

**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 : Phạm Thị Như Quỳnh
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 NÂNG CAO HIỆU QUẢ
HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI 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 : Phạm Thị Như Quỳnh
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: Phạm Thị Như Quỳnh

Mã SV: 1012404058

Lớp: QT1401T

Ngành: Tài chính – Ngân hàng

Tên đề tài: Thực trạng và 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

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).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp

.....

.....

.....

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

.....

.....

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.NGŨT Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	3
1.1. Khái niệm và vai trò của Ngân hàng thương mại.	3
1.1.1 Khái niệm về NHTM.	3
1.1.2 Vai trò của NHTM đối với sự phát triển của nền kinh tế.	3
1.1.2.1 Ngân hàng thương mại là nơi cung cấp vốn cho nền kinh tế.....	3
1.1.2.2 Ngân hàng thương mại là cầu nối các doanh nghiệp với thị trường.	4
1.1.2.3 NHTM là công cụ để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế.	4
1.1.2.4 NHTM là cầu nối nền tài chính quốc gia với nền tài chính quốc tế. ...	4
1.1.3 Chức năng của NHTM	5
1.1.3.1 Chức năng trung gian tài chính.	5
1.1.3.2 Chức năng tạo tiền.....	5
1.1.3.3 Chức năng cung cấp và quản lý các phương tiện thanh toán.....	5
1.1.3.4 NHTM cung cấp các dịch vụ tài chính.....	6
1.1.4 Các nghiệp vụ của Ngân hàng thương mại.....	6
1.1.4.1 Nghiệp vụ nguồn vốn (Tài sản Nợ) của Ngân hàng thương mại.....	6
1.1.4.2 Nghiệp vụ sử dụng vốn - Tài sản Có (cấp tín dụng và đầu tư):.....	8
1.1.4.3 Nghiệp vụ ngoại bảng.	10
1.2. Vốn và vai trò vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại.....	10
1.2.1.Vốn của Ngân hàng thương mại	10
1.2.1.1 .Nguồn vốn chủ sở hữu.	10
1.2.1.2 .Nguồn vốn huy động.....	11
1.2.2 Vai trò của vốn huy động đối với NHTM.	12
1.3. Khái quát về nguồn vốn huy động của NHTM.....	13
1.3.1. Nghiệp vụ tiền gửi.....	13
1.3.1.1 . Tiền gửi.	13
1.3.1.2 . Tiền gửi tiết kiệm	14
1.3.2 Phát hành giấy tờ có giá.	16
1.3.3. Nguồn vốn vay.	17
1.3.4. Các nguồn vốn khác.	17
1.4. Hiệu quả huy động vốn tiền gửi và các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi.....	17

1.4.1. Khái niệm: Hiệu quả huy động vốn tiền gửi là gì?	17
1.4.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi.	19
1.5. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động huy động vốn từ tiền gửi.....	21
1.5.1. Nhân tố chủ quan.....	21
1.5.1.1. Chính sách lãi suất của ngân hàng.	21
1.5.1.2. Mạng lưới huy động vốn của ngân hàng.	21
1.5.1.3. Hoạt động marketing của ngân hàng.	22
1.5.1.4. Tổ chức nhân sự.	22
1.5.2. Nhân tố khách quan.....	23
1.5.2.1. Khách hàng	23
1.5.2.2. Môi trường kinh tế	23
1.5.2.3. Môi trường xã hội	24
1.5.2.4. Môi trường pháp lý	24
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TỪ TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.....	25
2.1. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.....	25
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của ngân hàng	25
Thành tích đạt được trong những năm gần đây.	25
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.....	26
2.1.2.1. Phòng kinh doanh:.....	27
2.1.2.2. Phòng kế toán và quỹ:	27
2.1.2.3. Phòng kiểm soát rủi ro:	27
2.1.3. Tình hình hoạt động của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.	27
2.1.3.1. Hoạt động huy động vốn	27
2.1.3.2 Hoạt động tín dụng.....	29
2.1.3.3. Hoạt động kinh doanh khác.....	29
2.1.3.4 Kết quả hoạt động kinh doanh.	30
2.2 Thực trạng huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.....	31
2.2.1. Các sản phẩm - dịch vụ huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi	31
2.2.2. Tốc độ tăng trưởng vốn huy động từ nghiệp vụ tiền gửi	36

2.2.3. Quy mô và cơ cấu vốn huy động từ nghiệp vụ tiền gửi.....	37
2.2.3.1. Cơ cấu vốn huy động từ tiền gửi theo kì hạn.	37
2.2.3.2. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo đối tượng khách hàng	39
2.2.3.3. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo loại tiền.....	41
2.2.4. Tính cân đối giữa việc huy động vốn tiền gửi và sử dụng vốn tiền gửi ...	42
2.2.5. Chi phí trả lãi thực tế và lãi suất bình quân đầu vào.....	45
2.3 Đánh giá chung về tình hình huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.	47
2.3.1 Những kết quả đạt được.	47
2.3.2 Những hạn chế của huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi.	49
2.3.3. Nguyên nhân của những tồn tại	50
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TỪ TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HẢI PHÒNG....	52
3.1 Định hướng hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.....	52
3.1.1 Định hướng chung.....	52
3.1.2 Định hướng huy động vốn từ tiền gửi.	52
3.2 Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn từ tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.....	54
3.2.1. Đa dạng hoá các hình thức huy động vốn từ tiền gửi, đặc biệt là nguồn vốn tiền gửi trung và dài hạn.....	54
3.2.2. Áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt, hợp lý.....	57
3.2.3. Tăng trưởng huy động vốn phải song song với sử dụng vốn hiệu quả.....	58
3.2.4. Thường xuyên đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ ngân hàng.	59
3.2.5. Phát huy hiệu quả chiến lược Marketing Ngân hàng.	61
3.2.6. Hoàn thiện công nghệ ngân hàng.....	61
3.2.7. Xây dựng chính sách tiếp cận và chăm sóc khách hàng hiệu quả.	62
3.3 Một số kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.	63
3.3.1 Đối với Chính phủ và NHNN Việt Nam.....	63
3.3.2 Kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng.....	64
KẾT LUẬN	67
TÀI LIỆU THAM KHẢO	68

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1. Tình hình huy động vốn tại Chi nhánh qua các năm 2011-2013	28
Bảng 2. Hoạt động cho vay của Chi nhánh năm 2011- 2013	29
Bảng 3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh năm 2011 – 2013.....	30
Bảng 4. Biến động nguồn vốn huy động từ tiền gửi năm 2011-2013.....	36
Bảng 5. Bảng cơ cấu tiền gửi theo kì hạn 2011-2013	38
Bảng 6 . Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo đối tượng khách hàng.....	40
Bảng 7. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo loại tiền.....	41
Bảng 8. Dư nợ cho vay của chi nhánh Hải Phòng.....	42
Biểu 1. Biến động nguồn vốn huy động từ tiền gửi năm 2011-2011.....	36
Biểu 2. Cơ cấu vốn huy động từ tiền gửi theo kì hạn	38
Biểu 3. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo đối tượng khách hàng.....	40
Biểu 4. Cơ cấu vốn huy động từ tiền gửi theo loại tiền	41

LỜI MỞ ĐẦU**1. Tính cấp thiết của đề tài**

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, vai trò của vốn đối với các Ngân hàng thương mại ngày càng trở nên quan trọng. Vốn của ngân hàng được hiểu là những giá trị tiền tệ do 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.

Vốn của Ngân hàng Thương mại được hình thành từ nhiều nguồn khác nhau như vốn tự có, vốn huy động, vốn đi vay và các nguồn vốn khác. Trong đó vốn huy động là nguồn vốn chiếm tỷ lệ cao nhất trong tổng nguồn vốn kinh doanh của Ngân hàng Thương mại. Muốn đóng vai trò thực sự như một trung gian tài chính, một tổ chức kinh doanh tiền tệ chuyên nghiệp, muốn giữ thế chủ động trong kinh doanh thì mỗi ngân hàng không thể không tiến hành huy động vốn. Nguồn vốn huy động quyết định năng lực thanh toán cũng như quy mô các hoạt động cho vay, đầu tư, bảo lãnh... của ngân hàng. Nó cũng có ảnh hưởng lớn đến năng lực cạnh tranh, vị thế và uy tín của ngân hàng trên thị trường.

Rõ ràng, một ngân hàng có thế mạnh trong việc huy động vốn thì sẽ có nhiều thuận lợi trong việc phát triển các dịch vụ, đẩy mạnh kinh doanh, mở rộng thị trường. Vì vậy mỗi ngân hàng đều cần quan tâm thường xuyên đến công tác huy động vốn, đáp ứng yêu cầu kinh doanh của bản thân ngân hàng và nhu cầu về vốn cho nền kinh tế.

Nhận thức được tầm quan trọng đó, với những kiến thức đã học được ở trường, cùng những kiến thức đã thu thập được trong thời gian thực tập, tìm hiểu tình hình thực tế tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng, em đã chọn đề tài: “ ***Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng***”

2. Mục đích nghiên cứu

- Hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về nghiệp vụ huy động vốn.
- Phân tích đúng thực trạng công tác nguồn vốn tiền gửi của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng.
- Đưa ra các giải pháp tạo bước chuyển biến mới, nâng cao hiệu quả trong hoạt động huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là “*Vấn đề huy động vốn tiền gửi của NHTM*”.

- Phạm vi nghiên cứu: tập trung nghiên cứu, phân tích thực trạng hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng từ năm 2011-2013.

4. Phương pháp nghiên cứu

Áp dụng phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, kết hợp với một số phương pháp nghiên cứu khác như: Phương pháp phân tích, thống kê phân tích, phương pháp so sánh, tổng hợp các bảng biểu và khái quát hóa, phương pháp luận khoa học gắn giữa lý thuyết và thực tiễn, các lý thuyết về tiền tệ tín dụng của các nhà khoa học.

5. Bố cục khóa luận

Về kết cấu, ngoài phần *mở đầu* và *kết luận*, khoá luận gồm *3 chương*:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi tại ngân hàng thương mại.

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

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.

Để hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này, em xin chân thành cảm ơn các cán bộ nhân viên trong Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Chi nhánh Hải Phòng đã tận tình giúp đỡ, đặc biệt em xin cảm ơn ThS. Cao Thị Thu đã dành thời gian hướng dẫn em trong quá trình làm khóa luận. Do thời gian thực tập chưa nhiều cộng với vốn kiến thức còn hạn chế nên bài viết của em còn nhiều sai sót, rất mong được sự đóng góp của thầy cô để bài luận văn của em được hoàn thiện hơn.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái niệm và vai trò của Ngân hàng thương mại.

1.1.1 Khái niệm về NHTM.

Ở Việt Nam, theo Điều 4 Luật tổ chức tín dụng được Quốc hội thông qua Luật số 47/2010/QH12 năm 2010 có nêu:

1. “Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp thực hiện một, một số hoặc tất cả các hoạt động ngân hàng. Tổ chức tín dụng bao gồm ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng, tổ chức tài chính vi mô và quỹ tín dụng nhân dân.”

2. “Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng có thể được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng theo quy định của Luật này. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng bao gồm ngân hàng thương mại, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác xã.”

3. “Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác theo quy định của Luật này nhằm mục tiêu lợi nhuận.”

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

Ngân hàng thương mại ra đời với tính chất là nhận tiền gửi, sử dụng vào nhiệm vụ cho vay, chứng khoán và các dịch vụ khác của ngân hàng, ngày càng thể hiện rõ vai trò của nó đối với sự phát triển của nền kinh tế. Với chức năng của mình, Ngân hàng thương mại giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế thể hiện qua các nội dung sau:

1.1.2.1 Ngân hàng thương mại là nơi cung cấp vốn cho nền kinh tế.

Thực tế cho thấy, để phát triển kinh tế các đơn vị kinh tế cần phải có một lượng vốn lớn đầu tư cho hoạt động sản xuất kinh doanh và các hoạt động khác. Nhưng điều khó khăn hơn lợi ích là cần có người đứng ra tập trung tiền nhàn rỗi ở mọi nơi mọi lúc và kịp thời cung ứng cho nơi cần vốn. Bằng vốn huy động được trong xã hội thông qua hoạt động tín dụng, NHTM đã cung cấp vốn cho mọi hoạt động kinh tế, đáp ứng nhu cầu vốn một cách kịp thời cho quá trình sản xuất. Nhờ có hoạt động của hệ thống Ngân hàng thương mại và đặc biệt là hoạt động tín dụng, các doanh nghiệp, cá nhân có điều kiện mở rộng sản xuất, cải tiến máy móc, công nghệ để gia tăng năng suất lao động, nâng cao hiệu quả kinh tế và chất lượng sản phẩm cho xã hội.

1.1.2.2 Ngân hàng thương mại là cầu nối các doanh nghiệp với thị trường.

Bước sang cơ chế thị trường, đòi hỏi sự phát triển của tín dụng Ngân hàng đã làm biến đổi hoạt động ruồng rớt trong các nhà máy, xí nghiệp khơi dậy sức sống bằng các dây chuyền sản xuất hiện đại nâng cao năng suất, thực hiện chuyên giao công nghệ từ các nước tiên tiến. Điều không thể thực hiện bằng vốn tự có của các doanh nghiệp vốn dĩ đã ít ỏi. Bên cạnh đó, tín dụng ngân hàng còn cung cấp một phần vốn không nhỏ trong việc tăng cường nguồn vốn lưu động của các doanh nghiệp. Một khía cạnh khác đòi hỏi sự có mặt của tín dụng ngân hàng đối với doanh nghiệp. Đó là một ngân quỹ để dành cho việc đào tạo đội ngũ lao động phù hợp với sự phát triển của khoa học - kỹ thuật - công nghệ cao. Đặc biệt trong điều kiện nước ta vẫn còn thiếu những chuyên gia đầu ngành, những cán bộ có năng lực và những công nhân lành nghề.

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

Cùng với sự vận động của nền kinh tế, hệ thống ngân hàng được chia làm hai cấp: Ngân hàng Nhà nước và các Ngân hàng thương mại. NHTM được Nhà nước cấp vốn cho hoạt động và sử dụng như công cụ để quản lý hoạt động tiền tệ, điều tiết chính sách tiền tệ quốc gia. Nhà nước điều tiết ngân hàng, ngân hàng dẫn dắt thị trường thông qua hoạt động tín dụng và thanh toán giữa các NHTM trong hệ thống, từ đó góp phần mở rộng khối lượng tiền cung ứng trong lưu thông qua việc cung ứng tín dụng cho các ngành trong nền kinh tế, NHTM thực hiện việc dẫn dắt các luồng tiền tập hợp và phân chia vốn của thị trường, điều khiển chúng một cách có hiệu quả.

1.1.2.4 NHTM là cầu nối nền tài chính quốc gia với nền tài chính quốc tế.

Nhận thức được tầm quan trọng của nền kinh tế quốc tế, sự hội nhập kinh tế quốc gia với thế giới đem lại những lợi ích kinh tế to lớn, thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững. Một trong các điều kiện quan trọng góp phần thúc đẩy sự hội nhập nền kinh tế quốc gia với nền kinh tế thế giới đó là nền tài chính quốc gia. Nền tài chính quốc gia là cầu nối với nền tài chính quốc tế thông qua hoạt động của NHTM trong các lĩnh vực kinh doanh như nhận tiền gửi, cho vay, nghiệp vụ thanh toán, nghiệp vụ ngoại hối và các nghiệp vụ khác. Đặc biệt là hoạt động thanh toán quốc tế, buôn bán ngoại hối, quan hệ tín dụng với các ngân hàng Nhà nước của NHTM trực tiếp hoặc gián tiếp tác động góp phần thúc đẩy hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu và thông qua NHTM đã

thực hiện vai trò điều tiết tài chính trong nước phù hợp với sự vận động của nền tài chính quốc tế.

1.1.3 .Chức năng của NHTM

1.1.3.1 Chức năng trung gian tài chính.

Đây là chức năng quan trọng nhất của NHTM. NHTM nhận tiền và cho vay chính là thực hiện việc chuyển tiền tiết kiệm thành tiền đầu tư.

Những chủ thể dư thừa vốn cũng có thể trực tiếp đầu tư bằng cách mua các công cụ tài chính sơ cấp như: cổ phiếu, trái phiếu của doanh nghiệp hoặc Chính phủ thông qua thị trường tài chính. Nhưng thị trường tài chính trực tiếp đôi khi không đem lại hiệu quả cao nhất cho người đầu tư vì: Khó tìm kiếm thông tin, chi phí tìm kiếm thông tin lớn, chất lượng thông tin không cao, chi phí giao dịch lớn và phải có sự trùng khớp về nhu cầu giữa người thừa vốn và người thiếu vốn về số lượng và thời hạn,... Chính vì thế, NHTM với tư cách là một trung gian tài chính đứng ra nhận tiền gửi và cung cấp vốn cho nền kinh tế với số lượng và thời hạn phong phú và đa dạng đáp ứng mọi nhu cầu về vốn của khách hàng có đủ điều kiện vay vốn. Với mạng lưới giao dịch rộng khắp, các dịch vụ đa dạng, cung cấp thông tin nhiều chiều, hoạt động ngày càng phong phú chuyên môn hóa vào từng lĩnh vực NHTM đã thực sự giải quyết được những hạn chế của thị trường tài chính trực tiếp, góp phần nâng cao hiệu quả luân chuyển vốn trong nền kinh tế thị trường.

1.1.3.2 Chức năng tạo tiền.

Chức năng tạo tiền là chức năng cực kỳ quan trọng của NHTM. Chức năng này được thể hiện trong quá trình NHTM cấp tín dụng cho nền kinh tế và hoạt động đầu tư của NHTM, trong môi quan hệ với NHNN đặc biệt trong quá trình thực hiện chính sách tiền tệ mà mục tiêu của chính sách tiền tệ là ổn định giá trị của đồng tiền.

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

1.1.3.3 Chức năng cung cấp và quản lý các phương tiện thanh toán.

Thông qua chức năng làm trung gian tài chính NHTM làm tăng lượng tiền trong lưu thông và cung cấp cho những người đầu tư chứng khoán có tính lỏng

cao hơn và có rủi ro thấp hơn do đó sẽ an toàn hơn khi nhà đầu tư nắm giữ những chứng khoán sơ cấp do doanh nghiệp, công ty phát hành.

Các NHTM còn cung cấp một danh mục phương tiện thanh toán rất đa dạng và phong phú như: séc chuyển tiền, séc chuyển khoản, thẻ tín dụng,... Sự xuất hiện của các phương tiện thanh toán này tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dễ dàng giao dịch thương mại, mua bán hàng hóa an toàn, nhanh chóng, chi phí thấp.

1.1.3.4 NHTM cung cấp các dịch vụ tài chính.

Ngoài các dịch vụ truyền thống là huy động và cho vay, NHTM ngày nay còn cung cấp một danh mục dịch vụ khá đa dạng và phong phú: dịch vụ thanh toán, dịch vụ môi giới, bảo lãnh tư vấn bảo hiểm,...

Ngày nay trong điều kiện cạnh tranh rất khốc liệt giữa các ngân hàng việc đưa ra các dịch vụ mới làm tăng tiện ích cho khách hàng là một yếu tố để cạnh tranh. Chính vì vậy mà các ngân hàng ngày nay rất tích cực vào đầu tư trang thiết bị cơ sở vật chất, áp dụng công nghệ tin học, khoa học kỹ thuật vào các hoạt động của mình. Nếu các NHTM có thể đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng về dịch vụ, tạo được uy tín với khách hàng thì đây là một biện pháp, yếu tố để tăng khả năng huy động vốn cho ngân hàng.

1.1.4 Các nghiệp vụ của Ngân hàng thương mại.

1.1.4.1 Nghiệp vụ nguồn vốn (Tài sản Nợ) của Ngân hàng thương mại.

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

Thành phần nguồn vốn của ngân hàng thương mại gồm:

- Vốn điều lệ (Statutory Capital)
- Các quỹ dự trữ (Reserve funds)
- Vốn huy động (Mobilized Capital)
- Vốn đi vay (Bonowed Capital)
- Vốn tiếp nhận (Trust capital)
- Vốn khác (Other Capital)

a. Vốn điều lệ và các quỹ:

Vốn điều lệ, các quỹ của ngân hàng được gọi là vốn tự có của ngân hàng (Bank's Capital) là nguồn vốn khởi đầu và được bổ sung trong quá trình hoạt động

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

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

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

b. Vốn huy động

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

- Nguồn vốn huy động từ nghiệp vụ tiền gửi.
- Nguồn vốn huy động từ phát hành giấy tờ có giá.
- Nguồn vốn huy động từ nguồn vốn vay.
- Nguồn vốn huy động từ các nguồn vốn khác.

c. Vốn đi vay.

Nguồn vốn đi vay có vị trí quan trọng trong tổng nguồn vốn của ngân hàng thương mại bao gồm:

- Vốn vay trong nước:
- Vốn vay Ngân hàng nước ngoài

d. Vốn tiếp nhận:

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

e. Vốn khác.

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

1.1.4.2 Nghiệp vụ sử dụng vốn - Tài sản Có (cấp tín dụng và đầu tư):

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

- Dự trữ (Reserves)
- Cho vay(loans)
- Đầu tư (Investment)
- Tài sản Có khác (Other Assets)

a. Dự trữ.

