãi suất và loại tiền từ đó thu hút được nguồn tiền nhàn rỗi từ dân cư. Bên cạnh đó, công nghệ ngân hàng ngày càng tiên tiến, hiện đại với độ chính xác cao nên đã rút ngắn thời gian giao dịch, khai thác được nguồn vốn tiền gửi cả về nội tệ và ngoại tệ, không kỳ hạn và có kỳ hạn. Điển hình như việc Sacombank chi nhánh Hải Phòng đã tạo điều kiện thuận lợi cho các đơn vị, cá nhân nhanh chóng hoàn tất thủ tục mở tài khoản, chuyển tiền gửi vào ngân hàng. Chính vì vậy, mà nguồn vốn huy động từ dân cư và các TCKT thông qua việc gửi tiền qua ngân hàng ngày càng tăng lên, tạo lợi thế cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng

Nguyên nhân là: do những chủ trương đường lối chỉ đạo của hội sở chính luôn quan tâm, cung cấp các loại hình sản phẩm dịch vụ tiên tiến. Các mảng hoạt động dịch vụ, phát triển nền tảng khách hàng, phát triển hệ thống công nghệ thông tin, hoạt động quản lý rủi ro cũng như quan hệ với các đối tác chiến lược... Thêm nữa Ngân hàng Sacombank là một trong những ngân hàng bán lẻ hàng đầu và có uy tín nhất hiện nay nên đã có bước tiến góp phần khẳng định vị thế và nâng cao thương hiệu của Sacombank trên địa bàn

Ba là: Thái độ và phong cách phục vụ khách hàng của đội ngũ cán bộ nhân viên đã có những đổi mới, tiến bộ nâng cao chuyên môn nghiệp vụ phù hợp dần với cơ chế thị trường. Những nhược điểm trong thời kỳ bao cấp dần được khắc phục, ngày nay tác phong giao dịch đã có nhiều thay đổi, thái độ văn minh, lịch sự, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng. Chính những sự làm mới đó đã gây được sự mến mộ, tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng.

Nguyên nhân là: Ban lãnh đạo thường xuyên quan tâm thích đáng đến hoạt động huy động vốn, tặng thưởng mỗi cá nhân có thành tích làm việc nên đã khuyến khích, tạo ra không khí làm việc phấn khởi, hăng hái trong mỗi cán bộ công nhân viên nói chung và cán bộ công nhân viên làm công tác huy động vốn nói riêng.

Bốn là: công tác chỉ đạo điều hành của Ban giám đốc và các phòng Ban luôn xác định nghiệp vụ huy động vốn là nghiệp vụ quan trọng đảm bảo cho sự hoạt động kinh doanh của Chi nhánh được ổn định, nó quyết định đến uy tín và hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh nên đã có nhiều giải pháp hữu hiệu, sáng tạo phù hợp

với tình hình thực tế, phân công nhiệm vụ rõ ràng, cụ thể đối với từng cấp lãnh đạo đến từng bộ phận nghiệp vụ và đến từng cá nhân là cán bộ công nhân viên chi nhánh. Từ nhận thức đó, tác phong giao dịch của mỗi cán bộ trong bộ phận này dần dần đã được nâng lên, đáp ứng được yêu cầu nghề nghiệp.

Nguyên nhân là: do năng lực chỉ đạo nhất quán của Ban lãnh đạo cùng Trưởng các phòng ban phổ biến tính chất công việc và trách nhiệm tới từng cán bộ nhân viên nhằm giúp Chi nhánh phát triển theo định hướng đúng đắn.

2.2.5.2. Những mặt còn hạn chế và nguyên nhân

Một là: Tính chủ động trong công tác huy động nguồn vốn tiền gửi và cơ cấu huy động vốn tiền gửi và cho vay chưa hợp lý.

