

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGUYỄN HẢI HÀ

**GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN DÂN CƯ
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ
VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH TỪ SƠN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ

THÁI NGUYÊN - 2015

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGUYỄN HẢI HÀ

**GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN DÂN CƯ
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ
VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH TỪ SƠN**

Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ

Mã số: 60.34.04.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. TRẦN ĐÌNH THAO

THÁI NGUYÊN - 2015

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài: ***“Giải pháp huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn”*** là công trình nghiên cứu riêng của tôi.

Các số liệu trong khóa luận được sử dụng trung thực. Kết quả nghiên cứu được trình bày trong chuyên đề này chưa từng được công bố tại bất kỳ công trình nào khác.

Thái Nguyên, tháng 5 năm 2015

Học viên

Nguyễn Hải Hà

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện Luận văn, học viên đã nhận được sự giúp đỡ và được tạo điều kiện thuận lợi từ nhiều cá nhân và tập thể.

Trước hết em xin cảm ơn chân thành nhất tới PGS.TS Trần Đình Thao thầy đã giúp đỡ tận tình và trực tiếp hướng dẫn em trong suốt thời gian em thực hiện luận văn.

Để hoàn thành luận văn này, tôi xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu, Phòng Đào tạo, bộ phận Sau Đại học, cùng các thầy, cô giáo trong trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên đã tận tình giúp đỡ, tạo mọi điều kiện cho em trong quá trình học tập và thực hiện đề tài.

Nhân dịp này, tôi xin chân thành cảm ơn Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn, lãnh đạo cơ quan, các ban ngành cùng với các đơn vị ngân hàng thương mại trên địa bàn, gia đình, bạn bè và đồng nghiệp đã tạo điều kiện và động viên, giúp đỡ để tôi hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, tháng 5 năm 2015

Học viên

Nguyễn Hải Hà

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	viii
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ.....	x
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu của luận văn	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Kết cấu của luận văn	3
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ HUY ĐỘNG	
VỐN DÂN CƯ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	4
1.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại.....	4
1.1.1. Khái niệm về Ngân hàng thương mại	4
1.1.2. Hoạt động của Ngân hàng thương mại	5
1.2. Hoạt động huy động vốn dân cư của ngân hàng thương mại	9
1.2.1. Sự cần thiết của việc huy động vốn dân cư.....	9
1.2.2. Khái niệm và cơ cấu về vốn dân cư	9
1.2.3. Đặc trưng hoạt động huy động vốn dân cư.....	11
1.2.4. Các hình thức huy động vốn dân cư	12
1.2.5. Tương quan huy động vốn và sử dụng vốn.....	13
1.2.6. Huy động vốn và thu nhập	15
1.2.7. Vai trò của vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại.....	16
1.2.8. Các nhân tố tác động đến huy động vốn dân cư của NHTM.....	19

1.3. Kinh nghiệm huy động vốn dân cư của một số ngân hàng	26
1.3.1. Ngân hàng Citi Bank	26
1.3.2. Ngân hàng Standard Chartered Bank	27
1.3.3. Ngân hàng ANZ	28
1.3.4. Bài học kinh nghiệm	29
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	31
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	31
2.2. Phương pháp nghiên cứu	31
2.2.1. Phương pháp tiếp cận nghiên cứu	31
2.2.2. Phương pháp thu thập số liệu	32
2.2.3. Phương pháp xử lý và phân tích số liệu	33
2.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả công tác huy động vốn dân cư	33
2.3.1. Tỷ lệ tăng trưởng của nguồn vốn	33
2.3.2. Chỉ tiêu huy động theo loại tiền	34
2.3.3. Chỉ tiêu huy động theo loại hình	34
2.3.4. Chỉ tiêu huy động theo kỳ hạn	35
2.3.5. Vốn huy động/ Vốn tự có (Vốn điều lệ)	35
2.3.6. Vốn huy động/ Tổng nguồn vốn	35
2.3.7. Tỷ lệ huy động vốn/ dư nợ(%)	35
2.3.8. Tỷ lệ lãi thu từ hoạt động cho vay/ Lãi chi cho hoạt động huy động vốn	36
2.3.9. Vòng quay huy động vốn (Tổng doanh thu/Tổng vốn huy động)	36
2.3.10. Tỷ trọng các loại tiền gửi theo từng sản phẩm huy động	36
2.3.11. Sự hài lòng của khách hàng	36
Chương 3: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN DÂN CƯ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN CHI NHÁNH TỪ SƠN	37
3.1. Đánh giá chung về hoạt động huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần ĐT&PT Việt Nam chi nhánh Từ Sơn	37

3.1.1. Khái quát về Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn	37
3.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn	38
3.1.3. Khái quát về tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.....	39
3.2. Thực trạng huy động nguồn vốn từ dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn	42
3.2.1. Quy mô nguồn vốn huy động.....	42
3.2.2. Biến động nguồn vốn huy động dân cư	44
3.2.3. Chi phí huy động vốn.....	53
3.2.4. Huy động vốn dân cư và sử dụng vốn.....	56
3.2.5. Huy động vốn dân cư và thu nhập ngân hàng.....	58
3.3. Đánh giá chung về thực trạng huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn.....	60
3.3.1. Kết quả đạt được	60
3.3.2. Tồn tại và nguyên nhân.....	62
3.4 . Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả huy động vốn của dân cư	69
3.4.1. Chất lượng cán bộ tín dụng.....	69
3.4.2. Các sản phẩm huy động vốn dân cư	70
3.4.3. Chính sách lãi suất và thủ tục, hồ sơ giao dịch.....	72
3.4.4. Chính sách Marketing	73
Chương 4: GIẢI PHÁP NHẪM TĂNG CƯỜNG HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN DÂN CƯ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN CHI NHÁNH TỪ SƠN	75
4.1. Định hướng chung hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển - chi nhánh Từ Sơn.....	75

4.2. Giải pháp tăng cường huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn	77
4.2.1. Đa dạng hóa các hình thức huy động	77
4.2.2. Sử dụng linh hoạt chính sách lãi suất.....	79
4.2.3. Xây dựng các chính sách về khách hàng và giao tiếp khuếch trương.....	80
4.2.4. Xây dựng kế hoạch huy động vốn rõ ràng cho từng giai đoạn	82
4.2.5. Phát triển và mở rộng mạng lưới giao dịch.....	82
4.2.6. Đổi mới tổ chức, quản lý cho phù hợp, hiệu quả hơn.....	83
4.2.7. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng	84
4.2.8. Nâng cao chất lượng sử dụng vốn huy động.....	85
4.2.9. Tiếp tục bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên.....	86
4.2.10. Tìm hiểu tập quán dân cư.....	87
4.2.11. Cập nhật kịp thời cơ chế chính sách của nhà nước	88
4.3. Kiến nghị	89
KẾT LUẬN	91
TÀI LIỆU THAM KHẢO	93
PHỤ LỤC	94

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Agribank	:	Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn
ATM	:	Máy rút tiền tự động
BIDV	:	Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển
CBCNV	:	Cán bộ công nhân viên
DVNHBL	:	Dịch vụ ngân hàng bán lẻ
KCN	:	Khu công nghiệp
NHTM	:	Ngân hàng thương mại
POS	:	Máy chấp nhận thanh toán thẻ
TCKT	:	Tổ chức kinh tế
TMCP	:	Thương mại cổ phần
Vietcombank	:	Ngân hàng thương mại cổ phần ngoại thương
Vietinbank	:	Ngân hàng thương mại cổ phần công thương
VISA	:	Thẻ tín dụng
WU	:	Dịch vụ chuyển tiền nhanh

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1. Tổng nguồn vốn huy động qua các năm 2012 - 2014.....	43
Bảng 3.2. Cơ cấu nguồn vốn dân cư giai đoạn 2012- 2014	44
Bảng 3.3. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo loại tiền huy động năm 2012 - 2014	45
Bảng 3.4. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo hình thức huy động vốn 2012 - 2014	46
Bảng 3.5. Tình hình huy động vốn dân cư theo hình thức huy động thông thường năm 2012 - 2014	48
Bảng 3.6. Tình hình huy động vốn dân cư theo hình thức huy động tiết kiệm dự thưởng năm 2012 - 2014	50
Bảng 3.7. Mức tiền gửi để nhận phiếu dự thưởng 2014.....	50
Bảng 3.8. Lãi suất tiết kiệm dự thưởng năm 2014	51
Bảng 3.9. Huy động vốn dân cư thông qua phát hành giấy tờ có giá.....	52
Bảng 3.10. Lãi suất đầu vào theo kết cấu từng loại nguồn vốn năm 2014.....	53
Bảng 3.11. Lãi suất vốn dân cư trung bình NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn 2012	53
Bảng 3.12. Lãi suất vốn dân cư trung bình NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn 2013	54
Bảng 3.13. Lãi suất vốn dân cư trung bình NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn 2014	54
Bảng 3.14. Lãi suất và chi phí huy động vốn dân cư	55
Bảng 3.15. Huy động vốn dân cư và tín dụng	56
Bảng 3.16. Doanh số các nghiệp vụ ngoài tín dụng	57
Bảng 3.17. Lãi suất đầu vào bình quân và lãi suất đầu ra bình quân	58
Bảng 3.18. Quỹ thu nhập qua các năm	59
Bảng 3.19. Đánh giá của khách hàng đối với cán bộ tín dụng	69

Bảng 3.20: Các sản phẩm huy động tiền gửi của một số Ngân hàng	70
Bảng 3.21: Bảng đánh giá của khách hàng về sản phẩm huy động của BIDV CN Từ Sơn	71
Bảng 3.22: Đánh giá của khách hàng dân cư về chính sách lãi suất, thủ tục, hồ sơ giao dịch của BIDV CN Từ Sơn.....	72
Bảng 3.23: Đánh giá của khách hàng về chính sách marketing của ngân hàng	73

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Sơ đồ 3.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của chi nhánh BIDV Từ Sơn	38
Biểu đồ 3.1. Tổng nguồn vốn huy động qua các năm 2012 - 2014	43
Biểu đồ 3.2. Cơ cấu nguồn vốn dân cư giai đoạn 2012 - 2014.....	44
Biểu đồ 3.3. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo loại tiền huy động giai đoạn 2012 - 2014	46
Biểu đồ 3.4. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo hình thức huy động vốn giai đoạn 2012 - 2014	47
Biểu đồ 3.5. Tình hình huy động vốn dân cư theo hình thức huy động vốn thông thường giai đoạn 2012 - 2014.....	49

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngân hàng là một ngành hết sức quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới ở nước ta hiện nay. Bằng các hoạt động của mình, Ngân hàng có thể huy động được nhiều nguồn vốn trong và ngoài nước để tăng nguồn vốn cho phát triển kinh tế. Trong điều kiện nước ta hiện nay, hệ thống Ngân hàng thương mại giữ vai trò quan trọng nhất trong việc làm trung gian giữa tiết kiệm và đầu tư, giữa tác nhân thừa vốn và thiếu vốn. Vốn là một trong những yếu tố cơ bản đối với doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế thị trường. Với Ngân hàng, vai trò của nguồn vốn càng trở nên quan trọng do tính đặc biệt của Ngân hàng là kinh doanh quyền sử dụng tiền tệ. Vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn hoạt động của Ngân hàng, là nguồn vốn chủ yếu trong hoạt động kinh doanh. Vì lý do đó mà quản lý và phát triển quy mô nguồn vốn đặc biệt là vốn huy động là vấn đề quan tâm hàng đầu của nhà quản lý Ngân hàng.

Theo đánh giá của các chuyên gia, số vàng tồn trữ trong dân khoảng 800 tấn, bên cạnh đó có hàng tỷ USD cũng đang được người dân nắm giữ, con số này khẳng định tiềm năng to lớn về nguồn lực vốn có thể huy động được trong dân cư. Nguồn lực về vốn trong dân là rất lớn, tuy nhiên để huy động được nguồn vốn đó để phục vụ cho sự nghiệp phát triển kinh tế là rất khó. Một mặt do thói quen giữ tiền tại nhà để chi tiêu khi cần thiết và người dân chưa hoàn toàn đặt niềm tin vào hệ thống tài chính của quốc gia. Vì vậy việc huy động vốn trong dân cư trở nên quan trọng tránh lãng phí một lượng vốn lớn có chi phí rẻ cho phát triển đất nước. Tại các trung tâm kinh tế lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hải Phòng... có mật độ rất đông các tổ chức tín dụng và hoạt động Ngân hàng rất sôi động. Các tổ chức tín dụng giữ vai trò chủ đạo về huy động vốn đầu tư cho phát triển kinh tế xã hội. Trong những năm đổi mới vừa qua, các tổ chức tín dụng trên địa bàn đã

huy động được khối lượng vốn lớn từ dân cư để đầu tư cho các thành phần kinh tế. Huy động vốn dân cư luôn chiếm tỷ trọng 60%- 70% tổng nguồn vốn huy động của mỗi Ngân hàng.

BIDV với chiến lược trở thành Ngân hàng bán lẻ đứng đầu cả nước, trong những năm qua đã không ngừng vận động tăng nguồn vốn huy động trong dân cư. Tuy nhiên, so với nhu cầu cấp vốn tín dụng thì nguồn vốn huy động trong dân cư chưa đáp ứng được. Xuất phát từ thực tiễn trên, cùng với những kiến thức được học từ nhà trường và quá trình làm việc tại NH TMCP Đầu tư và phát triển Từ Sơn, tôi đã lựa chọn đề tài “***Giải pháp huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn***” làm đề tài luận văn thạc sĩ chuyên ngành Quản lý kinh tế của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu của luận văn

2.1. Mục tiêu chung

Trên cơ sở đánh giá thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng đến tình hình huy động vốn dân cư tại Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp nhằm tăng lượng huy động vốn dân cư cho Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Góp phần hệ thống hóa các vấn đề lý luận và thực tiễn về huy động vốn dân cư ở các Ngân hàng thương mại.
- Đánh giá tình hình huy động vốn dân cư của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.
- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả huy động vốn dân cư của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.
- Đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường huy động vốn dân cư cho Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu là hoạt động huy động vốn và giải pháp huy động vốn dân cư của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.
- Đối tượng điều tra: Cán bộ ngân hàng, khách hàng gửi tiết kiệm

3.2. Phạm vi nghiên cứu

** Phạm vi nội dung:*

- Tình hình huy động vốn dân cư của ngân hàng.
- Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn dân cư.
- Các giải pháp huy động vốn dân cư tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.

** Phạm vi không gian:*

- Địa bàn nghiên cứu tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn.

** Phạm vi thời gian:*

- Số liệu thứ cấp thu thập từ năm 2012-2014
- Đề tài thực hiện từ tháng 01/2012 đến tháng 12/2014.

4. Kết cấu của luận văn

- Ngoài phần Mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục,.. luận văn gồm 4 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về huy động vốn dân cư tại ngân hàng thương mại.

Chương 2: Phương pháp nghiên cứu.

Chương 3: Thực trạng hoạt động huy động vốn dân cư tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển chi nhánh Từ Sơn.

Chương 4: Giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả huy động vốn dân cư tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển chi nhánh Từ Sơn.

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ HUY ĐỘNG VỐN DÂN CƯ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm về Ngân hàng thương mại

Lịch sử hình thành và phát triển của ngân hàng gắn liền với lịch sử phát triển của nền sản xuất hàng hoá. Các ngân hàng thương mại xuất hiện trong nền kinh tế với tư cách là các nhà tổ chức trung gian, nhận tiền gửi của các tổ chức kinh tế có dư thừa và trên cơ sở đó cấp tín dụng cho các đơn vị kinh tế có nhu cầu tức là luân chuyển vốn một cách gián tiếp. Hệ thống ngân hàng thương mại có phạm vi hoạt động rộng rãi vì nó cung cấp các dịch vụ tài chính cho tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế và các tầng lớp dân cư. Tùy theo cách tiếp cận mà có các quan điểm khác nhau về NHTM, điều đó còn phụ thuộc vào tính chất và mục tiêu của nó trên thị trường tài chính của từng nước.

- ♦ Theo quan điểm của các nhà kinh tế học hiện đại

Ngân hàng thương mại là một loại hình doanh nghiệp: Một doanh nghiệp đặc biệt - hoạt động và kinh doanh trên lĩnh vực tiền tệ và tín dụng.

- ♦ Theo quan điểm của các nhà kinh tế Hoa Kỳ

Ngân hàng thương mại là một công ty kinh doanh chuyên cung cấp dịch vụ tài chính và hoạt động trong ngành công nghiệp dịch vụ tài chính.

- ♦ Theo quan điểm của các nhà kinh tế Pháp

Ngân hàng thương mại là những xí nghiệp hay cơ sở nào hành nghề thường xuyên nhận được của công chúng dưới hình thức ký thác hay hình thức khác các số tiền mà họ dùng cho chính họ vào nghiệp vụ chiết khấu, tín dụng hay dịch vụ tài chính.

- ♦ Theo quan điểm của các nhà kinh tế Việt Nam

Ngân hàng thương mại là một tổ chức mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi, trên nguyên tắc hoàn trả, tiến hành cho vay, chiết khấu và làm các phương tiện thanh toán.

♦ Theo Luật các tổ chức tín dụng, khoản 2 điều 20: “Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng gồm: ngân hàng thương mại, ngân hàng phát triển, ngân hàng đầu tư, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác và các loại hình ngân hàng khác” (Nguyễn Minh Kiều, 2009).

Mặc dù có nhiều quan điểm khác nhau về NHTM, nhưng tựu chung lại có thể hiểu tổng quát: Ngân hàng thương mại là một tổ chức kinh tế có tư cách pháp nhân hoạt động kinh doanh trên lĩnh vực tiền tệ với hoạt động chính là huy động tiền gửi dưới các hình thức khác nhau của khách hàng, trên cơ sở nguồn vốn huy động này và vốn chủ sở hữu của ngân hàng để thực hiện các nghiệp vụ cho vay, đầu tư, chiết khấu đồng thời thực hiện các nghiệp vụ thanh toán, môi giới, tư vấn và một số dịch vụ khác cho các chủ thể trong nền kinh tế.

1.1.2. Hoạt động của Ngân hàng thương mại

♦ Nghiệp vụ Huy động vốn

Các NHTM thực hiện một dịch vụ rất quan trọng đối với tất cả các khu vực của nền kinh tế bằng cách cung ứng những điều kiện thuận lợi cho việc gửi tiền tiết kiệm của dân chúng và bằng cách đưa những phương thức dễ dàng để thực hiện các mục đích có tính xã hội. Người gửi tiền tiết kiệm được nhận một khoản tiền thưởng dưới danh nghĩa lãi suất trên tổng số tiền gửi tiết kiệm ở các ngân hàng, với mức độ an toàn và hình thức thanh khoản cao. Số tiền huy động được thông qua hình thức tiết kiệm luôn sẵn sàng đáp ứng nhu cầu vay vốn của các doanh nghiệp và các cá nhân nhằm mở rộng khả năng sản xuất và các mục đích sinh hoạt cá nhân như mua sắm các mặt hàng tiêu dùng và cả nhà cửa. Phần lớn tiền gửi tiết kiệm được thực hiện thông qua hệ thống NHTM.

♦ Nghiệp vụ Tín dụng

Ngay từ khi mới bắt đầu, những người tổ chức các NHTM đã luôn tìm kiếm các cơ hội để thực hiện việc cho vay, coi đó như là chức năng quan trọng

nhất của mình, và trong một số trường hợp việc cho vay đó được chính phủ bảo lãnh đối với một số nhu cầu tín dụng, trong các cộng đồng dân cư đặc biệt.

“Tín dụng ngân hàng bao gồm các hình thức: cho vay, chiết khấu, bảo lãnh và cho thuê tài chính, trong đó hoạt động cho vay được xem là hoạt động sinh lợi chủ yếu của các ngân hàng trung gian nói chung và NHTM nói riêng. Hoạt động cho vay rất đa dạng và phong phú” (Bảng cân đối chi tiết các năm 2012, 2013, 2014 của ngân hàng BIDV Từ Sơn).

Theo điều 79 Luật các tổ chức tín dụng quy định về giới hạn cho vay đối với một khách hàng như sau: “Khoản 1, phần a: “Tổng dư nợ cho vay đối với một khách hàng không được vượt quá 15% vốn tự có của tổ chức tín dụng, trừ trường hợp đối với những khoản cho vay từ các nguồn vốn ủy thác của chính phủ, của các tổ chức cá nhân hoặc trường hợp khách hàng vay là tổ chức tín dụng khác”. Cũng theo điều này, ngân hàng được phép cho vay hợp vốn (Nguyễn Minh Kiều, 2009).