Hoạt động tín dụng của ngân hàng nhằm mục đích kiếm lời, song cần phải bảo đảm an toàn để giữ vững được lòng tin của khách hàng. Muốn có được sự tin cậy về phía khách hàng, trước hết phải bảo đảm khả năng thanh toán: đáp ứng được nhu cầu rút tiền của khách hàng. Muốn vậy các ngân hàng phải để dành một phần nguồn vốn không sử dụng nó để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu thanh toán. Phần vốn để dành này gọi là dự trữ. Ngân hàng trung ương được phép ấn định một tỷ lệ dự trữ bắt buộc theo từng thời kỳ nhất định, việc trả lãi cho tiền gửi dự trữ bắt buộc do chính phủ qui định. Dự trữ bao gồm:

- Dự trữ sơ cấp (Primary Reserves): Bao gồm tiền mặt, tiền gửi tại Ngân hàng trung ương, tại các ngân hàng khác.

- Dự trữ thứ cấp (Secondary Reserves) (cấp hai): Là dự trữ không tồn tại bằng tiền mà bằng chứng khoán, nghĩa là các chứng khoán ngắn hạn có thể bán để chuyển thành tiền một cách thuận lợi.

b. Cấp tín dụng (Credits)

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

- Cho vay (Loans): Là tín dụng nghiệp vụ của ngân hàng thương mại. Trong đó ngân hàng thương mại sẽ cho người đi vay vay một số vốn để sản xuất kinh doanh, đầu tư hoặc tiêu dùng. Khi đến hạn người đi vay phải hoàn trả vốn và tiền lãi. Ngân hàng kiểm soát được người đi vay, kiểm soát được quá trình sử

dụng vốn. Người đi vay có ý thức trả nợ cho nên bắt buộc họ phải quan tâm đến việc sử dụng làm sao có hiệu quả để hoàn trả nợ vay.

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

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

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

- Các hình thức khác (Other)

c. Đầu tư (Investment).

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

- Hùn vốn mua cổ phần, cổ phiếu của các Công ty; hùn vốn mua cổ phần chỉ được phép thực hiện bằng vốn của ngân hàng

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

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

d. Tài sản Có khác:

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

1.1.4.3 Nghiệp vụ ngoại bảng.

Những dịch vụ ngân hàng ngày càng phát triển vừa cho phép hỗ trợ đáng kể cho nghiệp vụ khai thác nguồn vốn, mở rộng các nghiệp vụ đầu tư, vừa tạo ra thu nhập cho ngân hàng bằng các khoản tiền hoa hồng, lệ phí,... có vị trí xứng đáng trong giai đoạn phát triển hiện nay của Ngân hàng thương mại. Các hoạt động này gồm:

- Các dịch vụ thanh toán thu chi hộ cho khách hàng (chuyển tiền, thu hộ séc, dịch vụ cung cấp thẻ tín dụng, thẻ thanh toán,...)
- Nhận bảo quản các tài sản quý giá, các giấy tờ chứng từ quan trọng của công chúng.
- Bảo quản, mua bán hộ chứng khoán theo uỷ nhiệm của khách hàng
- Kinh doanh mua bán ngoại tệ, vàng bạc đá quý.
- Tư vấn tài chính, giúp đỡ các công ty, xí nghiệp phát hành cổ phiếu, trái phiếu.

1.2. Vốn và vai trò vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại.

1.2.1. Vốn của Ngân hàng thương mại

Vốn của Ngân hàng thương mại là những giá trị tiền tệ do 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.

1.2.1.1 .Nguồn vốn chủ sở hữu.

Vốn chủ sở hữu của NHTM là vốn tự có do ngân hàng tạo lập được thuộc sở hữu riêng của ngân hàng, thông qua góp vốn của các chủ sở hữu hoặc hình thành từ kết quả kinh doanh của ngân hàng. Ở những nước khác nhau, định nghĩa về vốn tự có có thể khác nhau nhưng nét chung nhất vốn tự có bao gồm các thành phần sau:

- Vốn góp của chủ sở hữu để thành lập hoặc mở rộng doanh nghiệp.
- Các quỹ dự trữ được hình thành trong quá trình hoạt động kinh doanh của ngân hàng theo cơ chế tài chính hoặc quyết định của chủ sở hữu vốn như: Quỹ đầu tư phát triển, Quỹ dự phòng tài chính,...
- Lợi nhuận tạo ra từ hoạt động kinh doanh chưa sử dụng.
- Các khoản nợ được coi như vốn.

Vốn này chiếm một tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn của ngân hàng song lại là điều kiện pháp lý bắt buộc khi thành lập một ngân hàng. Do tính chất ổn

định, nó thực hiện chức năng thành lập, chức năng bảo vệ và điều chỉnh đối với hoạt động ngân hàng. Trong tổng nguồn vốn của ngân hàng, thì vốn tự có chiếm 10%, như vậy vốn ký thác của ngân hàng khoảng trên 90%. Các NHNN quy định mức vốn tự có của ngân hàng lớn hơn hoặc bằng 8% trên tổng tài sản có rủi ro quy đổi, điều này muốn nói lên rằng chức năng chủ yếu của khối lượng giới hạn vốn chủ sở hữu đã được xem như là tài sản bảo vệ cho những người gửi tiền. Chức năng bảo vệ không chỉ được xem như sự bảo đảm thanh toán cho người gửi tiền khi ngân hàng vỡ nợ, mà còn góp phần duy trì khả năng trả nợ, bằng cách cung cấp một khoản tài sản có dự trữ để ngân hàng khỏi bị đe dọa bởi sự thua lỗ, để có thể tiếp tục hoạt động

Ngoài việc cung cấp nền tảng cho các hoạt động và để bảo vệ người gửi tiền. Chức năng điều chỉnh cũng đã xác định cho vốn chủ sở hữu của NHTM. Dựa trên mức vốn tự có của Ngân hàng, các cơ quan quản lý xác định, điều chỉnh hoạt động của Ngân hàng. Ví dụ như, các ngân hàng chỉ có thể cho một khách hàng vay lớn nhất không quá 15% vốn tự có của ngân hàng. Nếu như ngân hàng cho vay quá số đó sẽ ảnh hưởng đến hoạt động an toàn của Ngân hàng.

1.2.1.2 .Nguồn vốn huy động.

Đây là nguồn vốn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong ngân hàng. Nó là những giá trị tiền tệ mà ngân hàng huy động được từ các tổ chức kinh tế và các cá nhân trong xã hội thông qua quá trình thực hiện các nghiệp vụ ký thác, các nghiệp vụ khác và được dùng làm vốn để kinh doanh.

Bản chất của vốn huy động là tài sản thuộc các chủ sở hữu khác nhau, ngân hàng chỉ có quyền sử dụng mà không có quyền sở hữu và có trách nhiệm hoàn trả đúng hạn cả gốc và lãi khi đến kỳ hạn (nếu là tiền gửi có kỳ hạn) hoặc khi khách hàng có nhu cầu rút vốn (nếu là tiền gửi không kỳ hạn). Vốn huy động đóng vai trò quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của ngân hàng. NHTM huy động vốn dưới các hình thức: Nhận tiền gửi (tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm); phát hành các công cụ nợ (tín phiếu, trái phiếu); và nguồn vốn đi vay. Ngoài ra vốn của các ngân hàng còn được hình thành thông qua việc làm ủy thác, đại lý cho các tổ chức trong và ngoài nước hoặc cung cấp các phương tiện thanh toán như thẻ rút tiền tự động từ máy ATM,...

Nhìn chung nguồn vốn của ngân hàng được hình thành từ nhiều nguồn khác nhau nhưng trong đó nguồn vốn huy động từ tiền gửi chiếm tỷ trọng lớn

nhất, chiếm khoảng 70% -80% và nó có tính biến động. Nhất là đối với loại tiền gửi không kỳ hạn và vốn ngắn hạn, hơn nữa vốn huy động chịu tác động lớn của thị trường và môi trường kinh doanh trên địa bàn hoạt động. Vì vậy, NHTM cần phải đi sâu tìm hiểu, phân tích nguồn hình thành vốn này, dự đoán trước tình hình cung cầu vốn có đối sách phù hợp.

1.2.2 Vai trò của vốn huy động đối với NHTM.

a. Đối với ngân hàng

Vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu nguồn vốn kinh doanh của NHTM, nó là nguồn vốn quan trọng nhất của ngân hàng.

Vốn huy động là nguồn lực chính để ngân hàng tiến hành các nghiệp vụ kinh doanh của mình. Bởi vì nó không chỉ lớn về quy mô mà còn đa dạng về thời hạn và so với các nguồn vốn khác thì nó có nhiều ưu điểm hơn hẳn. Xét về vốn tự có của ngân hàng, ta thấy nó chiếm tỷ trọng rất nhỏ so với nhu cầu kinh doanh của ngân hàng. Hơn nữa việc tăng vốn tự có là không dễ vì vốn tự có được hình thành chủ yếu từ lợi nhuận và đóng góp của chủ sở hữu. Với các NHTM cổ phần thì có thể phát hành cổ phiếu để tăng vốn nhưng lại đối mặt với nguy cơ giảm cổ tức của cổ đông do hiệu ứng pha loãng. Xét về phần vốn vay từ NHTW và các NHTM khác thì chỉ đáp ứng được một lượng vốn nhỏ, bị giới hạn về cả quy mô và thời hạn, chịu ràng buộc về các quy định của NHNN, và đây chỉ là nguồn vốn vay nhằm giải quyết tạm thời thiếu hụt vốn khả dụng trong thời gian ngắn chứ không thể đáp ứng nhu cầu vốn về kinh doanh của ngân hàng.

Về hiệu quả kinh doanh, vốn huy động là nguồn vốn có chi phí rẻ nhất trong các loại vốn. Vốn tự có xét về mặt kế toán thì không chịu chi phí nhưng về mặt quản trị thì lại có chi phí cao nhất, chi phí vốn tự có chính là lợi nhuận của ngân hàng. So với vốn đi vay thì chi phí tính trên 1 đồng vốn vay với thời hạn tương ứng cao hơn nguồn vốn huy động.

Vốn huy động là nguồn lực chính để ngân hàng sử dụng cho vay, nguồn vốn dồi dào thì ngân hàng có điều kiện mở rộng kinh doanh, thu hút khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh, uy tín và vị thế trên thị trường.

b. Đối với khách hàng

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

các dịch vụ thanh toán tiện lợi.

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

c. Đối với nền kinh tế

Vốn huy động còn có ý nghĩa to lớn với nền kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế vì nó đáp ứng nhu cầu vốn để đảm bảo quá trình tái sản xuất được thực hiện liên tục và để mở rộng quy mô sản xuất. NHTM thông qua hoạt động huy động vốn đã biến vốn nhàn rỗi không hoạt động thành vốn hoạt động, kích thích quá trình luân chuyển vốn, thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

Với tầm quan trọng nêu trên, các NHTM cần đặc biệt quan tâm để nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn hơn nữa.

1.3. Khái quát về nguồn vốn huy động của NHTM.

1.3.1. Nghiệp vụ tiền gửi.

Nghiệp vụ tiền gửi của NHTM gồm tiền gửi của các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, cá nhân và tiền gửi tiết kiệm của dân cư.

1.2.2.1 . Tiền gửi.

Tiền gửi bao gồm: Tiền gửi không kỳ hạn và tiền gửi có kỳ hạn.

a. Tiền gửi không kỳ hạn.

Là loại tiền gửi khách hàng gửi vào ngân hàng mà khách hàng không có thỏa thuận trước về thời gian rút tiền. Ngân hàng phải trả một mức lãi suất thấp hoặc không phải trả một lãi cho số tiền gửi này. Bởi vì, tiền gửi không kỳ hạn của khách hàng rất biến động, khách hàng có thể rút ra bất kỳ lúc nào, do đó ngân hàng không chủ động sử dụng số vốn này, ngân hàng phải dự trữ một số tiền để đảm bảo có thể thanh toán ngay khi khách hàng có nhu cầu. Tiền gửi không kỳ hạn gồm ba loại:

* *Tiền gửi thanh toán*: Là loại tiền gửi mà khách hàng gửi vào ngân hàng để thực hiện các khoản thanh toán về tiền mua hàng hóa, dịch vụ và các khoản thanh toán khác phát sinh trong quá trình hoạt động kinh doanh của khách hàng. Đúng trên góc độ là khách hàng thì đây là tiền khách hàng gửi vào ngân hàng để sử dụng các công cụ thanh toán không dùng tiền mặt: Séc, thẻ thanh toán, ủy nhiệm chi,... Họ có quyền rút ra bất kỳ lúc nào thông qua công cụ thanh toán. Đúng trên góc độ ngân hàng thì ngân hàng coi đây là một khoản tiền mà họ phải có trách nhiệm hoàn trả cho khách hàng bất kỳ lúc nào. Tuy nhiên ngân hàng

cần tận dụng loại tiền gửi này để làm vốn kinh doanh của mình bởi vì trong quá trình lưu chuyển vốn của ngân hàng do có sự chênh lệch giữa các khoản tiền gửi vào và rút ra giữa các tài khoản của khách hàng.

* *Tiền gửi không kỳ hạn thuận tụy*: Là loại tiền gửi không kỳ hạn, khách hàng gửi vào ngân hàng nhằm bảo đảm an toàn về tài sản. Tiền gửi không kỳ hạn thuận tụy cũng là tài sản của người ủy thác, họ có quyền rút bất kỳ lúc nào, ngân hàng luôn luôn phải đảm bảo có thể thanh toán, lãi suất tiền gửi không thuận tụy cao hơn lãi suất tiền gửi thanh toán.

Mục đích của người gửi tiền là bảo đảm an toàn vì khách hàng không xác định được thời gian nhận rỗi cho số tiền của họ và không có nhu cầu sử dụng tiền gửi thanh toán không dùng tiền mặt của Ngân hàng.

* *Tiền gửi có kỳ hạn*: Là loại tiền của doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, cá nhân gửi vào NHTM với mục đích để hưởng lãi. Là loại tiền gửi, khách hàng gửi vào ngân hàng có sự thỏa thuận trước về thời gian rút tiền. Tiền gửi có kỳ hạn là loại tiền gửi tương đối ổn định vì ngân hàng xác định được thời gian rút tiền của khách hàng để thanh toán cho khách hàng đúng hạn. Do đó, ngân hàng có thể chủ động sử dụng số tiền đó vào mục đích kinh doanh trong thời gian ký kết. Đối với loại tiền gửi này, ngân hàng có rất nhiều loại thời hạn từ 1 tuần, 2 tuần, 3 tuần, 1 tháng, 3 tháng, 6 tháng,... Mục đích là tạo cho khách hàng có được nhiều kỳ hạn gửi phù hợp với thời gian nhận rỗi của khoản tiền mà họ có. Chính vì là loại tiền gửi mà ngân hàng có quyền sử dụng nó trong thời gian nhất định nên loại tiền gửi này được trả lãi suất cao hơn lãi suất tiền gửi không kỳ hạn.

Đặc điểm của tiền gửi có kỳ hạn là người gửi tiền chỉ được lĩnh tiền sau một thời hạn nhất định từ một vài tháng đến một vài năm. Tuy nhiên, do những lý do khác nhau, người gửi tiền có thể rút tiền trước hạn, trường hợp này người gửi tiền không được hưởng lãi, hoặc được hưởng lai thấp, tùy theo quy định của ngân hàng.

1.2.2.2 . Tiền gửi tiết kiệm .

Tiền gửi tiết kiệm là khoản tiền của cá nhân gửi vào tài khoản tiền gửi tiết kiệm, được xác nhận trên thẻ tiết kiệm, được hưởng lãi theo quy định của ngân hàng nhận tiền gửi tiết kiệm và được bảo hiểm theo quy định của pháp luật về bảo hiểm tiền gửi.

Mục đích của người gửi tiền tiết kiệm là để hưởng lãi và để tích lũy. Do vậy, tài khoản tiền gửi tiết kiệm không được dùng để phát hành séc hay thực

hiện các khoản thanh toán khác ngoại trừ người gửi tiền đề nghị trích tài khoản tiền gửi tiết kiệm để trả nợ vay hay chuyển sang một tài khoản khác của chính chủ tài khoản.

a. *Phân theo tính chất kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm chia làm hai loại là tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn.*

* *Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn:* Là khoản tiền gửi có thể rút ra bất cứ lúc nào song không được sử dụng các công cụ thanh toán để chi trả cho người khác. Số dư tiền gửi này không lớn, nhưng ít biến động, vì vậy đối với loại tiền này các NHTM thường trả lãi suất cao hơn với tiền gửi thanh toán.

* *Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn:* Là khoản tiền gửi có sự thỏa thuận về thời gian gửi và rút tiền, có mức lãi suất cao hơn so với tiền gửi không kỳ hạn. Loại hình tiết kiệm này khá quen thuộc ở Việt Nam, các Ngân hàng thương mại Việt Nam thường huy động vốn tiết kiệm với thời hạn phong phú từ 1 tuần, nên khách hàng có nhiều sự lựa chọn kỳ hạn gửi tiền phù hợp với mình nhất. Vì vậy sẽ thu hút được khá đông khách hàng trong món tiền gửi này.

Trong tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ta phân loại thành :

• *Tiền gửi tiết kiệm ngắn hạn:* Là những khoản tiền có thời hạn dưới 1 năm mà Ngân hàng áp dụng để huy động vốn ngắn hạn trên thị trường tiền tệ thông qua việc phát hành công cụ nợ. Ngân hàng có thể chia nhỏ từng kỳ hạn thành nguồn 3,6,9,12 tháng với mức lãi suất phù hợp.

• *Tiền gửi tiết kiệm trung hạn,dài hạn:* Là những khoản tiền có thời hạn 1 năm trở lên, được dùng cho các dự án đầu tư trung dài hạn mang tính khả thi. Đây là nguồn vốn đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của mình, nên Ngân hàng cần phải thực hiện có hiệu quả các giải pháp để thu hút được nhiều hơn nguồn vốn này.

b. *Phân loại theo đối tượng:*

- Tiền gửi tiết kiệm từ dân cư
- Tiền gửi tiết kiệm từ các tổ chức kinh tế, các tổ chức tín dụng.

c. *Phân theo mục đích gửi tiền, tiền gửi tiết kiệm được phân thành:*

- Tiền gửi tiết kiệm dự thưởng, tích lũy hay hưởng lãi.
- Tiền gửi tiết kiệm xây dựng nhà ở.
- Tiền gửi tiết kiệm mua sắm có giá trị cao
-

1.3.2 Phát hành giấy tờ có giá.

Các giấy tờ có giá là các công cụ Nợ do ngân hàng phát hành để huy động vốn trên thị trường. Nguồn vốn này tương đối ổn định để sử dụng cho một mục đích nào đó. Lãi suất của loại này phụ thuộc vào sự cấp thiết của việc huy động vốn nên thường cao hơn lãi suất tiền gửi có kỳ hạn thông thường.

Các giấy tờ có giá do NHTM phát hành gồm: kỳ phiếu, trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi có mệnh giá.

* Việc phát hành giấy tờ có giá phải tuân thủ chuẩn mực kế toán số 16 “chi phí đi vay” do Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành. Theo chuẩn mực kế toán số 16, các doanh nghiệp trong đó có NHTM phát hành giấy tờ có giá theo 3 phương thức là phát hành giấy tờ có giá ngang giá, phát hành giấy tờ có giá có chiết khấu và phát hành giấy tờ có giá có phụ trội.

- Phát hành giấy tờ có giá ngang giá: Là phát hành giấy tờ có giá đúng bằng mệnh giá của giấy tờ có giá (giá bán giấy tờ có giá = mệnh giá giấy tờ có giá). Trường hợp này xảy ra khi lãi suất thị trường bằng lãi suất danh nghĩa của giấy tờ có giá phát hành.

- Phát hành giấy tờ có giá có chiết khấu: Là phát hành giấy tờ có giá với giá thấp hơn mệnh giá của giấy tờ có giá (giá bán giấy tờ có giá < mệnh giá giấy tờ có giá). Phần chênh lệch giữa giá phát hành nhỏ hơn mệnh giá của giấy tờ có giá gọi là chiết khấu giấy tờ có giá. Trường hợp này thường xảy ra khi lãi suất thị trường lớn hơn lãi suất danh nghĩa của giấy tờ có giá phát hành được các nhà đầu tư chấp nhận.

- Phát hành giấy tờ có giá phụ trội: Là phát hành giấy tờ có giá với giá cao hơn mệnh giá của giấy tờ có giá (giá bán giấy tờ có giá > mệnh giá giấy tờ có giá). Phần chênh lệch giữa giá phát hành lớn hơn mệnh giá của giấy tờ có giá gọi là phụ trội giấy tờ có giá. Trường hợp này xảy ra khi, lãi suất thị trường nhỏ hơn lãi suất danh nghĩa được các nhà đầu tư chấp nhận.

* Về việc trả lãi phát hành giấy tờ có giá thường áp dụng 3 hình thức là trả lãi trước, trả lãi sau và trả lãi định kỳ.

- Trả lãi trước: Số tiền lãi của giấy tờ có giá phát hành được trả cho người mua ngay khi phát hành, số tiền lãi được khấu trừ ngay vào mệnh giá của giấy tờ có giá.

- Trả lãi sau: Số tiền lãi của giấy tờ có giá phát hành được trả cùng gộc khi thanh toán giấy tờ có giá đáo hạn.

- Trả lãi định kỳ: Số tiền lãi của giấy tờ có giá phát hàn được trả cho người mua theo định kỳ hàng tháng, 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng hay 12 tháng.