Nguyên nhân là: Việc huy động vốn của ngân hàng được thực hiện tại quầy, hoặc huy động vốn qua điện thoại đối với các khách hàng đã từng giao dịch. Điều này khiến Chi nhánh bỏ lỡ những cơ hội trong việc tìm kiếm khách hàng mới mà đôi khi giải pháp giao khoán đối với các cán bộ huy động có thể gây áp lực cho họ. Chi nhánh cần mở thêm bộ phận phát triển thị trường để bộ phận này ngoài việc tìm kiếm khách hàng mới còn tư vấn cho họ các tiện ích nhằm huy động tối đa nguồn tiền nhàn rỗi từ các khách hàng này.

Hai là: Chính sách, biện pháp, hình thức huy động vốn tiền gửi chủ yếu vẫn là tiết kiệm dân cư, các hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi ký quỹ tuy đã được cải tiến, đổi mới nhưng doanh số và tỷ trọng còn thấp.

Nguyên nhân là: do các loại hình tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi ký quỹ chưa thực sự linh hoạt đã làm tăng chi phí huy động vốn tiền gửi, chưa thực sự phù hợp với tình hình thực tế trong cơ chế thị trường cho nên chưa khai thác được tối đa nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư, nhất là nguồn vốn trung và dài hạn, nhiều người dân vẫn đi tìm những lĩnh vực đầu tư khai thác có lợi nhuận cao hơn

Ba là: Nguồn vốn tiền gửi trung dài hạn huy động được tuy có tăng trưởng về doanh số nhưng vẫn đạt tỷ trọng thấp trong giai đoạn năm 2011 – 2013.

Nguyên nhân là: do lãi suất huy động nguồn vốn này kém hấp dẫn (thường thấp hơn) hơn lãi suất dành cho các khoản tiền gửi có thời hạn ngắn nên khách

hàng thường ít người khi lựa chọn gửi tiền. Mặt khác, thời gian đáo hạn tương đối dài cũng là điểm hạn chế đáng kể trong loại hình này

Bôn là: Chất lượng nguồn nhân lực. Đội ngũ cán bộ vững về chuyên môn, thành thạo về nghiệp vụ nhưng chưa chuẩn hóa trong phong cách phục vụ. Một vài cán bộ còn làm việc theo kiểu “đúng trách nhiệm” nhưng lại thiếu sự quan tâm, dành tình cảm, thiếu sự thân thiện đối với khách hàng. Khách hàng giao dịch thành công nhưng không cảm thấy hài lòng vì được phục vụ bởi một số cán bộ giao dịch khá lạnh lùng. Đây là một thực tế không riêng gì ở Chi nhánh Hải Phòng mà còn ở rất nhiều các Chi nhánh, Ngân hàng khác trong cả nước.

Nguyên nhân là: do công tác đào tạo và tuyển dụng cán bộ chưa được quan tâm đúng mức. Công tác tuyển dụng của Sacombank khá chú trọng về trình độ học vấn nhưng lại chưa quá chú trọng về các kỹ năng mềm của ứng viên. Cán bộ mới được tuyển dụng vào ngân hàng chỉ được đào tạo bởi các cán bộ cũ thông qua quá trình quan sát công việc của các cán bộ đã làm việc lâu năm. Điều này dẫn đến việc học nghiệp vụ của nhân viên tập sự không được liên tục, thông suốt và không mang tính khoa học. Vấn đề đạo đức nghề nghiệp và kỹ năng giao tiếp chưa được ban lãnh đạo chú trọng truyền đạt và đào tạo cho cán bộ.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP MỞ RỘNG QUY MÔ VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

3.1. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh chung của Sacombank chi nhánh Hải Phòng

3.1.1. Định hướng phát triển trong ngắn hạn

Đẩy mạnh toàn diện các mặt hoạt động của Chi nhánh, tăng trưởng tín dụng và huy động vốn hợp lý, tiếp tục phát huy các hoạt động vốn là thế mạnh của Ngân hàng, phản ứng linh hoạt với thị trường, cung cấp các sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu của khách hàng và tăng hiệu quả hoạt động huy động vốn, cho vay. Thực hiện mạnh mẽ hơn các chính sách động viên vật chất tinh thần, tạo ra động lực khuyến khích cho cán bộ nhân viên trong việc phấn đấu hoàn thành chỉ tiêu kế hoạch được giao của cả Chi nhánh thông qua việc cải tiến chế độ lương, thưởng, phúc lợi... Chú trọng phát triển nguồn nhân lực, thực hiện công tác tuyển dụng và đào tạo có chất lượng, hiệu quả.