Trong việc tạo ra khả năng tín dụng, các NHTM đã và đang thực hiện chức năng xã hội của mình, làm cho sản phẩm xã hội tăng lên, vốn đầu tư được mở rộng và từ đó, đời sống dân chúng được cải thiện. Tín dụng của NHTM có ý nghĩa quan trọng đối với toàn bộ nền kinh tế, nó tạo ra khả năng tài trợ cho các hoạt động công nghiệp, thương nghiệp và nông nghiệp của đất nước. Những khả năng đó được các nhà kinh tế gọi là “sản phẩm đường vòng” hoặc sản phẩm gián tiếp, khi so sánh với những sản phẩm trực tiếp mà ở đó, sản phẩm đem tiêu dùng được tạo ra bằng việc sử dụng trực tiếp lao động và đất đai hoặc nguồn tài nguyên thiên nhiên. Trong khi đó, việc cung ứng vốn của ngân hàng cũng tạo ra khả năng sản phẩm có thể tính toán được. Tín dụng ngân hàng đã tạo ra khả năng thực hiện toàn bộ quá trình kinh tế cho đến khi sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Những người nông dân, nhờ có điều kiện vay vốn, có khả năng mua hạt giống, thức ăn, phân bón và nhiều nhu cầu cần thiết khác cho việc trồng trọt và thu hoạch trên đồng ruộng của họ. Tín dụng ngân hàng tạo khả năng để mua sắm vật tư thiết bị, máy móc và thuê mướn nhân công. Các cửa hàng bán buôn và bán lẻ có khả năng dự trữ

những hàng hoá của họ và vận chuyển những hàng hoá đó đến tay người tiêu dùng, nhờ vốn có được bằng hình thức vay nợ ở các NHTM.

♦ Nghiệp vụ thanh toán

Việc đưa ra một cơ chế thanh toán, hay nói một cách khác, sự vận động của vốn là một trong những chức năng quan trọng do các NHTM thực hiện và nó càng trở nên quan trọng khi được sự tín nhiệm trong việc sử dụng séc và thẻ tín dụng.

Các Ngân hàng đã và đang trang bị máy tính và các phương tiện kỹ thuật nhằm làm cho quá trình thanh toán bù trừ được thực hiện nhanh chóng, giảm bớt chi phí và đạt trình độ chính xác cao. Trong những năm gần đây đã có những đổi mới quan trọng và được đưa vào sử dụng như nghiệp vụ ngân hàng không séc hoặc xã hội không séc, nghĩa là sử dụng một vài hình thức chuyển tiền bằng điện tử và chính điều này, có thể dẫn đến việc huỷ bỏ séc ngân hàng đã từng sử dụng lâu nay và phần lớn công việc có liên quan. Điều này có thể mạng hoá các máy tính trong các Ngân hàng đặt khắp nơi trong nước và như vậy, nó thực hiện việc chuyển vốn của người mua sang tài khoản của người bán. Nét thuận lợi cơ bản của hệ thống này là hiện đã lắp đặt và sử dụng hệ thống máy tự động trong nhiều ngân hàng và do đó, thẻ tín dụng ngân hàng có thể được sử dụng để rút tiền từ tài khoản cụ thể, thực hiện gửi tiền và thanh toán nợ và chuyển vốn giữa tiền gửi tiết kiệm và tài khoản séc của cùng một thân chủ.

♦ Tài trợ ngoại thương

NHTM cung ứng các dịch vụ ngân hàng quốc tế đối với các hoạt động ngoại thương. Sở dĩ như vậy là do tồn tại ở mỗi nước một hệ thống tiền tệ riêng, không đồng nhất, và với năng lực tài chính của người mua và người bán ở các nước khác nhau cũng không giống nhau. Và trong một số trường hợp, còn có những hạn chế về ngôn ngữ. Có thể xuất hiện một người nào đó đặt mua rượu vang ở Pháp, một chiếc xe du lịch ở Đức, những đôi giày ở ý

hoặc đăng ký những tạp chí kinh tế ở Anh, có thể nhận ra rằng những người bán ở các nước nói trên không thích thanh toán bằng đô la. Trong trường hợp như vậy, người mua buộc phải tìm cách thanh toán cho người bán bằng đồng ngoại tệ khác như Francs Pháp, Marks Đức, Lira ý hoặc đồng bảng Anh. Để làm điều đó, người mua hàng có thể đến các NHTM để đổi lấy những đồng tiền thích hợp một cách nhanh chóng và có lợi nhất theo nhu cầu của mình.

Trong trao đổi ngoại thương, có thể tiến hành thuận lợi hơn thông qua việc phát hành thư tín dụng, có sự thừa nhận được viết từ phía ngân hàng cho một cá nhân hoặc một công ty, trong đó bảo đảm rằng, ngân hàng sẽ chấp nhận và thanh toán hối phiếu đó, với số lượng xác định, nếu được gửi đến ngân hàng đúng thời hạn theo thư tín dụng. Khi một thư tín dụng của NHTM được phát hành, cả người mua và người bán được bảo vệ, loại và điều kiện của hàng hoá được xác định và tín dụng ngân hàng được chuyển cho người mua theo số lượng hàng hoá đó.

♦ Dịch vụ uỷ thác và tư vấn

Do hoạt động trong lĩnh vực tài chính các ngân hàng có rất nhiều chuyên gia về quản lý tài chính. Vì vậy, nhiều cá nhân và doanh nghiệp đã nhờ ngân hàng quản lý tài sản và quản lý hoạt động tài chính hộ. Dịch vụ uỷ thác phát triển sang cả uỷ thác vay hộ, uỷ thác cho vay hộ, uỷ thác phát hành, uỷ thác đầu tư... Thậm chí, các ngân hàng đóng vai trò là người được uỷ thác trong di chúc, quản lý tài sản cho khách hàng đã qua đời bằng cách công bố tài sản, bảo quản các tài sản có giá. Nhiều khách hàng còn coi ngân hàng như một chuyên gia tư vấn tài chính. Ngân hàng sẵn sàng tư vấn về đầu tư, về quản lý tài chính, về thành lập, mua bán, sát nhập doanh nghiệp.

♦ Bảo quản an toàn vật có giá

Đây là một trong những dịch vụ lâu đời nhất được các NHTM thực hiện. Đó là việc ngân hàng lưu giữ vàng và các vật có giá khác cho khách hàng trong kho bảo quản và khách hàng phải trả phí bảo quản.

♦ Dịch vụ môi giới đầu tư chứng khoán

Rất nhiều NHTM cung cấp dịch vụ này, đó là việc mua bán các chứng khoán cho khách hàng. Tùy thuộc quy định của từng nước, ngân hàng thương mại có thể thành lập hoặc không thành lập bộ phận này.

1.2. Hoạt động huy động vốn dân cư của ngân hàng thương mại

1.2.1. Sự cần thiết của việc huy động vốn dân cư

- Đối với ngân hàng

Nguồn vốn của dân cư là nguồn huy động thường xuyên của ngân hàng. Nguồn này có được do tích lũy từ thu nhập, tiền lương, tiền thưởng của cán bộ công nhân viên đang làm việc hay đã nghỉ hưu, những người sản xuất, buôn bán nhỏ, tuy số tiền gửi của mỗi người dân là không nhiều nhưng số người gửi rất đông, nên tiền gửi tiết kiệm thật sự là nguồn vốn quan trọng của ngân hàng. Thông thường đây là nguồn vốn ổn định nhất trong các nguồn vốn mà ngân hàng huy động, nên tạo điều kiện cho ngân hàng dễ dàng trong việc cân đối vốn cũng như trong việc sử dụng vốn.

- Đối với nền kinh tế

Tiền gửi tiết kiệm góp một phần vốn đầu tư vào nền kinh tế, mặt khác phản ánh khả năng phát triển của nền sản xuất, mức sống của người dân.

- Đối với người dân

Tiền gửi tiết kiệm giúp cho người dân tích lũy được đồng vốn của mình để phục vụ cho những kế hoạch chi tiêu trong tương lai.

1.2.2. Khái niệm và cơ cấu về vốn dân cư

1.2.2.1. Khái niệm vốn dân cư

- Khái niệm vốn: Vốn, hiểu theo nghĩa rộng, bao gồm các nguồn lực tài chính, nhân lực, tri thức, tài sản vật chất và cả các quan hệ tích lũy được của các cá nhân, các doanh nghiệp, quốc gia ...

Vốn, theo nghĩa hẹp, chủ yếu là tiềm lực tài chính - tiền bạc của cá nhân, doanh nghiệp, quốc gia đó.

Vốn trong nước là toàn bộ những yếu tố cần thiết cấu thành và tham gia vào quá trình sản xuất và tái sản xuất- kinh doanh hình thành và tích lũy được trong mỗi gia đình, doanh nghiệp, địa phương và cả quốc gia. Các nhân tố cấu thành nên vốn trong nước bao gồm: vốn tài chính- tiền tệ, các dạng của cải, tài sản vật chất và tri thức, nguồn nhân lực và các quan hệ trong nền kinh tế thị trường... Chúng có thể được chuyển hóa cho nhau và được đo lường chung bằng tiền trong các điều kiện nhất định (trừ vốn- con người).

Xét trên góc độ sở hữu, người ta phân chia vốn trong nước ra thành vốn Nhà nước, vốn doanh nghiệp và vốn dân cư.

Trong nền kinh tế thị trường, hàng năm cùng với sự tăng trưởng của nền kinh tế, giá trị tiết kiệm, để dành của dân cư được tính bằng tổng thu nhập trừ đi tổng chi tiêu tất yếu thường xuyên cho các nhu cầu ăn ở, đi lại, học hành, chữa bệnh... của các hộ dân cư cũng sẽ ngày càng gia tăng và là một nguồn vốn quan trọng cho đầu tư phát triển kinh tế - xã hội của đất nước cũng như của mỗi địa phương.

Nói cách khác, nguồn vốn dân cư là toàn bộ những nguồn tài chính nhàn rỗi, được giành dụm trong dân cư và được biểu hiện thông qua các hình thức như tiền mặt để giành tại nhà, gửi tiết kiệm, vàng bạc, tiền để mua các loại chứng khoán như trái phiếu, kỳ phiếu, cổ phiếu... và các khoản tài chính khác chưa được mang ra để đầu tư cho nền kinh tế.

1.2.2.2. Cơ cấu vốn dân cư

* Theo tổng cục thống kê, các nguồn thu nhập của dân cư chủ yếu gồm có những nguồn sau:

- (1) Thu nhập từ hoạt động sản xuất nông nghiệp
- (2) Thu từ sản xuất ngành nghề phi nông nghiệp của hộ.

(3) Thu nhập từ tiền lương, tiền công: Thành phần thu nhập của mỗi công việc bao gồm cả tiền mặt và giá trị hiện vật được nhận về các khoản: Tiền công, lương, thu ngoài lương như các loại tiền thưởng, tiền chia thêm, trị giá ăn trưa, các loại phụ cấp, bảo hộ lao động ... có liên quan đến công việc.

(4) Thu từ hưu trí, trợ cấp, học bổng: Bao gồm thu từ quỹ bảo hiểm xã hội như trợ cấp hưu trí, mất sức, các khoản trợ cấp xã hội khác và học bổng, trợ cấp giáo dục.

(5) Thu nhập khác

- Tiền thu cho thuê nhà ở.
- Thu từ cho biểu hàng tiêu dùng.
- Thu từ tiền lãi cho vay.
- Thu từ trợ giúp và các khoản thu nhập khác.

* Theo tổ chức lao động thế giới, thu nhập của hộ gia đình gồm những thành phần sau:

(1) Thu nhập từ lao động, làm thuê: bao gồm thu nhập của người lao động (lương...) và thu nhập tự tạo.

(2) Thu từ lợi tức sở hữu từ việc sở hữu các tài sản tài chính và các tài sản khác (như thanh toán lợi tức...)

(3) Thu nhập từ tài sản tự tiêu.

(4) Các khoản chuyển giao được nhận bằng tiền mặt hoặc bằng hàng hóa.

(5) Các khoản chuyển giao được nhận thông qua các dịch vụ.

1.2.3. Đặc trưng hoạt động huy động vốn dân cư

- Đặc điểm chung của vốn dân cư là chúng phải được thanh toán khi khách hàng yêu cầu ngay cả khi đó là tiền gửi có kì hạn chưa đến hạn. Sự thay đổi, đặc biệt là tiền gửi ngắn hạn, làm thay đổi cầu thanh khoản của ngân hàng.

- Quy mô của vốn dân cư rất lớn so với các nguồn khác. Thông thường nguồn này thường chiếm trên dưới 50% tổng nguồn vốn là mục tiêu tăng trưởng hàng năm của các ngân hàng.

- Tiền gửi của dân cư là đối tượng phải dự trữ bắt buộc, do vậy chi phí tiền gửi thường cao hơn lãi trả tiền gửi. Ở nhiều nước, nhà nước phải mua bảo hiểm cho tiền gửi.

- Vốn dân cư, đặc biệt là tiền gửi ngắn hạn, thường nhạy cảm với các biến động của lãi suất, tỷ giá, thu nhập, chu kì chi tiêu và nhiều nhân tố khác.

Lãi suất cao là một nhân tố kích thích các doanh nghiệp, dân cư gửi và cho vay. Trong điều kiện có lạm phát, người có tiền tiết kiệm thường quan tâm tới lãi suất thực, điều đó có nghĩa là lãi suất thực dương mới thực sự hấp dẫn các nguồn tiền tiết kiệm. Các yếu tố khác như địa điểm ngân hàng, mạng lưới chi nhánh và quầy tiết kiệm, các loại hình huy động đa dạng, các dịch vụ đa dạng... đều ảnh hưởng tới quy mô và cấu trúc nguồn tiền. Thời vụ chi tiêu ảnh hưởng đến quy mô và tính ổn định của nguồn tiền. Vào dịp tết, nguồn tiền tiết kiệm cũng như tiền gửi của doanh nghiệp có xu hướng giảm sút, đặc biệt trong điều kiện thanh toán bằng tiền mặt còn phổ biến. Tại các thành phố lớn, nơi tập trung tầng lớp dân cư có thu nhập cao, hình thành người gửi tiền lớn. Thu nhập gia tăng điều kiện để gia tăng quy mô và thay đổi kì hạn của nguồn tiền. Khi ngân hàng mở rộng cho vay, tiền gửi của các doanh nghiệp và cá nhân cũng gia tăng. Các nguồn tiền gửi thanh toán thường biến động mạnh (kém ổn định) hơn tiền gửi dân cư.

1.2.4. Các hình thức huy động vốn dân cư

Để khai thác được tốt nguồn vốn dân cư thì phải có nhiều sản phẩm huy động vốn thích hợp với nhiều loại nhu cầu gửi tiền của khách hàng. Càng có nhiều hình thức huy động thì càng thu hút được nhiều nguồn vốn từ khách hàng dân cư.

* Căn cứ vào kỳ hạn

- Tiết kiệm không kỳ hạn
- Tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi sau toàn bộ
- Tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi sau định kỳ
- Tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi trước toàn bộ
- Tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi trước định kỳ
- Tiết kiệm hưởng lãi suất bậc thang theo thời gian gửi
- Tiết kiệm hưởng lãi suất bậc thang theo lũy tiến của số dư tiền gửi
- Tiết kiệm gửi góp hàng tháng
- Tiết kiệm gửi góp không theo định kỳ

- * Căn cứ vào loại bảo đảm
 - Tiết kiệm VNĐ đảm bảo bằng USD
 - Tiết kiệm VNĐ đảm bảo theo giá trị vàng
- * Các loại huy động khác
 - Tiết kiệm bằng vàng
 - Tiết kiệm có thưởng
 - Phát hành kỳ phiếu
 - Chứng chỉ tiền gửi

1.2.5. Tương quan huy động vốn và sử dụng vốn

Để có thể tiến hành kinh doanh có hiệu quả, đa dạng các hình thức kinh doanh để nâng cao sức cạnh tranh và lợi nhuận Ngân hàng cần có một lượng vốn lớn huy động từ các nguồn trong nước.

Vốn trong nước phần lớn nằm trong các hộ gia đình dưới dạng tiết kiệm dự phòng. Hơn nữa vốn của các tổ chức kinh tế xã hội không phải lúc nào cũng được sử dụng theo vụ mùa, theo chu kỳ kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Do đó lượng vốn nhàn rỗi trong khu vực này cũng rất là lớn. Nhiệm vụ to lớn của mỗi Ngân hàng là phải tập trung và thu hút các nguồn vốn lớn này để đầu tư cho các hoạt động sản xuất kinh doanh, các công trình kinh tế xã hội biến chúng thành những đồng vốn mang lại hiệu quả kinh tế xã hội. Để đạt được điều đó thì Ngân hàng phải có công tác huy động vốn phù hợp và có hiệu quả.

Vốn huy động phải xuất phát từ nhu cầu kinh doanh của Ngân hàng. Vốn huy động của Ngân hàng phải có sự tăng trưởng, ổn định về số lượng để có thể thoả mãn các nhu cầu cho vay, thanh toán cũng như hoạt động kinh doanh khác ngày càng tăng của Ngân hàng. Tuy nhiên vốn huy động phải được ổn định về mặt thời gian. Nếu Ngân hàng huy động được một lượng vốn lớn mà không ổn định về mặt thời gian, thường xuyên có một dòng tiền lớn có khả năng bị rút ra thì lượng vốn dành cho vay, cho đầu tư sẽ không lớn. Như vậy, hiệu quả sử dụng sẽ không cao và Ngân hàng phải thường xuyên đổi đầu

với vốn để thanh khoản. Nhưng nếu Ngân hàng huy động được nguồn vốn ổn định thì Ngân hàng sẽ yên tâm sử dụng phần lớn vốn đó vào các hoạt động có thu nhập cao. Nhưng nói như vậy không có nghĩa là nếu Ngân hàng thấy có nguồn vốn ổn định thì sẽ huy động hết ngay hay ngược lại, mà việc huy động vốn của Ngân hàng phải xuất phát từ nhu cầu thực tế của Ngân hàng về vốn. Nếu huy động được ít thì Ngân hàng sẽ không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, Không đa dạng hoá được các hoạt động kinh doanh, không mở rộng cạnh tranh được và sẽ bị mất hết khách hàng. Còn nếu huy động nhiều mà không sử dụng hết thì vốn sẽ bị “đóng băng” khiến lợi nhuận sẽ bị giảm sút, do vẫn phải trả lãi và các chi phí kèm theo như chi bảo quản, kế toán, kho quỹ ... mà không có khoản nào bù đắp lại.

Nguồn vốn huy động trong dân cư là một phần vốn huy động của ngân hàng, góp phần tạo ra nguồn vốn để phục vụ cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Mức độ hoạt động của nguồn vốn được đánh giá qua chỉ tiêu hệ số sử dụng vốn, qua hiệu quả của các nghiệp vụ ngân hàng, đảm bảo cho nguồn vốn luôn được đưa vào kinh doanh sinh lời một cách có hiệu quả nhất. Để đáp ứng nhu cầu về vốn của ngân hàng, nguồn vốn huy động nói chung và nguồn vốn huy động trong dân cư nói riêng cần đáp ứng một số yêu cầu sau:

* Nguồn vốn tăng trưởng ổn định về số lượng và thời gian

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 ($1 \text{ năm sau-trước} > 0$) đạt mục tiêu về nguồn vốn đặt ra và có độ gia tăng đều đặn là nguồn vốn tăng trưởng ổn định. Nguồn vốn có số lượng vốn kỳ hạn lớn chứng tỏ sự ổn định về thời gian của nguồn vốn cao. Để huy động được nguồn vốn tốt như vậy, ngân hàng phải thực hiện các chiến lược, các biện pháp tăng trưởng, các biện pháp marketing,... Trong đó mức độ thuận tiện được đánh giá khá cao, Đánh giá qua việc thực hiện các thủ tục gửi tiền, rút tiền. Thủ tục đơn giản, xử lý

các công việc phát sinh với khách hàng nhanh gọn, tiếp xúc với khách hàng trong và sau quá trình gửi tiền. (cho vào quy mô nguồn vốn).

* Nguồn vốn có khả năng đáp ứng cho các hoạt động kinh doanh của Ngân hàng: Đánh giá qua việc 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 đã đáp ứng bao nhiêu. Ngân hàng phải vay thêm bao nhiêu để thoả mãn nhu cầu đó.

* Chi phí huy động vốn và sử dụng vốn: Huy động vốn là để đảm bảo khả năng thanh toán thường xuyên, khả năng đáp ứng được các nhu cầu về vốn của các nghiệp vụ sử dụng vốn của ngân hàng như tín dụng, thanh toán, bảo lãnh,... Bên cạnh đó, việc sử dụng vốn có ý nghĩa đảm bảo cho việc nguồn vốn huy động được đưa vào kinh doanh sinh lời, nguồn vốn huy động sau khi trừ đi các khoản dự trữ bắt buộc để đảm bảo khả năng thanh khoản thì phần còn lại được đưa vào kinh doanh thông qua các nghiệp vụ huy động vốn, sử dụng được càng nhiều nguồn vốn huy động được này thì thu về thu nhập càng lớn cho ngân hàng. Chi phí huy động vốn và sử dụng vốn được đánh giá qua chỉ tiêu lãi suất huy động bình quân, lãi suất huy động từng nguồn và chênh lệch lãi suất đầu ra, đầu vào.