1.3.3. Nguồn vốn vay.

Nguồn vốn đi vay nhằm tạo khả năng thanh toán cho NHTM. Nguồn vốn đi vay được hình thành bởi:

- Vay các tổ chức tín dụng trong nước.
- Vay các ngân hàng nước ngoài.
- Vay Ngân hàng Nhà nước.

Khi vay vốn các NHTM phải thực hiện đúng quy định của chế độ tín dụng hiện hành và hợp đồng tín dụng với cương vị là người đi vay.

1.3.4. Các nguồn vốn khác.

Bao gồm: Vốn tài trợ, ủy thác đầu tư, vốn để cho vay đồng tài trợ, nhận vốn liên doanh, liên kết,...

1.4. Hiệu quả huy động vốn tiền gửi và các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi.

1.4.1. Khái niệm: Hiệu quả huy động vốn tiền gửi là gì?

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, ngân hàng cũng như các tổ chức tín dụng khác đang phải đối mặt với các cuộc cạnh tranh khốc liệt. Bất kỳ biến động nào dù nhỏ hay lớn đều ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng. Vì vậy, hiệu quả trong hoạt động huy động vốn tiền gửi không chỉ đánh giá chính xác đúng đắn hoạt động huy động vốn tiền gửi nói riêng mà còn phản ánh khả năng thích nghi và khẳng định sự phát triển trên thị trường của ngân hàng.

Hiệu quả là sự so sánh giữa kết quả đạt được và chi phí bỏ ra. Khi so sánh giữa kết quả và chi phí thì cần phải so sánh dưới dạng thương số, hoặc kết quả/chi phí hoặc chi phí/kết quả. Mỗi cách so sánh đó đều cung cấp các thông tin có ý nghĩa khác nhau. Đặc biệt không thể tính kết quả bằng cách lấy kết quả - chi phí vì như vậy chỉ cho ra một chỉ tiêu kết quả chứ không phải chỉ tiêu kết quả.

Khái niệm hiệu quả như trên cho thấy rằng chỉ khi nào đạt được kết quả cao nhất trong điều kiện chi phí thấp nhất mới được coi là có hiệu quả. Tuy nhiên trên thực tế, việc xác định kết quả nào là cao nhất với chi phí thấp nhất là rất khó.

Như vậy, hiệu quả huy động vốn tiền gửi được thể hiện ở khả năng đáp

ứng cao nhất nhu cầu sử dụng vốn tiền gửi của ngân hàng. Đó chính là sự đáp ứng kịp thời, đầy đủ, nhu cầu sử dụng vốn với chi phí hợp lý.

Hiệu quả huy động vốn tiền gửi được thể hiện trên các mặt sau:

- Hiệu quả đối với xã hội: Hiệu quả huy động vốn tiền gửi của NHTM đối với xã hội được nhìn nhận trên góc độ các lợi ích mà lượng vốn này được sử dụng để bổ sung lượng vốn cho nền kinh tế và nâng cao mức sống của người dân thay vì sử dụng đồng vốn đó vào các chỉ tiêu khác.

Hiệu quả này có được là nhờ việc tiết kiệm chi tiêu, tăng cường các hoạt động sản xuất kinh doanh, tạo nên công ăn việc làm cho người lao động, nâng cao mức sống người dân thông qua sinh lợi của khoản tiết kiệm tại ngân hàng và các lợi ích gián tiếp của quá trình sử dụng vốn tiết kiệm để kinh doanh mang lại.

Hiệu quả của việc huy động vốn tiền gửi từ dân cư của NHTM đối với xã hội ngày càng cao trong điều kiện đất nước đó đang cần nhiều vốn để phát triển nền kinh tế, nhất là các nước đang phát triển.

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

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

- Hiệu quả đối với NHTM: Hiệu quả huy động vốn tiền gửi của NHTM dựa trên mối tương quan so sánh giữa kết quả thu được từ vốn huy động và chi phí bỏ ra để huy động.

Hiệu quả này càng cao khi kết quả đạt được (chính là doanh thu của của việc sử dụng khoản vốn huy động từ dân cư) càng cao và lượng chi phí bỏ ra càng thấp (bao gồm lãi phải trả và các chi phí khác).

Để đạt được lợi nhuận cao, các ngân hàng phải đảm bảo cho các hoạt động đạt được hiệu quả cao. Chính vì vậy một trong các mục tiêu của NHTM là đảm bảo cho hoạt động huy động vốn đạt hiệu quả cao.

1.4.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi.

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

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

Chỉ tiêu này được đánh giá qua: mức độ tăng giảm nguồn vốn huy động và số lượng vốn huy động có kỳ hạn. Nguồn vốn tăng đều qua các năm, có độ gia tăng đều đặn, đạt mục tiêu nguồn vốn đặt ra là nguồn vốn tăng trưởng ổn định.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng vốn huy động tiền gửi} = \frac{(\sum \text{vốn huy động tiền gửi năm sau} - \sum \text{vốn huy động năm trước})}{\sum \text{vốn huy động tiền gửi năm trước}} \times 100(\%)$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này phản ánh tốc độ tăng trưởng của nguồn vốn huy động. Tốc độ tăng trưởng vốn huy động tiền gửi >100% chứng tỏ quy mô, khối lượng vốn huy động của ngân hàng kỳ này được mở rộng hơn kỳ trước, tương ứng với kết quả là số phần trăm vượt bậc của kỳ này so với kỳ trước.

b. Cơ cấu nguồn vốn huy động

$$\text{Tỉ trọng từng loại vốn tiền gửi} = \frac{\text{Vốn tiền gửi loại } i}{\sum \text{Vốn tiền gửi}} \times 100(\%)$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho thấy tỷ lệ giữa các loại vốn huy động trong tổng nguồn vốn huy động, nguồn vốn huy động nào nhiều nhất, nguồn vốn huy động nào ít nhất.

c. Chi phí huy động vốn

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

Lãi suất bình quân đầu vào

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

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

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

d. Tính cân đối giữa vốn huy động tiền gửi và việc sử dụng vốn huy động tiền gửi

Để đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh, thường sử dụng các chỉ tiêu so sánh nguồn vốn huy động được với các nhu cầu tín dụng, thanh toán và các nhu cầu khác để thấy nguồn vốn huy động có thể đáp ứng được bao nhiêu, ngân hàng phải vay thêm bao nhiêu để thoả mãn nhu cầu ấy. Để đạt được mục tiêu này, ngân hàng phải có cơ cấu vốn hợp lý. Cơ cấu vốn huy động ở đây bao gồm cơ cấu vốn theo ngắn hạn và trung hạn, dài hạn, cơ cấu vốn theo nội tệ và ngoại tệ, theo tiền gửi dân cư và tiền gửi doanh nghiệp. Cơ cấu vốn hợp lý có thể đáp ứng được tối đa nhu cầu sử dụng vốn, không có tình trạng bất hợp lý giữa vốn huy động với nhu cầu sử dụng vốn. Ví dụ: khi phân tích cơ cấu vốn để đánh giá về khả năng và quy mô thu hút vốn từ nền kinh tế của NHTM ta có chỉ số:

$$\text{Tính cân đối giữa VHD tiền gửi và sử dụng VHD tiền gửi} = \frac{\text{Lượng vốn sử dụng}}{\text{Lượng VHD tiền gửi}} \times 100(\%)$$

e. Một số chỉ tiêu khác để đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi của NHTM

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

- Mức độ thuận tiện của khách hàng: Được đánh giá qua các thủ tục gửi

tiền, rút tiền, các dịch vụ kèm theo của ngân hàng. Tiết kiệm thời gian và chi phí cho khách hàng.

- Thời gian để huy động một lượng vốn nhất định.
- Một số chỉ tiêu khác như số lượng vốn bị rút ra trước hạn, kỳ hạn thực tế của nguồn vốn.

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

1.5. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động huy động vốn từ tiền gửi.

1.5.1. Nhân tố chủ quan.

1.5.1.1. Chính sách lãi suất của ngân hàng.

Lãi suất được coi là giá cả của các sản phẩm dịch vụ tài chính. Ngân hàng sử dụng hệ thống lãi suất tiền gửi như một công cụ quan trọng trong việc huy động tiền gửi và thay đổi quy mô nguồn vốn. Để duy trì và thu hút thêm nguồn vốn, ngân hàng cần ấn định mức lãi suất cạnh tranh, thực hiện những ưu đãi về giá cho những khách hàng lớn, gửi tiền thường xuyên. Hơn nữa hệ thống lãi suất cần linh hoạt, phù hợp với quy mô và cơ cấu nguồn vốn.

Tuy nhiên, ngân hàng 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 ngân hàng để bù đắp được các khoản chi phí đã bỏ ra và vẫn mang lại lợi nhuận cho ngân hàng.

1.5.1.2. Mạng lưới huy động vốn của ngân hàng.

Mạng lưới hoạt động của ngân hàng và các hình thức huy động vốn càng đa dạng, phong phú thì kết quả huy động vốn càng nhiều về số lượng do việc thực hiện được dịch vụ trọn gói và mở rộng dịch vụ ngân hàng. 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 ngân hàng. Với một mạng lưới rộng khắp, tạo ra sự sẵn sàng trong việc tiếp cận ngân hàng của người dân thì ngân hàng sẽ dễ dàng thu hút được các khoản tiền gửi đó một cách có hiệu quả.

1.5.1.3. Hoạt động marketing của ngân hàng.

Mục tiêu cuối cùng là thoả mãn tối đa nhu cầu của khách hàng vừa đảm bảo khả năng sinh lời, khả năng cạnh tranh an toàn trong kinh doanh thì Marketing đã trở thành công cụ không thể thiếu được trong ngân hàng thương mại hiện nay.

Hoạt động ngân hàng có tính xã hội hoá cao, phụ thuộc chặt chẽ vào môi trường kinh doanh như môi trường dân cư, môi trường kinh tế, môi trường chính trị,... nên sự thay đổi của bất kỳ yếu tố nào cũng ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng.

Chính sách marketing có hai nhiệm vụ chính:

- Nắm bắt kịp thời sự thay đổi môi trường, thị trường cũng như nhu cầu của khách hàng đối với dịch vụ sản phẩm mà ngân hàng cung cấp.
- Xây dựng chính sách, giải pháp thích hợp để thắng đối thủ cạnh tranh đạt được mục tiêu lợi nhuận.

Việc nắm bắt kịp thời sự thay đổi của môi trường, nhu cầu sẽ giúp ngân hàng đưa ra được những sản phẩm phù hợp, linh hoạt góp phần đáp ứng được nhu cầu của khách hàng đồng thời thu hút được lượng vốn lớn. Cũng từ việc nghiên cứu thị trường, ngân hàng sẽ đưa ra những sản phẩm mới.

Mặt khác chính sách khuếch trương sẽ giúp người dân hiểu rõ ràng, đầy đủ về ngân hàng thông qua phương tiện thông tin đại chúng xây dựng một hình ảnh nhân viên ngân hàng tận tình, chu đáo, có trình độ chuyên môn,... sẽ tạo lòng tin với khách hàng.

Như vậy chính sách Marketing có ảnh hưởng quan trọng đến khả năng huy động vốn từ tiền gửi nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung.

1.5.1.4. Tổ chức nhân sự.

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 ngân hàng thương mại cũng như hoạt động huy động vốn của ngân hàng.

Trong hoạt động huy động vốn, con người là yếu tố quan trọng trong việc tiếp xúc khách hàng, đặt quan hệ giao dịch,... Như vậy để nâng cao hiệu quả huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi thì một yêu cầu được đặt ra là ngân hàng cần

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 về nghiệp vụ thì một cán bộ tín dụng phải có tư cách phẩm chất đạo đức tốt, liêm khiết và tuân thủ pháp luật, các quy định của ngân hàng.

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 vốn của ngân hàng sẽ tốt hơn.

1.5.2. Nhân tố khách quan.

1.5.2.1. Khách hàng

Ngân hàng là một trong các tổ chức tài chính quan trọng nhất của nền kinh tế. Ngân hàng bao gồm nhiều loại tùy thuộc vào sự phát triển của nền kinh tế nói chung và hệ thống tài chính nói riêng. Trong đó ngân hàng thương mại thường chiếm tỷ trọng lớn nhất về quy mô tài sản, thị phần và số lượng các ngân hàng. Chính vì vậy, khách hàng của ngân hàng cũng bao gồm nhiều đối tượng khác nhau. Mỗi loại khách hàng lại mang những đặc điểm riêng có của mình. Vì vậy, để đáp ứng được yêu cầu, nhu cầu của từng loại khách hàng của mình, ngân hàng cần phải có các chính sách, chiến lược phát triển phù hợp để có được hoạt động kinh doanh tốt nhất của mình

1.5.2.2. Môi trường kinh tế

Hoạt động của hệ thống ngân hàng thương mại bị các chỉ tiêu kinh tế như tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế, thu nhập quốc dân, tốc độ chu chuyển vốn, tỷ lệ lạm phát,... tác động trực tiếp. Khi nền kinh tế trong thời kỳ hưng thịnh, có tốc độ phát triển nhanh, thu nhập quốc dân cao, các đơn vị kinh tế, dân cư sẽ có nguồn tiền gửi dồi dào vào ngân hàng. Ngược lại, trong điều kiện tình hình kinh tế bất ổn, nền kinh tế trì trệ, tỷ lệ thất nghiệp cao, tỷ lệ lạm phát cao thì việc huy động vốn của ngân hàng nói chung và các hoạt động khác của ngân hàng nói chung sẽ gặp nhiều khó khăn bởi người dân không tin tưởng gửi tiền vào ngân hàng mà dùng tiền để mua các tài sản có tính ổn định cao, còn các doanh nghiệp buộc phải thu hẹp sản xuất, lượng tiền gửi vào ngân hàng sẽ bị thu hẹp, ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng.

Mặt khác, trong môi trường ngày càng phát triển hiện nay, khả năng ứng dụng công nghệ trở thành một trong những điều kiện bắt buộc để ngân hàng tồn tại và phát triển. Nhiều sản phẩm dịch vụ đã xuất hiện liên quan đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng thương mại như dịch vụ ngân hàng tại nhà (Home

banking), máy rút tiền tự động ATM (Automatic Teller Money), thư tín dụng (L/C), hệ thống thanh toán điện tử,... đã làm cho tỷ lệ gửi tiền, thanh toán qua ngân hàng ngày càng tăng và đạt tỷ lệ cao.

1.5.2.3. Môi trường xã hội

Môi trường xã hội cũng là yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng.

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 ngân hàng thương mại. Vì vậy những khu vực đông dân cư, với thu nhập cao thì sẽ dễ dàng hơn trong việc huy động vốn đối với ngân hàng.

Môi trường văn hoá như tập quán, tâm lý, thói quen sử dụng tiền mặt của dân cư ảnh hưởng nhiều đến quyết định kinh tế về tiêu dùng và tiết kiệm của người có thu nhập, mức độ chấp nhận rủi ro khi gửi tiền vào các tổ chức tín dụng hay quyết định chi tiêu số tiền nhàn rỗi của mình vào đầu tư bất động sản, động sản, chứng khoán

1.5.2.4. Môi trường pháp lý

Ngân hàng thương mại 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 Ngân hàng Nhà nước. Sự thay đổi chính sách của nhà nước, của Ngân hàng Nhà nước về tài chính, tiền tệ, tín dụng, lãi suất sẽ ảnh hưởng đến khả năng thu hút vốn cũng như chất lượng của nguồn vốn của ngân hàng thương mại. Sự ổn định về chính trị hay về chính sách ngoại giao cũng tác động đến nguồn vốn của một ngân hàng thương mại với các quốc gia khác trong khu vực và trên thế giới.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TỪ TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HẢI PHÒNG

2.1. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của ngân hàng

- Tên đầy đủ: Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín chi nhánh Hải Phòng.

- Ngày thành lập: 15/12/2006.

- Địa điểm trụ sở chính: 62-64 phố Tôn Đức Thắng – phường Trần Nguyên Hãn- Quận Lê Chân – TP Hải Phòng.

- Chi nhánh có 04 phòng nghiệp vụ và 05 phòng giao dịch trực thuộc được mở tại các quận Hồng Bàng, Ngô Quyền, huyện Thủy Nguyên:

- PGD Văn Cao: 197 Văn Cao, P. Đằng Giang, Q. Ngô Quyền.

- Tháng 08/2007, chi nhánh khai trương PGD Tam Bạc: 102A Quang Trung, P. Phan Bội Châu, Q. Hồng Bàng.

- Tháng 4/2010, Chi nhánh khai trương PGD Lạc Viên: 176 Đà Nẵng, P. Lạc Viên, Q. Ngô Quyền.

- Tháng 7/2010. Chi nhánh khai trương PGD Hoa Phượng: 119 – 121 Đinh Tiên Hoàng, P. Hoàng Văn Thụ. Q. Hồng Bàng.

- Tháng 12/2010, Chi nhánh khai trương PGD Thủy Nguyên: 151 Bạch Đằng, thị trấn Núi Đèo, Thủy Nguyên.

- Đơn vị quản lí trực tiếp: Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín(Sacombank).

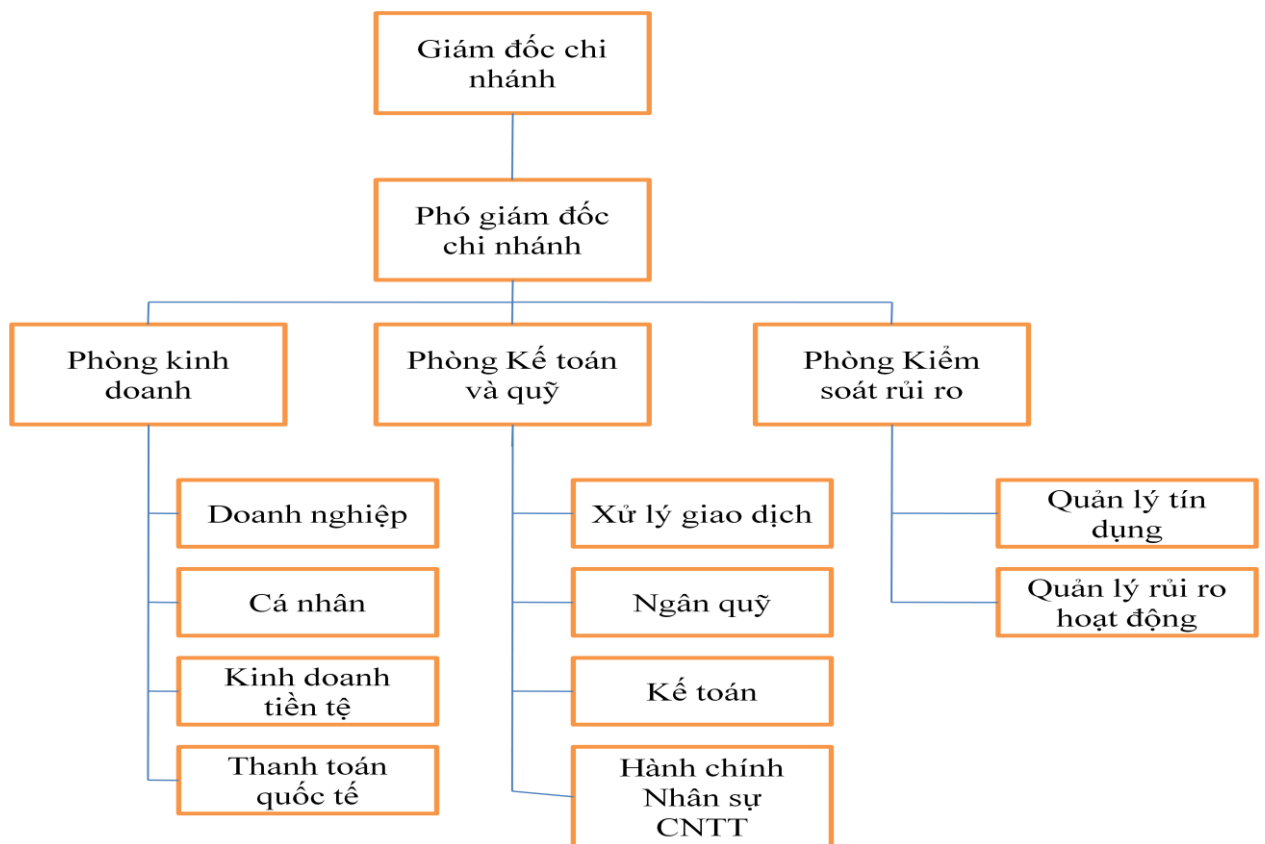
- Số CBNV hiện tại: 113 cán bộ nhân viên, trong đó: 47 nam, 66 nữ. CBNV có trình độ thạc sĩ 9.15%; đại học,cao đẳng chiếm 73.15%; trung cấp và lao động phổ thông chiếm 17.7%.

Thành tích đạt được trong những năm gần đây.

Quá trình 8 năm thành lập từ tháng 12/2006, chi nhánh Hải Phòng đã nhận được sự chỉ đạo sát sao của Hội sở và sự quan tâm của các cấp lãnh đạo thành phố Hải Phòng. Tập thể CBNV đã đoàn kết, nỗ lực hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao. Góp phần tích cực vào kênh huy động nguồn lực tài chính phục vụ phát triển nền kinh tế xã hội thành phố Hải Phòng.

- Năm 2007 được công nhận danh hiệu “Tập thể trẻ ấn tượng năm 2007”
- 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 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 2011 vì “đã có thành tích hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ công tác năm 2010”. Năm 2011 đạt danh hiệu “Tập thể giỏi” do Sacombank Hội sở trao tặng và bằng khen của Ủy ban nhân dân thành phố năm 2011 vì “đã có thành tích hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ công tác năm 2011”

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.