3.1.2. Định hướng phát triển trung và dài hạn

Phát triển Chi nhánh từng bước trở thành Chi nhánh ngân hàng tiên tiến, hiện đại, hoạt động trên các lĩnh vực: phát triển đa dạng các dịch vụ ngân hàng; ngân hàng đầu tư và các hoạt động tài chính tiền tệ khác... trên cơ sở ứng dụng nền tảng công nghệ ngân hàng hiện đại, áp dụng các chuẩn mực Sacombank đối với việc quản trị ngân hàng, đặc biệt là quản trị rủi ro. Trong đó, hoạt động ngân hàng phục vụ phục vụ dân cư là vốn đã là cốt lõi song cần đẩy mạnh tới mối quan hệ với các doanh nghiệp trên địa bàn. Có ý kiến đề xuất với hội sở chính về mở rộng mạng lưới hoạt động của Chi nhánh bằng việc thành lập thêm các phòng giao dịch tại địa phương.

Tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách, công tác quản trị điều hành, nâng cao chất lượng hoạt động của toàn Chi nhánh, cơ cấu lại mô hình tổ chức, đồng thời nâng cao chất lượng công tác đào tạo và bồi dưỡng cán bộ để nhanh chóng đào tạo nhân sự có chất lượng đáp ứng nhu cầu phát triển của Chi nhánh.

3.1.3. Kế hoạch trong tương lai

Chi nhánh đưa ra định hướng phát triển trong thời gian tới sẽ có những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao năng lực, mở rộng hoạt động kinh doanh, bám sát phương hướng mục tiêu phát triển của toàn ngành, phấn đấu đạt các mục tiêu kế hoạch được giao, đảm bảo nâng cao đời sống người lao động, thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ với nhà nước, góp phần vào thành công chung của chi nhánh và của toàn hệ thống. Thực hiện và đạt mục tiêu dựa trên nền tảng cốt lõi (tam giác chiến lược): năng lực tài chính - nhân sự - công nghệ.

3.2. Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tiền gửi của Sacombank chi nhánh Hải Phòng

Định hướng phát triển nguồn VTG của Sacombank chi nhánh Hải Phòng trong thời gian tới tiếp tục hoàn thiện các biện pháp khơi tăng nguồn vốn. Trong đó nguồn vốn trong nước là quyết định, nguồn vốn từ bên ngoài là quan trọng. Do đó, ngân hàng đưa ra định hướng huy động VTG trong nước bằng cách:

- Tiếp tục triển khai việc mở tài khoản cá nhân vì theo các chuyên gia, nguồn vốn có thể khai thác được trong dân cư còn rất lớn. Do đó, việc phát triển tiền gửi cá nhân không những làm tăng khả năng thu được nguồn vốn nhàn rỗi của dân cư mà còn tạo điều kiện để thanh toán không dùng tiền mặt, áp dụng các công cụ thanh toán hiện đại. Nhưng do tập quán của người dân vẫn thích sử dụng tiền mặt cho nên Chi nhánh cần có biện pháp khuyến khích mọi người dân mở tài khoản, tạo thói quen sử dụng dịch vụ ngân hàng trong hoạt động giao dịch.

- Tiếp tục phát triển mối quan hệ chặt chẽ với các đơn vị, tổ chức cá nhân là khách hàng truyền thống, đồng thời mở rộng quan hệ khách hàng mới nhằm huy động nguồn vốn nhàn rỗi từ những khách hàng này.

- Nắm bắt thị trường, để từ đó theo dõi sát sao những biến động có thể ảnh hưởng đến Chi nhánh, đặc biệt là sự thay đổi của lãi suất trong cơ chế lãi suất của NHNo& PTNT Việt Nam, vừa đáp ứng được yêu cầu cạnh tranh huy động vốn vừa bảo đảm yêu cầu hạch toán kinh doanh. Nghiên cứu và theo dõi sự biến động của cung cầu vốn, để có sự điều chỉnh phù hợp chính sách huy động vốn, nhất là chính sách huy động vốn ngoại tệ trung dài hạn theo lãi suất thả nổi của thị trường (lấy lãi suất 12 tháng làm gốc hoặc trả lãi theo năm để lấy nguồn vốn đầu tư cho dài hạn), tài trợ và đồng tài trợ của Chi nhánh và NHNo&PTNT Việt Nam.