1.2.6. Huy động vốn và thu nhập

Trong thu nhập của Ngân hàng thương mại, nguồn thu chủ yếu phần lớn từ nghiệp vụ tín dụng (trên 50%) còn lại là từ các hoạt động nghiệp vụ còn lại. Bên cạnh nghiệp vụ tín dụng, nghiệp kinh doanh ngoại hối và thanh toán quốc tế cũng mang lại nguồn thu nhập không nhỏ cho ngân hàng qua các hoạt động chuyển tiền ra nước ngoài, chuyển tiền thanh toán, mua bán ngoại tệ,... Huy động vốn vẫn có chỗ đứng riêng khi góp phần là cánh cửa đầu vào của Ngân hàng, tạo điều kiện cho Ngân hàng có vốn để thực hiện các nghiệp vụ khác như tín dụng, kinh doanh ngoại hối, bảo lãnh, thanh toán quốc tế...

Lợi nhuận của ngân hàng được ổn định khi mức chênh lệch giữa lãi suất đầu vào và lãi suất đầu ra ổn định, sự chênh lệch này càng lớn thì thu

nhập mang lại cho Ngân hàng càng nhiều. Cơ cấu nguồn vốn huy động phải phù hợp với cơ cấu sử dụng vốn của các nghiệp vụ khác để tránh rủi ro về mặt lãi suất và kỳ hạn.

Như vậy, càng tìm được nguồn vốn với lãi suất thấp thì đảm bảo càng gia tăng thu nhập cho Ngân hàng thương mại.

1.2.7. Vai trò của vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại

Đối với bất kỳ Doanh Nghiệp nào, muốn hoạt động kinh doanh được thì phải có vốn, bởi vì vốn phản ánh năng lực chủ yếu để quyết định khả năng kinh doanh. Riêng đối với Ngân Hàng là một doanh nghiệp kinh doanh một loại hàng hoá đặc biệt là "tiền tệ", với đặc thù hoạt động kinh doanh là "đi vay để cho vay". Cho nên nguồn vốn đối với Ngân Hàng lại càng có vai trò hết sức quan trọng, trong đó nguồn vốn mà Ngân hàng đi huy động (đi vay các tổ chức kinh tế và cá nhân) chiếm phần lớn trong tổng nguồn vốn kinh doanh.

- Vốn là cơ sở để Ngân Hàng tổ chức mọi hoạt động kinh doanh

Ngân Hàng không có vốn thì không thể thực hiện được các nghiệp vụ kinh doanh. Bởi vì đặc trưng của hoạt động Ngân Hàng là "nhận tiền gửi và kinh doanh tiền gửi " hoạt động của Ngân Hàng gắn bó mật thiết với hệ thống tiền tệ và hệ thống thanh toán. Vốn không chỉ là phương tiện kinh doanh chính mà còn là đối tượng kinh doanh chủ yếu của Ngân Hàng Thương Mại. Ngân Hàng là tổ chức kinh doanh loại hàng hoá đặc biệt trên thị trường tiền tệ (kinh doanh vốn ngắn hạn), trên thị trường chứng khoán (kinh doanh vốn trung và dài hạn). Những Ngân Hàng trường vốn là những Ngân Hàng có thế mạnh trong kinh doanh.

Như vậy, Vốn là điều đầu tiên được quan tâm trong quá trình kinh doanh (chu kỳ kinh doanh) của Ngân Hàng. Do vậy, ngoài vốn ban đầu cần thiết (nghĩa là đảm bảo đủ vốn điều lệ theo luật định) thì Ngân Hàng phải thường xuyên chăm lo tới việc tăng trưởng vốn trong suốt quá trình hoạt động của mình.

- Vốn của Ngân Hàng quyết định quy mô phạm vi, khả năng mở rộng hoạt động kinh doanh của Ngân Hàng

Vốn của Ngân Hàng có ý nghĩa quyết định đến việc mở rộng hay thu hẹp khối lượng tín dụng.

Quy mô: Thể hiện tổng giá trị tài sản của Ngân Hàng đó, đó là giá trị các khoản vay, đầu tư... của Ngân Hàng. Các Ngân Hàng ở trạng thái trường vốn thì phạm vi đầu tư tín dụng của các Ngân Hàng không những được mở rộng trong phạm vi quốc gia mà còn mở rộng ra cả thị trường nước ngoài. Còn các Ngân Hàng nhỏ, vốn ít thì vốn không những không có khả năng đầu tư ra nước ngoài mà còn bị cạnh tranh gay gắt ngay tại thị trường nội địa.

Phạm vi: Các Ngân Hàng vốn lớn họ có khả năng mở rộng phạm vi hoạt động thông qua việc tăng số lượng mạng lưới chi nhánh, mở rộng mạng lưới huy động, đa dạng hoá hoạt động. Mặt khác những Ngân Hàng vốn lớn (trường vốn) thì khi có sự biến động của thị trường tiền tệ họ vẫn có khả năng phản ứng nhanh chóng để khắc phục tình thế. Còn các Ngân Hàng ít vốn thường bị động trong trường hợp thị trường tiền tệ biến động, sự nhạy bén thích nghi là chậm hơn hoặc không có khả năng khắc phục tình hình dẫn tới hoạt động kinh doanh bị ảnh hưởng, thậm chí đi đến sự phá sản.

- Vốn quyết định khả năng thanh toán và đảm bảo uy tín của Ngân Hàng trên thị trường

Trong nền kinh tế thị trường, để tồn tại và ngày càng mở rộng quy mô hoạt động, đòi hỏi các Ngân Hàng phải coi uy tín trên thị trường là trọng yếu. Nghĩa là khả năng sẵn sàng thanh toán chi trả cho khách hàng phải đảm bảo tốt, khả năng thanh toán của Ngân Hàng càng cao thì vốn khả dụng của Ngân Hàng càng lớn. Vì vậy, loại trừ các nhân tố khác khả năng thanh toán của Ngân Hàng tỷ lệ thuận với vốn của Ngân Hàng nói chung và vốn khả dụng nói riêng, với tiềm năng vốn lớn thì Ngân Hàng có thể hoạt động kinh doanh với quy mô lớn ngày càng mở rộng, tiến hành các hoạt động cạnh tranh có

hiệu quả nhằm vừa giữ chữ tín, vừa nâng cao khả năng thanh toán của Ngân Hàng trên thị trường.

Ngân Hàng có vốn lớn thì dự trữ thực tế lớn và khả năng thanh toán ít bị ảnh hưởng khi có khách hàng rút tiền, từ đó giúp Ngân Hàng đa dạng hoá kinh doanh và mở rộng phạm vi kinh doanh, giảm rủi ro.

Giảm rủi ro tạo điều kiện cho Ngân Hàng mở rộng cho vay và đầu tư, từ đó tạo lập dự trữ thứ cấp (Ngân Hàng có thể bán trong trường hợp cần thiết để đảm bảo khả năng thanh toán).

- Vốn quyết định năng lực cạnh tranh của Ngân hàng

Một Ngân Hàng có vốn lớn sẽ có điều kiện mở rộng quy mô, tạo điều kiện nâng cao tay nghề cho cán bộ công nhân viên, áp dụng các phương tiện hiện đại trong quá trình kinh doanh từ đó tạo uy tín trong kinh doanh, tạo tiền đề cho thu hút nguồn vốn. Mặt khác vốn lớn là điều kiện thuận lợi đối với Ngân Hàng trong việc mở rộng tín dụng với các thành phần kinh tế xét cả về quy mô, khối lượng tín dụng, chủ động về thời gian, thời hạn cho vay và hạn mức vay thậm chí quyết định mức lãi suất cho khách hàng từ đó thu hút ngày càng nhiều khách hàng. Doanh số hoạt động tăng nhanh chóng và Ngân Hàng sẽ có nhiều thuận lợi trong kinh doanh.

Như vậy bằng công cụ lãi suất Ngân Hàng có thể cạnh tranh (trên phương diện giá cả) hiệu quả với các Ngân hàng khác.

Ngân Hàng có vốn lớn sẽ tạo điều kiện giúp cho Ngân Hàng có khả năng tài chính để kinh doanh đa năng trên thị trường. Ngân Hàng không chỉ đơn thuần thực hiện nghiệp vụ cho vay mà còn mở rộng các hình thức liên doanh, liên kết, kinh doanh các dịch vụ thuê mua, mua bán nợ. Kinh doanh trên thị trường chứng khoán sẽ giúp các Ngân Hàng cạnh tranh hiệu quả với Ngân Hàng khác bằng chính sách sản phẩm. Chính các hình thức kinh doanh đa năng này sẽ góp phần phân tán rủi ro trong kinh doanh và tạo thêm vốn cho Ngân Hàng. Đây chính là yếu tố tăng thêm khả năng cạnh tranh của Ngân Hàng trên thị trường.

- **Vốn Dân cư:** Trong tổng nguồn vốn, vốn dân cư chiếm tỷ trọng không nhỏ, trên dưới 40% và có xu hướng chịu tác động nhiều của lãi suất huy động, phần thưởng, quà tặng và các ưu đãi khác khi gửi tiền nhưng phần lớn khách hàng cá nhân thường gửi ở kỳ hạn dài và ít có ý muốn chuyển đổi sang Ngân hàng khác để gửi.

1.2.8. Các nhân tố tác động đến huy động vốn dân cư của Ngân hàng thương mại

1.2.8.1. Nhân tố thuộc về Ngân hàng

Là những nhân tố thuộc về Ngân hàng ảnh hưởng đến công tác huy động tiền gửi của Ngân hàng thể hiện ở các yếu tố sau:

Một là chiến lược kinh doanh của Ngân hàng

Mỗi Ngân hàng đều có chiến lược kinh doanh cụ thể cho mình, chiến lược kinh doanh được xây dựng trên cơ sở Ngân hàng xác định vị trí của mình trong hệ thống, thấy được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội thách thức đồng thời dự đoán được sự thay đổi môi trường kinh doanh trong tương lai. Thông qua chiến lược kinh doanh, Ngân hàng có thể quyết định thu hẹp hay mở rộng huy động vốn huy động về mặt quy mô, có thể thay đổi tỷ lệ các loại nguồn vốn, tăng hay giảm chi phí hoạt động. Với tác dụng to lớn như vậy, nếu chiến lược kinh doanh được lựa chọn đúng đắn, các nguồn được khai thác tối đa thì công tác huy động vốn sẽ phát huy được hiệu quả.

Hai là chiến lược của Ngân hàng về huy động vốn dân cư

Trên cơ sở những thông tin về khách hàng, Ngân hàng có thể đưa ra một số chính sách và biện pháp để có được quy mô và nguồn vốn mong muốn. Hệ thống chính sách bao gồm:

Chính sách lãi suất: Đối với người gửi tiền là doanh nghiệp họ gửi tiền vào Ngân hàng với mục đích thanh toán thì lãi suất có thể không phải là vấn đề mà họ quan tâm hàng đầu. Tuy nhiên có một lượng đáng kể nguồn vốn của Ngân hàng là thu hút từ khu vực dân cư, bộ phận này gửi tiền vào Ngân hàng

mục đích chính là để hưởng lãi. Vì vậy, lãi suất là điều mà họ quan tâm và đây cũng là đối tượng rất nhạy cảm với lãi suất. Ngoài ra, khi huy động mà chưa đủ vốn thì các Ngân hàng có thể vay các tổ chức tín dụng khác, Ngân hàng trung ương... hiện nay một số Ngân hàng để thu hút khách hàng gửi tiền đã sử dụng lãi suất rất linh hoạt như chia nhỏ lãi suất theo thời hạn khác nhau kể cả lãi suất cho tiền gửi 2 tháng ở các Ngân hàng đầu tư và để không ứ đọng vốn thì phải giảm lãi suất cho vay tuy nhiên sự tăng giảm này phải ở trong biên độ cho phép.

Chính sách về sản phẩm và chất lượng sản phẩm và dịch vụ:

- Ngân hàng muốn tìm kiếm nguồn vốn trước hết phải đa dạng hóa các hình thức huy động vốn hình thức huy động vốn phong phú thì Ngân hàng càng dễ huy động hơn. Ngân hàng có thể huy động vốn bằng cách phát hành kì phiếu, huy động tiền gửi tiết kiệm trong đó đưa ra nhiều kì hạn khác nhau cho các loại tiền gửi có kì hạn. Có thể nói rằng trong nền kinh tế thị trường việc đưa ra nhiều sản phẩm khác nhau cho người tiêu dùng lựa chọn là hết sức cần thiết do nhu cầu của người gửi tiền là khác nhau. Các sản phẩm của Ngân hàng là khá đơn điệu, việc đa dạng các hình thức huy động là rất khó. Tuy nhiên các Ngân hàng đã cho ra đời rất nhiều sản phẩm vừa mang tính truyền thống vừa mang tính hiện đại như: Tiền gửi tiết kiệm, trái phiếu với nhiều kì hạn khác nhau Từ đó đã từng bước thu hút được đông đảo khách hàng. Một Ngân hàng thương mại có sự đa dạng trong nghiệp vụ huy động vốn thoả mãn nhu cầu của người gửi tiền, một sản phẩm phù hợp sẽ làm cho khách hàng quan tâm và bị thu hút về việc gửi tiền vào Ngân hàng hơn là tìm kiếm cơ hội đầu tư khác. Vì vậy đa dạng hoá sản phẩm là công việc quan trọng và trở thành cuộc chạy đua không có đích cuối cùng của các Ngân hàng hiện nay.

- Nếu Ngân hàng đưa ra các dịch vụ tốt và đa dạng thường có lợi thế hơn so với các Ngân hàng có dịch vụ giới hạn. Vì Ngân hàng nào càng đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng thì Ngân hàng đó càng có cơ hội tiếp xúc với khách

hàng nhiều hơn, qua đó có thể quảng bá hình ảnh của Ngân hàng mình cũng như xây dựng được nhiều mối quan hệ với khách hàng. Một đặc điểm về thông tin từ phía dân cư là khả năng lan truyền rất nhanh, một thông tin tốt được lan truyền trong dân là cách thức quảng cáo hữu hiệu nhất trong Ngân hàng.

Chính sách phục vụ và giao tiếp: Nhân viên Ngân hàng là chiếc gương để khách hàng thấy được hình ảnh của Ngân hàng. Trong điều kiện hiện nay khó có thể duy trì sự khác biệt về sản phẩm và giá cả nên chất lượng dịch vụ khách hàng đã trở thành công cụ cạnh tranh quan trọng để thu hút nguồn vốn trong dân của Ngân hàng. Ngân hàng là một ngành dịch vụ chất xám mà thành công của nó đòi hỏi phải có những cá nhân xuất sắc, có tham vọng kinh doanh làm giàu và thăng tiến. Khả năng huy động vốn của Ngân hàng gắn trực tiếp với trình độ, kỹ năng, kinh nghiệm của cán bộ nhân viên Ngân hàng. Rất nhiều mảng hoạt động của Ngân hàng đặc biệt là hoạt động huy động vốn mà cụ thể là huy động vốn dân cư đòi hỏi cán bộ nhân viên Ngân hàng phải có kinh nghiệm tích lũy liên tục. Ngân hàng cũng là ngành có tốc độ đổi mới và cải tiến rất cao vì thế khả năng tự học, tự đào tạo của nhân viên sẽ có ý nghĩa quyết định việc duy trì nâng cao vị thế cạnh tranh của mỗi Ngân hàng.

Chính sách marketing: Đóng vai trò quan trọng đối với tất cả các ngành, các lĩnh vực kinh doanh trong nền kinh tế hiện nay mà kinh doanh trong lĩnh vực Ngân hàng không phải là trường hợp ngoại lệ. Để tạo hình ảnh đẹp trong mắt khách hàng, Ngân hàng phải áp dụng đồng bộ nhiều hình thức quảng cáo khác nhau. Bên cạnh đó cần có sự phối kết hợp các chế độ chính sách của Ngân hàng về chế độ chăm sóc khách hàng, các hình thức khuyến mại cũng như các chính sách sản phẩm khác. Thông qua các kênh thông tin đến các tầng lớp dân cư để họ hiểu hơn về các hình thức huy động vốn của Ngân hàng để họ hưởng ứng nhiệt tình.

Ba là mạng lưới và các hình thức huy động

Thường muốn phát triển quy mô nguồn vốn Ngân hàng không thể bỏ qua yếu tố mở rộng mạng lưới huy động. Khách hàng không chỉ quan tâm đến

lãi suất, dịch vụ tiện ích của Ngân hàng mà họ còn quan tâm đến tính tiện ích của việc gửi tiền. Chẳng hạn, nếu Ngân hàng không mở rộng mạng lưới hoạt động thì khó có thể huy động được những nguồn vốn nhỏ từ các tầng lớp dân cư vì tâm lý của người dân với một món tiền nhỏ họ rất ngại phải đi một quãng đường xa để gửi tiền, quan điểm của họ thà cất ở nhà còn hơn. Nếu Ngân hàng không biết điều này thì vô hình chung họ đã bỏ qua nguồn tiền nhàn rỗi trong dân. Việc mở thêm chi nhánh là quan trọng nhưng việc mở ở đâu để có thể huy động được khoản tiền gửi đòi hỏi Ngân hàng phải có sự nghiên cứu hết sức nghiêm túc. Thông thường các chi nhánh sát với địa bàn dân cư hoặc gần với trung tâm thương mại sẽ có thuận lợi khi thu hút vốn. Mạng lưới huy động vốn của Ngân hàng thương mại thường biểu hiện qua số lượng các quỹ tiết kiệm. Khi người dân có tiền nhàn rỗi, họ thường đưa ra các quầy tiết kiệm gần nhà để gửi. Vì vậy mạng lưới huy động vốn cần rộng rãi, tạo điều kiện thuận lợi cho việc gửi tiền. Mạng lưới hoạt động không chỉ mở rộng ở vùng dân cư mà còn ở những khu vực xa trung tâm kinh tế như vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, nếu mạng lưới hẹp thì sẽ gây khó khăn cho các khách hàng có tiền nhàn rỗi ở xa khi muốn gửi tiền vào Ngân hàng sẽ khiến cho chi phí giao dịch lớn mà mất nhiều thời gian.

Bốn là trình độ công nghệ Ngân hàng

Trước đây công nghệ thanh toán còn lạc hậu, khách hàng chủ yếu thanh toán bằng tiền mặt. Nhưng ngày nay công nghệ thanh toán hiện đại, thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng chiếm ưu thế, thay vì thanh toán bằng tiền mặt khách hàng có thể thanh toán thông qua thẻ, séc... qua Ngân hàng.

Năm là uy tín của Ngân hàng

Các Ngân hàng thương mại có uy tín lớn thường được người dân ưu tiên lựa chọn để gửi tiền. Uy tín của Ngân hàng này được thể hiện qua hoạt động kinh doanh, giá trị thương hiệu của Ngân hàng... Các Ngân hàng có thể tạo ra uy tín bằng cách làm tăng độ tin tưởng từ dân chúng thông qua thái độ

phục vụ nhiệt tình, chu đáo, nhanh chóng, khoản tiền cũng phải được hoàn trả cả gốc và lãi đúng thời hạn.

Sáu là các yếu tố khác

Năng lực và trình độ quản lí của cán bộ Ngân hàng: Một Ngân hàng quản lí tốt về mặt nhân sự, tài sản nợ, tài sản có tức là trong hoạt động kinh doanh họ dự đoán được những rủi ro xảy ra, dự đoán được môi trường đầu tư của mình có hiệu quả hay không, nắm bắt được những biến đổi ngoài thị trường một cách nhanh chóng để có thể tư vấn được cho khách hàng của mình có hiệu quả nhất. Từ đó thu hút khách hàng làm cho môi trường đầu tư của Ngân hàng ngày càng mở rộng. Mặt khác do quản lí tốt nên trong quá trình hoạt động, Ngân hàng đảm bảo được an toàn vốn, tăng uy tín, từ đó có điều kiện thu hút khách hàng dân cư đến gửi tiền cũng như sử dụng các dịch vụ của Ngân hàng.

Hình thức cho vay: Nếu hình thức cho vay của Ngân hàng ngày càng mở rộng chẳng hạn như không chỉ là cho vay ngắn hạn, trung hạn, dài hạn mà còn mở rộng sang các hình thức cho vay liên hợp vốn, liên doanh, liên kết mua bán các khoản nợ thì buộc các Ngân hàng phải tìm kiếm nguồn vốn cho chính mình, huy động như thế nào cho phù hợp.