(Nguồn – Phòng tổ chức hành chính Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng).

2.1.2.1. Phòng kinh doanh:

- **Chức năng:** Quản lý, thực hiện chỉ tiêu bán hàng theo các sản phẩm cụ thể, tiếp thị và quản lý khách hàng, tiếp thị sản phẩm dịch vụ thanh toán quốc tế, chăm sóc khách hàng doanh nghiệp, phân tích thẩm định, đề xuất tín dụng, chức năng khác....
- **Nhiệm vụ:**
 - Quản lý, thực hiện chỉ tiêu kinh doanh:
 - Cung ứng sản phẩm, dịch vụ và quản lý mối quan hệ với Khách hàng.
 - Thực hiện nghiệp vụ thanh toán quốc tế.
 - Thực hiện nghiệp vụ kinh doanh ngoại hối.
 - Phân tích, thẩm định, đề xuất tín dụng.
 - Chức năng khác.

2.1.2.2. Phòng kế toán và quỹ:

- **Chức năng:** Xử lý giao dịch, nghiệp vụ kho quỹ, quản lý công tác kế toán, quản lý công tác hành chính (công tác Hành chính, công tác nhân sự, công tác Công nghệ thông tin)
- **Nhiệm vụ:**
 - Xử lý giao dịch:
 - Nghiệp vụ kho quỹ.
 - Quản lý công tác kế toán.
 - Quản lý công tác hành chính.

2.1.2.3. Phòng kiểm soát rủi ro:

- **Chức năng:** Quản lý tín dụng như hỗ trợ công tác tín dụng, kiểm soát tín dụng, quản lý nợ, lưu trữ hồ sơ tín dụng. Quản lý rủi ro hoạt động gồm thực hiện nhiệm vụ kiểm tra, kiểm soát tính tuân thủ trong hoạt động kế toán, thanh toán tại Chi nhánh và Đơn vị trực thuộc; tổ chức công tác kiểm sát rủi ro trong hoạt động ngân quỹ.
- **Nhiệm vụ:**
 - Quản lý tín dụng.
 - Quản lý rủi ro hoạt động.

2.1.3. Tình hình hoạt động của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.

2.1.3.1. Hoạt động huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là một nghiệp vụ vô cùng quan trọng của các NHTM, đó chính là nguồn cung cấp chính cho hoạt động tín dụng và giúp ngân hàng hoàn thành các chức năng của mình. Một nguồn vốn có cơ cấu hợp lý, chi phí huy động thấp, khả năng huy động vốn lớn sẽ tạo điều kiện thuận lợi để mở rộng và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Chính vì vậy, Sacombank Chi nhánh Hải Phòng luôn xác định tầm quan trọng của công tác huy động vốn, là bước quyết định quy mô và cơ cấu hoạt động của Chi nhánh.

Trong các năm gần đây Chi nhánh đã chủ động tính toán xây dựng mục tiêu, phân công cụ thể đến các phòng và cá nhân người lao động, đồng thời phối hợp với cơ quan truyền thông làm tốt công tác tuyên truyền, quảng cáo, tiếp thị, áp dụng các hình thức gửi tiền linh hoạt, thực hiện đổi mới phong cách giao dịch thuận lợi, nhanh chóng, chính xác, cán bộ tích cực tìm kiếm khách hàng vận động trực tiếp quan hệ với các tổ chức kinh tế, tài chính trên địa bàn tranh thủ các nguồn vốn nhàn rỗi tạo điều kiện nâng cao nguồn huy động tại địa phương, cơ bản đáp ứng đủ vốn cho vay đối với mọi thành phần kinh tế. Do vậy, Chi nhánh đã đạt được những thành tích sau.

Nguồn vốn huy động tại chi nhánh: 1,503 tỷ đồng, đạt 112,1% kế hoạch, tăng 258 tỷ đồng, tăng 21% so cùng kỳ.

Bảng 1. Tình hình huy động vốn tại Chi nhánh qua các năm 2011-2013

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	So sánh		Năm 2013	So sánh	
			Số tiền	Tỷ trọng %		Số tiền	Tỷ trọng %
Tổng vốn huy động	853,868	1,244,149	390,281	46%	1,502,950	258,801	21%
Nghiệp vụ tiền gửi	684,696	1,044,662	359,966	53%	1,296,523	251,861	24%
Phát hành giấy tờ có giá	71,242	76,371	5,129	7%	80,662	4,291	6%
Nguồn vay	53,474	67,981	14,507	27%	68,534	553	1%
Các nguồn vốn khác	44,456	55,135	10,679	24%	57,231	2,096	4%

(Nguồn Báo cáo tổng kết của chi nhánh Sacombank Hải Phòng năm 2011,2012,2013)

Nhìn chung công tác huy động nguồn vốn năm 2013 có rất nhiều khó khăn. Do giá cả biến động liên tục, tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế và suy thoái kinh tế toàn cầu làm ảnh hưởng đến tâm lý của người gửi tiền, mặt khác thực hiện chủ trương chỉ đạo của chính phủ thắt chặt chính sách tiền tệ nhằm kiềm chế lạm phát làm cho lượng tiền trong lưu thông giảm, người có tiền gửi có xu hướng chuyển sang tích lũy vàng và ngoại tệ, cũng như đẩy mạnh mua sắm hàng hóa và đầu tư cho sản xuất cho nên lượng tiền nhàn rỗi trong dân cư gửi vào Ngân hàng không nhiều .

2.1.3.2 Hoạt động tín dụng.

Trong 3 năm 2011,2012,2013 khi nền kinh tế rơi vào khủng hoảng, các Ngân hàng cũng không tránh khỏi nhưng khó khăn trong các hoạt động của mình và khó khăn nhất là hoạt động tín dụng của các NHTM. Với việc hàng ngàn các DN giải thể, cuộc sống của nhân dân gặp vô vàn các khó khăn, hoạt động tín dụng của chi nhánh Sacombank Hải Phòng đã có những dấu hiệu suy giảm. Chất lượng các món vay bị giảm sút, tồn tại các món nợ xấu, nợ có vấn đề nằm ảnh hưởng đến tình hình kinh doanh của toàn bộ chi nhánh.

Bảng 2. Hoạt động cho vay của Chi nhánh năm 2011- 2013

Đvt: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
Cho vay ngắn hạn	358,516	343,058	319,718
Cho vay trung và dài hạn	306,544	277,823	274,750
Tổng dư nợ cho vay	971,604	898,704	869,218

(Nguồn Báo cáo kết quả kinh doanh của Ngân hàng TM và CP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng)

2.1.3.3. Hoạt động kinh doanh khác.

a. Hoạt động thanh toán.

Năm 2013, số lượng giao dịch và doanh số hoạt động thanh toán giảm mạnh so với năm 2012.

Tổng doanh số thanh toán năm 2013 Chi nhánh đạt 11.913 triệu đồng, giảm 8.282 triệu đồng so với năm 2012 (năm 2012 đạt 20.195 triệu đồng) .

b. Hoạt động kinh doanh ngoại tệ và chi trả kiều hối.

Thị trường ngoại tệ năm 2013 diễn biến phức tạp. Tỷ giá USD/VND có sự chênh lệch rất lớn giữa tỷ giá chính thức và tỷ giá trên thị trường tự do. Nhiều thời điểm thanh khoản trên thị trường ngoại tệ rất hạn chế, cạnh tranh gay gắt giữa các NHTM trong việc mua ngoại tệ. Trong bối cảnh đó, Chi nhánh đã thực hiện nhiều giải pháp linh hoạt nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng .

2.1.3.4 Kết quả hoạt động kinh doanh.

Huy động vốn đã khó, song làm thế nào để sử dụng nguồn vốn đã huy động được một cách có hiệu quả, mang lại lợi nhuận cao nhất với chi phí thấp nhất lại là điều vô cùng khó khăn đối với những người làm Ngân hàng cũng như đối với các công ty tài chính, tổ chức tài chính tín dụng. Dưới đây là bảng số liệu phản ánh tình hình tài chính của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh Hải Phòng

Bảng 3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh năm 2011 – 2013

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
I. Tổng doanh thu	48.319	51.938	47.810
1. Thu nhập lãi thuần	34.876	41.023	36.155
2 Thu từ hoạt động dịch vụ	5.954	6.554	8.469
3 Thu từ hoạt động kinh doanh ngoại hối	5.086	2.257	1.439
4 Thu từ hoạt động khác	2.404	2.105	1.478
II Tổng chi phí	20.960	25.562	25.182
1. Chi phí điều hành	20.329	24.944	24.703
2. Chi nộp thuế và lệ phí	631	618	478
III. LN trước DPRR	27.359	26.376	22.629
IV. DPRR	(60)	19.225	10.851
III. LN trước thuế TNDN	27.419	7.151	11.778

**Nguồn: Bảng cân đối kế toán của NH TMCP Sài Gòn Thương Tín Chi nhánh Chi nhánh Hải Phòng (2011-2013)*

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 3.59% (năm 2012 LN trước DPRR đạt 26.376 triệu

đồng). Năm 2013 tiếp tục giảm so với năm 2012 là 3747 triệu đồng, tương ứng với tỉ lệ giảm là 14.2% (năm 2013 LN trước DPRR đạt 22.629 triệu đồng).

Lợi nhuận trước thuế TNDN năm 2011 đạt 27.419 triệu đồng. Đến năm 2012 đạt 7.151 triệu đồng, giảm 20.268 triệu đồng, tương đương với tỉ lệ giảm là 73,92 %. Năm 2013 LN trước thuế TNDN có xu hướng tăng, đạt 11.778 triệu đồng, tăng 4.627 triệu đồng, tương đương với tỉ lệ tăng là 64,7%. LNTT năm 2012 giảm nhiều là do DPRR tăng đột biến từ -60 thành 19.225, bên cạnh đó LN trước DPRR cũng giảm. Đến năm 2013 LN trước DPRR giảm, nhưng do DPRR cũng giảm theo 10.851 nên LNTT tăng.

Lợi nhuận trước DPRR giảm là do: Tổng doanh thu năm 2012 so với năm 2011 tăng 3.619 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ tăng là 7.49% (năm 2011 đạt 48.319 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 21,96% (năm 2011 đạt 20.960 triệu đồng, năm 2012 đạt 25.562 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. Năm 2013 so với năm 2012, LN trước DPRR cũng có xu hướng giảm, cụ thể tổng doanh thu năm 2013 giảm so với năm 2012 là 4.128 triệu đồng, tương đương với tỉ lệ giảm là 7,95% (năm 2012 DT đạt 51.938 triệu đồng, năm 2013 DT đạt 47.810 triệu đồng). Trong khi đó chi phí năm 2013 so với năm 2012 giảm 380 triệu đồng, tương đương với tỉ lệ giảm 1,49% (năm 2012 chi phí đạt 25.562 triệu đồng, năm 2013 chi phí đạt 25.182 triệu đồng). Mặc dù chi phí có giảm, nhưng tỉ lệ giảm lại nhỏ hơn tỉ lệ giảm của tổng doanh thu nên dẫn đến việc LN trước DPRR vẫn giảm.

2.2 Thực trạng huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng

2.2.1. Các sản phẩm - dịch vụ huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi

	Đặc điểm	Lợi ích
<i>1. Tiền gửi thanh toán cho Doanh nghiệp</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Loại tiền gửi: VND, ngoại tệ. • Lãi suất: không kỳ hạn do Sacombank công bố trong từng thời kỳ 	<ul style="list-style-type: none"> • Thủ tục đơn giản, thời gian xử lý nhanh chóng. • Mở tài khoản một nơi có thể giao dịch nhiều nơi. • Có thể sử dụng vượt quá số dư trên tài khoản qua tiện ích thấu chi

<p>2. Tiền gửi thanh toán Hoa Việt</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dành cho tổ chức người đại diện là người Hoa mở tại Sacombank Hoa Việt và các PGD trực thuộc CN Hoa Việt. • Loại tiền: VND. • Lãi suất: Được hưởng lãi suất thưởng nếu số dư trên tài khoản vượt quá số dư quy định 	<ul style="list-style-type: none"> • Thủ tục đơn giản, thời gian xử lý nhanh chóng. • Mở tài khoản một nơi có thể giao dịch nhiều nơi. • Thực hiện các giao dịch thanh toán qua Ngân hàng bằng các phương tiện thanh toán • Miễn phí xác nhận số dư, phí quản lý tài khoản
<p>3. Tiền gửi mSmart</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lãi tiền gửi được tính trên cơ sở số dư thực tế mỗi ngày. • Số dư tối thiểu trên tài khoản Tiền gửi thanh toán >= 30.000.000 đồng. • Số lần chuyển vốn >= 50.000.000 đồng (bội số của 10.000.000 đồng) 	<ul style="list-style-type: none"> • Linh hoạt, tự động điều chuyển dòng tiền từ tài khoản TGTT sang tài khoản tiền gửi mSmart cuối mỗi ngày. • Lãi suất cao hơn lãi suất TGTT thông thường. • Miễn phí quản lý tài khoản. • Miễn duy trì số dư tối thiểu.
<p>4. Tiền gửi mFree</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Khách hàng có số dư bình quân duy trì trên tài khoản thanh toán theo từng mức khác nhau sẽ được nhận ưu đãi Phí dịch vụ tương ứng. 	<ul style="list-style-type: none"> • Từ 05 đến dưới 10 tỷ đồng: Miễn phí nộp tiền mặt trong hệ thống, Miễn phí chuyển khoản trong hệ thống • Trên 10 tỷ đồng: Miễn phí nộp tiền mặt trong và ngoài hệ thống, Miễn phí chuyển khoản trong và ngoài hệ thống
<p>5. Tiền gửi thanh toán cho cá nhân</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đối tượng gửi tiền: Cá nhân người Việt Nam và người nước ngoài. • Kỳ hạn gửi: không kỳ hạn • Loại tiền gửi VND, USD, EUR, AUD, CAD, CHF, GBP, JPY, SGD • Lãi suất gửi: theo mức lãi suất 	<ul style="list-style-type: none"> • Sử dụng các công cụ thanh toán một cách an toàn, nhanh chóng, thuận tiện. • Số dư tài khoản có thể dùng để: vay vốn, là cơ sở được xét cấp hạn mức thấu chi... • Dùng để xác nhận khả năng tài chính cho quý khách hoặc thân

	không kỳ hạn có hiệu lực tại thời điểm tính lãi.	<p>nhân.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kiểm tra thông tin tài khoản qua dịch vụ ngân hàng điện tử của SACOMBANK.
<i>6. Tiền gửi thanh toán iMax</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Gói sản phẩm iMax bao gồm: • Tài khoản tiền gửi thanh toán VNĐ • Thẻ thanh toán quốc tế (Visa debit) • Dịch vụ mobileBanking SMS • Dịch vụ internetBanking 	<ul style="list-style-type: none"> • Khách hàng được tự chọn số tài khoản theo ý thích • Miễn phí đặc biệt: • Phí quản lý tài khoản. • Phí chuyển khoản trong hệ thống. • Được xét cấp Thẻ tín dụng quốc tế tín chấp • Được hưởng chính sách dành cho khách hàng VIP
<i>7. Tiền gửi tiết kiệm không kì hạn</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Kỳ hạn: không kỳ hạn • Lãi suất: theo biểu lãi suất không kỳ hạn Sacombank công bố • Cách thức trả lãi: tiền lãi được trả hàng tháng vào ngày cuối tháng và tự động ghi có vào tài khoản. 	<ul style="list-style-type: none"> • Được sử dụng để thanh toán tiền vay hoặc chuyển khoản sang tài khoản tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn cho chính chủ tài khoản với mức lãi suất cao hơn • Dùng để cầm cố vay vốn, đảm bảo mở thẻ tín dụng, sử dụng tài khoản thấu chi tại Sacombank
<i>8. Tiền gửi tiết kiệm truyền thống</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Đối tượng gửi tiền: Cá nhân người Việt Nam và người nước ngoài. • Kỳ hạn gửi: được công bố trong từng thời kỳ (từ 1 đến 36 tháng) • Lãi suất gửi: tương ứng số tiền gửi, kỳ hạn gửi và có hiệu lực tại thời điểm gửi tiền. • Hình thức lãnh lãi: lãi trả trước, hàng tháng, hàng quý hoặc cuối kỳ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cầm cố thẻ tiết kiệm • Dùng để xác nhận khả năng tài chính cho quý khách hoặc thân nhân đi du lịch, học tập, ... ở nước ngoài. • Có thể rút vốn trước hạn khi cần. • Quý khách được chuyển quyền sở hữu khi thẻ tiết kiệm chưa đến hạn thanh toán để bảo toàn lãi.

<p>9. Tiền gửi tiết kiệm Trung Hạn Đặc Lợi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đối tượng: Khách hàng cá nhân • Kỳ hạn gửi: 24, 36 tháng • Kỳ lãnh lãi: hàng tháng, hàng quý, hàng năm • Loại tiền gửi: VND 	<ul style="list-style-type: none"> • Lãi suất tiền gửi thả nổi linh hoạt theo lãi suất thị trường. • Lãi suất cho vay cầm cố thẻ tiết kiệm ưu đãi nhất. • Đa dạng phương thức lãnh lãi.
<p>10. Tiền gửi tiết kiệm Trung niên Phúc Lộc</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đối tượng: Khách hàng cá nhân từ 40 tuổi trở lên • Kỳ hạn gửi: từ 06 -> 36 tháng • Kỳ lãnh lãi: hàng tháng, hàng quý, cuối kỳ • Loại tiền gửi: VND, USD 	<ul style="list-style-type: none"> • Lãi suất cho vay cầm cố thẻ tiết kiệm ưu đãi • Đa dạng phương thức lãnh lãi • Mỗi thời điểm là mỗi chương trình ưu đãi cộng thêm cực kỳ hấp dẫn
<p>11. Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngày</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Đối tượng: khách hàng cá nhân. • Kỳ hạn gửi: tối thiểu 30 ngày và tối đa 99 ngày • Phương thức lãnh lãi: cuối kỳ • Lãi suất: căn cứ vào biểu lãi suất huy động do Sacombank ban hành . 	<ul style="list-style-type: none"> • Khách hàng tự đề xuất kỳ hạn gửi tiền phù hợp với nhu cầu tài chính trong tương lai mà không phụ thuộc vào các kỳ hạn Sacombank định sẵn. • Được tính lãi theo số ngày thực tế phát sinh số dư. • Sử dụng Thẻ tiết kiệm để cầm cố vay vốn
<p>12. Tiền gửi tương lai</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kỳ hạn gửi: 1 đến 5 năm. • Loại tiền gửi: VND • Định kỳ nộp tiền: 1 tháng hoặc 3 tháng hoặc 6 tháng • Khách hàng có thể nộp kỳ đầu tiên với số tiền cao hơn các kỳ còn lại nhưng tối đa 50% số tiền mục tiêu. • Loại hình lãi lãnh: cuối kỳ. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tự động trích tiền hàng tháng từ tài khoản tiền gửi thanh toán (TK TGTT) chuyển vào tài khoản tiền gửi Tương lai (TK TGTL) • TK TGTL không bị tắt toán trước hạn, không bị phạt lãi...khi đến kỳ trích tiền mà TK TGTT không có hoặc không đủ tiền.
<p>13. Tiết kiệm Phù Đổng</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Chủ tài khoản: cá nhân từ 0 đến 15 tuổi (đúng tên trên thẻ tiết kiệm) 	<ul style="list-style-type: none"> • Giúp trẻ thực hành bài học về: ý thức tiết kiệm; kiểm soát chi tiêu; và biết lập kế hoạch tài chính cá

	<ul style="list-style-type: none"> • Kỳ hạn gửi: 6 tháng, 1 năm đến 15 năm • Lãi suất được điều chỉnh ngay khi Sacombank thay đổi lãi suất theo thị trường. 	<p>nhân.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gửi tiền không giới hạn số lần trong kỳ hạn gửi. • Linh hoạt ngày gửi tiền. • Chủ động số tiền nộp.
14. Tiền gửi góp ngày	<ul style="list-style-type: none"> • Kỳ hạn linh hoạt: 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng và 12 tháng • Số tiền góp mỗi ngày: chỉ từ 50.000 đồng • Lãi suất hấp dẫn • Vay lại dễ dàng khi có nhu cầu 	<ul style="list-style-type: none"> • Tuyệt đối an toàn: khách hàng có thể an tâm thực hiện kế hoạch tích góp cho gia đình. • Giao dịch nhanh chóng: có thể nộp tiền trực tiếp tại Ngân hàng hoặc Sacombank sẽ thu tận nơi. • Quản lý dễ dàng.
15. Tiền gửi Đa năng	<ul style="list-style-type: none"> • Loại tiền gửi: VND, USD • Loại hình huy động: Tiền gửi/tiết kiệm có kỳ hạn lãnh lãi cuối kỳ loại hình lãi nhập vốn. • Kỳ hạn gửi đa dạng. • Số tiền gửi tối thiểu: 5.000.000 VND hoặc 500 USD • Số tiền rút tối thiểu: 1.000.000 VND hoặc 100 USD/lần rút 	<ul style="list-style-type: none"> • Rút vốn không giới hạn số lần trong suốt kỳ hạn gửi và hoàn toàn miễn phí khi rút. • Chủ động lựa chọn kỳ hạn dài để hưởng lãi suất cao, mà vẫn linh hoạt rút một phần vốn khi cần. • Đảm bảo lãi suất tiền gửi có kỳ hạn áp dụng luôn ở mức cao nhất.
16. Tiền gửi có kì hạn ngày dành cho Doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> • Loại tiền huy động : VND, USD. • Kỳ hạn gửi: tối thiểu 03 ngày. • Lãi suất: theo thỏa thuận giữa khách hàng và Sacombank. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cách tính lãi: tiền lãi của KH được tính theo công thức sau: <ul style="list-style-type: none"> ◦ Tiền lãi = Vốn gốc x lãi suất (%/năm) x số ngày thực gửi /360.
17. Tiền gửi đa năng dành cho Doanh nghiệp	<ul style="list-style-type: none"> • Là loại tiền gửi có kỳ hạn. • Linh hoạt rút vốn khi chưa đến hạn tất toán hợp đồng. • Loại tiền huy động: VND. • Kỳ hạn gửi: từ 01 tháng trở lên. 	<ul style="list-style-type: none"> • Số tiền rút trước hạn hưởng lãi suất không kỳ hạn tại thời điểm rút ra theo thời gian gửi tiền thực tế. • Số tiền gửi duy trì từ ngày gửi đến ngày đáo hạn hưởng lãi theo lãi suất ghi trên hợp đồng.