- Tiếp tục nâng cấp và trang bị hiện có thêm các trang thiết bị phục vụ cho hoạt động thanh toán liên ngân hàng sao cho đúng với vị thế là ngân hàng đầu mối thanh toán.

- Có một chiến lược khách hàng đúng đắn: thu hút khách hàng mới, duy trì mối quan hệ với khách hàng cũ, giữ vững thị trường nông nghiệp, nông thôn. Thắt chặt mối quan hệ giữa khách hàng với ngân hàng, cần có những chính sách ưu đãi đối với những khách hàng lớn.

- Áp dụng rộng rãi mọi hình thức để huy động tiền gửi trong dân cư. Nâng cao một bước về chất lượng hoạt động trong điều kiện mới, tình hình mới, đảm bảo chắc chắn về khả năng thanh toán.

- Tiếp tục nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, chất lượng dịch vụ mà ngân hàng cung cấp. Mở thêm một số loại dịch vụ mới như: tư vấn đầu tư, tư vấn tài chính, tư vấn về pháp luật...

- Tiến hành đào tạo đội ngũ cán bộ nhằm nâng cao trình độ năng lực đáp ứng được yêu cầu của nhiệm vụ đặt ra để theo kịp với các nước trên thế giới.

3.3. Các giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng

3.3.1. Nâng cao tính chủ động trong công tác huy động vốn tiền gửi để phát triển nguồn vốn

- *Lý do chọn giải pháp:* do việc thiếu linh hoạt trong công tác huy động vốn tiền gửi sẽ khiến cho Chi nhánh bỏ lỡ những cơ hội rất lớn trong việc tìm kiếm khách hàng. Về phía khách hàng, nếu được ngân hàng chủ động đặt mối quan hệ, họ sẽ đỡ mất thời gian tự tìm đến ngân hàng cũng như việc phải suy nghĩ lựa chọn ngân hàng thích hợp, bản thân họ cũng cảm thấy hài lòng vì được ngân hàng coi trọng.

- *Cách thức thực hiện:* yêu cầu bức thiết đặt ra là cần thành lập bộ phận quan hệ khách hàng doanh nghiệp và cá nhân ở tại chi nhánh. Nhiệm vụ của bộ phận này là chủ động tìm kiếm khách hàng, tạo mối quan hệ với khách hàng nhằm huy động ngày càng nhiều vốn tiền gửi cũng như bán được ngày càng nhiều các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Cơ chế lương, thưởng của bộ phận này được xét trên doanh số công việc và sự phản hồi từ khách hàng. Điều này cũng góp phần làm tăng tính năng động của hoạt động ngân hàng, mang lại những ấn tượng tốt của khách hàng

về hoạt động ngân hàng. Tuy nhiên, công tác huy động vốn muốn thành công cần có sự nỗ lực, sự hỗ trợ của nhiều bộ phận:

+ Bộ phận giao dịch tại quầy: cần phát huy tính chủ động trong quá trình giao dịch, luôn hoàn thành tốt các yêu cầu từ phía khách hàng và bên cạnh đó cần chủ động giới thiệu, tư vấn các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi cần thiết. Đồng thời, cán bộ giao dịch viên cần phải am hiểu và thường xuyên được đào tạo về kỹ năng bán hàng và cung cấp sản phẩm dịch vụ.

+ Các bộ phận khác: có thể tham gia công tác này thông qua việc tận dụng các mối quan hệ sẵn có của mình. Việc duy trì một mối quan hệ tốt đẹp, bền vững và lâu dài với khách hàng sẽ giúp các cán bộ nhân viên tìm kiếm và phát triển mối quan hệ với các khách hàng mới thông qua sự giới thiệu của các khách hàng cũ. Để phát huy lợi thế này Chi nhánh cần có cơ chế động viên khen thưởng phù hợp đối với các cán bộ nhân viên có kết quả tốt trong công tác giao khoản tiền gửi, tìm kiếm khách hàng mới và giúp Chi nhánh xây dựng mối quan hệ với khách hàng.