Bảo hiểm tiền gửi: Trong hoạt động Ngân hàng, rủi ro là điều không thể tránh khỏi. Vì vậy sự an toàn của các Ngân hàng thương mại luôn là vấn đề quan tâm hàng đầu của các cổ đông, các nhà điều hành Ngân hàng và đặc biệt là người gửi tiền, vì phần lớn nguồn vốn kinh doanh của Ngân hàng là huy động từ bên ngoài. Để lấy niềm tin từ người gửi tiền đồng thời bảo vệ lợi ích của khách hàng, tránh cho họ những tổn thất, họ có thể được chi trả bảo hiểm tổn thất khi Ngân hàng phá sản. Vì vậy mà khách hàng sẽ ưu tiên Ngân hàng nào có sự bảo đảm quyền lợi đầy đủ và sự an toàn cần thiết.

1.2.8.2. Môi trường kinh doanh

Nền kinh tế là một hệ thống bao gồm nhiều hoạt động kinh tế có liên quan biện chứng tác động ràng buộc lẫn nhau. Sự biến động của hoạt động

kinh tế đều ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh trong các lĩnh vực còn lại. Hoạt động kinh doanh của các Ngân hàng thương mại được coi là chiếc cầu nối giữa các lĩnh vực kinh tế khác nhau trong nền kinh tế. Hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động huy động vốn dân cư nói riêng của Ngân hàng luôn gắn với môi trường kinh doanh. Môi trường kinh doanh bao gồm:

Thứ nhất là hành lang pháp lý

Hành lang pháp lý có ảnh hưởng rất lớn đến tất cả hoạt động của Ngân hàng thương mại trong đó có hoạt động huy động tiền gửi dân cư. Có những bộ luật tác động trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng như: luật các tổ chức tín dụng, luật Ngân hàng nhà nước... Có những bộ luật tác động gián tiếp như: luật đầu tư nước ngoài. Bên cạnh đó các bộ luật trên thì chính sách tiền tệ của quốc gia cũng ảnh hưởng rất lớn đến nghiệp vụ tạo vốn của Ngân hàng. Nó thể hiện trên các khía cạnh:

- Mục tiêu của chính sách tiền tệ: Các mục tiêu như kiểm soát lạm phát, ổn định sức mua của đồng tiền, tăng trưởng kinh tế... Tùy thuộc vào việc thực hiện mục tiêu của chính sách tiền tệ mà sự ảnh hưởng của nó đến sự tạo vốn của Ngân hàng cũng khác nhau. Khi lạm phát trong nền kinh tế tăng, nhà nước có chính sách thắt chặt tiền tệ bằng cách tăng lãi suất tiền gửi để thu hút tiền gửi ngoài xã hội thì lúc đó Ngân hàng thương mại thu hút vốn dễ dàng hơn. Khi nhà nước có chính sách khuyến khích đầu tư, mở rộng sản xuất thì Ngân hàng khó huy động vốn vì người có tiền bỏ vào sản xuất có lợi hơn là gửi vào Ngân hàng.

- Việc sử dụng công cụ chính sách tiền tệ: Trong việc vận hành các công cụ để thực hiện chính sách tiền tệ của Ngân hàng trung ương, mỗi công cụ đều tác động đến nghiệp vụ tạo vốn nói chung cũng như công cụ chính đó là lãi suất chiết khấu và dự trữ bắt buộc.

- Chính sách đầu tư của nhà nước: Chính sách đầu tư của nhà nước hợp lý hay không đều ảnh hưởng đến chính sách huy động vốn của Ngân hàng, vì

trên thực tế những chính sách này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến môi trường kinh doanh không chỉ đối với khách hàng mà còn đối với cả Ngân hàng.

Thứ hai là môi trường kinh tế

Cạnh tranh là một yếu tố tất yếu của nền kinh tế thị trường. Cạnh tranh không phải lúc nào cũng tốt vì nó có thể dẫn tới nhiều hạn chế và tiêu cực. Vì vậy cạnh tranh là một thách thức đối với sự phát triển và cũng vừa là nhân tố thúc đẩy sự phát triển. Để công tác huy động vốn dân cư đạt hiệu quả, Ngân hàng phải quan tâm đến vấn đề cạnh tranh. Cụ thể Ngân hàng phải xác định rõ địa bàn hoạt động của mình có bao nhiêu Ngân hàng, các đối thủ cung cấp các dịch vụ như thế nào, trên cơ sở đó Ngân hàng sẽ tính toán và đưa ra các sản phẩm dịch vụ phù hợp nhất với lãi suất cạnh tranh.

Thứ ba là môi trường văn hoá

Mỗi quốc gia đều có một nền văn hoá riêng, văn hoá chính là yếu tố tạo nên bản sắc của dân tộc như thói quen, tâm lí ... Đối với Ngân hàng, hoạt động huy động vốn là hoạt động chịu nhiều ảnh hưởng của môi trường văn hoá. Cụ thể ở các nước phát triển, người dân có thói quen gửi tiền vào Ngân hàng để hưởng những tiện ích trong thanh toán và hưởng lãi trong tiềm thức của họ, Ngân hàng là một phần không thể thiếu được và là một phần tất yếu của nền kinh tế. Do vậy Ngân hàng không mấy khó khăn trong việc huy động vốn nhân rãi trong dân cư và các tổ chức kinh tế. Ngược lại, ở các nước đang phát triển như Việt Nam, việc huy động vốn trong dân cư gặp nhiều khó khăn vì người Việt Nam xưa nay vẫn chưa quen sử dụng tiện ích của Ngân hàng. Mặt khác Ngân hàng chưa thực sự tạo được lòng tin đối với người dân sau hàng loạt các sự kiện xảy ra như: Đổi tiền 1985- 1986, tỷ lệ lạm phát 600% - 700% làm nhiều người mất trắng, sự sụp đổ của 7500 quỹ tín dụng nhân dân và hàng loạt các sự kiện có liên quan đến Ngân hàng: Dệt Nam Định, Minh Phụng EPCO làm cho Ngân hàng bị thiệt hại lớn. Người dân chưa biết chủ trương chính sách của nhà nước, hoạt động của Ngân hàng, cho đến nay vẫn

còn tình trạng có tiền nhưng không muốn gửi vào Ngân hàng vì không biết phải làm những thủ tục nào, người dân ngại mất thời gian do thủ tục rườm rà. Quy mô dân cư, chất lượng cuộc sống của người dân không chỉ là yếu tố ảnh hưởng đến số lượng kết cấu sản phẩm mà còn là yếu tố rất quan trọng để xây dựng và điều chỉnh hoạt động huy động vốn của Ngân hàng.

Thứ tư là yếu tố tâm lý

Với nền kinh tế chịu sự đôla hoá như Việt Nam thì việc huy động vốn từ người dân là khó khăn. Do người dân lo sợ đồng nội tệ mất giá, ưa chuộng cất trữ ngoại tệ do đó Ngân hàng khó khăn trong việc huy động vốn bằng đồng nội tệ. Khi mức thu nhập của người dân tăng lên họ cũng có nhu cầu cất trữ như vậy cũng tạo điều kiện cho các Ngân hàng thương mại trong việc huy động vốn trong dân cư.

1.3. Kinh nghiệm huy động vốn dân cư của một số ngân hàng

Với kinh nghiệm dày dặn và công nghệ hiện đại trên trường quốc tế, các sản phẩm huy động tiền gửi của các ngân hàng trên thế giới là những bài học kinh nghiệm quý báu cho các ngân hàng trong nước hiện nay. Sau đây sẽ là một số sản phẩm huy động tiền gửi của các ngân hàng lớn trên thế giới.

1.3.1. Ngân hàng Citi Bank

- E - savings account: Tiền ký quỹ là 100USD, duy trì số dư này khách hàng sẽ không bị thu phí quản lý tài khoản hàng tháng, lãi suất hưởng 1.5% và thay đổi theo lãi suất thị trường. Tài khoản này, khách hàng có thể giao dịch trực tuyến qua Internet hoặc điện thoại.

- Day to day savings account: Số dư duy trì tài khoản là 100USD, ngân hàng sẽ tự động kết nối số dư trên tài khoản này với mọi tài khoản của khách hàng mở tại Citibank để đảm bảo số dư duy trì tài khoản của khách hàng, từ đó tránh được phí duy trì hàng tháng. Miễn phí chuyển tiền trong hệ thống Citibank. Khách hàng có thể đăng ký trực tuyến để mở tài khoản. Đây là loại tài khoản rất cần thiết đối với khách hàng thường xuyên sử dụng tiền mặt.

- Citibank Money Market Plus Account: Khách hàng có thể truy cập hệ thống Online của Citibank, Citiphone Banking đến bất kỳ chi nhánh nào của Citibank hoặc qua các máy ATM để thực hiện giao dịch. Bên cạnh được hưởng lãi suất cạnh tranh, khách hàng còn có thể rút tiền dễ dàng. Tiền trong tài khoản khách hàng được bảo hiểm lên đến 250.000 USD. Khách hàng sẽ không mất phí thường niên nếu duy trì số dư tài khoản tối thiểu 100 USD.

- Health savings account: Đây là cách thông minh để trang trải cho các khoản chi phí chăm sóc sức khỏe. Nếu khách hàng được tham gia trong một chương trình chăm sóc sức khỏe có chất lượng, Citibank Health savings account là một giải pháp cho khách hàng. Với tài khoản này, khách hàng sẽ được miễn phần đóng thuế do vậy có thể sử dụng phần miễn thuế này để thanh toán cho các khoản chi tiêu bằng thuốc men.

- Certificates of deposit: Một vài điều trong cuộc sống rất chắc chắn giống như những chứng chỉ tiền gửi của Citibank. Nó đưa ra một sự đảm bảo an toàn, một lãi suất cạnh tranh cao. Khách hàng có thể lựa chọn rất nhiều kỳ hạn khác nhau từ 3 đến 5 năm.

1.3.2. Ngân hàng Standard Chartered Bank

Standard Chartered Bank cung cấp cho khách hàng hàng loạt sự lựa chọn về sản phẩm tiết kiệm với lãi suất cạnh tranh. Khách hàng sẽ nhận thêm sự thuận tiện từ hệ thống thanh toán quốc tế của Standard Chartered Bank. Khách hàng dễ dàng truy cập tài khoản tiết kiệm của mình khi đang ở nước ngoài. Một số sản phẩm tiết kiệm của Standard Chartered Bank:

- My Dream account:

Đây là tài khoản tiết kiệm đặc biệt nhằm tiết kiệm cho con em của khách hàng. Khách hàng có thể dễ dàng quản lý tài khoản này.

- Pay roll account:

Tài khoản này giúp công ty cải thiện chính sách chi lương của họ. Nó mang lại nhiều lợi ích thiết thực và thuận tiện cho khách hàng.

- Women's account:

Tài khoản này được thiết kế một cách đặc biệt để

đáp ứng nhu cầu quản lý tài chính trong gia đình của chị em phụ nữ.

E\$aving account: Quản lý tiền của khách hàng mọi lúc mọi nơi. Tiền trong tài khoản của khách hàng ngày càng nhiều hơn do được hưởng lãi suất cạnh tranh của từ ngân hàng.

1.3.3. Ngân hàng ANZ

Ngân hàng ANZ là một sự lựa chọn cho khách hàng muốn tối đa hoá lợi nhuận cho các khoản tiết kiệm của mình. Đó là thông điệp mà ANZ muốn gửi gắm cho tất cả các khách hàng. Sau đây là một số sản phẩm tiền gửi mà ANZ đang cung cấp.

* ANZ Progress Saver: Mục đích nhằm tiết kiệm tiền để đi du lịch nước ngoài, mua nhà mới, hoặc bất cứ mục đích tiết kiệm nào.

Miễn phí thường niên hàng tháng và phí giao dịch.

Bên cạnh hưởng lãi suất tiền gửi, khách hàng còn được cộng điểm thưởng hằng ngày và sẽ được chi trả vào mỗi tháng nếu số tiền mỗi lần gửi vào tài khoản là trên 10USD và không rút ra trong một tháng.

Có thể giao dịch qua các máy ATM, ANZ Phone Banking, ANZ

Internet Banking và các điểm giao dịch Internet.

* ANZ Online Saver:

Hưởng lãi suất cạnh tranh, giao dịch tiền gửi trực tuyến, lãi suất tính mỗi ngày và trả hàng tháng cho khách hàng. Khách hàng hưởng lãi suất cao, hiện tại là 6.5%/năm, không phải nộp số dư duy trì tài khoản. Có thể dễ dàng chuyển khoản trực tuyến từ tài khoản ANZ online Saver và các tài khoản khác của khách hàng tại ANZ mọi lúc thông qua ANZ Phone Banking, ANZ Internet Banking. Tuy nhiên khách hàng sẽ không rút tiền mặt trực tiếp.

* ANZ V2 Plus:

Với tài khoản này khách hàng vừa được hưởng lãi suất cao 5%/năm (lãi được tính hàng ngày và trả hằng quý) vừa được hưởng những dịch vụ truy cập

tài khoản tại các máy ATM, Internet và phone Banking. Đặc biệt có một dịch vụ tổng đài chuyên biệt để phục vụ những yêu cầu của tài khoản này. Số dư tối thiểu để mở tài khoản này là 5.000USD. Có thể nộp, rút tiền bất cứ lúc nào mà không mất phí.

* ANZ Premium Cash Management:

Khách hàng được hưởng lãi suất bậc thang, số dư tài khoản càng nhiều lãi suất càng gửi càng cao. Khách hàng được quyền phát hàng séc trên tài khoản này. Số dư tối thiểu ban đầu khi mở tài khoản là 10.000 USD. Số dư duy trì là 1.000USD.

1.3.4. Bài học kinh nghiệm

Những kinh nghiệm huy động vốn của các ngân hàng nước ngoài nổi tiếng chính là thực tế mà các NHTM Việt Nam cần phải học hỏi nhiều hơn nữa như sau:

- Phân cấp khách hàng: Các NHTM nước ngoài đã thực hiện chính sách này từ rất lâu rồi. Qua việc phân cấp khách hàng họ sẽ có các chính sách sao cho thật phù hợp với đặc điểm và tính cách của từng nhóm khách hàng. Đối với từng nhóm khách hàng họ sẽ chú trọng tập trung vào một số dịch vụ chủ yếu và khai thác hầu hết ở những dịch vụ đó. Để có được những chương trình phù hợp cho từng khách hàng thì bản thân các NHTM phải thực hiện nghiên cứu rất sâu sắc về từng nhóm khách hàng một. Đây chính là tài nguyên chất xám của mỗi ngân hàng vì mỗi một ngân hàng sở hữu rất nhiều khách hàng khác nhau nhưng tùy theo mục đích huy động mà mỗi ngân hàng sẽ có những khác biệt với các ngân hàng khác.

- Đa dạng hoá sản phẩm: Qua nghiên cứu và phân cấp khách hàng, mỗi ngân hàng sẽ đưa ra các loại sản phẩm khác nhau để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng nên việc đa dạng hoá sản phẩm là yếu tố tất nhiên. Đa dạng hoá sản phẩm sẽ giúp ngân hàng tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng hơn và phục vụ được nhu cầu ngày càng phong phú của khách hàng. Để giữ

chân được khách hàng và thu hút ngày càng nhiều khách hàng hơn nữa thì việc đưa ra nhiều sản phẩm với nhiều tính năng sẽ giúp khách hàng thấy thoải mái và hài lòng - đây chính là mục tiêu hướng tới của mỗi nhà cung cấp không chỉ có hệ thống ngân hàng.

- Nâng cao chất lượng công nghệ: Với ngân hàng hệ thống công nghệ

góp phần không nhỏ vào sự phát triển của hệ thống. Với số lượng khách hàng ngày càng nhiều và số lượng sản phẩm, dịch vụ ngày càng đa dạng nếu không có công nghệ hỗ trợ thì ngân hàng sẽ không thể phát triển đi lên được. Với sự hỗ trợ của công nghệ sẽ giúp ngân hàng giảm được rất nhiều công việc, bản thân những nhà quản lý và nhân viên sẽ được giải phóng khỏi những công việc tỷ mỷ, máy móc để đầu tư thời gian cho phân tích và tìm kiếm khách hàng.

Như vậy, với những mục tiêu chính mà các NHTM nổi tiếng đã và đang hướng tới sẽ là những kinh nghiệm bổ ích cho NHTM Việt Nam học tập và có định hướng đúng đắn hơn trong quá trình gia tăng huy động vốn cho NHTM.

Chương 2

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Câu hỏi nghiên cứu

- Thực trạng huy động vốn dân cư tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn như thế nào?
- Quá trình huy động vốn dân cư tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn có những thuận lợi và khó khăn gì?
- Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn đã có các giải pháp nào để huy động vốn dân cư?
- Yếu tố nào ảnh hưởng tới kết quả huy động vốn dân cư của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn?
- Giải pháp nào để huy động có hiệu quả vốn dân cư tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn?

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp tiếp cận nghiên cứu

** Phương pháp tiếp cận hệ thống*

Xem xét hệ thống trong tổng thể kinh tế, chính trị xã hội của ngân hàng BIDV chi nhánh Từ Sơn cùng với các mối quan hệ giữa khách hàng với ngân hàng, giữa ngân hàng BIDV với ngân hàng khác ... xem xét toàn diện các vấn đề tín dụng của ngân hàng như huy động vốn, cho vay, hoạt động tín dụng khác...

- Mục đích sử dụng phương pháp trong đề tài:
- Hiểu rõ hơn về tình hình huy động vốn dân cư của ngân hàng
- Tác động có hiệu quả trong huy động vốn dân cư
- Hoàn thiện hoạt động huy động vốn dân cư tại ngân hàng BIDV Từ Sơn

** Phương pháp tiếp cận có sự tham gia*

Khái niệm: Là một quá trình nghiên cứu có hệ thống, trong đó những người đang phải trải qua một hoàn cảnh khó khăn ở cộng đồng hay ở nơi làm

việc, trên tinh thần hợp tác với những người nghiên cứu như chủ thể nghiên cứu tham gia vào việc thu thập và phân tích thông tin, việc ra quyết định và các hoạt động quản lý cũng như việc cải thiện hoặc giải quyết vấn đề của chính họ.

- Mục đích sử dụng trong đề tài:
- + Tham gia đánh giá các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng
- + Tham gia đánh giá năng lực cán bộ tín dụng
- + Tham gia đánh giá các chính sách của ngân hàng

2.2.2. Phương pháp thu thập số liệu

- Thông tin số liệu thứ cấp: các số liệu đã công bố bao gồm các số liệu huy động vốn dân cư của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn, các chính sách huy động vốn dân cư của Ngân hàng nhà nước đã ban hành, các số liệu đã được công bố của Ngân hàng. Các thông tin có liên quan, hay những trang web.

- Thông tin sơ cấp: Đây là thông tin quan trọng giúp cho việc tìm hiểu vấn đề huy động vốn của Ngân hàng có căn cứ thực tế.

Việc thu thập số liệu mới bằng điều tra đại diện khách hàng dân cư sử dụng sản phẩm huy động của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn để đưa vào mô hình nghiên cứu. Các bước điều tra gồm:

- Điều tra khách hàng dân cư sử dụng sản phẩm huy động của Ngân hàng: 80 khách hàng dân cư được chọn là những khách hàng đã sử dụng sản phẩm huy động của BIDV Từ Sơn và những khách hàng lần đầu tiên sử dụng sản phẩm. Thông qua mẫu phiếu điều tra được thiết kế sẵn, thực hiện khảo sát, phỏng vấn khách hàng ngẫu nhiên khi đến giao dịch và sử dụng sản phẩm của Ngân hàng để rút ra bài học kinh nghiệm cho công tác huy động vốn dân cư.

- Xây dựng phiếu điều tra: Phiếu điều tra được xây dựng cho khách hàng dân cư, nội dung của phiếu điều tra bao gồm những thông tin chủ yếu về cá nhân khách hàng, những thông tin về ý kiến đánh giá của họ về sản phẩm

dịch vụ, phong cách phục vụ cũng như chế độ chăm sóc khách hàng, hay mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm của Ngân hàng. Những thông tin này được thể hiện cụ thể qua những câu hỏi cụ thể sao cho khách hàng trả lời đầy đủ và chính xác nhất.

- Phương pháp điều tra: phỏng vấn trực tiếp cán bộ ngân hàng BIDV Từ Sơn và khách hàng dân cư giao dịch với Ngân hàng.

2.2.3. Phương pháp xử lý và phân tích số liệu

- Phương pháp xử lý số liệu: đề tài sử dụng số tương đối, số tuyệt đối để phân tích số liệu tín dụng qua các năm từ đó đánh giá hoạt động huy động vốn dân cư của ngân hàng về quy mô tăng trưởng, chất lượng tín dụng, cơ cấu huy động vốn, mức sinh lợi nhuận... Số liệu phân tích được tổng hợp và xử lý bằng phần mềm Excel.