2.2.2. Tốc độ tăng trưởng vốn huy động từ nghiệp vụ tiền gửi

Trong thời gian qua, cùng với sự nỗ lực của toàn thể cán bộ công nhân viên của Ngân hàng, công tác huy động vốn đã đạt được những thành công đáng kể. Tốc độ tăng trưởng vốn huy động từ nghiệp vụ tiền gửi của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng được thể hiện qua bảng sau:

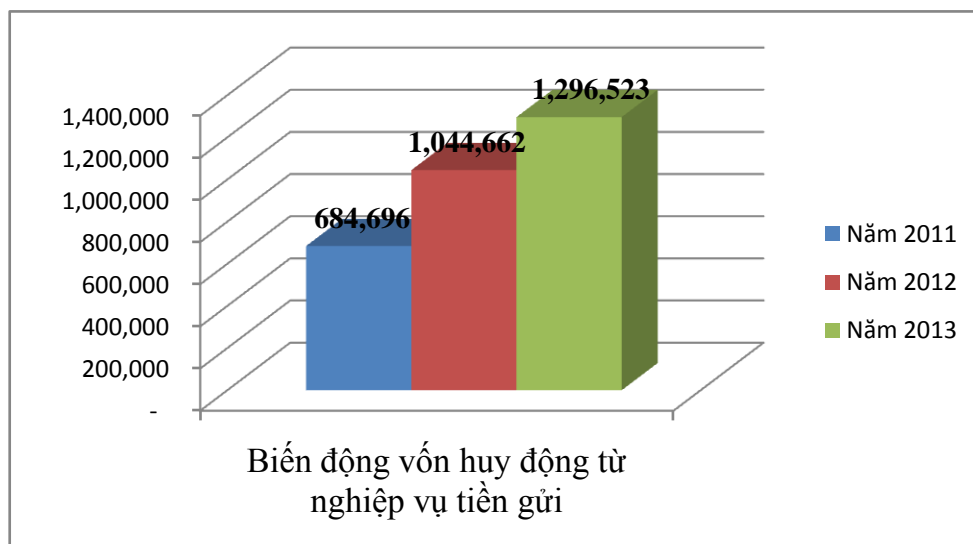
Bảng 4. Biến động nguồn vốn huy động từ tiền gửi năm 2011-2013

Đvt: Triệu đồng

Chi tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	So sánh 2011/2012		So sánh 2012/2013	
				Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
Vốn tiền gửi	684,696	1,044,662	1,296,523	359,966	53%	251,861	19%
Tổng vốn huy động	853,868	1,244,149	1,502,950	390,281	46%	258,801	21%

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011 - 2013)

Biểu 1. Biến động nguồn vốn huy động từ tiền gửi năm 2011-2013



Qua bảng biến động nguồn vốn trên ta thấy: nguồn vốn huy động của Ngân hàng tăng dần qua các năm: năm 2011 vốn huy động đạt 684,696 triệu đồng;

năm 2012 đạt 1,044,662 triệu đồng, tăng 359,966 triệu đồng so với năm 2012, ứng với tỷ lệ tăng 53%. Năm 2013 vốn huy động đạt 1,296,532 triệu đồng, tăng 251,861 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng là 19%.

Tình hình trên cho thấy: năm 2012 có tỷ lệ tăng về vốn huy động tương đối tốt, đạt 53%. Nguyên nhân là do Ngân hàng đã đẩy mạnh các biện pháp để thu hút vốn từ dân cư: bám sát địa bàn hoạt động. mở các đợt khuyến mại với hình thức hấp dẫn để thu hút khách hàng, khi đi huy động tiền gửi tại địa bàn thì các cán bộ có thái độ nhiệt tình, khéo léo trong giao tiếp và có hình thức quà tặng kèm phù hợp ... nên đã khuyến khích được người dân gửi tiền với số lượng lớn.

Năm 2013 là năm hoạt động huy động vốn có tỷ lệ tăng nhưng lại thấp hơn năm 2012. Tuy vốn tiền gửi có tăng nhưng dấu hiệu tăng không bằng năm trước, chứng tỏ Ngân hàng đã có những nỗ lực và phương án huy động vốn một cách có hiệu quả, mang lại giá trị cao, nhưng do nền kinh tế gặp vô vàn khó khăn nên việc huy động vốn cũng không tránh khỏi tình trạng này là điều dễ dàng hiểu được. Các biện pháp đã được áp dụng để có kết quả như trên là: tăng cường tìm kiếm những khách hàng mới, mà chủ yếu tập trung vào khách hàng là doanh nghiệp; áp dụng các biện pháp khéo léo và có những tiện ích đi kèm sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Tiếp tục duy trì lượng khách hàng dân cư vốn có....

Tóm lại: Vốn huy động của ngân hàng đã có sự tăng trưởng về số lượng để thoả mãn nhu cầu tín dụng, thanh toán cũng như các hoạt động kinh doanh khác ngày càng tăng của ngân hàng. Tuy vậy độ gia tăng chưa đều qua các năm, năm 2013 có dấu hiệu giảm khá mạnh so với năm trước.

2.2.3. Quy mô và cơ cấu vốn huy động từ nghiệp vụ tiền gửi.

2.2.3.1. Cơ cấu vốn huy động từ tiền gửi theo kì hạn.

Bảng 5. Bảng cơ cấu tiền gửi theo kì hạn 2011-2013

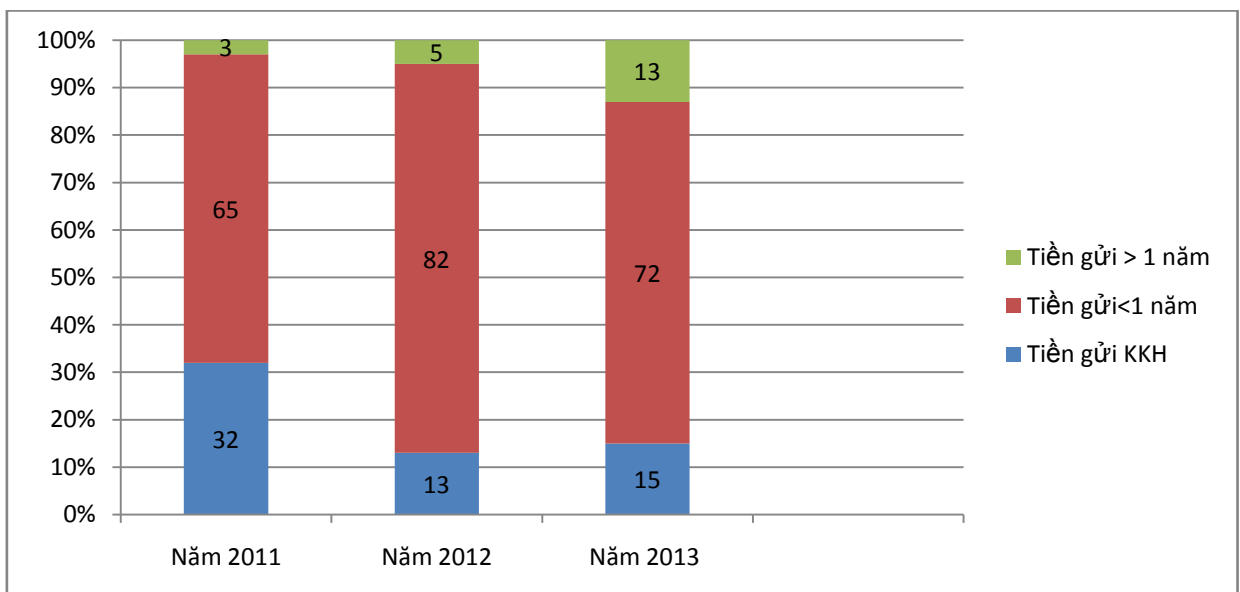
Đvt: Triệu đồng

	2011		2012		2013	
	Số dư	Tỉ trọng (%)	Số dư	Tỉ trọng (%)	Số dư	Tỉ trọng (%)
Tiền gửi không kì hạn	217.668	31,79	135.855	13	188.904	14,57
Tiền gửi có kì hạn < 1 năm	447.005	65	852.058	82	935.566	72
Tiền gửi có kì hạn > 1 năm	20.023	3	56.749	5	172.053	13
∑ số dư TG	684.696	100	1.044.662	100	1.296.523	100

(Nguồn Bảng cân đối kế toán của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng)

Biểu 2. Cơ cấu vốn huy động từ tiền gửi theo kì hạn

Đvt:%



***) Về huy động tiền gửi không kì hạn:** quy mô và tỷ trọng của hình thức huy động này có nhiều biến động : năm 2011 đạt 217.668 triệu đồng chiếm

31.79% tổng vốn huy động tiền gửi. Đến năm 2012 tiền gửi không kì hạn lại giảm xuống còn 135.855 triệu đồng chiếm 13% tổng vốn huy động tiền gửi. Năm 2013 Tiền gửi không kì hạn có dấu hiệu tăng trở lại và đạt 188.904 triệu đồng chiếm 14.57% tổng vốn huy động tiền gửi.

*) Về huy động tiền gửi có kỳ hạn ngắn (dưới 1 năm): năm 2011 đạt 447.005 triệu đồng chiếm 65% tổng vốn huy động tiền gửi; năm 2012 tăng lên 852.058 triệu đồng chiếm 82% tổng vốn huy động tiền gửi; đến năm 2013 lại tiếp tục tăng lên 935.566 triệu đồng như tỉ trọng giảm xuống còn 72% tổng vốn huy động tiền gửi.

*) Về huy động tiền gửi có kỳ hạn dài (trên 1 năm): quy mô và tỷ trọng của hình thức huy động này ngày càng tăng: năm 2011 đạt 20.023 triệu đồng chiếm 3% tổng vốn huy động tiền gửi. Năm 2012 tăng lên đạt 56.749 triệu đồng chiếm 5% tổng vốn huy động tiền gửi. Năm 2013 lại tiếp tục tăng đạt 172.053 triệu đồng chiếm 13% tổng vốn huy động tiền gửi.

Tổng quát ta thấy: trong 3 năm 2011,2012,2013 nguồn vốn chủ yếu mà Ngân hàng huy động được là nguồn vốn có kỳ hạn ngắn, chiếm 65%,82% và 72% tổng nguồn vốn huy động tiền gửi của Ngân hàng. Đây là những năm mà các sản phẩm huy động vốn ngắn hạn (dưới 12 tháng) phát huy hiệu quả cao, tạo cho Ngân hàng có nguồn vốn dồi dào để cho vay ngắn hạn. Nhưng đây cũng chính là khó khăn vì tỷ trọng nguồn huy động dài hạn còn ít nên hạn chế việc Ngân hàng xem xét cho vay dài hạn với các khách hàng có nhu cầu. Nguyên nhân là do Ngân hàng đã quá chú trọng vào việc phát triển sản phẩm huy động ngắn hạn mà chưa quan tâm đúng mức tới các sản phẩm huy động dài hạn.

2.2.3.2. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo đối tượng khách hàng

Bảng 6 . Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo đối tượng khách hàng

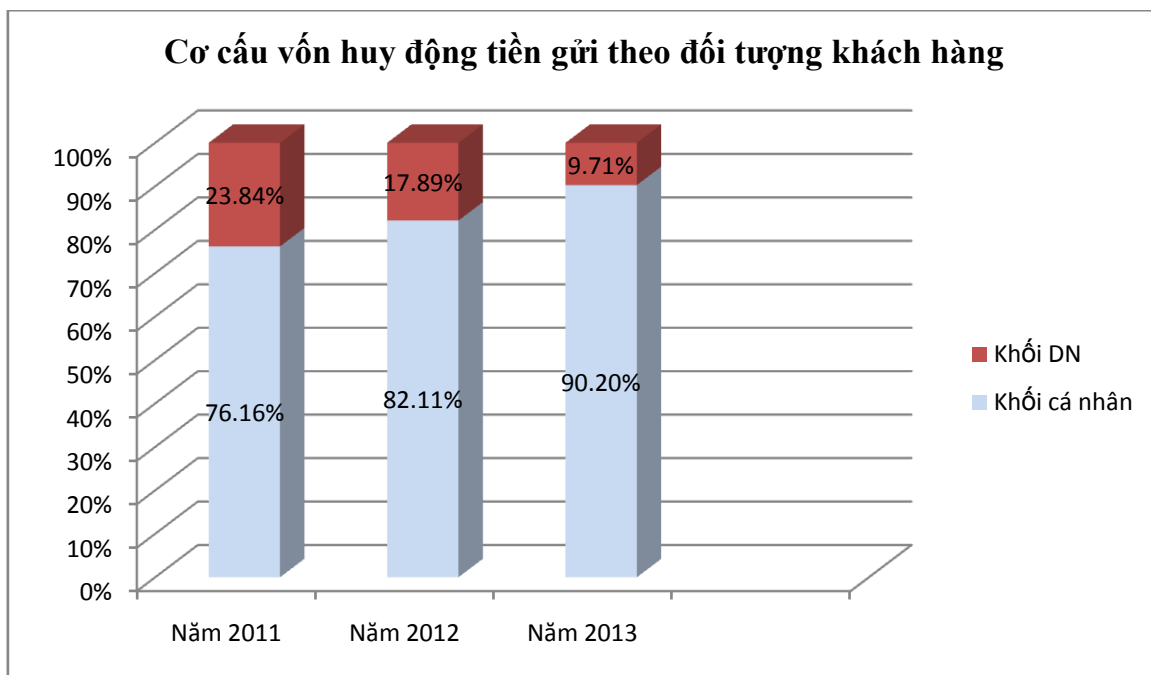
Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011		Năm 2012		Năm 2013	
	Số dư	Tỉ trọng (%)	Số dư	Tỉ trọng (%)	Số dư	Tỉ trọng (%)
Khối cá nhân	521.442	76,16	857.772	82,11	1.170.678	90,29
Khối doanh nghiệp	163.254	23,84	186.889	17,89	125.846	9,71
Σ số dư TG	684.696	100	1.044.662	100	1.296.523	100

(Nguồn Bảng cân đối kế toán của NHTMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011-2013)

Biểu 3. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo đối tượng khách hàng

Đvt:%



+ Năm 2011, tỉ trọng tiền gửi của khối cá nhân chiếm 76,16%, trong khi tiền gửi của khối doanh nghiệp chỉ chiếm 23,84%

+ Năm 2012, tỉ trọng tiền gửi của khối cá nhân tăng hơn so với năm 2011 và đạt 82,11%, tỉ trọng tiền gửi khối doanh nghiệp giảm xuống còn 17,89%.

+ Năm 2013, trình trạng này vẫn tiếp tục diễn ra, khi tỉ trọng tiền gửi khối cá nhân đạt 90,29%, khối doanh nghiệp chỉ đạt 9,71%.

=> Vì Sacombank là một hệ thống ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam, nên có thể thấy tiền gửi của khối khách hàng cá nhân luôn chiếm tỉ trọng cao hơn khối doanh nghiệp. Bên cạnh đó, khối doanh nghiệp đang gặp khó khăn khi nhiều doanh nghiệp đứng trước nguy cơ giải thể và ngừng hoạt động, vì vậy tỉ trọng tiền gửi khối doanh nghiệp giảm là điều không thể tránh khỏi.

2.2.3.3. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo loại tiền

Bảng 7. Cơ cấu vốn huy động tiền gửi theo loại tiền

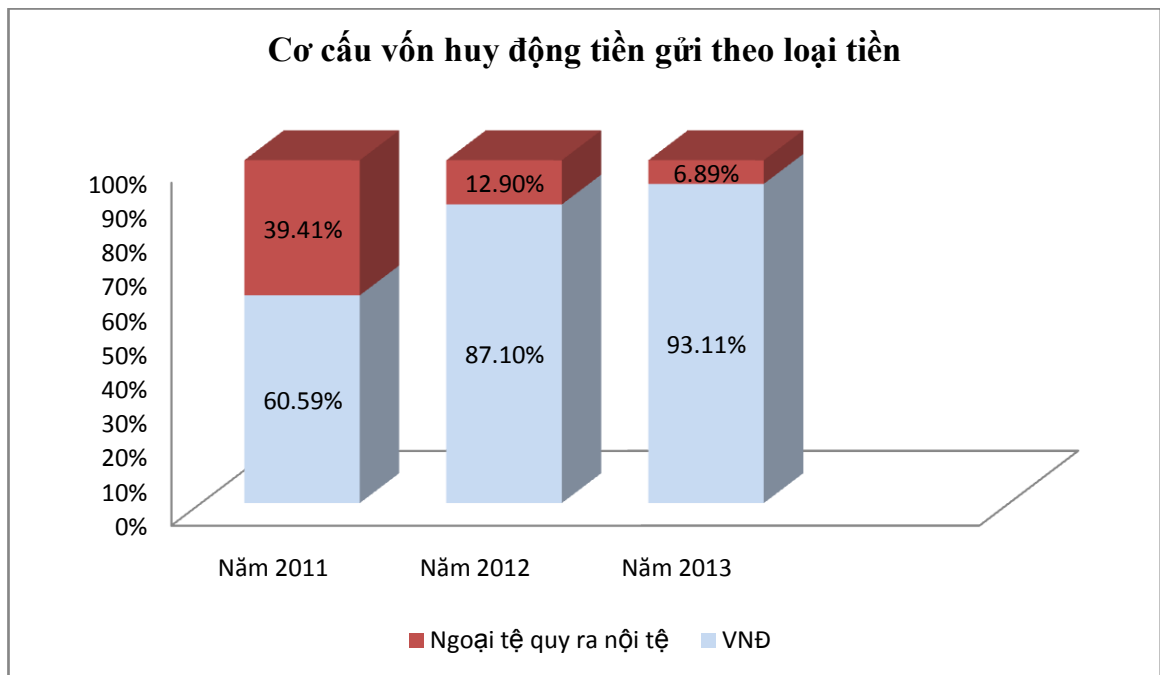
Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2011		2012		2013	
	Số dư	Tỉ trọng (%)	Số dư	Tỉ trọng (%)	Số dư	Tỉ trọng (%)
VNĐ	414.866	60,59	909.944	87,1	1.207.138	93,11
Ngoại tệ quy ra nội tệ	269.830	39,41	134.718	12,9	89.385	6,89
∑ số dư TG	684.696	100	1.044.662	100	1.296.523	100

(Nguồn Bảng cân đối kế toán NHTMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011-2013)

Biểu 4. Cơ cấu vốn huy động từ tiền gửi theo loại tiền

Đvt: %



+ Tiền gửi bằng VNĐ luôn chiếm tỉ trọng cao hơn tiền gửi bằng ngoại tệ. Năm 2011, tiền gửi VNĐ chiếm 60,59%, tiền gửi bằng ngoại tệ chiếm 39,41%.

+ Năm 2012, tiền gửi bằng VNĐ chiếm 87,1%, Tiền gửi bằng ngoại tệ chiếm 12,9%.

+ Năm 2013, tiền gửi bằng VNĐ chiếm 93,11% tiền gửi bằng ngoại tệ chiếm 6,89%. Qua bảng số liệu ta thấy tiền gửi nội tệ luôn chiếm ưu thế cao hơn tiền gửi ngoại tệ, phản ánh hoạt động về ngoại tệ của chi nhánh vẫn còn bị hạn chế.

2.2.4. Tính cân đối giữa việc huy động vốn tiền gửi và sử dụng vốn tiền gửi

a. Dư nợ cho vay của Ngân hàng

Trong những năm qua, không những đẩy mạnh hoạt động huy động vốn mà chi nhánh cũng đã đẩy mạnh công tác cho vay, tìm kiếm khách hàng mới để sao cho hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả tốt nhất.