3.3.2. Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn tiền gửi đặc biệt là nguồn vốn trung- dài hạn

- *Lý do chọn giải pháp*: Nhằm giúp Chi nhánh đẩy mạnh công tác huy động vốn tiền gửi thì ngoài việc nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn truyền thống, chi nhánh cần chú trọng nghiên cứu, áp dụng phổ biến các sản phẩm, hình thức huy động tiền gửi có mục đích đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng thông qua các sản phẩm tiền gửi và dịch vụ Ngân hàng. Bên cạnh các sản phẩm huy động vốn tiền gửi có kỳ hạn ngắn cần đặc biệt nâng cao chất lượng và hiệu quả của vốn trung và dài hạn. Bởi vì đây là nguồn vốn có thời gian đáo hạn dài, tương đối ổn định nên khoản phải trích lập dự phòng thấp, ngân hàng có thêm một khoản đầu tư đem lại lợi nhuận cho ngân hàng.

- *Cách thức thực hiện*: Với các khoản tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngắn, ngân hàng nên đưa ra lãi suất thấp nhưng trong thời kỳ khan hiếm vốn có thể huy động với mức lãi suất cao hơn, với tiền gửi có kỳ hạn dài huy động với lãi suất cao để khuyến khích khách hàng gửi tiền dài hạn. Trường hợp khách hàng cần tiền ngay chi nhánh cũng đảm bảo chi trả cho khách hàng nhưng nên áp dụng mức lãi suất không kỳ hạn cho khách hàng. Ngân hàng cũng tạo ra sự tiện lợi cho khách hàng bằng cách đa dạng hóa hình thức gửi tiền. Khách hàng có thể gửi tiền bằng

tiền mặt, bằng chuyển khoản, bằng séc, ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi nhưng khi công nghệ phát triển, ngân hàng nên áp dụng các hình thức gửi tiền bằng những giao dịch qua ATM, qua tiện ích: Mobile banking, Internet banking,... Từ khía cạnh nói trên có thể tham khảo thêm một số hình thức huy động vốn tiền gửi mới để tăng tổng nguồn vốn tiền gửi đặc biệt là tiền gửi trung- dài hạn đồng thời cải thiện được cơ cấu tăng một cách hợp lý

3.3.3. Tăng cường hoạt động chiến lược marketing và chiến lược khách hàng hợp lý cho chi nhánh

- *Lý do chọn giải pháp:* Chiến lược Marketing là một hoạt động quan trọng trong công tác huy động vốn nói chung và hoạt động huy động vốn tiền gửi nói riêng, bao gồm các hoạt động như: quảng cáo, khuyến trương khuyến mãi, vận động tuyên truyền thông tin... Đây là việc làm ngân hàng cần thiết phải thực hiện để có thể đứng vững và phát triển trong cơ chế thị trường cạnh tranh gay gắt về lĩnh vực cung ứng các sản phẩm tài chính tiền tệ. Trong chính sách giao tiếp, khuyến trương hình ảnh của ngân hàng thì yếu tố giao tiếp của cán bộ công nhân viên ngân hàng trong quá trình giao tiếp, giải quyết nghiệp vụ với khách hàng rất quan trọng. Giao tiếp tốt là một hình thức tuyên truyền, quảng cáo có hiệu quả nhanh nhất, tốt nhất mà ngân hàng lại trả chi phí cho hoạt động này là thấp nhất. Ngoài việc mở rộng phạm vi hoạt động cũng như cung cấp các thông tin về ngành ngân hàng, quảng cáo, khuyến trương trong huy động vốn tiền gửi, nhất là huy động tiền gửi tiết kiệm còn có ý nghĩa tuyên truyền nâng cao nhận thức tiết kiệm và sinh lời cho người dân, tạo cơ sở tập trung được các nguồn vốn nhàn rỗi trong dân chúng nhằm thực hiện các chương trình đầu tư, phát triển đất nước.