- Thống kê mô tả: thống kê mô tả là nói đến việc mô tả dữ liệu thu thập được từ nghiên cứu thực nghiệm qua các cách thức khác nhau. Phương pháp mô tả dữ liệu dựa trên dữ liệu bằng đồ họa trong đó các đồ thị mô tả dữ liệu hoặc so sánh; biểu hiện dữ liệu thành các bảng số liệu tóm tắt (mô tả kỳ hạn gửi tiết kiệm, loại hình tiết kiệm dài hạn hay ngắn hạn, ...)

- Phương pháp so sánh: so sánh các chỉ tiêu huy động vốn bằng nội tệ và ngoại tệ; lãi suất qua các thời kỳ; thu nhập và chi phí ở các thời điểm, thời kì khác nhau để thấy sự thay đổi và mức độ đạt được của các hiện tượng, chỉ tiêu cần phân tích. So sánh các dịch vụ của Ngân hàng BIDV Từ Sơn với các ngân hàng khác trên địa bàn.

- Phương pháp định tính: thu thập dữ liệu ở dạng định tính để biết được nhu cầu, mong muốn của khách hàng khi sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng.

2.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả công tác huy động vốn dân cư

2.3.1. Tỷ lệ tăng trưởng của nguồn vốn

Tỷ lệ tăng trưởng doanh số (%)

(Doanh số năm nay - Doanh số năm trước)

Tỷ lệ tăng trưởng nguồn vốn (%) = $\frac{\text{Doanh số năm nay} - \text{Doanh số năm trước}}{\text{Doanh số năm trước}} \times 100\%$

- Chỉ tiêu này dùng để so sánh sự tăng trưởng doanh số huy động vốn qua các năm để đánh giá khả năng huy động, tìm kiếm khách hàng và đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch tín dụng của ngân hàng

- Chỉ tiêu càng cao thì mức độ hoạt động của NH càng ổn định và có hiệu quả, ngược lại NH đang gặp khó khăn, nhất là trong việc tìm kiếm khách hàng và thể hiện việc thực hiện kế hoạch tín dụng chưa hiệu quả.

Công tác huy động vốn không thể không có hiệu quả khi mà nguồn vốn huy động lại không đạt được quy mô nhất định theo kế hoạch huy động của Ngân hàng hay không đáp ứng được yêu cầu về khối lượng vốn cho kinh doanh. Mặt khác, vốn huy động đó cũng cần phải ổn định về mặt thời gian vì nếu tốc độ tăng trưởng qua các năm không ổn định sẽ ảnh hưởng đến hoạt động của Ngân hàng.

2.3.2. Chỉ tiêu huy động theo loại tiền

- Tiền gửi ngoại tệ(USD)/Tổng tiền gửi

Chỉ tiêu này cho thấy sản phẩm huy động ngoại tệ của ngân hàng tốt hay xấu, lợi thế của ngân hàng là gì?

- Tiền gửi nội tệ/ Tổng tiền gửi

Cho thấy sản phẩm huy động nội tệ của ngân hàng tốt hơn hay xấu hơn, lợi thế là gì?

2.3.3. Chỉ tiêu huy động theo loại hình

- Tiền gửi của các tổ chức kinh tế/Tổng tiền gửi

Chỉ tiêu này có ưu điểm là chi phí hoạt động nhỏ, món tiền lớn. Nhược điểm là nguồn tiền không có kỳ hạn ổn định.

- Tiền gửi tiết kiệm/ Tổng tiền gửi

Chỉ tiêu này có ưu điểm là có kỳ hạn ổn định, tuy nhiên có nhược điểm là món tiền nhỏ, chi phí hoạt động lớn.

- Kỳ phiếu, trái phiếu, giấy tờ có giá/ Tổng tiền gửi

Chỉ tiêu này có ưu điểm là có kỳ hạn ổn định, chi phí thấp, món tiền lớn. Tuy nhiên có nhược điểm lớn là khó huy động từ cá nhân và các TCKT. Chủ yếu vẫn là từ các NHTM hoặc NHNN.

2.3.4. Chỉ tiêu huy động theo kỳ hạn

- Tiền gửi ngắn hạn/ Tổng tiền gửi

Tiền gửi ngắn hạn thường có chi phí huy động cao, do đó ngân hàng sẽ cân đối huy động nguồn này ở tỷ lệ vừa phải.

- Tiền gửi trung dài hạn/ Tổng tiền gửi

Loại tiền gửi trung dài hạn có chi phí huy động thấp

2.3.5. Vốn huy động/ Vốn tự có (Vốn điều lệ)

Chỉ tiêu này cho thấy đòn bẩy tài chính của ngân hàng. Chỉ tiêu càng lớn thì hoạt động tài chính của ngân hàng càng an toàn, nếu chỉ tiêu này ở ngưỡng khoảng 15-20 lần chứng tỏ ngân hàng đang hoạt động trong vùng an toàn với hệ số đòn bẩy hợp lý.

2.3.6. Vốn huy động/ Tổng nguồn vốn

Cho thấy khả năng tự chủ của ngân hàng, tỷ lệ này càng bé càng tốt, càng chứng tỏ ngân hàng đang phải trang trải quá nhiều chi phí để huy động vốn. Chỉ tiêu này cần xem xét với chỉ tiêu: Tổng dư nợ cho vay/ Tổng nguồn vốn. Nếu 2 chỉ tiêu này kém nhau từ 0.9 - 1.1 lần là ở ngưỡng an toàn, nếu không thì ngân hàng đang không hoạt động hiệu quả.

2.3.7. Tỷ lệ huy động vốn/ dư nợ(%)

- Chỉ tiêu này phản ánh NH cho vay được bao nhiêu so với nguồn vốn huy động, nó còn nói lên hiệu quả sử dụng vốn huy động của ngân hàng, thể hiện ngân hàng đã chủ động trong việc tích cực tạo lợi nhuận từ nguồn vốn huy động hay chưa.

- Chỉ tiêu này lớn thể hiện khả năng tranh thủ vốn huy động, nếu chỉ tiêu này lớn hơn 1 thì ngân hàng chưa thực hiện tốt việc huy động vốn, vốn huy động tham gia vào cho vay ít, khả năng huy động vốn của NH chưa tốt, nếu chỉ tiêu này nhỏ hơn 1 thì ngân hàng chưa sử dụng hiệu quả toàn bộ nguồn vốn huy động, gây lãng phí.

2.3.8. Tỷ lệ lãi thu từ hoạt động cho vay/ Lãi chi cho hoạt động huy động vốn

Phản ánh chênh lệch giữa doanh thu từ cho vay và chi phí cho hoạt động huy động vốn, tỷ lệ này càng lớn càng tốt.

2.3.9. Vòng quay huy động vốn (Tổng doanh thu/Tổng vốn huy động)

Vòng quay huy động vốn càng lớn cho thấy ngân hàng sử dụng vốn càng hiệu quả, một mặt nữa phản ánh kỳ hạn các khoản vay và tiền gửi tại ngân hàng là các kỳ hạn ngắn.

2.3.10. Tỷ trọng các loại tiền gửi theo từng sản phẩm huy động

- Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn/Tổng tiền gửi
- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn/Tổng tiền gửi
- Tiền gửi ký quỹ hay tiền gửi tiết kiệm bậc thang/ Tổng tiền gửi
- Tiền gửi tích lũy/ Tổng tiền gửi.

2.3.11. Sự hài lòng của khách hàng

- Chỉ tiêu này phản ánh sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng các sản phẩm của BIDV, đặc biệt là sản phẩm tiết kiệm dân dân cư thông qua các bảng đánh giá các chỉ tiêu của khách hàng.

Chương 3
THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG
VỐN DÂN CƯ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ
VÀ PHÁT TRIỂN CHI NHÁNH TỪ SƠN

3.1. Đánh giá chung về hoạt động huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần ĐT&PT Việt Nam chi nhánh Từ Sơn

3.1.1. Khái quát về Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam được thành lập theo quyết định 177/TTg ngày 26/04/1957 của Thủ tướng Chính phủ với tên gọi là Ngân hàng Kiến thiết Việt Nam.

Trong hơn 50 năm phát triển, chức năng và tên gọi của ngân hàng đã thay đổi song song với sự phát triển của đất nước qua các thời kỳ khác nhau:

- Ngày 24/06/1981 Chính phủ đã có quyết định số 259/CP chuyển Ngân hàng Kiến thiết Việt Nam trực thuộc Bộ Tài chính sang trực thuộc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và đổi tên thành Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Việt Nam.

- Ngày 14/11/1990 theo quyết định số 401-CT chuyển Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Việt Nam thành Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam.

- Năm 1996, ngân hàng được tổ chức lại thành một NHTM quốc doanh độc lập.

- Ngày 01/05/2012, chi nhánh được chuyển đổi mô hình hoạt động từ Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam 100% vốn nhà nước thành Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam-Chi nhánh Từ Sơn là chi nhánh cấp 1 của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam được thành lập theo quyết định số 225/QĐ-HĐQT. Chi nhánh Từ Sơn được thành lập trên cơ sở tách từ Chi nhánh Bắc Ninh và đi vào hoạt động chính thức từ

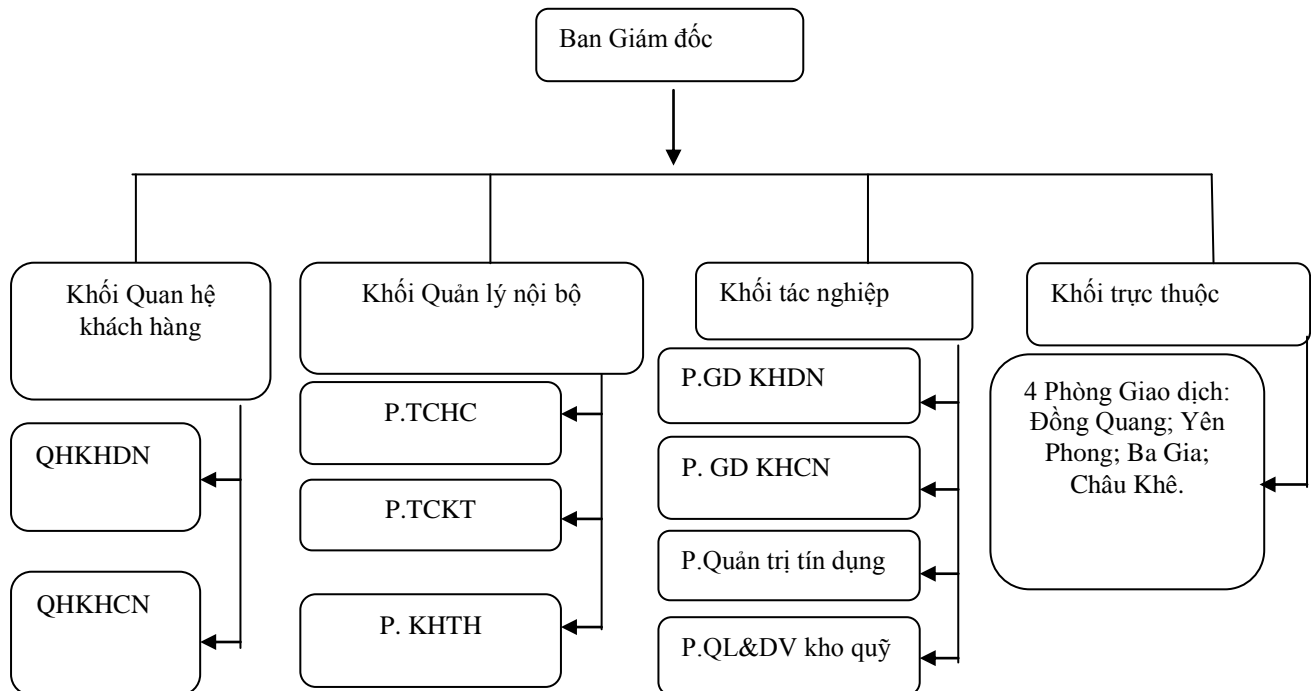
ngày 14/08/2006. Chi nhánh được thành lập trong bối cảnh kinh tế trên địa bàn hoạt động của chi nhánh đang có những bước phát triển mạnh mẽ về mặt quy mô là điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của một chi nhánh.

3.1.2. Chức năng, nhiệm vụ của ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn thực hiện một số chức năng, nhiệm vụ sau:

- Thực hiện các nghiệp vụ ngân hàng theo Luật các tổ chức tín dụng theo điều lệ và quy định của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam .
- Thực hiện dịch vụ ngân hàng đại lý, quản lý vốn đầu tư cho các dự án theo yêu cầu của khách hàng; dịch vụ thanh toán giữa các ngân hàng và các nghiệp vụ khác được Tổng giám đốc Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam giao.
- Thực hiện các nghiệp vụ NHTM (bán lẻ)

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn được chia thành 4 khối chính gồm 11 phòng với 90 nhân viên (tính đến tháng hết năm 2014).



Sơ đồ 3.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của chi nhánh BIDV Từ Sơn

Khởi Quản lý khách hàng

- Phòng khách hàng doanh nghiệp: thực hiện tiếp thị phát triển khách hàng, đề xuất tín dụng, thực hiện nghiệp vụ tài trợ thương mại
- Phòng khách hàng cá nhân: tiếp thị và phát triển khách hàng, bán sản phẩm và dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

Khởi Quản lý rủi ro

- Phòng quản lý rủi ro: thực hiện quản lý tín dụng, quản lý rủi ro tín dụng, quản lý rủi ro tác nghiệp, phòng chống rửa tiền, quản lý hệ thống chất lượng ISO

Khởi Tác nghiệp

- Phòng Quản trị tín dụng: Quản trị các hợp đồng tín dụng, bảo lãnh,...
- Phòng Dịch vụ khách hàng:
- Phòng quản lý và dịch vụ kho quỹ.

Khởi Quản lý nội bộ:

- Phòng Điện toán: Quản trị mạng, vận hành hệ thống công nghệ thông tin, phát triển phần mềm, quản lý cơ sở dữ liệu,...
- Phòng Tài chính kế toán: Hạch toán các nghiệp vụ phát sinh của các dự án, hoạt động thương mại, hậu kiểm, quản lý thu chi và các nghĩa vụ khác.
- Phòng Kế hoạch tổng hợp: Thực hiện tổng hợp kế hoạch công tác và cân đối nguồn vốn.
- Phòng Tổ chức hành chính: Thực hiện công tác hành chính, quản trị mua sắm tài sản, tổ chức cán bộ.

3.1.3. Khái quát về tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn

Từ khi thành lập đến nay, Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn hoạt động theo xu hướng đi lên, kinh doanh có lãi và luôn đổi mới gắn với sự đổi mới của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn. Để tồn tại và phát triển không ngừng trong nền kinh tế thị trường, hội

nhập, cạnh tranh với nhiều chi nhánh NHTM cổ phần trong và ngoài nước trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh, Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn hoạt động luôn bám sát định hướng của ngành, đồng thời thường xuyên chấn chỉnh cơ cấu bộ máy tổ chức phù hợp với mục tiêu kinh doanh trong từng giai đoạn cụ thể, có những chính sách tiền tệ - tín dụng linh hoạt thay đổi theo sự biến đổi của thị trường tiền tệ cũng như sự phát triển của nền kinh tế. Vì vậy, Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã tạo được vị thế nhất định trên thị trường tài chính tiền tệ, tạo được lòng tin với khách hàng, kinh doanh có hiệu quả. Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn là một trong những đơn vị đầu tiên trong hệ thống Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn triển khai trương trình hiện đại hoá ngân hàng quốc doanh Việt Nam do Ngân hàng thế giới (WB) tài trợ. Việc triển khai trương trình hiện đại hoá ngân hàng đã tạo cơ sở cho việc phát triển sản phẩm dịch vụ, nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Về tình hình huy động vốn

Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn là một trong số các ngân hàng dẫn đầu về nguồn vốn huy động trên địa bàn. Tổng nguồn vốn năm 2012 đạt 1.360 tỷ VNĐ. Năm 2013 ngân hàng Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đạt tổng nguồn vốn 1.620,4 tỷ đồng. Năm 2014 ngân hàng Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đạt tổng nguồn vốn 1.640,6 tỷ đồng.

Về hoạt động tín dụng

Tổng dư nợ đến 31/12/2014: 4.441 tỷ đồng, dư nợ bình quân đầu người đạt 12 tỷ đồng, trong đó:

Cơ cấu dư nợ theo loại tiền:

- Nội tệ: 3.584 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 81% tổng dư nợ.
- Ngoại tệ: 857 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 19% tổng dư nợ.

Cơ cấu dư nợ theo thời gian;

- Dư nợ ngắn hạn đạt: 2.942 tỷ đồng, chiếm 66% tổng dư nợ.
- Dư nợ trung, dài hạn đạt: 1.499 tỷ đồng, chiếm 34 % tổng dư nợ.

Cơ cấu dư nợ theo đối tượng khách hàng:

- Dư nợ cho vay doanh nghiệp đạt 4.109 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 93% tổng dư nợ.

- Dư nợ cho vay Hợp tác xã, tư nhân cá thể, khác đạt 332 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 7% tổng dư nợ.

Vốn tín dụng đã tập trung cho các thành phần kinh tế sản xuất kinh doanh có hiệu quả, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Đồng thời từng bước chuyển dịch cơ cấu đầu tư, tỷ lệ đầu tư cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm 75,9%, DNNN chiếm 10.2%. Bên cạnh đó chi nhánh đã triển khai cho vay đồng tài trợ các dự án lớn với số vốn hàng trăm tỷ đồng.

Về hoạt động kinh doanh ngoại tệ và thanh toán quốc tế

Công tác thanh toán quốc tế ngày càng phát triển đã củng cố và nâng cao vị thế của ngân hàng. Trong năm 2012 đã mở 923 L/C thanh toán hàng nhập khẩu với trị giá 116,5 triệu USD (quy đổi),. Đồng thời ngân hàng đã mở rộng phục vụ các doanh nghiệp làm hàng xuất khẩu với kim ngạch hàng chục triệu USD, cụ thể năm 2012 doanh số đạt 60 triệu USD. Bên cạnh đó chi nhánh đã chủ động khai thác được các loại ngoại tệ mạnh như USD, EUR, JPY để phục vụ cho khách hàng, đồng thời triển khai thu đổi ngoại tệ tại các trung tâm thương mại, đẩy mạnh thanh toán mậu biên, thanh toán bằng hối phiếu, thanh toán bằng thư uỷ thác.

Về phát triển dịch vụ

Đến nay Ngân hàng đã triển khai nhiều hình thức dịch vụ: chuyển tiền nhanh, dịch vụ thanh toán, dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ thanh toán biên mậu, dịch vụ bảo lãnh, thẻ ATM, thẻ tín dụng nội địa, thẻ ghi nợ, thanh toán thẻ ACB, Master Card, VisaCard, American Express, thanh toán séc du lịch... thu đổi ngoại tệ.

- Thẻ Success: Số lượng thẻ phát hành năm 2012: 21.923 thẻ, số dư thẻ là: 52,219 tỷ đồng.

- Thẻ quốc tế (Visa, Mater): phát hành thêm 1.296 thẻ quốc tế, số dư: 3,823 tỷ đồng.

Trong những năm qua Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã có sự tăng trưởng ổn định về nguồn vốn, dư nợ và phát triển thêm nhiều sản phẩm dịch vụ tiện ích. Năm 2012 thu nhập của Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đạt 382 tỷ VNĐ, thu dịch vụ đạt gần 59 tỷ đồng đã góp phần tạo thêm nguồn lực về tài chính đảm bảo đủ quỹ thu nhập để chi trả lương cho cán bộ nhân viên. Năm 2014 NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn là một trong 10 chi nhánh của NH TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam được tối đa mức thưởng lương năng suất.

Đạt được kết quả trên là do Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã xác định tập trung vào đầu tư dài hạn, đẩy mạnh phát triển các sản phẩm dịch vụ, chú ý đến các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh, có chính sách coi trọng khách hàng từ đó đã tạo ra những tiền đề cho bước phát triển vững chắc trong tương lai.