Bảng 8. Dư nợ cho vay của chi nhánh Hải Phòng

Đvt: triệu đồng

Chỉ tiêu	2011	2012	So sánh		2013	So sánh	
			Số tiền	%		Số tiền	%
Cho vay ngắn hạn	358.516	343.058	-15.458	-4.31%	319.718	-23.340	-6.80%
Cho vay trung và dài hạn	306.544	277.823	-28.721	-9.37%	274.750	-3.073	-1.11%
Tổng dư nợ cho vay	665.060	620.881	-44.179	-6.64%	594.468	-26.413	-4.25%

(Nguồn Báo cáo kết quả kinh doanh của NHTMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng 2011-2013)

Qua bảng trên ta thấy dư nợ cho vay giảm dần qua các năm: năm 2010 là 665.060 triệu đồng. Năm 2012 là 620.881 triệu đồng; giảm 44.179 triệu đồng. Năm 2013 là 594.468 triệu đồng; giảm 26.413 triệu đồng. Cụ thể:

*) Dư nợ cho vay ngắn hạn: có xu hướng giảm dần qua các năm: năm 2012 giảm 15.458 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm là 4.31%. Năm 2013 lại tiếp tục giảm, cụ thể là giảm 23.340 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm là 6.80%

*) Dư nợ cho vay trung – dài hạn: cũng có xu hướng giảm dần qua các năm:

năm 2012 giảm 28.721 triệu đồng; tương ứng với giảm 9.37%. Năm 2013 giảm 3.073 triệu đồng tương ứng với tỉ lệ giảm 1.11%.

Điều này cho ta thấy nhu cầu sử dụng vốn để cho vay của Ngân hàng có sự biến động. Nguyên nhân là do từ năm 2011-2013 nền kinh tế gặp rất nhiều khó khăn và chưa có dấu hiệu phục hồi khả quan, bên cạnh đó chất lượng tín dụng của chi nhánh có xu hướng giảm. Vì vậy dư nợ cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn giảm là điều không thể tránh khỏi.

b. Tính cân đối giữa việc huy động vốn và sử dụng vốn

Khi Ngân hàng tổ chức tốt công tác huy động vốn thì cũng cần chú ý tới hoạt động sử dụng vốn sao cho hệ số sử dụng vốn càng cao thì Ngân hàng càng có lợi. Nhưng bên cạnh đó cũng cần xem xét các khách hàng có đủ điều kiện vay vốn để đảm bảo tính an toàn cho nguồn cho vay. Tính cân đối giữa việc huy động vốn và sử dụng vốn tại Chi nhánh được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 9: Tính cân đối giữa việc huy động vốn tiền gửi và sử dụng vốn tiền gửi

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
VHD tiền gửi	684.696	1.044.662	1.296.523
Dư nợ cho vay	665.060	620.881	594.468
Hệ số sử dụng vốn tiền gửi	97.13%	59.43%	45.85%
Thừa(+) thiếu(-)	+19.636	+432.781	+702.055

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011-2013)

❖ Qua bảng trên ta thấy: Hệ số sử dụng vốn tiền gửi của Ngân hàng là không cao và giảm dần qua các năm: năm 2011 hệ số sử dụng vốn TG là 97.13%; năm 2012 giảm xuống mức 59.43%; năm 2013 giảm còn 45.85% . Điều này cho thấy sự mất cân đối giữa công tác huy động và công tác cho vay vốn của Ngân hàng. Nguyên nhân là do tốc độ tăng trưởng của vốn huy động rất nhanh, mặc dù đã có nỗ lực mở rộng thị trường tín dụng nhưng Ngân hàng chưa tìm được lượng khách hàng có nhu cầu vay vốn tương ứng và đủ điều kiện để Ngân hàng tiến hành cho vay. Hệ số sử dụng vốn không cao cũng cho thấy sự

thận trọng của Ngân hàng khi tiến hành thẩm định hồ sơ xin vay vốn của khách hàng. Nếu khách hàng không đủ điều kiện thì không tiến hành cho vay để đảm bảo an toàn về vốn cho Ngân hàng.

❖ Tính cân đối giữa việc huy động vốn và sử dụng vốn theo thời hạn

- *Tính cân đối giữa việc huy động vốn tiền gửi và sử dụng vốn ngắn hạn*

Tính cân đối giữa việc huy động vốn và sử dụng vốn ngắn hạn của Sacombank Hải Phòng thể hiện qua bảng sau:

Bảng 10: Tính cân đối giữa việc huy động vốn và sử dụng vốn ngắn hạn

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
Vốn tiền gửi ngắn hạn	447,005	852,058	935,566
Dư nợ cho vay ngắn hạn	358,516	343,058	319,718
Hệ số sử dụng vốn ngắn hạn	80%	40%	34%
Thừa(+) thiếu(-))	88,489	509,000	615,848

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011-2013)

Qua bảng trên ta thấy: hệ số sử dụng vốn tiền gửi ngắn hạn của Ngân hàng giảm dần qua các năm: năm 2012 hệ số sử dụng vốn tương đối cao là 80%; năm 2012 giảm xuống 40%; năm 2013 tiếp tục giảm xuống còn 34. Đây là kết quả không mong đợi của Ngân hàng. Điều này cho thấy ngân hàng vẫn chưa tích cực tìm kiếm nguồn khách hàng có nhu cầu vay vốn ngắn hạn, bên cạnh đó, dẫn đến tình trạng hệ số sử dụng vốn chưa cao và số vốn dư thừa còn nhiều.

- *Tính cân đối giữa việc huy động vốn và sử dụng vốn trung- dài hạn:*

Tính cân đối giữa việc huy động vốn tiền gửi và sử dụng vốn trung- dài hạn được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 11: Tính cân đối giữa việc HĐV tiền gửi và sử dụng vốn trung - dài hạn

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
Vốn tiền gửi trung-dài hạn	20,023	56,749	172,053
Dư nợ cho vay trung-dài hạn	306,544	277,823	274,750
Hệ số sử dụng vốn trung-dài hạn	1531%	490%	160%
Thừa(+) thiếu(-)	(286,521)	(221,074)	(102,697)

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011-2013)

Qua bảng số liệu trên ta thấy: Hệ số sử dụng vốn trung – dài hạn cao đột biến trong năm 2011 là 1531%, điều này dẫn đến tình trạng thiếu vốn huy động trung dài hạn để cho vay, Ngân hàng không huy động đủ nguồn trung dài hạn để cho vay và phải dùng tới nguồn ngắn hạn: năm 2011 lượng vốn thiếu là 286,521 triệu đồng, điều này làm tăng rủi ro thanh khoản của Ngân hàng. Sang năm 2012, 2013, Ngân hàng vẫn chưa khắc phục được điểm này, hệ số sử dụng vốn 490% và 160% Tức là vốn tiền gửi trung- dài hạn vẫn không đủ để đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn trung-dài hạn.

Tính cân đối giữa việc huy động vốn tiền gửi và sử dụng vốn tiền gửi vẫn chưa đạt hiệu quả khi vốn huy động tiền gửi ngắn hạn lại thừa còn vốn huy động tiền gửi trung- dài hạn còn thiếu. Ngân hàng chỉ tập trung đến nguồn vốn huy động tiền gửi ngắn hạn mà chưa tập trung huy động đến vốn huy động tiền gửi dài hạn vì thế dẫn đến tình trạng vốn huy động tiền gửi dài hạn thiếu trầm trọng.

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

a. Chi phí trả lãi thực tế

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

Bảng 12: Chi phí trả lãi thực tế

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Tăng - giảm 2012/2011		Tăng - giảm 2013/2012	
					%	số tiền	%
Chi phí	59.861	66.129	89.259	6.268	+10.47	23.130	+34.98

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán của NHTMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011-2013)

Qua bảng số liệu trên ta thấy chi phí trả lãi thực tế tăng lên qua các năm: năm 2011 chi phí là 59.861 triệu đồng; năm 2012 là 66.129 triệu đồng tăng 6.268 triệu đồng ứng với mức tăng 10.47% so với năm 2011. Năm 2013 chi phí trả lãi là 89.259 triệu đồng, tăng 23.130 triệu đồng ứng với mức tăng 34.89% so với năm 2012.

Như vậy năm 2013 có mức tăng cao nhất 23.130 triệu đồng (tức 34.89%). Nguyên nhân là do nguồn huy động tăng nên chi phí cũng phải tăng tương ứng theo.

b. Lãi suất bình quân đầu vào

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

Bảng 13: Lãi suất bình quân đầu vào

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
Tổng nguồn vốn huy động (1)	684.696	1.044.662	1.296.523
Tổng chi phí trả lãi thực tế (2)	59.861	66.129	89.259
Lãi suất bình quân đầu vào=(2) / (1)	8.74%	6.33%	6.88%

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán của NHTMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng năm 2011-2013)

Qua bảng số liệu trên ta thấy: lãi suất bình quân đầu vào của Ngân hàng qua các năm có sự biến đổi mạnh: năm 2011 là 8.74%; năm 2012 giảm xuống 6.33%; năm 2013 lại tăng lên 6.88%. Như vậy lãi suất bình quân của Ngân hàng là không đều, có nhiều biến động.

2.3 Đánh giá chung về tình hình huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.

2.3.1 Những kết quả đạt được.

Qua phân tích ở trên, chúng ta có thể thấy được hoạt động nguồn vốn nói chung và hoạt động huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi nói riêng của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng đã đạt được những thành công nhất định, đảm bảo tốt cho công tác huy động vốn và sử dụng vốn của Chi nhánh. Thành tựu nổi bật của Chi nhánh đã tạo lập được nguồn vốn ổn định và ngày càng tăng trưởng vững chắc, phục vụ đầy đủ và hiệu quả cho các hoạt động kinh doanh khác. Nguồn vốn huy động đủ giải ngân cho các dự án đầu tư, thoả mãn nhu cầu vốn đầu tư phát triển và vốn kinh doanh của khách hàng. Các kết quả cụ thể đã đạt được là:

* *Về tiền gửi không kỳ hạn:* Năm 2013 Ngân hàng có nhiều biện pháp tích cực hiệu quả trong công tác huy động vốn từ tiền gửi KKH, nên lượng vốn huy động được trong năm 2013 188.904 triệu đồng tăng 53.049 triệu đồng so với năm 2012. Điều này đã chứng tỏ rằng Ngân hàng vẫn tạo được và giữ vững niềm tin nơi khách hàng.

* *Về tiền gửi có kỳ hạn:* Trong ba năm vừa qua, loại tiền gửi luôn chiếm tỉ trọng cao hơn tiền gửi không kỳ hạn và cũng tăng lên nhiều giúp lượng vốn huy động của ngân hàng cũng tăng lên đáng kể. Năm 2013, vốn huy động từ loại này đạt 1.107.619 triệu đồng tăng 198.812 triệu đồng so với năm 2012. Điều này chứng minh rằng Ngân hàng đã đa dạng hóa các sản phẩm để phù hợp với nhu cầu sử dụng của khách hàng

* *Về đối tượng là khách hàng doanh nghiệp:* Năm 2012, Ngân hàng đã có nhiều biện pháp tích cực và hiệu quả trong công tác huy động vốn từ tiền gửi đối với đối tượng này: Lượng vốn đã huy động tăng 23.635 triệu đồng (năm 2012 đạt 186.889 triệu đồng, năm 2011 đạt 162.254 triệu đồng so với năm 2011. Năm 2013, lượng vốn huy động lại có dấu hiệu giảm, cụ thể giảm 61.043 triệu đồng so với năm 2012. Kết quả này cũng đã giúp Ngân hàng khẳng định được sự uy tín, tín nhiệm của khách hàng. Tuy nhiên do nền kinh tế gặp khó khăn,

hàng ngàn doanh nghiệp bị giải thể trong năm 2013. Nên lượng tiền gửi từ khối doanh nghiệp giảm là điều không thể tránh khỏi.

* *Về đối tượng là khách hàng cá nhân*: Lượng vốn huy động được đều từ dân cư trong địa bàn. Năm 2013, vốn huy động được từ đối tượng này tăng 321.906 triệu đồng (năm 2013 đạt 1.170.678 triệu đồng, năm 2012 đạt 857.772 triệu đồng) so với năm 2012. Điều này chứng tỏ rằng Ngân hàng đã đi sâu khai thác, bám sát địa bàn hoạt động và nghiên cứu nhu cầu của khách hàng để từ đó có những biện pháp huy động hiệu quả.

* *Về loại tiền gửi bằng VND*: Kể cả loại tiền gửi không kỳ hạn hay tiền gửi tiết kiệm thì đồng nội tệ vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong hoạt động huy động vốn. Bởi vì thói quen tiêu dùng của người Việt Nam luôn sử dụng và cất trữ VND hơn các ngoại tệ khác. Năm 2013, tiền gửi bằng VND là 1.207.138 triệu đồng tăng 297.194 triệu đồng (năm 2012 đạt 909.944 triệu đồng) so với năm 2012.

* *Về loại tiền gửi bằng ngoại tệ*: Năm 2013 tiền gửi bằng ngoại tệ của chi nhánh giảm đáng kể. Vốn huy động từ tiền gửi bằng ngoại tệ năm 2013 đạt 89.385 triệu đồng giảm 45.333 triệu đồng so với năm 2012 (năm 2012 đạt 134.718 triệu đồng) ;. Kết quả này cho thấy Ngân hàng nên mở rộng và nâng cao hiệu quả các hoạt động kinh doanh và tín dụng bằng ngoại tệ.

- Về tốc độ tăng trưởng vốn huy động: năm 2013 là năm có tốc độ tăng trưởng đạt 24% với năm 2012. Cụ thể là năm 2013 đạt 1.296.523 triệu đồng, tăng 251.861 triệu đồng so với năm 2012 đạt 1.044.662 triệu đồng. Đây là một kết quả đáng khích lệ trong công tác huy động vốn của Chi nhánh.

- Về doanh số cho vay: giảm dần qua các năm: năm 2013 là 594.468 triệu đồng; giảm 26.413 triệu đồng so với năm 2012 đạt 620.881 triệu đồng. Năm 2012 cũng giảm 44.179 triệu đồng so với năm 2011 đạt 665.060 triệu đồng.

- Về tính cân đối giữa huy động vốn và sử dụng vốn: ngày càng giảm qua các năm. Cụ thể :

Năm 2011 hệ số sử dụng vốn tiền gửi đạt 97,13% nhưng đến năm 2012 lại giảm xuống còn 59.43%. Đến năm 2013 điều này lại tiếp tục tiếp diễn khi hệ số sử dụng vốn tiền gửi chỉ đạt 45.85%. Cho thấy công tác huy động đã có những tăng trưởng nhất định, nhưng công tác tín dụng lại chưa làm được điều đó, vì thế dẫn đến tình trạng thừa vốn nhiều và chưa được sử dụng hiệu quả.

- Về chi phí trả lãi thực tế và lãi suất bình quân đầu vào: năm 2013 là

năm có lượng vốn huy động cao (1.296 tỷ đồng) và chi phí trả lãi thực tế lại tăng nhiều so với năm 2012. Do đó lãi suất bình quân đầu vào cũng tăng (6.88%).

Nhận thức đúng đắn vị trí, vai trò quan trọng của công tác huy động vốn, lãnh đạo Chi nhánh luôn tập trung quan tâm chỉ đạo công tác này, coi tạo vốn là điều kiện tiên quyết để nâng cao thế và lực trong cạnh tranh, khẳng định vị thế, tầm vóc và uy tín của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng cũng như toàn hệ thống Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Việt Nam, tạo điều kiện thuận lợi trong hoạt động kinh doanh của Chi nhánh tại thời điểm hiện nay và trong các năm tiếp theo.

2.3.2 Những hạn chế của huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi.

** Lượng vốn huy động tiền gửi chủ yếu tập trung vào nguồn vốn ngắn hạn.*

Trong 3 năm 2011, 2012, 2013 lượng vốn tiền gửi ngân hàng huy động đều tăng, trong đó cả tiền gửi không kì hạn, kì hạn ngắn, kì hạn trung dài hạn đều tăng. Tuy nhiên tỉ trọng của tiền gửi ngắn hạn lại chiếm tỉ trọng cao nhất, dẫn đến tình trạng thừa vốn ngắn hạn. Còn tiền gửi trung và dài hạn chỉ chiếm 1 tỉ trọng nhỏ, mà nhu cầu sử dụng vốn trung – dài hạn lại cao vì thế dẫn tới tình trạng thiếu trầm trọng vốn trung-dài hạn.

** Ngân hàng chưa chú trọng đến đối tượng khách hàng là Doanh nghiệp, tổ chức kinh tế.*

Điều này thể hiện rõ qua việc cơ cấu vốn tiền gửi theo đối tượng khách hàng, thì tiền gửi của khối cá nhân lại chiếm tỉ trọng chủ yếu, trong khi tiền gửi của khối doanh nghiệp chỉ chiếm một tỉ trọng nhỏ. Ngân hàng Sacombank có định hướng đến là một ngân hàng bán lẻ, vì vậy đối tượng khách hàng chủ yếu của ngân hàng sẽ là các cá nhân. Tuy nhiên ngân hàng cũng nên chú trọng đến đối tượng Doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế, vì đây là đối tượng sẽ cung cấp một lượng vốn tiền gửi rất lớn.

** Lãi suất huy động hay giá vốn đầu vào.*

Lãi suất tiền gửi của chi nhánh chưa hợp lý: Lãi suất thường xuyên thấp hơn so với các ngân hàng thương mại khác trong cùng địa bàn và trong thời gian dài. Điều này đã làm giảm lượng vốn huy động và đặc biệt tạo nên sức cạnh tranh kém so với các ngân hàng khác.

** Sự đa dạng của các sản phẩm.*

Tuy rằng trong năm 2011 và 2012, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng đã có sản phẩm huy động tiết kiệm dự thưởng, ban đầu là

thu hút được đáng kể sự quan tâm của người gửi tiền. Tuy nhiên, giải thưởng lớn nhiều, giải thưởng ít nhỏ nên số người trúng thưởng ít, nhiều lần như vậy nên sẽ không còn khuyến khích người gửi tiền. Điều này cũng làm hạn chế số vốn huy động được của ngân hàng.

Việc đa dạng hoá các hình thức huy động vốn, các loại dịch vụ chưa phong phú, còn đơn điệu, phần lớn các hình thức là truyền thống, chưa thực hiện được dịch vụ trọn gói trong khi tốc độ phát triển nhanh chóng các hoạt động của ngân hàng điện tử, hệ thống thanh toán, rút tiền gửi tự động,... đã ảnh hưởng đến khối lượng vốn huy động của ngân hàng.

** Nhân lực.*

Đội ngũ nhân viên làm công tác huy động vốn nhất là tại các quỹ tiết kiệm có tuổi đời cao,... Tuy nhiên, lại có kinh nghiệm trong việc tư vấn cho khách hàng các cách gửi tiền đem lại lợi ích cao nhất cho khách hàng. Qua đó, tạo nên ấn tượng mạnh mẽ cho khách hàng về thái độ nhiệt tình trong giao tiếp.

** Chính sách khách hàng.*

Vấn đề ảnh hưởng đến thu hút nguồn vốn là công tác chăm sóc khách hàng, phải phân loại đối tượng khách hàng, phân tích được khả năng nguồn tiền gửi, tâm lý khách hàng,... để có chính sách tiếp thị chăm sóc phù hợp, chu đáo.

** Hoạt động thông tin tiếp thị và Marketing.*

Hoạt động này tại ngân hàng chưa thực sự được quan tâm đúng mức, hiểu biết của người dân về ngân hàng còn có nhiều hạn chế, nhất là ở những địa bàn xa trung tâm thành phố. Một bộ phận dân cư không dám tiếp cận ngân hàng, họ chưa hiểu được hoạt động của một ngân hàng. Mặt khác công tác tuyên truyền cũng chưa thật sự hiệu quả để giúp người dân có thể tin tưởng vào ngân hàng, có thể yên tâm gửi tiền của mình vào ngân hàng.

2.3.3. Nguyên nhân của những tồn tại

Có nhiều nguyên nhân tác động đến hoạt động huy động vốn của Chi nhánh trong thời gian qua, làm cho hoạt động huy động vốn chưa đạt kết quả tối ưu:

a. Nguyên nhân khách quan

• Môi trường kinh tế thiếu ổn định: năm 2012, 2013 tình hình kinh tế thế giới diễn biến phức tạp, khủng hoảng kinh tế toàn cầu đã tác động trực tiếp đến nền kinh tế trong nước, gây ảnh hưởng lớn đến hoạt động của Ngân hàng. Cuộc khủng hoảng đã tác động sâu sắc tới đời sống của nhân dân cũng như hoạt động

của các doanh nghiệp trên địa bàn: kinh tế tăng trưởng không ổn định, khó dự đoán nên khách hàng có xu hướng giảm đầu tư để tránh thua lỗ, do đó việc tìm kiếm khách hàng mới đủ điều kiện cho vay gặp rất nhiều khó khăn.

- **Tỷ giá:** việc tỷ giá thay đổi trái chiều trong năm 2011 đến 2013 làm cơ cấu huy động về nội - ngoại tệ thay đổi bất thường, làm ảnh hưởng đến việc tính toán và mở rộng các hoạt động về ngoại tệ của Ngân hàng.

- **Lãi suất:** diễn biến lãi suất trong các năm qua khá căng thẳng. Lãi suất tiền gửi tăng nhanh và Ngân hàng phải cạnh tranh với các Ngân hàng trên cùng địa bàn nên chi phí huy động vốn tăng cao (chi phí trả lãi, chi phí quảng cáo, khuyến mại...). Trong khi chi phí huy động vốn tăng mạnh thì hoạt động sử dụng vốn lại gặp nhiều khó khăn, do đó ảnh hưởng rất lớn tới kết quả kinh doanh của Ngân hàng.

- **Đội thủ cạnh tranh:** mật độ các Ngân hàng trên địa bàn là rất lớn, Ngân hàng phải chịu sức ép cạnh tranh gay gắt của các Ngân hàng khác về cả lãi suất, sản phẩm và các tiện ích dịch vụ kèm theo.