- *Cách thức thực hiện:*

+ Trước khi đưa ra một sản phẩm huy động vốn nào đó, Chi nhánh phải có một chương trình tuyên truyền, bốc thăm trúng thưởng, quảng cáo ấn tượng... để thu hút khách hàng. Cụ thể là: Đối với khách hàng là nông dân, công nhân, hộ sản xuất thì ngân hàng cần làm tốt công tác tuyên truyền vận động trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, gửi tờ rơi đến tận tay khách hàng để họ có thể tìm hiểu kỹ hơn đồng thời đơn giản hóa các thủ tục giao dịch giúp cho nhân dân dễ dàng thực hiện khi giao dịch với ngân hàng và rút ngắn thời

gian giao dịch. Đối với khách hàng là doanh nghiệp, TCKT thì Chi nhánh cần cải tiến phong cách giao dịch để phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn.

+ Chi nhánh cần có một bộ phận hỗ trợ nhằm giải đáp những thắc mắc của khách hàng về sản phẩm, truyền đạt cho họ những thông tin cần thiết của sản phẩm. 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 thống của Chi nhánh trong tương lai.

+ Muốn có người gửi tiền vào ngân hàng thì trước tiên phải làm cho họ "đến với ngân hàng và phải giữ họ lại". Đó là cả một nghệ thuật kinh doanh, Chi nhánh có thể đề ra chiến lược khách hàng: thu nhập thông tin, nắm bắt nhu cầu, phân loại khách hàng, phân đoạn thị trường và có khuyến mãi đối với khách hàng có quan hệ thường xuyên để chăm sóc khách hàng phù hợp hơn.

+ Chi nhánh nên có lời cảm ơn tới khách hàng vào cuối mỗi đợt trả lãi và gốc. Vào dịp lễ Tết, kỷ niệm ngày thành lập chi nhánh nên gửi thiệp chúc mừng tới những khách hàng truyền thống và những khách hàng tiềm năng thường xuyên giao dịch với số lượng tiền gửi lớn... Những việc làm tuy nhỏ nhặt này nhưng lại có tác dụng rất lớn trong việc giữ chân khách hàng và quảng bá hình ảnh Ngân hàng trong mắt công chúng.

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

3.3.4. Tăng cường đào tạo nâng cao trình độ cán bộ công nhân viên Ngân hàng

- *Lý do chọn giải pháp*: Dưới con mắt của khách hàng thì hình ảnh của ngân hàng được phản ánh qua thái độ phục vụ, trình độ, thao tác xử lý nghiệp vụ của nhân viên ngân hàng. Sự thuần thực trong quá trình thực hiện chuyên môn, sự tận tình trong công việc, tác phong nhanh nhẹn, hòa nhã, cởi mở... của cán bộ công nhân viên ngân hàng đối với khách hàng là những yếu tố có tác động mạnh đến tâm lý khách hàng, đến sự thiện cảm của khách hàng đối với ngân hàng. Muốn sự nghiệp kinh doanh của ngân hàng ngày càng phát triển, phục vụ tốt hơn nhu cầu của nền kinh tế thì nhất thiết phải có một đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn

cao, có tinh thần trách nhiệm với công việc và đặc biệt phải có tâm huyết nhiệt tình với nghề. Đặc biệt trong hoạt động huy động vốn của ngân hàng, ngoài các yếu tố ổn định tiền tệ, năng lực của một ngân hàng thì con người làm công tác huy động vốn phải thành thạo các thể lệ tiết kiệm, được đào tạo về tin học, thanh toán không dùng tiền mặt... Có như vậy mới đáp ứng được nhu cầu của công việc phức tạp hàng ngày. Đó là lý do, việc đào tạo cán bộ là hoạt động cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả của việc thực thi chế độ trong hoạt động huy động vốn để có được đội ngũ cán bộ năng động, hiểu biết sâu sắc trong lĩnh vực hoạt động của mình sẽ tạo điều kiện nâng cao hiệu quả thúc đẩy hoạt động huy động vốn ngày càng phát triển.