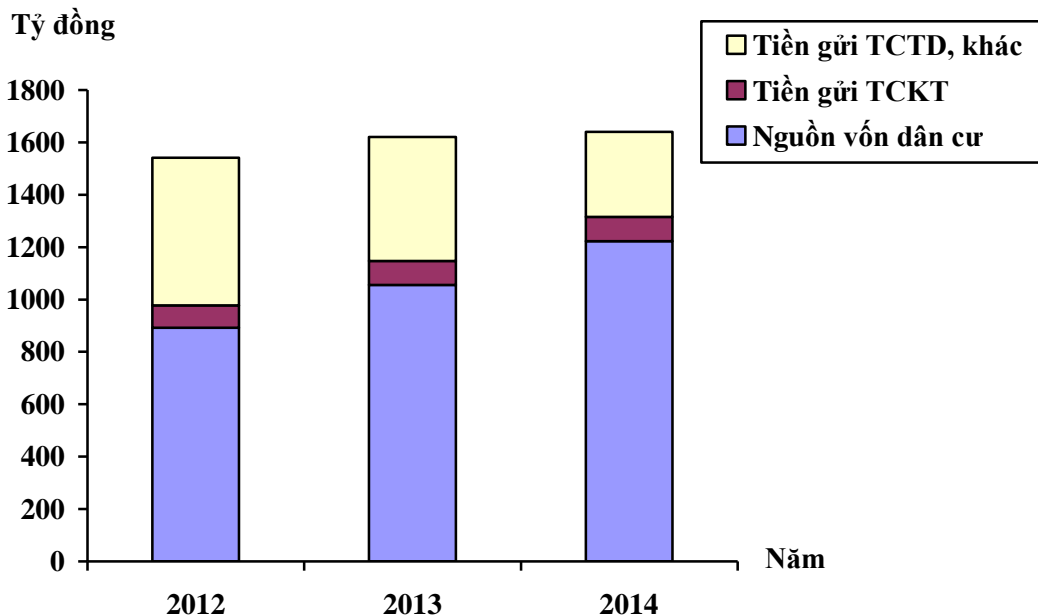
3.2. Thực trạng huy động nguồn vốn từ dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Chi nhánh Từ Sơn

3.2.1. Quy mô nguồn vốn huy động

Trong những năm gần đây, nền kinh tế thế giới nói chung và nền kinh tế Việt Nam nói riêng đều phải trải qua rất nhiều biến động, cùng với đó là sự cạnh tranh ngày một khốc liệt giữa các ngân hàng nhằm thu hút nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế. NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn cũng không nằm ngoài những tác động đó. Dưới đây là kết quả huy động vốn của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2014.

Bảng 3.1. Tổng nguồn vốn huy động qua các năm 2012 - 2014*(Đơn vị tính: tỷ đồng, %)*

TT	Chỉ tiêu	2012	2013	2014	So sánh (%)	
					2013/2012	2014/2013
1	Nguồn vốn dân cư	892	1.055,4	1.222,2	118,3	115,8
2	Tiền gửi tổ chức kinh tế	85,0	92,0	93,5	108,2	101,6
3	Tiền gửi TCTD, khác..	564,00	473,0	325,0	83,9	25,8
	Cộng	1.541,0	1.620,4	1.640,7	119,1	101,3

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh và bảng cân đối chi tiết)**Biểu đồ 3.1. Tổng nguồn vốn huy động qua các năm 2012 - 2014**

Qua bảng 3.1 ta thấy, nguồn vốn dân cư tăng dần qua các năm. Năm 2013 là hơn 1.055 tỷ tăng 118,3% so với năm 2012. Sang đến năm 2013 lượng tiền gửi dân cư tiếp tục tăng 115,8% so với năm trước đó, đạt 1.222,2 tỷ đồng.

Trước hoàn cảnh nền kinh tế còn nhiều biến động cùng với sự cạnh tranh gay gắt của các ngân hàng trên địa bàn cũng như các chi nhánh khác, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã thực hiện nghiêm chỉnh và kịp thời chỉ đạo của NH TMCP ĐT&PT Việt Nam về công tác nguồn vốn và điều hành lãi suất phù hợp với tình hình thực tế trên địa bàn, một mặt tăng

cường chiến lược quảng bá thương hiệu, tiếp xúc khách hàng, triển khai hàng loạt những chương trình khuyến mại, dự thưởng, nên đã thu hút được nguồn vốn lớn từ tiền gửi tiết kiệm dân cư.

3.2.2. Biến động nguồn vốn huy động dân cư

3.2.2.1. Biến động theo kỳ hạn

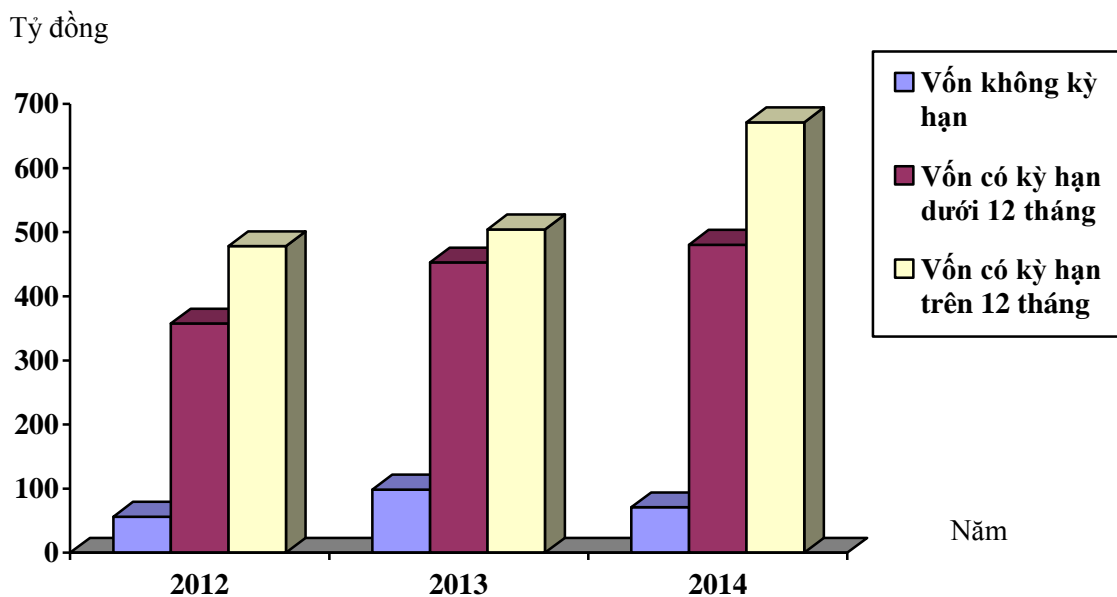
TGTK có nhiều loại hình kỳ hạn khác nhau, phù hợp với từng đối tượng khách hàng nhất định được thể hiện ở bảng 3.2.

Bảng 3.2. Cơ cấu nguồn vốn dân cư giai đoạn 2012- 2014

(Đơn vị tính: tỷ đồng, %)

Chỉ tiêu	Năm 2012		Năm 2013		Năm 2014	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
Tổng	892	100	1.055,4	100	1.222,2	100
Nguồn vốn Không kỳ hạn	56,3	6,3	98,5	9,3	70,8	5,8
Nguồn vốn Có kỳ hạn < 12 tháng	357,5	40,1	452,7	42,9	480,3	39,3
Nguồn vốn Có kỳ hạn ≥ 12 tháng	478,2	53,6	504,2	47,8	671,1	54,9

(Nguồn: Bảng cân đối chi tiết)



Biểu đồ 3.2. Cơ cấu nguồn vốn dân cư giai đoạn 2012 - 2014

Thời hạn của loại hình huy động tiền gửi ảnh hưởng rất lớn đến tỷ trọng của mỗi loại kỳ hạn trong tổng nguồn vốn huy động được. Từ bảng số liệu trên ta thấy, nguồn vốn không kỳ hạn chiếm tỷ trọng nhỏ, không đáng kể khoảng 0,01% trong khoảng thời gian từ năm 2012 đến năm 2013 tăng 3%, năm 2014 giảm 3.5% xuống còn 5.8%. Nguồn vốn có kỳ hạn dưới 12 tháng chiếm tỷ trọng đáng kể là 40.1% vào năm 2012, nguồn vốn này có xu hướng tăng nhẹ năm 2013 là 42,9%, đến năm 2014 giảm còn 39,3% do mức lãi suất không ổn định, người dân đã lựa chọn gửi với kỳ hạn dài hơn từ 12 tháng trở lên để bảo toàn vốn. Nguồn vốn huy động có kỳ hạn < 12 tháng chiếm tỷ trọng khá cao qua các năm, năm 2012 là 53.6%, năm 2013 nguồn vốn biến động do người dân đầu tư vào các lĩnh vực khác nên gửi kỳ hạn ngắn hơn chiếm 47,8% đến năm 2014 tăng lên là 54,9%.

Lượng nguồn vốn có kỳ hạn > 12 tháng chiếm tỷ trọng không nhỏ trong tổng nguồn vốn dân cư (gần 50%), phần lớn khách hàng lựa chọn kỳ hạn gửi dài, vì lãi suất có nhiều biến động. Tuy nhiên, điều này đã gây khó khăn cho NH trong việc tìm kiếm nguồn vốn lâu dài cho đầu tư, đặc biệt năm 2013 tỷ trọng nguồn vốn có kỳ hạn > 12 tháng có xu hướng giảm (chỉ còn 47,8%). Vì vậy, trong những năm tới, chúng ta cần phải chú trọng huy động TGTK có thời hạn dài nhằm tìm kiếm nguồn vốn lâu dài và ổn định cho hoạt động của NH.

3.2.2.2. Biến động theo loại tiền huy động

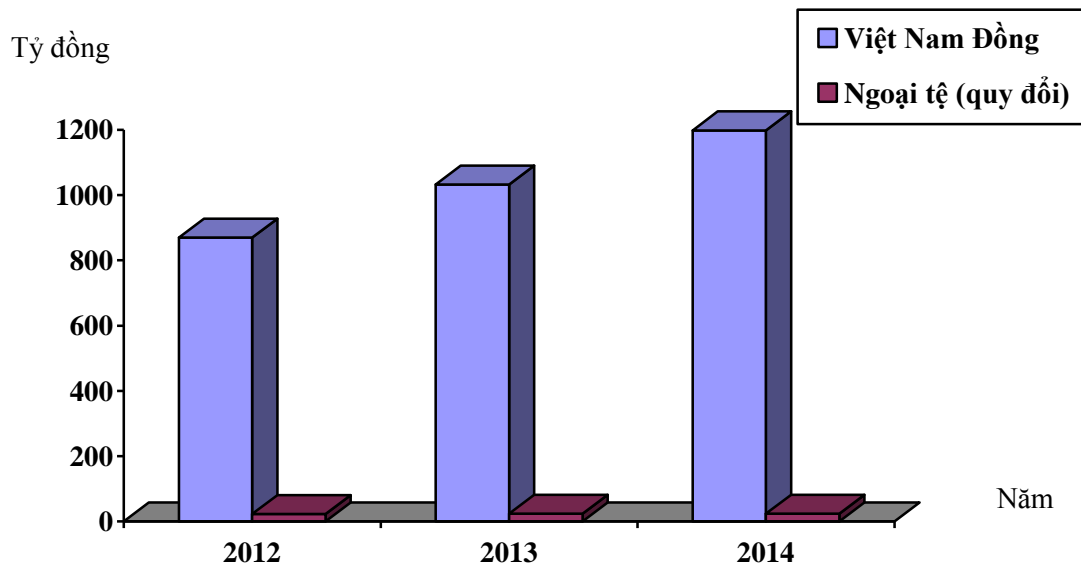
Bảng 3.3. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo loại tiền huy động

năm 2012 - 2014

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2012		Năm 2013		Năm 2014	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Tổng	892	100	1.055,4	100	1.222,2	100
Việt Nam Đồng	869,7	97,5	1.032,3	97,8	1.198,6	98,1
Ngoại tệ (quy đổi)	22,3	2,5	23,1	2,2	23,5	1,9

(Nguồn: Bảng cân đối chi tiết)



Biểu đồ 3.3. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo loại tiền huy động giai đoạn 2012 - 2014

Qua bảng số liệu 3.3 và biểu đồ 3.3 ta thấy nguồn vốn huy động của ngân hàng qua từng năm chủ yếu là đồng nội tệ còn ngoại tệ chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ (tỷ trọng huy động vốn dân cư bằng nội tệ luôn chiếm tỷ trọng trên 90%, đặc biệt năm 2014 chiếm 98,1%). Nguyên nhân này chủ yếu là do lãi suất huy động tiền Việt Nam đồng và lãi suất huy động ngoại tệ còn có khoảng cách khá lớn nên gây ra sự so sánh của khách hàng khi gửi tiền, khách hàng có xu hướng bán ngoại tệ cho ngân hàng và gửi bằng đồng nội tệ.

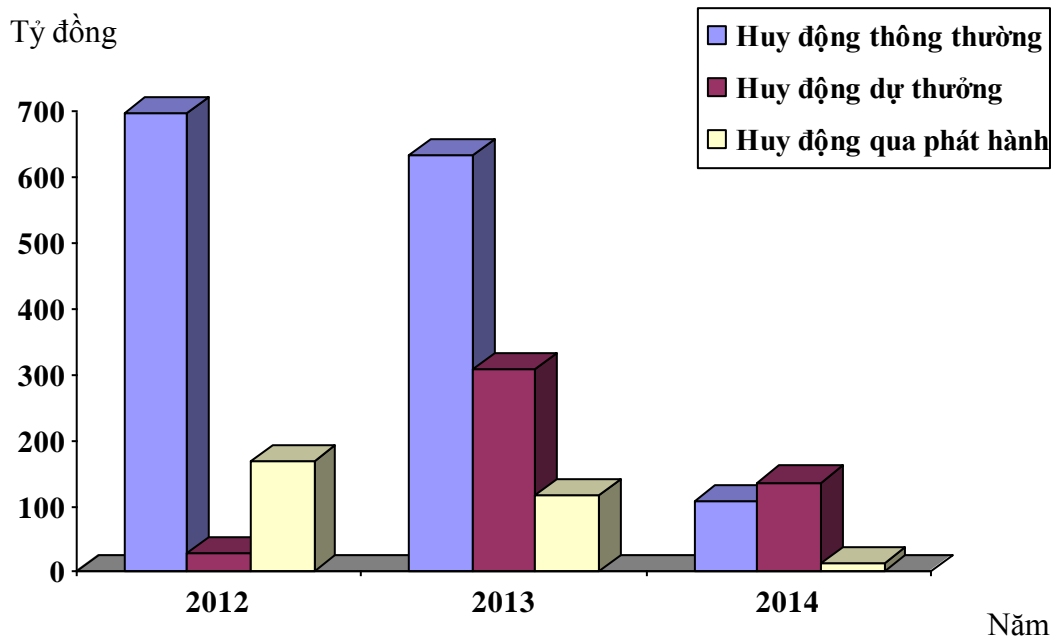
3.2.2.3. Biến động theo hình thức huy động vốn.

Bảng 3.4. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo hình thức huy động vốn 2012 - 2014

Đơn vị: tỷ đồng

Năm	2012		2013		2014	
	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
Tổng vốn dân cư	892	100	1.055,4	100	1.222,2	100
Huy động thông thường	695,2	77,9	633,1	59,9	1.071,9	87,7
Huy động dự thưởng	27,9	3,2	306,9	29,2	135,9	11,1
Huy động qua phát hành GTCG	168,9	18,9	115,4	10,9	14,3	1,2

(Nguồn: Bảng cân đối chi tiết)



Biểu đồ 3.4. Cơ cấu nguồn vốn dân cư theo hình thức huy động vốn giai đoạn 2012 - 2014

a. Huy động thông thường

Đây là hình thức huy động các khoản tiền tạm thời nhàn rỗi từ dân cư cũng như công dân nước ngoài có thời hạn lưu trú hợp pháp tại Việt Nam bằng VNĐ và ngoại tệ. Loại hình tiết kiệm này có nhiều kì hạn linh hoạt: không kì hạn, có kì hạn 1 tháng, 2 tháng, 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng, 12 tháng, 18 tháng, 24 tháng và lớn hơn 24 tháng; tương ứng với mỗi kì hạn và loại tiền lại có 1 mức lãi suất phù hợp để khách hàng lựa chọn. Đối với tiền gửi tiết kiệm có kì hạn, nếu mà hết hạn khách hàng không rút cả gốc và lãi thì lãi sẽ được nhập vào gốc và chuyển sang kì hạn mới, tương ứng với mỗi kì hạn có 1 mức lãi suất phù hợp để khách hàng lựa chọn; áp dụng lãi suất hiện hành cho kì hạn mới. Với các khoản tiền tiết kiệm từ 6 tháng trở lên ngân hàng áp dụng nhiều hình thức trả lãi khác nhau như là trả lãi hàng tháng, trả lãi 3 tháng 1 lần.

Khi gửi tiết kiệm khách hàng sẽ được ngân hàng cấp cho 1 sổ tiết kiệm, khi chưa đến hạn khách hàng cần tiền khách hàng có thể dùng sổ tiết kiệm để vay thế chấp, cầm cố, chiết khấu hoặc rút vốn trước hạn.

Lãi suất cho vay = lãi suất ghi trên sổ tiết kiệm + tối thiểu 2% /tháng.

Khi rút vốn trước hạn thì khách hàng được hưởng lãi suất như sau:

+Nếu thời gian thực gửi nhỏ hơn 2/3 thời gian cam kết thì được hưởng lãi suất không kì hạn.

+Nếu thời gian thực gửi lớn hơn 2/3 thời gian cam kết thì được hưởng 75% lãi suất cùng kì hạn.

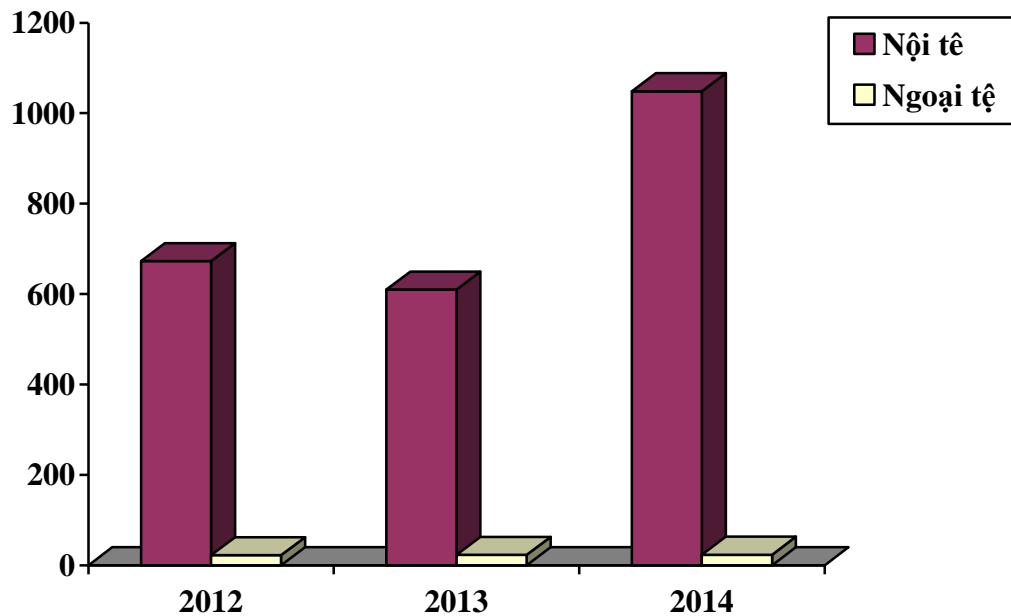
Đây là một trong hai hình thức huy động tiền gửi có kì hạn từ dân cư chủ yếu tại NH TMCP ĐT&PT chi nhánh Từ Sơn. Do tính linh hoạt lãi suất, số tiền gửi cũng như kì hạn nên hình thức huy động này thu hút được nhiều khách hàng và chiếm trọng lớn trong tổng nguồn tiền gửi huy động từ dân cư huy động từ ngân hàng. Tuy nhiên, tỷ trọng nguồn vốn huy động thông thường có xu hướng giảm, từ 77,9% năm 2012 đến năm 2013 chỉ còn 59,9%. Nguyên nhân của tình hình trên là do tiết kiệm thông thường là hình thức huy động tiền gửi mà ngân hàng nào cũng có nên mức độ cạnh tranh rất gay gắt.

Bảng 3.5. Tình hình huy động vốn dân cư theo hình thức huy động thông thường năm 2012 - 2014

Đơn vị: tỷ đồng, %

Chỉ tiêu	2012		2013		2014	
	Doanh số	Tỷ trọng	Doanh số	Tỷ trọng	Doanh số	Tỷ trọng
Nguồn vốn huy động thông thường	695,2	100	633,1	100	1.071,9	100
Nội tệ	672,9	96,7	610	96,4	1.048,4	97,8
Ngoại tệ(quy nội tệ)	22,3	3,3	23,1	3,6	23,5	2,2

(Nguồn: Báo cáo huy động tiền gửi)



Biểu đồ 3.5. Tình hình huy động vốn dân cư theo hình thức huy động vốn thông thường giai đoạn 2012 - 2014

Từ bảng số liệu trên ta thấy:

+ Nguồn vốn tiết kiệm thông thường có sự biến động qua các năm. Năm 2013 giảm 9% so với năm 2012 và tiếp tục tăng tăng mạnh vào năm 2014. Nguyên nhân là do từ năm 2014 ngân hàng triển khai nhiều hình thức huy động mới, các hình thức này có nhiều tiện ích khá hấp dẫn khách hàng nên kết quả huy động tiền gửi có xu hướng tăng.