- **Môi trường xã hội:** Tâm lý và thói quen của khách hàng vẫn là sử dụng tiền mặt nhiều nên Ngân hàng gặp khó khăn trong việc thu hút nguồn vốn sử dụng cho thanh toán với chi phí rẻ.

b. Nguyên nhân chủ quan

- **Chính sách lãi suất và phí dịch vụ của Ngân hàng:** mức lãi suất của Ngân hàng thường xuyên thấp hơn các Ngân hàng khác trên cùng địa bàn nên làm giảm khả năng cạnh tranh. Hơn nữa mức phí của Ngân hàng cũng khá cao so với các Ngân hàng khác.

- **Hình thức huy động vốn của Ngân hàng:** các sản phẩm huy động vốn chủ yếu tập trung vào loại TG CKH dưới 12 tháng đi kèm nhiều tiện ích. Các loại sản phẩm huy động vốn trên 12 tháng vẫn chưa đa dạng và có các dịch vụ kèm theo đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- **Đội ngũ cán bộ công nhân viên:** bên cạnh những nhân viên có trình độ cao và thái độ làm việc nghiêm túc thì vẫn có những nhân viên trình độ còn hạn chế và chưa có thái độ nhiệt tình với khách hàng. Việc nhận thức của nhiều người về hoạt động huy động vốn là chưa cao, chưa chủ động trong công tác tìm kiếm khách hàng và tiếp thị sản phẩm. Đồng thời nhiều cán bộ còn chưa có ý thức trong việc tiết kiệm trong các hoạt động của mình làm chi phí cho hoạt động Ngân hàng tăng lên nhiều.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TỪ TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**3.1 Định hướng hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng****3.1.1 Định hướng chung.**

Trong những năm 2011,2012,2013, tuy gặp phải rất nhiều khó khăn nhưng Sacombank Chi nhánh Hải Phòng vẫn hoạt động có hiệu quả và giành được sự tin tưởng cao từ phía khách hàng, đó chính là nền tảng để Ngân hàng tiếp tục mở rộng thị trường, tìm kiếm thêm khách hàng, thực hiện đa dạng hóa trong kinh doanh. Để đạt được điều đó, Ngân hàng đã có định hướng chung:

- Thứ nhất, tiếp tục mở rộng quan hệ hợp tác phát triển, thường xuyên tăng cường các mối quan hệ với các cơ quan địa phương, với các Ngân hàng bạn trong cũng như ngoài khu vực, cụ thể :

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

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

+ Với bản thân ngân hàng: không ngừng hiện đại hóa công nghệ thanh toán qua Ngân hàng, phát huy những thế mạnh sẵn có về địa bàn hoạt động, về uy tín đối với khách hàng, cùng với sự giúp đỡ của chi nhánh và các cấp chính quyền địa phương đẩy mạnh việc nghiên cứu ứng dụng các thành tựu kỹ thuật công nghệ tiên tiến vào hoạt động Ngân hàng nhằm rút ngắn thời gian, giảm chi phí cho khách hàng và ngân hàng, tạo đà cho công tác huy động vốn.

3.1.2 Định hướng huy động vốn từ tiền gửi.

Hoạt động huy động vốn là một bộ phận trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng và nó luôn hướng vào mục tiêu tăng doanh lợi và tối đa hoá giá trị tài sản của các ngân hàng thương mại. Căn cứ vào thực lực của mình và xu thế phát triển của nền kinh tế cũng như yêu cầu phát triển của chi nhánh, đối với hoạt

động huy động vốn, định hướng phát triển của chi nhánh Hải Phòng đã được đề ra như sau:

- Tổng nguồn vốn huy động từ nghiệp vụ tiền gửi tăng 30% - 35% so với năm 2013.

- Tổng vốn huy động từ dân cư là 15% - 20% so với năm 2013

- Tổng vốn huy động từ khách hàng doanh nghiệp và các tổ chức tài chính, kinh tế xã hội khác là 10% - 12% so với năm 2013.

Để đạt được mục tiêu đó, ngân hàng cần chủ động hơn nữa để tranh giữa các ngân hàng thương mại ngày càng gay gắt hơn vì vậy nâng cao năng lực cạnh tranh qua thực hiện các nội dung sau:

- Tiếp tục đẩy mạnh khai thác tăng trưởng nguồn vốn huy động, đặc biệt là nguồn vốn nào có lãi suất thấp.

- Mở rộng mạng lưới huy động một cách hợp lý.

- Nhanh chóng hoàn thành các điểm giao dịch mẫu.

- Triển khai thực hiện tốt, đa dạng hóa các hình thức huy động vốn có tính cạnh tranh cao.

- Xử lý linh hoạt việc áp dụng lãi suất.

- Làm tốt công tác tiếp thị, chăm sóc khách hàng nhất là các khách hàng có nguồn tiền gửi lớn.

- Nâng cấp cơ sở vật chất, năng lực trình độ và tác phong làm việc của các cán bộ giao dịch tại các điểm huy động vốn.

- Phát triển mạnh các hoạt động dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là các hoạt động dịch vụ thanh toán, dịch vụ thẻ, thông qua đó thu hút người dân, khách hàng mở tài khoản giao dịch thanh toán qua ngân hàng góp phần tăng trưởng vốn huy động

- Tăng cường số lượng và chất lượng các sản phẩm dịch vụ, tăng tiện ích tối đa cho các sản phẩm truyền thống. Xây dựng phương án triển khai hoạt động chuyên tiền nhanh VND, mở thẻ ATM tại tất cả các điểm giao dịch, quỹ tiết kiệm. Khảo sát lắp đặt máy ATM tại những điểm thích hợp đi đôi với việc tuyên truyền, quảng bá rộng rãi về sản phẩm thẻ tới mọi đối tượng khách hàng.

- Tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho cán bộ một cách căn bản, đặc biệt là các kỹ năng về công nghệ mới.

3.2 Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn từ tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.

3.2.1. Đa dạng hoá các hình thức huy động vốn từ tiền gửi, đặc biệt là nguồn vốn tiền gửi trung và dài hạn.

Ngân hàng tiếp tục đa dạng hoá sản phẩm huy động, nâng cao hơn nữa tiện ích thông qua chất lượng và tính đa dạng của sản phẩm. Về lâu dài ngân hàng phấn đấu đạt được mục tiêu: bất kỳ cá nhân tổ chức nào có nguồn tiền chưa sử dụng, đều có thể tìm kiếm ở ngân hàng một loại hình huy động nào đó phù hợp với mong muốn của họ. Riêng đối với hình thức huy động tiết kiệm kì hạn truyền thống, cần có những sửa đổi theo hướng linh hoạt cho phép khách hàng đó rút tiền trước hạn tổng phần, trả lãi định kì trong giới hạn với những món tiền lớn, khách hàng được quyền lựa chọn kì hạn bất kì trong giới hạn kì hạn tối đa của ngân hàng.

a. Đa dạng hóa tiền gửi tiết kiệm

Tốc độ tăng trưởng của tiền gửi tiết kiệm tăng nhanh qua các năm và luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn huy động vì người Việt Nam có thói quen tiết kiệm để dự phòng lúc ốm đau, bệnh tật hay mua sắm. Mục đích của họ là để kiếm lời, tích lũy. Nắm bắt được điều này ngân hàng đã đưa ra nhiều kỳ hạn gửi với các mức lãi suất khác nhau nhằm thu hút nguồn vốn này, tuy nhiên Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng cần có những giải pháp thích hợp hơn để thu hút nguồn vốn dồi dào này.

Để đa dạng hóa nguồn tiền gửi, Sacombank Hải Phòng cần phải tập trung đa dạng hóa tiền gửi tiết kiệm loại có kỳ hạn bằng việc định ra nhiều kì hạn như : 1 tháng, 2 tháng, 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng, 1 năm.... Thậm chí là 3 hay 5 năm nếu khách hàng có nhu cầu và ứng với mỗi loại kỳ hạn Sacombank Hải Phòng phải xác định mức lãi suất huy động tương ứng vừa hấp dẫn khách hàng vừa đảm bảo nguyên tắc lãi suất. Tuy nhiên mức lãi suất cao nhất được trả cho tiền gửi có kì hạn tương ứng không được vượt quá mức lợi nhuận bình quân chung của ngành vì nếu lãi suất đầu vào cao sẽ làm cho lãi suất đầu ra cao và gây ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng cũng như lợi nhuận của Sacombank Hải Phòng.

Song song với hình thức đa dạng hóa các kỳ hạn gửi tiền, Sacombank Hải Phòng cũng cần đa dạng hóa các hình thức hưởng lãi đối với các khoản tiền gửi nhằm làm giảm bớt thiệt thòi cho khách hàng gửi tiền khi phải rút toàn bộ hoặc rút một phần tiền gửi trước hạn.

b. Đa dạng hóa tài khoản tiền gửi cá nhân

Hình thức này giúp ngân hàng thu hút nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư với lãi suất thấp. Đồng thời, phát triển tài khoản cá nhân góp phần hiện đại hóa quá trình thanh toán qua ngân hàng, giảm tỷ lệ tiền mặt trong lưu thông, tiết kiệm chi phí lưu thông. Việc mở tài khoản tiền gửi cá nhân là nhu cầu cần thiết xét về góc độ đáp ứng nhu cầu phát triển các dịch vụ ngân hàng cho mọi tầng lớp dân cư và xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt của một nền kinh tế phát triển. Để tăng số lượng tài khoản này lên, đồng nghĩa với việc tăng doanh số thanh toán qua tài khoản, góp phần thúc đẩy quá trình thanh toán không dùng tiền mặt trong xã hội thì Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín cần chú ý hơn nữa đến hình thức bởi vì nước ta vẫn còn nghèo, thu nhập bình quân thấp, tâm lý của người dân Việt Nam vẫn quen sử dụng tiền mặt.

Chi nhánh nên có những chính sách khuyến khích đặc biệt đối với khách hàng gửi tiền có kì hạn dài >1 năm để khơi tăng nguồn vốn dài hạn, đáp ứng đủ cho nhu cầu vay vốn trung và dài hạn của chi nhánh như chăm sóc khách hàng đặc biệt hơn, tặng quà, rút thăm trúng thưởng với giá trị lớn khi khách hàng gửi tiền.....

Tiết kiệm gửi góp là hình thức huy động vốn từ những người có thu nhập ổn định mà chủ yếu là cán bộ Nhà nước, mục đích của người gửi theo hình thức này chủ yếu là muốn tích góp để mua sắm một số vật dụng cần thiết, nhưng trước mắt chưa có đủ tiền. Họ tiến hành gửi vào Ngân hàng theo định kỳ, Ngân hàng theo đó có thể cho họ vay ngay một số tiền để họ thực hiện việc mua bán đó dựa trên cam kết sẽ tiếp tục gửi tiền vào Ngân hàng từ sau khoản ký gửi đầu tiên trả cho khoản tiền được cấp, tất nhiên Ngân hàng cũng được hưởng khoản lãi từ việc gửi tiền này. Hình thức huy động này không chỉ đem lại cho Chi nhánh một nguồn tương đối đều đặn, ổn định mà còn khuyến khích tiết kiệm, tích lũy trong dân cư, góp phần cải thiện đời sống xã hội.

c. Phát triển và mở rộng hình thức huy động vốn tiền gửi qua tài khoản của các doanh nghiệp.

Hiện nay, số lượng doanh nghiệp trên địa bàn Hải Phòng là rất lớn, quan hệ thương mại phức tạp. Nhiều doanh nghiệp (nhất là doanh nghiệp tư nhân) không mở tài khoản thanh toán ở Ngân hàng hoặc thanh toán với nhau bằng tiền mặt không qua ngân hàng. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động thanh toán của hệ thống NHTM nói chung và Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải

Phòng nói riêng qua đó hạn chế hiệu quả huy động vốn. Vì vậy trong thời gian tới Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín cần có những giải pháp đúng đắn để thu hút nguồn vốn này như: Cử cán bộ xuống tận doanh nghiệp, giới thiệu cho doanh nghiệp các loại tài khoản và những tiện ích của chúng, có chính sách ưu đãi khuyến khích doanh nghiệp mở tài khoản và thanh toán qua ngân hàng:

- Hoàn thành tốt nghiệp vụ chuyển tiền cho các doanh nghiệp nhằm tạo sự tin tưởng của các tổ chức kinh tế, các doanh nghiệp tại địa phương.

- Thường xuyên nâng cao quy cách giao dịch để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất nhằm duy trì lượng khách hàng hiện có và thu hút thêm các khách hàng mới, tập trung vào các doanh nghiệp có hàng xuất nhập khẩu.

- Tiếp tục mở rộng hình thức thanh toán lương cho các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, bước này không chỉ làm giảm chi phí huy động vốn tiền gửi mà còn tạo điều kiện nâng cao uy tín cho Ngân hàng, vì thông qua các dịch vụ do Ngân hàng cung cấp cho khách hàng, khách hàng sẽ từng bước biết đến Ngân hàng và thực sự thấy sự cần thiết của Ngân hàng trong hoạt động của mình.

Chi nhánh nên đa dạng hóa các sản phẩm tiền gửi dành cho Doanh nghiệp với những ưu đãi hấp dẫn để thu hút hơn nguồn tiền gửi của các tổ chức. Ví dụ:

Tài khoản tiền gửi Doanh nghiệp có kì hạn lãi lãi trước

Là sản phẩm tiền gửi có kỳ hạn dành cho khách hàng là các tổ chức kinh tế. Với sản phẩm này, khách hàng sẽ nhận được tiền lãi cho cả kỳ hạn ngay khi gửi.

Đối tượng NG

Các tổ chức trong nước và ngoài nước đang hoạt động tại Việt Nam

Mô tả sản phẩm: ẢN PHẨM

- Loại tiền : VND.
- Lãi suất : Áp dụng lãi suất thương lượng cho từng khoản tiền gửi
- Kỳ hạn : Từ 3 tháng đến 18 tháng.
- Mức gửi tối thiểu : 03 tỷ đồng.
- Điều kiện khác : Không được tắt toán trước hạn.

Tiện ích sản phẩm: ẢN PHẨM

- Trả lãi trước ngay khi gửi tiền.
- Thời hạn gửi càng dài, lãi suất thực nhận càng cao.

d. Mở rộng các loại tiền gửi khác.

Ngân hàng cần quan tâm đến việc mở rộng thêm các loại tiền gửi khác để

đáp ứng nhu cầu ngày một đa dạng của dân chúng. Song song với đa dạng hóa các hình thức tiền gửi tiết kiệm, Ngân hàng cần mở rộng việc phát hành kỳ phiếu có mục đích với hình thức đa dạng hơn như trả lãi trước, trả lãi sau, trả lãi định kỳ, loại 2 năm, 3 năm.

Điểm hạn chế trong cơ cấu nguồn vốn huy động của Ngân hàng là vốn huy động tiền gửi trung và dài hạn còn chiếm tỷ trọng nhỏ và không đáp ứng được nhu cầu cho vay trung và dài hạn. Do đó, Ngân hàng cần tập trung phát triển các loại hình, sản phẩm huy động vốn tiền gửi trung và dài hạn như:

Tiền gửi Rút dần

Sản phẩm sẽ giúp chu cấp tiền cho con, phụng dưỡng bố mẹ, hay muốn nhận được những khoản tiền cố định hàng kỳ trong tương lai như một khoản lương? Khi khách hàng có nhu cầu về một kế hoạch tài chính dành cho tương lai, sản phẩm tiền gửi rút dần của Chi nhánh sẽ là công cụ giúp bạn hoạch định kế hoạch chi tiêu cho mình.

Tiện ích sản phẩm:

- Lãi suất hấp dẫn, phù hợp với thị trường.
- Rút trước hạn linh hoạt, không giới hạn số tiền rút tối thiểu.
- Có thể nộp tiền một lần hoặc nhiều lần và rút tiền định kỳ theo nhu cầu.
- Dễ dàng theo dõi biến động số dư qua Mobile Banking hoặc Internet banking.

- Đội ngũ tư vấn nhiệt tình sẽ tư vấn cho khách hàng về số tiền gửi ban đầu để đảm bảo số tiền rút định kỳ theo nhu cầu của khách hàng.

- Giao dịch tại bất kỳ chi nhánh nào của Sacombank trên toàn quốc.
- Hưởng nhiều ưu đãi từ các chương trình khuyến mại của Ngân hàng.

Đối tượng khách hàng:

Các cá nhân Việt Nam có nhu cầu rút tiền theo định kỳ hoặc trẻ em Việt Nam giao dịch thông qua người giám hộ.

Đặc điểm sản phẩm

- Đồng tiền gửi: Đồng Việt Nam (VND)
- Kỳ hạn gửi: Tối thiểu là 1 năm.
- Định kỳ rút: 1 tháng hoặc 3 tháng/lần.

3.2.2. Áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt, hợp lý.

Lãi suất là là một trong những yếu tố tác động mạnh mẽ đến việc thu hút vốn tiền gửi, kỳ phiếu, trái phiếu. Thấy rõ được điều này Ngân hàng TMCP Sài

Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng rất chú trọng tới việc thay đổi lãi suất trong từng thời kỳ sao cho phù hợp với lãi suất thị trường nhằm thu hút nguồn tiền gửi của mọi thành phần trong nền kinh tế do vậy ngân hàng cần xác định được rằng biện pháp tăng lãi suất để thu hút được nguồn vốn huy động có tác động rất mạnh và nhanh.

Đối với mỗi lĩnh vực kinh doanh cụ thể lãi suất huy động vốn và lãi suất cho vay phải phù hợp. Cách thức thanh toán lãi tiền gửi phải nhất quán và tiện lợi cho phép khách hàng được lựa chọn nhiều hình thức khác nhau. Bước này sẽ giúp phục vụ tốt hơn đối với khách hàng mà Chi nhánh cũng tiết kiệm được thời gian và công sức trong việc theo dõi lãi suất ngắn hạn và các khoản vốn nhỏ.

Chính sách lãi suất cần phải có thêm nhiều ưu đãi, động viên khuyến khích dân cư, các tổ chức kinh tế gửi tiền vào Ngân hàng. Sự chênh lệch về lãi suất giữa tiền gửi có kỳ hạn của tổ chức kinh tế và tiền gửi có kỳ hạn của dân cư hiện nay sẽ giảm một cách đáng kể, đồng thời không phân biệt chủ thể tiến hành tiền gửi là ai mà chỉ quan tâm đến khối lượng và kỳ hạn tiền gửi ứng với mỗi kỳ hạn đó có một mức lãi suất thích hợp theo nguyên tắc thời hạn càng dài – lãi suất càng cao....

Nói chung, để lãi suất luôn là công cụ quan trọng giúp Sacombank Hải Phòng huy động vốn tiền gửi hiệu quả trong các tầng lớp dân cư, các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế xã hội.... đòi hỏi Chi nhánh cần phải tự xác định cho mình một chính sách lãi suất linh hoạt và hợp lý, từng bước phù hợp với quan hệ cung cầu vốn trên thị trường tiền tệ.

3.2.3. Tăng trưởng huy động vốn phải song song với sử dụng vốn hiệu quả.

Chi nhánh phải xác định chiến lược huy động vốn sao cho phù hợp với nhu cầu và mục đích sử dụng vốn của chi nhánh nói riêng và Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín nói chung. Bên cạnh đó, chi nhánh cần thực hiện các biện pháp tiết kiệm chi phí hoạt động khác bao gồm những chi phí về lương, chi phí về vật chất,... góp phần đảm bảo việc kinh doanh có lãi.

Các biện pháp cụ thể cần áp dụng:

- *Lập kế hoạch sử dụng vốn phù hợp với lượng vốn huy động.*

Hàng năm Ngân hàng đã có kế hoạch sử dụng vốn. Nhưng kế hoạch ấy cần được cụ thể hoá đến từng thời kỳ, từng quý để sát thực hơn với thực tế. Cũng cần cụ thể giao nhiệm vụ cho từng phòng ban, từng cán bộ để việc sử dụng vốn được tốt hơn.

- Tăng cường tìm kiếm khách hàng mới và có các biện pháp để duy trì lượng khách hàng cũ có quan hệ tốt với Ngân hàng.

Có lượng vốn huy động dồi dào nên Ngân hàng cần tìm kiếm thêm những khách hàng tiềm năng có nhu cầu vay vốn. Cần lập một ban nghiên cứu nhu cầu vay vốn hiện có trên thị trường và tìm cách tiếp cận với những khách hàng tiềm năng này, quảng bá và tiếp thị về các sản phẩm cho vay của Ngân hàng để thu hút họ. Với những khách hàng có quan hệ với Ngân hàng tốt cần có các chính sách ưu đãi cho họ: tạo điều kiện trong khi họ có nhu cầu vốn, phục vụ nhanh, mức phí ưu đãi hơn,... để họ giữ quan hệ lâu dài với Ngân hàng.

3.2.4. Thường xuyên đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ ngân hàng.

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

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

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

- Cần trang bị kiến thức Marketing nhằm tạo điều kiện cho mỗi thành viên trong Chi nhánh trở thành một mắt xích trong việc thu thập và xử lí thông tin, đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng. Đặc biệt là những cán bộ thường xuyên tiếp xúc trực tiếp với khách hàng thì việc trang bị kiến thức sao cho họ phải là những cán bộ Marketing tốt nhất, phải luôn biết tận dụng mọi cơ hội để quảng bá, giới thiệu về ngân hàng mình, để hình ảnh ngân hàng trở nên gắn bó không thể thiếu trong tâm trí khách hàng.