- *Cách thức thực hiện:* Để phát triển và sử dụng hiệu quả nguồn lực con người thì Chi nhánh cần có quy chế quan tâm đúng đắn tới vấn đề này để tuyển dụng nhân viên một cách hợp lý bắt đầu từ khâu tuyển dụng, sắp xếp, bố trí công tác, thực hiện đào tạo và đào tạo lại cán bộ, thường xuyên mở những lớp tập huấn... giúp cho cán bộ ngân hàng có thể bắt kịp với những thay đổi trong tất cả các mặt của xã hội. Từ đó, có cơ sở để nâng lương cho cán bộ và tạo điều kiện có cơ hội cho cán bộ công nhân viên thăng tiến. Điều đó sẽ tạo điều kiện giữ chân những cán bộ thực sự có năng lực cho ngành ngân hàng nói chung và cho Chi nhánh nói riêng

KẾT LUẬN

Công tác huy động vốn, đặc biệt là huy động vốn tiền gửi từ dân cư và tổ chức kinh tế là một khâu quan trọng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng, tạo nguồn lực để ngân hàng mở rộng kinh doanh, đầu tư sinh lời. Khả năng huy động vốn của Chi nhánh hiện nay tuy đã được thực hiện khá tốt nhưng vẫn còn gặp khó khăn do sự biến động của nền kinh tế trong và ngoài nước, tâm lý của khách hàng và những nguyên nhân chủ quan từ phía ngân hàng. Do đó, Sacombank Chi nhánh Hải Phòng rất cần có những biện pháp, chính sách hợp lý để huy động, khai thác hiệu quả nguồn vốn tiền gửi cũng như cần có sự hỗ trợ và tạo điều kiện đồng bộ Sacombank hội sở chính và NH cấp trên. Thị phần huy động vốn tiền gửi là một trong những thước đo đánh giá thái độ, niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng. Để giải quyết vấn đề trên, luận văn từ việc tìm hiểu tổng quan về công tác huy động và quản trị nguồn vốn tiền gửi đến việc phân tích tình hình huy động và quản trị nguồn vốn tiền gửi tại Chi nhánh, đã đưa ra các giải pháp nhằm khắc phục những hạn chế, phát huy các thế mạnh sẵn có, góp phần giúp Sacombank chi nhánh Hải Phòng nâng cao hiệu quả công tác huy động nguồn vốn tiền gửi, phát huy vị thế vững chắc của Sacombank Việt Nam, góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành ngân hàng nói riêng và nền kinh tế xã hội nói chung. Để đạt được mục tiêu, phương hướng hoạt động mà chi nhánh đề ra trong thời gian tới, chi nhánh cần phải thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp trong đó có một số giải pháp đã trình bày trong khóa luận. Mặc dù đã hết sức cố gắng, bằng nỗ lực của em và dưới sự hướng dẫn chỉ bảo tận tình của Th.S Cao Thị Thu, sự tạo điều kiện về mọi mặt của tập thể Ban giám đốc, các cán bộ nhân viên tại Sacombank chi nhánh Hải Phòng, song do thời gian ngắn kinh nghiệm nghiên cứu chưa nhiều nên khóa luận chắc chắn sẽ không tránh khỏi những sai sót, em mong nhận được sự đóng góp của các quý thầy cô, các bạn bè đang quan tâm đến vấn đề này để đề tài được hoàn thiện hơn trong thực tiễn. Em xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình Phân tích tài chính doanh nghiệp – Học viện Tài chính
2. Giáo trình Quản trị Ngân hàng thương mại – Học viện Tài chính
3. Giáo trình Ngân hàng thương mại – PGS.TS Nguyễn Đăng Dờn
4. Cẩm nang huy động vốn Agribank
5. Luật các Tổ chức tín dụng Việt Nam năm 2010
6. Tạp chí thông tin hoạt động hàng quý Sacombank
7. Sổ tay sản phẩm dịch vụ Sacombank
8. Tài liệu đào tạo nhân viên tân tuyển Sacombank
9. Các website:
<http://vanban.chinhphu.vn>
www.sacombank.com.vn
www.haokhi.sacombank.com
<http://haiphong.gov.vn>