Tiết kiệm thông thường bằng ngoại tệ cũng không biến động nhiều do lãi suất tiền gửi của ngoại tệ rất thấp, người dân chỉ gửi với mục đích khi cần thì rút được ngoại tệ, và sự chênh lệch lãi suất giữa VND và USD có khoảng cách rất lớn nên một bộ phận dân cư đã chuyển đổi việc dự trữ ngoại tệ sang dự trữ nội tệ gửi tiết kiệm để được hưởng lãi suất cao gấp nhiều lần, lượng kiều hối mà kiều bào gửi về Việt Nam là rất lớn do đó tiết kiệm thông thường bằng ngoại tệ cũng có biến động.

b. Huy động tiết kiệm dự thưởng

**Bảng 3.6. Tình hình huy động vốn dân cư theo hình thức
huy động tiết kiệm dự thưởng năm 2012 - 2014**

Đơn vị: tỷ đồng

Năm	2012		2013		2014	
	Doanh số	Tỷ trọng	Doanh số	Tỷ trọng	Doanh số	Tỷ trọng
Tổng vốn dân cư	892,0	100	1.055,4	100	1.222,2	100
Huy động dự thưởng	27,9	3,1	306,9	29,2	135,9	11,1

(Nguồn: Báo cáo huy động tiền gửi)

Từ bảng 3.6 Nguồn vốn huy động dự thưởng biến động không ổn định, nguồn vốn này phụ thuộc khá nhiều vào tình hình cân đối nguồn vốn và chiến lược của Ngân hàng ĐT & PT Việt Nam, cụ thể tình hình huy động vốn dân cư thông qua hình thức tiết kiệm dự thưởng như sau:

Cuối năm 2012 và cuối năm 2013 NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn huy động tiết kiệm dự thưởng với tất cả khách hàng là tổ chức, cá nhân tham gia gửi tiết kiệm dự thưởng và không được rút tiền trước hạn. Khi khách hàng là VNĐ hay USD khách hàng được phát sổ tiết kiệm ghi danh và kèm theo là phiếu tiết kiệm dự thưởng do NH TMCP ĐT&PT Việt Nam phát hành. Chứng chỉ tiền gửi ngắn hạn dự thưởng đến hạn thanh toán nếu khách hàng chưa đến rút tiền thì ngân hàng không chuyển sang kỳ hạn tiếp theo, số tiền gốc được hưởng lãi suất tiết kiệm không kỳ hạn hiện hành đối với thời gian quá hạn. Số tiền lãi được theo dõi để trả cho khách hàng khi đến rút gốc được thể hiện ở bảng 3.7.

Bảng 3.7. Mức tiền gửi để nhận phiếu dự thưởng 2014

Kỳ hạn	VNĐ	USD
- Có kỳ hạn 3 tháng	20.000.000	400
- Có kỳ hạn 6 tháng	20.000.000	400
- Có kỳ hạn 9 tháng	20.000.000	400
- Có kỳ hạn 364 ngày	15.000.000	200

(Nguồn: Phòng kế toán giao dịch)

Trong năm 2014 NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn còn tổ chức quay số trúng thưởng, khách hàng trúng thưởng sẽ nhận được giải thưởng rất có giá trị, tổng giá trị giải thưởng lên tới gần một tỷ đồng. Khi chưa đến hạn, nếu khách hàng cần tiền thì khách hàng có thể vay cầm cố bằng sổ tiết kiệm dự thưởng tại chi nhánh nơi gửi tiền với lãi suất ưu đãi được thể hiện ở bảng 3.8.

Bảng 3.8. Lãi suất tiết kiệm dự thưởng năm 2014

Loại chứng chỉ tiền gửi	Lãi suất huy động		
	VNĐ	USD (áp dụng đối với KH là dân cư)	USD (áp dụng đối với KH là tổ chức)
- Có kỳ hạn 3 tháng	5,15 %/năm	0,7 %/năm	Không áp dụng
- Có kỳ hạn 6 tháng	5,55%/năm	0,7%/năm	Không áp dụng
- Có kỳ hạn 9 tháng	5,55%/năm	0,7%/năm	Không áp dụng
- Có kỳ hạn 364 ngày	6%/năm	0,7%/năm	Không áp dụng

(Nguồn: biểu lãi suất tại phòng kế toán giao dịch)

c. Huy động nguồn vốn dân cư thông qua phát hành giấy tờ có giá

Là hình thức huy động linh hoạt nhằm giải quyết nhu cầu về vốn tức thời của ngân hàng. Căn cứ vào tình hình vốn và nhu cầu vốn tại từng thời điểm, ngân hàng sẽ đưa ra hình thức huy động này. Trong giai đoạn 2012 - 2014, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã sử dụng hình thức này. Năm 2012 đạt 169 tỷ đồng chiếm 12,4% tổng nguồn vốn huy động từ dân cư. Năm 2013 đạt 115 tỷ đồng chiếm 7,2% tổng nguồn huy động từ dân cư. Năm 2014 chỉ còn lại 14 tỷ đồng do nhu cầu về nguồn vốn để kinh doanh đã được đáp ứng từ các hình thức huy động khác được thể hiện thông qua bảng 3.9.

Bảng 3.9. Huy động vốn dân cư thông qua phát hành giấy tờ có giá

Chỉ tiêu	2012		2013		2014	
	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh số (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
Giấy tờ có giá	168,9	100	115,0	100	14,3	100
Kỳ phiếu	12,2	7,2	16,2	14,2	2,4	16,7
Chứng chỉ tiền gửi	156,0	92,4	98,0	85,2	11	76,9
Trái phiếu dài hạn	0,7	0,4	0,8	0,6	0,9	6,4

(Nguồn: Báo cáo huy động tiền gửi)

Hình thức phát hành giấy tờ có giá của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn điển hình là huy động giấy tờ có giá thông qua phát hành chứng chỉ tiền gửi chiếm trên 75% được đông đảo dân cư hưởng ứng một phần là do lãi suất được tính toán trên cơ sở lãi suất thị trường vốn ngắn hạn tại thời điểm phát hành, phù hợp với chính sách lãi suất của Nhà nước, đảm bảo hài hòa quyền lợi của người mua giấy tờ có giá và người vay vốn (lãi suất đủ hấp dẫn dân chúng gửi tiền). Nhờ đó mà nguồn vốn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi trong dân chúng được gửi vào ngân hàng thông qua hình thức phát hành giấy tờ có giá của NH Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn nói chung và NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn nói riêng. Thông qua hình thức phát hành giấy tờ có giá NHTM đã có được lượng vốn chủ động đầu tư cho các dự án phát triển kinh tế, đáp ứng nhu cầu vốn trung và dài hạn cho nền kinh tế, tăng hệ số sử dụng vốn, tăng tỷ lệ đầu tư trung và dài hạn. Nhưng nhược điểm rất lớn của hình thức huy động vốn này là lãi suất huy động bình quân rất cao nên ngân hàng không tính toán đến chi tiết đầu ra thì nguy cơ bị lỗ rất lớn do từ khâu huy động đến khâu đầu tư ngân hàng phải bỏ ra một khoản chi phí rất lớn bao gồm: tiếp thị, quảng cáo, chi phí quản lí, nộp bảo hiểm tiền gửi, quy định về lượng dự trữ bắt buộc... Đó là một trong những nguyên nhân dẫn đến tỷ trọng huy động vốn dân cư thông qua giấy tờ có giá chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng nguồn vốn huy động dân cư.

3.2.3. Chi phí huy động vốn

Bảng 3.10. Lãi suất đầu vào theo kết cấu từng loại nguồn vốn năm 2014

(ĐVT: %)

STT	Loại nguồn vốn	Lãi suất
1	Lãi suất tiền gửi kho bạc	3,7
2	Lãi suất tiền gửi TCTD	10,6
3	Lãi suất nguồn vốn dân cư	9,6
4	Lãi suất tiền gửi TCKT	10,6
5	Lãi suất giấy tờ có giá	10,5

(Nguồn: Báo cáo lãi suất tại phòng kế toán giao dịch)

Qua bảng 3.10 có được từ khi ngân hàng Nhà nước thực hiện cơ chế lãi suất thỏa thuận, sự cạnh tranh lãi suất huy động vốn giữa các ngân hàng đã diễn ra khá phức tạp và ngày càng gay gắt. Trong bối cảnh nền kinh tế có lạm phát và sự cạnh tranh quyết liệt không chỉ giữa các ngân hàng mà còn đến từ các kênh huy động vốn khác như: TTCK, thị trường bất động sản... thì NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã rất linh hoạt trong điều hành lãi suất huy động vốn để duy trì được vị thế mà vẫn đảm bảo lợi nhuận cho ngân hàng.

Bảng 3.11. Lãi suất vốn dân cư trung bình NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn 2012

Kỳ hạn gửi	VNĐ (% tháng)	USD (%/Năm)	EUR (% /năm)
Không kì hạn	0.2	1.25	1.0
Kì hạn 1 tháng	0.96	3.8	1.2
Kì hạn 2 tháng	0.94	4.00	1.4
Kì hạn 3 tháng	0.94	4.20	1.8
Kì hạn 6 tháng	0.94	4.35	2.0
Kì hạn 9 tháng	0.94	4.5	2.0
Kì hạn 12 tháng	0.94	5.00	
Kì hạn 18 tháng	0.9	5.2	2.3
Kì hạn 24 tháng	0.91	5.3	
Kì hạn >24 tháng	0.88	5.4	

(Nguồn: biểu lãi suất tại phòng kế toán giao dịch)

**Bảng 3.12. Lãi suất vốn dân cư trung bình NH TMCP Đầu tư
và phát triển chi nhánh Từ Sơn 2013**

Kỳ hạn gửi	VNĐ(% tháng)	USD(%/Năm)	EUR(% /năm)
Không kì hạn	0.2	0.2	1.0
Kì hạn 1 tháng	1.15	3.43	1.2
Kì hạn 2 tháng	1.11	3.5	1.4
Kì hạn 3 tháng	1.11	3.6	1.8
Kì hạn 6 tháng	1.11	3.8	2.0
Kì hạn 9 tháng	1.1	3.86	2.0
Kì hạn 12 tháng	1.1	4.00	
Kì hạn 18 tháng	1	3.96	2.3
Kì hạn 24 tháng	1	3.97	
Kì hạn>24 tháng	0.99	3.76	

(Nguồn: biểu lãi suất tại phòng kế toán giao dịch)

**Bảng 3.13. Lãi suất vốn dân cư trung bình NH TMCP Đầu tư
và phát triển chi nhánh Từ Sơn 2014**

Kỳ hạn gửi	VNĐ (% tháng)	USD (%/Năm)	EUR (% /năm)
Không kì hạn	0.16	0.2	0.2
Kì hạn 1 tháng	0.66	2	2.4
Kì hạn 2 tháng	0.62	2	2.4
Kì hạn 3 tháng	0.63	2	2.4
Kì hạn 6 tháng	0.65	2	2.6
Kì hạn 9 tháng	0.68	2	2.8
Kì hạn 12 tháng	0.83	2	3.0
Kì hạn 18 tháng	0.83	2	2.8
Kì hạn 24 tháng	0.91	2	2.8
Kì hạn>24 tháng	0.91	2	2.8

(Nguồn: biểu lãi suất tại phòng kế toán giao dịch)

Qua các bảng số liệu trên ta thấy lãi suất huy động của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn tương đối cao song so với lãi suất tiết kiệm của các ngân hàng thương mại quốc doanh và cổ phần trên địa bàn thì vẫn thấp hơn. Đây chính là hạn chế của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn cần khắc phục.

Bảng 3.14. Lãi suất và chi phí huy động vốn dân cư

(ĐVT: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2012	2013	2014
Lãi suất huy động vốn dân cư	8,6%/năm	9,59%/năm	9,1%/năm
Chi phí huy động vốn dân cư	348	317	292
Số tuyệt đối chênh lệch chi phí huy động vốn qua các năm	+ 49	-31	- 25
Số tương đối chênh lệch chi phí huy động vốn qua các năm	+ 16,39%	-8,9%	- 7,8%

(Nguồn: Báo cáo huy động tiền gửi)

Căn cứ vào số liệu ở bảng 3.14 ta thấy sự biến động của tổng nguồn vốn dân cư qua các năm đã ảnh hưởng đến chi phí trả lãi của ngân hàng. Năm 2012, tuy tổng huy động nguồn vốn dân cư giảm 892 tỷ nhưng do lãi suất tăng cao nên chi phí trả lãi tăng 49 tỷ đồng, tốc độ tăng 16.39%. Sang đến năm 2013 sự đa dạng của các sản phẩm tiền gửi, sự cạnh tranh khốc liệt của các ngân hàng cũng như sự “bùng nổ” của thị trường chứng khoán nên nguồn vốn dân cư tại chi nhánh vẫn tăng 344 tỷ đồng, tuy lãi suất huy động tăng lên nhưng chi phí huy động lại giảm 31 tỷ đồng, tốc độ giảm là 8.9%, năm 2014 giảm 7,8%.

Chi phí huy động vốn là số tiền ngân hàng bỏ ra để có được quyền sử dụng nguồn vốn đó. Lãi suất ngân hàng qua các năm có sự tăng trưởng đã khuyến khích người dân gửi tiền vào. Nhưng bên cạnh đó, lãi suất đầu vào còn ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả kinh doanh của ngân hàng. Nó lại đang phải chịu áp lực cạnh tranh từ các định chế tài chính khác, sự phát triển TTCK nên

việc xây dựng một chính sách hợp lý vừa đảm bảo được mục tiêu huy động nguồn vốn từ dân cư vừa không ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của ngân hàng là một vấn đề cơ bản trong công tác huy động vốn của các ngân hàng.

3.2.4. Huy động vốn dân cư và sử dụng vốn

Bảng 3.15. Huy động vốn dân cư và tín dụng

Đơn vị: tỷ đồng

	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
Vốn HĐ dân cư	892,0	1.055,4	1.222,2
Dư nợ tín dụng	1.518,8	2.068,9	2.327,3
Tỷ lệ đáp ứng của vốn dân cư (%)	58,7	51,0	52,5

(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm)

Qua bảng 3.15 huy động vốn để cho vay vẫn là hoạt động chủ yếu của một Ngân hàng thương mại. Nguồn vốn dân cư đáp ứng được cho hoạt động tín dụng với tỷ lệ đáp ứng khá cao, chiếm trên 58,7% từ năm 2012 đến 2014 giảm 6,2% xuống còn 52,5%, đặc biệt năm 2013 nguồn vốn huy động từ dân cư đáp ứng được nguồn vốn cho hoạt động tín dụng. Sự suy giảm về tỷ trọng này chủ yếu là do sự suy giảm về nguồn dân cư trong khi dư nợ tín dụng chỉ gia tăng từ 1.518,8 tỷ đến 2.327,3 tỷ (năm 2012 đến 2014). Tuy nhiên sử dụng đồng vốn cho vay hiện nay ở nước ta cũng như ở các nước kinh tế kém phát triển và kinh tế mới chuyển đổi vẫn còn tiềm ẩn rủi ro rất lớn. Rút kinh nghiệm những bài học về đổ vỡ tín dụng ở nước ta những năm trước: Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn quan tâm đặc biệt đến việc xây dựng chiến lược hoạt động cho vay với quan điểm mạnh dạn đầu tư nhưng vẫn đảm bảo phát triển bền vững, tăng trưởng an toàn. Vì vậy, mà Ngân hàng Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn hiện nay rất chú trọng khai thác thị trường các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thị trường bán lẻ cho khách hàng cá nhân.

Bên cạnh đáp ứng vốn cho hoạt động tín dụng, vốn huy động dân cư cùng các nguồn vốn huy động khác cung ứng vốn cho hoạt động thanh toán quốc tế, kinh doanh ngoại hối, bảo lãnh được thể hiện ở bảng 3.16.

Bảng 3.16. Doanh số các nghiệp vụ ngoài tín dụng

(ĐVT: tỷ đồng)

	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
Hoạt động TTQT	19,4	36,2	44,3
Hoạt động bảo lãnh	70,3	76,1	75,2
Hoạt động kinh doanh ngoại tệ	10,3	13,1	15,2
Dịch vụ chi trả kiều hối	8,3	9,1	11,2

(Nguồn: báo cáo tổng kết cuối năm)

Trong năm 2012, dịch vụ bảo lãnh của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đạt bước tiến rõ rệt, nó phản ánh sự phát triển về dư nợ tín dụng và uy tín của Ngân hàng đối với khách hàng. Khách hàng có nhu cầu đảm bảo nghĩa vụ đối với bên mời thầu khi tham gia dự thầu, đảm bảo việc thực hiện đúng các thỏa thuận về chất lượng của sản phẩm do mình sản xuất như đã cam kết với khách hàng hay đảm bảo việc hoàn trả tiền ứng trước theo hợp đồng đã ký kết. Các dịch vụ bảo lãnh mà Ngân hàng Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn cung cấp phát hành thư bảo lãnh nhằm đảm bảo các nghĩa vụ trên của Quý khách đối với khách hàng của mình.

- Bảo lãnh dự thầu.
- Bảo lãnh thực hiện hợp đồng.
- Bảo lãnh thanh toán.
- Bảo lãnh bảo hành.
- Bảo lãnh hoàn thanh toán.

Doanh số thanh toán quốc tế có xu hướng năm 2014 đã tăng vượt bậc, Ngân hàng Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã chủ động phát triển các hoạt động kinh doanh đối ngoại, thu hút nguồn ngoại tệ trong dân cư, tập trung phát triển mạnh dịch vụ chuyển tiền kiều hối và dịch vụ Western Union. Trình độ nghiệp vụ thanh toán quốc tế cũng được nâng lên rất nhiều, ngân

hàng đã xử lý được nhiều giao dịch thanh toán phức tạp như tạm nhập tái xuất, giao dịch mua bán nợ, xử lý những L/C có kèm nhiều thư bảo lãnh, điều kiện thanh toán và chuyển giao hàng hoá phức tạp.

Nghiệp vụ kinh doanh ngoại tệ của Ngân hàng Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã có những bước phát triển khá nhanh, doanh số ngày càng tăng. Cho đến nay đã kinh doanh hầu hết các loại ngoại tệ mạnh như USD, EURO, JPY, GBP, CNY.... Phòng kinh doanh ngoại tệ của Ngân hàng luôn luôn được nối mạng Internet, với các ngân hàng thương mại trong nước và các ngân hàng ở nước ngoài để cập nhật liên tục sự biến động của tỷ giá các loại ngoại tệ trên thị trường tiền tệ thế giới, từ đó mà cập nhật tỷ giá liên tục cho các chi nhánh và các giao dịch viên thông qua mạng nội bộ để có thể thực hiện việc kinh doanh ngoại tệ đạt được kết quả cao và chính xác. Việc giao dịch mua bán ngoại tệ luôn được thực hiện trên mạng máy tính với thời gian tương đối nhanh và an toàn. Mặt khác Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã đưa cơ chế mua bán ngoại tệ linh hoạt đối với nhiều đối tượng khách hàng.

3.2.5. Huy động vốn dân cư và thu nhập ngân hàng

Trong khoản thời gian từ 2012 đến 2014 Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn luôn giữ lãi suất đầu ra và lãi suất đầu vào ở mức chênh lệch nhất định nên luôn đảm bảo thu nhập hàng năm thể hiện ở bảng 3.17.

Bảng 3.17. Lãi suất đầu vào bình quân và lãi suất đầu ra bình quân

(ĐVT: %)

Năm	2012	2013	2014
LS đầu vào bình quân	9,1	9,8	9,0
LS huy động VDC BQ	8,6	9,6	8,9
LS cho vay bình quân	12,3	13,5	12,6
Chênh lệch với LS đầu vào bình quân	3,2	3,7	3,6
Chênh lệch với Ls huy động VDC bình quân	3,7	3,9	3,7

(Theo báo cáo tổng kết năm)

Qua bảng 3.17 chúng ta thấy luôn có sự chênh lệch giữa lãi suất đầu vào bình quân với lãi suất huy động vốn dân cư bình quân và lãi suất cho vay bình quân. Bên cạnh đó, lãi suất huy động vốn dân cư bình quân luôn thấp hơn lãi suất đầu vào bình quân, chủ yếu là do dân cư phần lớn gửi tiết kiệm các khoản nhỏ lẻ còn các tổ chức tài chính, công ty gửi các hợp đồng tiền gửi lớn nên có thể đàm phán được lãi suất. Lãi suất đầu vào bình quân thấp hơn lãi suất cho vay bình quân năm, năm 2012 là 3,2%, năm 2013 là 3,7% và đến năm 2014 là 3,6%. Sự chênh lệch giữa hai loại lãi suất đầu vào và đầu ra tăng qua từng năm. Đối với lãi suất huy động vốn dân cư, chênh lệch giữa lãi suất huy động vốn dân cư bình quân và lãi suất cho vay bình quân năm 2012 là 3,9%, năm 2013 là 3,9% và đến năm 2014 là 3,7%. Như vậy chi phí huy động vốn dân cư bình quân luôn thấp hơn mặt bằng chi phí lãi suất đầu vào bình quân, đây là cơ sở quan trọng cơ nguồn thu của ngân hàng. Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đặt tại địa bàn đông dân cư và có mặt bằng thu nhập cao trong cả nước nên thực sự huy động vốn dân cư là một sự lựa chọn tốt để tối đa hóa lợi nhuận ngân hàng.