- Cần chú trọng đổi mới phong cách phục vụ khách hàng. Hiện nay, khi bước vào ngân hàng, khách hàng vẫn còn ngỡ ngàng. Họ đến với ngân hàng chỉ với một trong hai lí do: Hoặc là đến giao dịch, hoặc là đến tìm hiểu ngân hàng trước khi quyết định trở thành khách hàng của ngân hàng. Ở một số ngân hàng có những người đầu tiên đến ngân hàng, họ không biết phải đến phòng nào, bàn nào trước và cần làm những thủ tục gì trong khi đó lại không có người hướng dẫn, hỏi nhân viên thì có thể nhận được những thái độ lạnh lùng, bất cần trả lời hờ hững cho qua chuyện, đôi khi còn gay gắt, khinh thường... Với thái độ phục vụ như vậy thử hỏi có khách hàng nào còn tìm đến ngân hàng nữa hay không? Từ đó cho thấy thái độ, phong cách phục vụ của nhân viên ngân hàng là rất quan trọng. Vì vậy, tất cả các NHTM nước ta hiện nay và Chi nhánh Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng nói riêng tuy phong cách phục vụ khách hàng đã được cải thiện rất nhiều nhưng vẫn cần phải đổi mới hơn nữa, nhất là những nhân viên tiếp xúc với khách hàng thường xuyên, trực tiếp và hàng ngày. Hơn ai hết, họ là bộ mặt, là hình ảnh của ngân hàng, do vậy, phải thực hiện nhiệt tình, vui vẻ, lịch sự, tận tâm, biết lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng, có trình độ chuyên môn vững vàng và có phong cách phục vụ nhanh chóng, chính xác, tận tình, chu đáo...tạo nên thiện cảm và lòng tin của khách hàng đối với ngân hàng, làm cho khách hàng cảm thấy mình rất quan trọng với ngân hàng, thấy mình đang thực sự được là “thượng đế”, hãnh diện khi bước vào ngân hàng, Để từ đó, ngân hàng sẽ ngày càng thu hút được nhiều người đến gửi tiền và sử dụng các dịch vụ khác của ngân hàng, giúp ngân hàng nâng cao vị thế cạnh tranh và mở rộng thị phần.

- Chi nhánh cũng cần phối hợp với trung tâm đào tạo tin học nâng cao, tổ chức các lớp học ngoại ngữ, phối hợp với Trung tâm thông tin trong việc nâng cao trình độ của đội ngũ cán bộ đảm bảo vận hành hệ thống vi tính đạt hiệu quả.

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

Để làm tốt những công việc trên, Chi nhánh nên có chế độ quan tâm khuyến khích đáng bằng lợi ích và vật chất đối với cán bộ thực sự có thành tích trong hoạt động của ngân hàng và trong công tác huy động vốn nói riêng.

3.2.5. Phát huy hiệu quả chiến lược Marketing Ngân hàng.

Một công tác không kém phần quan trọng trong chiến lược huy động vốn của ngân hàng là chính sách Marketing, trong đó nổi bật là hoạt động quảng cáo, khuyến khích, tuyên truyền thông tin. Đây là việc làm ngân hàng đương nhiên 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 ra quảng đại quần chúng. Ngoài việc mở rộng phạm vi hoạt động và chuyên tải thông tin về ngành ngân hàng; quảng cáo, khuyến khích trong huy động vốn, nhất là huy động tiết kiệm còn có ý nghĩa tuyên truyền ý thức tiết kiệm cho người dân, tạo cơ sở tập trung được các nguồn vốn nhàn rỗi trong dân chúng nhằm thực hiện các chương trình đầu tư, phát triển đất nước, mà trước hết là phát triển nông nghiệp, hiện đại hoá nông thôn, cải thiện đời sống và tri thức cho người nông dân.

3.2.6. Hoàn thiện công nghệ ngân hàng.

Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, sự thành bại phụ thuộc rất lớn vào công nghệ ngân hàng. Sức mạnh nằm trong tay những ngân hàng đặc quyền về thông tin có hệ thống thanh toán hiện đại... Hiện nay, ngành ngân hàng đã được sử dụng công nghệ tin học khá rộng rãi rất nhiều loại máy móc hiện đại, có đội ngũ cán bộ chuyên gia về máy tính đồng đảo, tạo cơ hội sử dụng tối ưu nguồn vốn và huy động vốn ngày càng nhiều nguồn. Để bắt kịp với nhịp độ đó, Chi nhánh Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng cần coi trọng củng cố và kiện toàn phương tiện giải quyết mọi nhu cầu thanh toán; chuyển từ hình thức bán tự động sang tự động hoàn toàn một số khâu thanh toán chủ yếu. Nâng cao hiệu suất giao dịch, phục vụ nhanh và đúng khách hàng trong các khâu

thanh toán bù trừ, vận hàng thị trường liên ngân hàng bằng điện tử, tăng cường cung cấp dịch vụ thẻ điện tử (cung cấp dịch vụ ngân hàng tại nhà, lắp đặt máy rút tiền tự động tại các điểm giao dịch), thanh toán quốc tế qua mạng SWIFT, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng hiện có, chú trọng nghiên cứu phát triển sản phẩm, dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu được phục vụ ngày càng lớn, đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng. Sẽ làm cho công tác thanh toán không dùng tiền mặt của chi nhánh được thực hiện ngày càng tốt hơn, từ đó sẽ thu hút các thành phần kinh tế và các tầng lớp dân cư mở tài khoản, gửi tiền và sử dụng dịch vụ thanh toán của chi nhánh. Mặt khác, với việc làm tốt công tác thanh toán sẽ tạo thuận lợi rất lớn cho hoạt động tín dụng thông qua việc thu hút được nguồn vốn ngày càng nhiều để phục vụ đầu tư cho vay phục vụ phát triển nền kinh tế.

Về quy trình nghiệp vụ, thủ tục, giấy tờ cần cải tiến cho ngày càng đơn giản dễ hiểu, rút ngắn thời gian giao dịch cho khách hàng giúp cho việc thanh toán nhanh chóng cho cả khách hàng lẫn ngân hàng.

Như vậy, để tăng khả năng cạnh tranh và kinh doanh có hiệu quả thì chi nhánh cần không ngừng hiện đại hoá công nghệ ngân hàng, đổi mới trang thiết bị, hoàn thiện cơ chế thanh toán trong nội bộ ngân hàng, ứng dụng công nghệ tin học để quản lý chặt chẽ các nghiệp vụ, trên cơ sở giúp cho Chi nhánh sớm hoà nhập vào mạng lưới thanh toán hiện đại.

3.2.7. Xây dựng chính sách tiếp cận và chăm sóc khách hàng hiệu quả.

Khi tiến hành đa dạng hoá các sản phẩm huy động vốn tiền gửi, chi nhánh cần phải đồng thời xây dựng chính sách tiếp cận và chăm sóc khách hàng hiệu quả. Đây là công việc có ý nghĩa quyết định tới sự thành công của các chiến lược huy động vốn tiền gửi, có tác dụng lâu dài đối với hoạt động huy động vốn của chi nhánh. Dựa trên việc phân nhóm khách hàng, phân tích nhu cầu, đặc điểm khách hàng chi nhánh có thể xây dựng 1 chiến lược tiếp cận khách hàng hợp lý. Khi tung ra một sản phẩm huy động vốn nào điều quan trọng nhất là phải có 1 chương trình tuyên truyền, quảng cáo ấn tượng để khách hàng có thể biết và tham gia. Không những chỉ quảng cáo sản phẩm trên các phương tiện thông tin đại chúng mà cần phải gửi tờ rơi đến tận tay khách hàng, để họ có thể tìm hiểu kỹ hơn về sản phẩm mới của ngân hàng. Bên cạnh đó, tại chi nhánh luôn phải có một bộ phận hỗ trợ nhằm giải đáp những thắc mắc của khách hàng về sản phẩm, truyền đạt sâu hơn những thông tin về sản phẩm để kích thích nhu cầu của khách

hàng. Việc chăm sóc khách hàng sau khi cung cấp sản phẩm cũng rất quan trọng. Nó sẽ làm cho khách hàng có ấn tượng tốt về sự chu đáo và chuyên nghiệp của chi nhánh, góp phần tạo ra một lượng khách hàng truyền thống đông đảo cho chi nhánh trong tương lai. Tuy nhiên công việc này chưa được chú ý đúng mức không chỉ ở chi nhánh mà còn ở rất nhiều ngân hàng tại Việt Nam. Nguyên nhân có thể do họ chưa ý thức được tầm quan trọng của việc làm này trong hoạt động Marketing ngân hàng và một phần do lượng khách hàng của ngân hàng quá đông. Tôi xin được nêu vài gợi ý nhỏ cho việc chăm sóc khách hàng cho chi nhánh :

- Cuối mỗi đợt trả lãi và gốc cho mỗi khách hàng, chi nhánh nên có thư cảm ơn tới khách hàng. Vào dịp lễ Tết, chi nhánh nên gửi thiệp chúc mừng tới những khách hàng truyền thống, những khách hàng có lượng tiền gửi lớn...Nhưng việc làm này tuy nhỏ nhưng lại có tác dụng rất lớn trong việc giữ chân khách hàng.

- Mỗi khi triển khai đợt huy động vốn mới, sản phẩm mới...chi nhánh nên có sự tuyên truyền rộng rãi không chỉ ở trụ sở, phòng giao dịch mà còn nên đăng báo, hoặc phát tờ rơi tới tay khách hàng. Bên cạnh đó việc điều tra thăm dò ý kiến của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ mới cũng là điều rất nên làm (có thể phát bảng câu hỏi đến tận tay khách hàng tại quầy giao dịch để khách hàng điền vào).

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

Những việc làm này tuy nhỏ nhưng lại có tác dụng rất lớn trong việc giữ chân khách hàng vì nó thể hiện sự quan tâm của chi nhánh đối với khách hàng của mình. Để làm được những việc này chi nhánh nên đẩy mạnh hoạt động của bộ phận marketing hơn nữa.

3.3 Một số kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng.

3.3.1 Đối với Chính phủ và NHNN Việt Nam.

Một trong những điều đầu tiên để đảm bảo cho hoạt động ngân hàng là môi trường vĩ mô phải ổn định. Các ngân hàng thương mại không huy động được nhiều nguồn vốn trung và dài hạn là vì người dân chưa thực sự tin tưởng vào ngân hàng. Nếu môi trường vĩ mô trong đó các yếu tố chính trị, kinh tế, văn hoá... được ổn định thì người dân sẽ đặt hết lòng tin vào ngân hàng. Khi đó, họ

sẽ dễ tiền, tài sản của mình vào ngân hàng thay vì phải đi mua vàng hay bất động sản. Chính phủ và ngân hàng Nhà nước có trách nhiệm quản lý đất nước để các ngành các thành phần kinh tế hoạt động một cách nhịp nhàng, cân đối. Chính phủ và các cơ quan chức năng phải dự báo, tránh cho nền kinh tế các cú sốc lớn. Đồng thời với vai trò là người thay mặt cho nhân dân đứng ra quản lý nhà nước, chính phủ đề ra phương hướng phát triển để đất nước đi lên. Chuẩn bị đầy đủ các yếu tố cho nền kinh tế phát triển, Chính phủ phải tạo ra sự thông thoáng, tạo điều kiện cho việc huy động vốn của các NHTM được dễ dàng hơn. Để tăng cường huy động vốn, cần có sự phát triển đồng bộ của tất cả các thành phần, các cơ sở vật chất trong nền kinh tế. Cùng với các thành phần khác trong nền kinh tế quốc dân, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng cũng cần một môi trường vĩ mô ổn định để phát triển.

Hiện nay, chúng ta đã có Luật các tổ chức tín dụng, luật ngân hàng Nhà nước với nhiều quy định mới, nhiều nội dung thể hiện tính tiến bộ phù hợp với tình hình, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho hoạt động của các tổ chức tín dụng trong nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, xã hội ngày càng phát triển, với đòi hỏi đổi mới, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, thực hiện chương trình hội nhập quốc tế, có nhiều quy định của luật không còn phù hợp.

Trên thực tế, do điều kiện kinh tế xã hội Việt Nam, các công cụ trên thị trường tiền tệ, nghiệp vụ thị trường mở còn hạn hẹp không đáp ứng được nhu cầu quản lý, điều hành của chính sách tiền tệ. Thực tiễn này đặt ra yêu cầu phải đa dạng hoá các công cụ giao dịch trong nghiệp vụ thị trường mở, thị trường tiền tệ để Ngân hàng Nhà nước có thể linh hoạt hơn trong việc sử dụng điều hành chính sách tiền tệ.

Gắn với việc huy động vốn của NHTM, trước đây khi thực hiện tái chiết khấu, ngân hàng chỉ chấp nhận các giấy tờ có giá ngắn hạn. Để tạo thêm công cụ cho thị trường tài chính trong việc huy động vốn đầu tư, phát triển kinh tế và đảm bảo sự hội nhập kinh tế quốc tế, việc sửa đổi khoản 2, khoản 3, điều 17 và điều 21 của Luật Ngân hàng Nhà nước là rất cần thiết và cấp bách.

3.3.2 Kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Hải Phòng

Thứ nhất, luôn có cơ chế lãi suất cạnh tranh linh hoạt: Lãi suất là yếu tố quan trọng giúp các ngân hàng hấp dẫn được khách hàng đến gửi tiền. Bởi vì hầu hết người có tiền tâm lý muốn đem gửi ngân hàng, trước hết họ sẽ so sánh lãi suất huy động mà các ngân hàng đưa ra xem nơi nào hơn, kể đến mới là vấn

đề an toàn tiền gửi cho họ cũng như các dịch vụ tiện ích khác mà họ được hưởng. Nếu khách hàng đánh giá các ngân hàng có cùng hệ số an toàn và các dịch vụ tiện ích như nhau thì họ sẽ chọn ngân hàng nào trả lãi suất cao hơn. Điều nay họ có thể dễ dàng tìm hiểu và nắm bắt khi các phương tiện thông tin đại chúng ngày càng trở nên thông dụng và phổ biến ở nước ta (điện thoại, báo chí, thông tin kinh tế trên truyền hình...).

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

Thứ hai, ngân hàng cần đa dạng hoá các kì hạn gửi tiền với nhiều mức lãi suất khác nhau. Các nguồn tiền nhàn rỗi, tiền để dành của người dân rất đa dạng tuy nhiên việc đa dạng hoá các kì hạn gửi tiền sẽ làm cho công việc giao dịch, quản lí, lưu trữ hồ sơ của ngân hàng trở nên phức tạp hơn nhưng không phải không thực hiện được. Đa dạng hoá các kì hạn lãi suất tiền gửi với các mức lãi suất khác nhau theo nguyên tắc kì hạn càng dài thì lãi suất càng cao.

Thứ ba, đa dạng hoá các hình thức thanh toán. Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng với nhiều mục đích khác nhau, có người vì mục đích an toàn, có người chủ yếu để lấy lãi tiêu xài hàng tháng như các đối tượng cán bộ hưu trí hay sinh viên,... Vì thế họ chọn cách tính lãi cuối kì, lãi suất cao hơn rút lãi trước và rút lãi hàng tháng. Hiện nay, đa số các ngân hàng đang áp dụng 2 hình thức trả lãi trước và trả lãi cuối kì, lý do theo các ngân hàng là để đơn giản cho công tác huy động vốn, ổn định được vốn hoạt động, trên cơ sở đó các ngân hàng dễ cân đối được kế hoạch huy động và sử dụng vốn. Tuy nhiên phải thấy rằng, mục tiêu của ngân hàng hiện nay là tranh thủ, thu hút và khai thác tối đa mọi nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội, kể cả với số lượng nhỏ. Do đó trong thời gian tới, cần duy trì thường xuyên hình thức trả lãi hàng tháng như đã từng làm trước đây để thoả mãn được nhiều mục đích của người gửi tiền và qua đó thu hút được nhiều khách hàng đến với ngân hàng hơn.

Thứ tư, khuyến khích bằng lợi ích vật chất: Khi khách hàng gửi tiền, ngoài sử dụng việc so sánh lãi suất huy động nơi khác còn quan tâm đến những gì mà họ muốn nhận được. Chẳng hạn như vì lí do nào đó khách hàng cần rút vốn

trước hạn để giải quyết các nhu cầu chi tiêu tài chính nhưng không được ngân hàng cho rút trước hạn hoặc cho rút trước hạn nhưng không trả lãi sẽ gây tâm lý khó chịu và ấn tượng không tốt của khách hàng đối với ngân hàng nhiều khi dẫn đến những tranh cãi không hay. Do đó trong thời gian tới, ngân hàng cần áp dụng hình thức nhân cầm cố sổ tiết kiệm và cho phép khách hàng chiết khấu kì phiếu do ngân hàng phát hành. Ngân hàng cũng có thể nghiên cứu để từng bước chuyển sang trả lãi bằng lãi suất tiền gửi có kì hạn. Cụ thể là khi: Khách hàng cần rút vốn trước hạn ngân hàng sẽ trả lãi cho khách hàng bằng lãi suất tiền gửi có kì hạn của kì hạn nào cao nhất mà khách hàng đã gửi được, cộng với lãi suất tiền gửi không kì hạn của số ngày (tháng) lẻ. Chẳng hạn như một khách hàng gửi tiết kiệm 6 tháng nhưng tháng thứ 5 khách hàng xin rút trước hạn, ngân hàng sẽ trả lãi kỳ hạn 3 tháng cho khách hàng cộng với lãi suất không kì hạn của 3 tháng. Điều này sẽ khắc phục được nhược điểm của quy định không cho phép khách hàng rút hoặc cho rút vốn trước hạn nhưng không trả lãi hoặc trả lãi suất tiền gửi không kì hạn đối với những trường hợp thời hạn đã gửi gần đến ngày đáo hạn nhưng khách hàng xin rút trước hạn. Khi đó nếu ngân hàng không cho rút hoặc rút trước hạn sẽ thiệt thòi cho khách hàng còn nếu ngân hàng trả lãi bằng với lãi suất tiền gửi không kì hạn thì tiền lãi tính ra không được bao nhiêu so với những trường hợp khách hàng chọn gửi kỳ hạn thấp hơn. Hậu quả tất yếu là lần sau khách hàng có thể không chọn gửi tiền tại ngân hàng hoặc chọn kỳ hạn ngắn hơn để gửi. Điều này mâu thuẫn với mục tiêu kế hoạch và biện pháp tăng dần tỷ trọng vốn huy động trung và dài hạn của ngân hàng.

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

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

KẾT LUẬN

Vốn huy động nói chung và vốn tiền gửi nói riêng của các ngân hàng thương mại là một nhân tố quan trọng trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nhất là trong hoàn cảnh nước ta còn đang phát triển và khoa học kỹ thuật còn lạc hậu so với thế giới thì nguồn vốn này lại càng đặc biệt quan trọng hơn. Mục tiêu tăng trưởng kinh tế phải gắn liền với xây dựng một thị trường tài chính hoạt động có hiệu quả trở thành công cụ phục vụ đắc lực cho công cuộc đổi mới kinh tế, thông qua chức năng là trung gian luân chuyển và huy động vốn cho đầu tư phát triển. Là nhân tố chính trong thị trường tài chính NHTM bằng mọi biện pháp phải đẩy mạnh huy động vốn nhân rỗi trong nền kinh tế phục vụ cho đầu tư phát triển, đặc biệt là nguồn vốn trung và dài hạn, bởi đây là nguồn vốn sử dụng cho đầu tư lâu dài và khả năng luân chuyển vốn lớn. Với việc nghiên cứu đề tài: **“Thực trạng và giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại NHTMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Hải Phòng”**, em đã nhận thức được vai trò to lớn của huy động vốn của NHTM đối với nền kinh tế. Trong thời buổi cạnh tranh huy động vốn của các ngân hàng và các tổ chức tín dụng ngày càng gay gắt như hiện nay thì việc đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao hoạt động huy động vốn nói chung và huy động vốn từ nghiệp vụ tiền gửi nói riêng, thực sự có hiệu quả trong các ngân hàng luôn là mục tiêu hàng đầu xuyên suốt trong chiến lược kinh doanh của các ngân hàng. Trong những năm qua, hệ thống ngân hàng thương mại luôn đóng vai trò chủ yếu trong việc huy động vốn trong nền kinh tế, với mức tăng tổng nguồn vốn huy động hàng năm bình quân tăng tới 25% - 30%. Riêng năm 2013 vừa qua, mặc dù có nhiều biến động về lãi suất, về thị trường nhưng nguồn vốn huy động của các tổ chức tín dụng vẫn tăng trên 25%. Điều này đã ảnh hưởng tích cực đến chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang hướng có lợi, nhu cầu vốn cho đầu tư phát triển đã cơ bản được giải quyết. Qua đó chúng ta càng thấy rõ được vai trò của ngân hàng thương mại nói riêng và các tổ chức tín dụng nói chung đối với sự ổn định và phát triển của nền kinh tế Việt Nam.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1, *Giáo trình nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Phan Thị Cúc, nhà xuất bản thống kê.
- 2, *Quản trị ngân hàng thương mại*, PGS.TS Phan Thị Thu Hà, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, 2009.
- 3, *Giáo trình Tiền tệ ngân hàng*, Nguyễn Minh Kiều, nhà xuất bản thống kê.
- 4, Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Chi nhánh Hải Phòng giai đoạn 2011-2013.
- 5, Báo cáo thường niên của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Chi nhánh Hải Phòng giai đoạn 2011 – 2013.
- 6, Các trang web
<http://www.sacombank.com.vn/>
<http://tailieu.vn/>
<http://www.laisuat.vn/Pages/>