Bảng 3.18. Quỹ thu nhập qua các năm

Đơn vị: tỷ đồng

	2012	2013	2014
Quỹ thu nhập	134	176	182

(Theo báo cáo tổng kết năm)

Qua bảng 3.18 ta thấy Quỹ thu nhập của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đều đạt chỉ tiêu và tăng đều qua các năm, đảm bảo cho quỹ thu nhập của chi nhánh ổn định, đảm bảo cho thu nhập của gần 100 cán bộ nhân viên đang làm việc tại chi nhánh. Có được nguồn thu nhập như vậy cũng có sự góp phần của việc huy động vốn dân cư, một nguồn vốn có chi phí thấp và có tính ổn định cao.

3.3. Đánh giá chung về thực trạng huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn

3.3.1. Kết quả đạt được

Hoạt động huy động nguồn vốn dân cư tại NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã nhận thức được rõ tầm quan trọng của công tác huy động nguồn vốn dân cư. Do nguồn vốn của dân cư có tính ổn định cao và thường có kì hạn dài. Từ đó ngân hàng đang chú trọng và tìm hiểu biện pháp để đẩy mạnh huy động nguồn vốn này. Chính vì vậy, ngân hàng đã đạt được một số thành tựu đáng kể như sau:

Thứ nhất, sự biến động của từng loại hình huy động vốn dân cư thể hiện rõ rệt nhất sức thu hút nguồn vốn theo từng loại hình huy động, chủ yếu nguồn vốn dân cư huy động được là từ loại hình huy động tiết kiệm thông thường và huy động thông thường.

Thứ hai, việc huy động vốn và sử dụng vốn luôn đi đôi với nhau, sử dụng nguồn vốn huy động một cách hợp lý và tối đa hóa thu nhập từ việc sử dụng vốn đã mang lại lợi nhuận lớn cho Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn và đảm bảo cho thu nhập của gần 100 cán bộ nhân viên trong toàn chi nhánh. Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn luôn là một trong những chi nhánh dẫn đầu về lợi nhuận trong hệ thống ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam.

Thứ ba, chi phí huy động vốn sẽ được tối giản hóa khi tận dụng được nguồn vốn có tính ổn định cao và chi phí thấp như nguồn vốn huy động từ dân cư. Năm 2012 chi phí huy động vốn dân là 348 tỷ năm thấp hơn gần 1% các lãi suất đầu vào khác, cụ thể: lãi suất tiền gửi TCTD là 10,55%/năm, lãi suất tiền gửi TCKT là 10,56%/năm, lãi suất tiền gửi giấy tờ có giá là 10,49%/năm.

Đạt được các kết quả trên là do các nguyên nhân sau:

- Thứ nhất, ngân hàng đang từng bước đa dạng hóa các hình thức huy động nguồn vốn dân cư. Trước hết, ngân hàng đã đa dạng hóa các kì hạn gửi

tiền thông thường với 9 kì hạn, từ không kì hạn tới 24 tháng trở lên, đa dạng các hình thức trả lãi: trả lãi trước, trả lãi sau, trả lãi định kì (tháng hoặc quý); đa dạng hóa các loại tiền gửi huy động, ngoài huy động bằng VNĐ, ngân hàng còn huy động tiền gửi bằng EUR. Bên cạnh đó, dù mới triển khai được 3 năm nhưng hình thức huy động mới: tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm dự thưởng đã thực sự thu hút được sự quan tâm của khách hàng, đặc biệt là việc có thể rút gốc linh hoạt về thời gian và khối lượng trong loại hình tiết kiệm bậc thang đáp ứng được nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng gửi tiền, tạo cho khách hàng có được nhiều sự lựa chọn khác nhau nâng cao năng lực cạnh tranh với các tổ chức tài chính khác trong việc huy động lượng tiền vốn tạm thời nhàn rỗi của dân cư trong phát triển kinh tế.

- Thứ hai, ngân hàng đã sử dụng linh hoạt công cụ lãi suất để thu hút nguồn vốn dân cư, đặc biệt chú trọng thu hút nguồn vốn trung và dài hạn nhằm khuyến khích dân cư gửi tiền theo các kì hạn trên 12 tháng. Chính sự quan tâm điều chỉnh kịp thời này của ngân hàng đã góp phần tăng trưởng nguồn vốn có kì hạn 12-24 tháng tăng trưởng cao vào năm 2012 và giảm nhẹ vào năm 2013. Bên cạnh đó, việc phát hành chứng chỉ tiền gửi dài hạn, trái phiếu của TW và các đợt phát hành kì phiếu của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn với các tổ chức tín dụng khác trên địa bàn.

- Thứ ba, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn cũng rất chú trọng đến việc mở rộng mạng lưới chi nhánh của mình tại các khu đông dân cư, khu đô thị mới, tại các trung tâm thương mại, gần trường học. Hiện nay mạng lưới các phòng giao dịch trực thuộc ngân hàng đã lên con số 04, đều nằm ở vị trí thực sự thuận lợi trên địa bàn tạo điều kiện thu hút được nguồn vốn dân cư khá lớn và góp phần vào việc tăng trưởng nguồn vốn cho cả ngân hàng.

- Thứ tư, ngân hàng còn rất chú trọng đến việc đào tạo, bồi dưỡng và tạo điều kiện cho các cán bộ công nhân viên trong ngân hàng có nhu cầu nâng

cao trình độ chuyên môn. Thông qua việc hàng năm có mở các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ: kế toán, kiểm toán, marketing, ngoại ngữ. Chất lượng đào tạo tương đối tốt.

- Thứ năm, công tác tin học của ngân hàng cũng phát triển nhanh theo kịp những yêu cầu về phát triển dịch vụ mới của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn. Toàn bộ các chi nhánh đã trực thuộc đã thực hiện hệ thống IPCAS trong giao dịch với khách hàng và giao dịch nội bộ. Công tác an toàn và bảo mật cho hệ thống được thực hiện một cách nghiêm túc và thường xuyên hơn.

- Thứ sáu, nguồn vốn dân cư có mức tăng trưởng khá cao qua các năm 2012, 2013, 2014. đặc biệt trong năm 2014 đạt mức nguồn vốn dân cư là 1.222,2 tỷ đồng. Đạt được kết quả này là do NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã làm tốt công tác khách hàng và marketing để giữ khách hàng truyền thống đồng thời thu hút thêm nhiều khách hàng mới cũng như khách hàng vắng lại. Đối với khách hàng truyền thống có nguồn tiền gửi lớn luôn được NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đưa ra chính sách ưu đãi như giao dịch tận nơi về tiền mặt và chứng từ. Về nguồn tổng vốn huy động và nguồn vốn dân cư NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn là một trong những chi nhánh đầu đàn của hệ thống NH TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam.

3.3.2. Tồn tại và nguyên nhân

3.3.2.1. Tồn tại

+ Mặc dù đạt được những kết quả chủ quan, nhưng việc huy động vốn của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn vẫn bộc lộ một số tồn tại sau:

Thứ nhất, quy mô vốn

+ Mặc dù ngân hàng Nhà nước đã cho phép các ngân hàng thương mại đa dạng hoá các loại tiền gửi với nhiều hình thức khác nhau. Nhưng việc thu hút các

loại tiền gửi vào ngân hàng vẫn phù hợp. Năm 2012 ,nguồn vốn ngoại tệ chiếm 2,0% tổng vốn huy động. Năm 2013 cũng bằng 2012 là 2,0% tổng vốn huy động. Sản phẩm huy động vốn tuy đã được triển khai nhiều loại hình nhiều hình thức trả lãi song vẫn chưa đáp ứng được thị hiếu của người gửi.

+ Nguồn vốn chưa có tính ổn định cao, nguồn huy động từ doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế mà chủ yếu từ tiền gửi thanh toán sẽ tạo ra mất cân đối khi các doanh nghiệp, các tổ chức rút tiền gửi tại ngân hàng.

Thứ hai, biến động nguồn vốn dân cư theo từng loại hình huy động

+ Cơ cấu vốn chưa hợp lý, tỷ trọng vốn huy động không kì hạn và kì hạn dưới 12 tháng khá lớn, vốn trung và dài hạn mặc dù đã có sự chuyển biến nhưng vẫn còn chưa đủ đáp ứng mọi nhu cầu sử dụng vốn trung và dài hạn. Vốn ngắn hạn thì thừa trong khi vốn trung và dài hạn thì thiếu.

Thứ ba, huy động và sử dụng vốn

+ Việc sử dụng vốn của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn tuy có mang lại thu nhập tốt cho chi nhánh nhưng chưa xứng với vị thế của một ngân hàng có uy tín lớn và đặt tại một địa bàn phát triển mạnh về kinh tế như Thị xã Từ Sơn. Cho vay là nghiệp vụ sử dụng vốn chủ yếu của chi nhánh, dư nợ cho vay khá lớn so với quy mô nguồn vốn của chi nhánh, năm 2014 tỷ lệ huy động vốn trên dư nợ chỉ là 52,5%.

Thứ tư, chi phí huy động vốn

+ Chi phí huy động vốn dân cư tuy thấp nhưng chứa đựng khá nhiều rủi ro về lãi suất. Khi mặt bằng lãi suất giảm thì khách hàng sẽ tiếp tục duy trì số tiền gửi với kỳ hạn tối đa là 36 tháng, còn nếu mặt bằng lãi suất tăng thì khách hàng sẽ tất toán số tiền gửi đó và gửi lại số tiền đó, cũng sản phẩm đó nhưng với lãi suất cao hơn.

3.3.2.2. Nguyên nhân

Năm 2014 một số tồn tại ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh và vị thế của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn. Đó là cả nguyên nhân khách quan và chủ quan:

- Nguyên nhân khách quan

Nền kinh tế thế giới thường xuyên có số biến động do ảnh hưởng chiến tranh tại các khu vực nhạy cảm, dịch cúm gia cầm, động thái tăng lãi suất liên tục tại các cục dự trữ liên bang Mỹ... đã gây ra nhiều tác động không nhỏ đến nền kinh tế các nước trong đó có Việt Nam.

Một số ngành kinh doanh có hiệu quả có dấu hiệu chững lại, xuất hiện tình trạng khó khăn về tài chính, ngành giao thông vận tải còn xảy ra tình trạng nợ các dự án, ngành công nghiệp vật liệu xây dựng sản phẩm còn tồn kho lớn không tiêu thụ được... Ngân hàng là ngành chịu tác động to lớn bởi sự gia tăng lãi suất ngoại tệ do cục dự trữ liên bang Mỹ liên tục có động thái tăng lãi suất USD trong những năm vừa qua, của sức ép tăng lãi suất do chỉ số giá tiêu dùng tăng mạnh trong năm 2012, 2013, 2014.

Hiện nay có nhiều ngân hàng cổ phần, các tổ chức tín dụng, các ngân hàng liên doanh nước ngoài hoạt động trên sự cạnh tranh ngày càng gay gắt. Các ngân hàng thương mại cổ phần, ngân hàng liên doanh và các ngân hàng nước ngoài có tốc độ phát triển nhanh chóng, có các chính sách thu hút nhân tài của Việt Nam đang trở thành những trở ngại cho hoạt động của NH TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam nói chung và NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn nói riêng.

Luật doanh nghiệp mới tạo điều kiện cho các doanh nghiệp ra đời dễ dàng hơn, người dân chuyển tiền đầu tư vào các doanh nghiệp làm giảm khối lượng vốn gửi vào ngân hàng. Bên cạnh đó, TTCK trong thời gian gần đây hoạt động rất “nóng” thu hút một lượng không nhỏ tiền nhàn rỗi của nền kinh tế. Đây cũng là một khó khăn đối với công tác huy động vốn của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn.

Mặt khác do tâm lý người dân trên địa bàn Hà nội vẫn đang còn ưu chuộng tiền mặt, thích cầm tiền trong tay để phòng thân. Điều này cho thấy sự thiếu hiểu biết của người dân về hoạt động của ngân hàng. Bên cạnh đó, các

thủ tục, chứng từ thanh toán qua ngân hàng chưa thực sự đơn giản, gây cho người dân tâm lý khi đi đến khách hàng.

Một số văn bản của Nhà nước của ngành của hệ thống chưa được bổ sung, chỉnh sửa kịp thời gây ra khó khăn trong hoạt động ngân hàng.

Ngoài ra một số doanh nghiệp Nhà nước kinh doanh kém hiệu quả, thua lỗ đang ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động kinh doanh của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn.

Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin hỗ trợ cho các ngân hàng chưa đồng đều. Mức độ tự động của các dịch vụ còn thấp và các chương trình hiện đại hoá ngân hàng chưa hoàn thiện và ổn định.

- Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, điểm yếu nổi bật của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn là khả năng thích ứng với sự thay đổi trên thị trường. Điều này thể hiện rõ nhất qua việc điều chỉnh lãi suất của ngân hàng, trong khi các ngân hàng thương mại Cổ phần nhanh chóng điều chỉnh lãi suất huy động theo biến động trên thị trường thì NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn vẫn còn hạn chế do phụ thuộc vào phí điều vốn của NH TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam. Lãi suất huy động của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn thường thấp hơn các ngân hàng thương mại cổ phần đã làm hạn chế lượng vốn huy động của ngân hàng.

Việc huy động vốn nhàn rỗi từ các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế vẫn mang tính thụ động hầu hết là do nhu cầu của các doanh nghiệp nhiều hơn là biện pháp thu hút khách hàng. Hay nói cách khác, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn vẫn còn thụ động trong việc khai thác nguồn vốn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi của các doanh nghiệp.

Thứ hai, Các hình thức huy động vốn của ngân hàng còn chưa phong phú, chưa đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách hàng khác nhau trên địa bàn. Hiện nay, các địa bàn thương mại và các tổ chức tín dụng đã đưa ra

hiều hình thức huy động vốn mới và hấp dẫn. Các nhu cầu này phù hợp với nhu cầu của nhiều nhóm khách hàng khi mà mức sống của người dân ngày càng được nâng cao. Trong khi đó NH TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam nói chung và NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn nói riêng tuy có áp dụng trong thời gian gần đây như phát hành kì phiếu, chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu nhưng còn đơn điệu.

Ngoài ra, hoạt động marketing của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đang mắc phải một khuyết điểm chưa thể khắc phục trong một thời gian ngắn. Hoạt động Marketing còn đơn điệu, chưa được coi trọng đúng mức nên có hiệu quả thấp. Công tác Marketing mới chỉ dừng lại ở hình thức là các bài viết giới thiệu, đăng tải trên các phương tiện thông tin đại chúng khi ngân hàng muốn thông báo về một sự kiện nào đó như tăng năng suất, phát hành kì phiếu hay trái phiếu...

Thứ ba, về nhân lực, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn có một đội ngũ cán bộ công nhân viên có trình độ nghiệp vụ khá tốt, nhiệt tình, trách nhiệm với công việc được giao. Tuy nhiên một bộ phận cán bộ ngân hàng trẻ do còn thiếu kinh nghiệm thực tế nên trình độ nghiệp vụ còn hạn chế, đôi lúc còn gặp phải sơ suất trong công việc. Việc phân công công việc phù hợp để phát huy tối đa của mỗi nhân viên chưa được coi trọng nên hiệu quả cơ chưa cao.

Trình độ nghiệp vụ của một bộ phận cán bộ, viên chức còn hạn chế chưa đáp ứng được nhu cầu cạnh tranh và hội nhập. Cơ sở vật chất của ngân hàng còn nhiều hạn chế chưa thực sự tương xứng với một ngân hàng như NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn.

Thứ tư, giống như các ngân hàng thương mại khác, công tác tuyên truyền quảng bá các sản phẩm nghiệp vụ. Dịch vụ của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn tuy đã có nhiều cố gắng và mang lại những hiệu quả nhất định song vẫn còn hạn chế về chất lượng, mẫu mã, phương thức

quảng bá, quảng cáo và phương thức tiếp thị...đã ảnh hưởng ít nhiều đến kết quả kinh doanh.

Thứ năm, việc triển khai các sản phẩm dịch vụ tại các phòng giao dịch tuy đã được triển khai, song do địa điểm Phòng giao dịch chưa có nhiều khách hàng sử dụng sản phẩm như thanh toán séc du lịch, thu đổi ngoại tệ chỉ tập trung chủ yếu vào USD, EUR, chuyển tiền kiều hối phi thương mại, một số cán bộ Phòng giao dịch chưa nắm bắt quy trình nghiệp vụ, khi thực hiện còn qua nhiều khâu nên tạo tâm lí ngại việc. Việc triển khai phát hành thẻ ghi nợ tại các Phòng giao dịch tuy đã triển khai nhưng kết quả còn hạn chế. Công tác chuyển tiền thường tập trung tại các Phòng giao dịch ở các khu thương mại nhiều hộ kinh doanh nên nhiều địa điểm Phòng giao dịch vẫn chưa phát huy và quảng bá tốt loại sản phẩm này.

Thứ sáu, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn có chính sách khách hàng trong huy động nguồn vốn dân cư, các dịch vụ sau khi huy động hầu như không có đặc biệt là người dân sau khi gửi vào hoàn toàn thiếu thông tin như sự biến động về số dư, lãi suất, tỷ giá... Mặt khác, thể thức gửi và lĩnh còn rườm rà, gửi ở đâu lĩnh ở đó, chưa có dịch vụ hỗ trợ cho khách hàng thuận tiện hơn.

Thứ bảy, địa điểm đặt trụ sở của văn phòng giao dịch của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn chưa thực sự phù hợp với nền kinh tế thị trường, không thuận tiện giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng. Trụ sở của các chi nhánh ngân hàng cấp 2 chủ yếu là đi thuê nên vẫn mang tính tạm bợ, chật hẹp đã làm ảnh hưởng đến thương hiệu của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn trong dân cư, gây khó khăn cho ngân hàng khi tiếp thị thị trường.

Thứ tám, thời gian giao dịch của ngân hàng còn bó hẹp trong giờ hành chính đã hạn chế đáng kể khả năng huy động vốn.

Thứ chín, Theo kết quả khảo sát 80 khách hàng, phong cách phục vụ của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn chỉ ở mức khá, chưa

bằng khối các ngân hàng cổ phần. Lý do chính là bên khối các ngân hàng cổ phần có riêng bộ phận chuyên trách để chăm sóc khách hàng, tiếp xúc khách hàng và hướng dẫn khách hàng, không có sự tiếp xúc với khách hàng gửi tiền trong thời gian gửi tiền. Chỉ có 52% khách hàng hài lòng với mạng lưới của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn và 43% khách hàng hài lòng với sản phẩm huy động vốn dân cư của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn và 33% hài lòng về lãi suất của ngân hàng. Là một trong những chi nhánh đầu đàn của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn cần phải thay đổi để phù hợp với lượng khách hàng ngày càng đa dạng để thu hút hơn nữa nguồn vốn từ dân cư.

Thứ mười, công nghệ và trang thiết bị của ngân hàng lạc hậu nhiều so với mặt bằng chung của thế giới. Hệ thống thông tin chưa phát triển đồng bộ, tự động hoá thấp. Đường như chưa biết thiết lập hệ thống quản lý rủi ro hợp lý và chưa có chiến lược kinh doanh hiệu quả và bền vững.

Thứ mười một, chất lượng sử dụng vốn của ngân hàng NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn vẫn chưa cao, tỷ lệ các khoản vốn được sử dụng so với nguồn vốn dân cư nói riêng và với tổng nguồn vốn nói chung chưa cao. Cơ cấu nguồn vốn tập trung quá nhiều vào ngắn hạn trong khi nhu cầu vay trung dài hạn lại lớn, chính vì vậy ngân hàng có rủi ro về lãi suất.

Tóm lại, trong những năm vừa qua NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đã đạt được nhiều kết quả tốt trong hoạt động kinh doanh. Những hạn chế còn tồn tại cần được mang ra nghiên cứu và xem xét để rút kinh nghiệm và hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực do những điều kiện bất lợi. Trong thời gian tới môi trường cạnh tranh sẽ ngày càng khốc liệt khi mà các ngân hàng nước ngoài được tự do tham gia vào thị trường Việt Nam, các đối thủ này đều rất mạnh về tiềm lực tài chính cũng như trình độ quản lý, khả năng áp dụng công nghệ mới nên ngân hàng thương mại Việt Nam nói chung

và NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn nói riêng cần phải có những chiến lược, những phương hướng hoạt động cụ thể và phát triển.

3.4 . Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả huy động vốn của dân cư

3.4.1. *Chất lượng cán bộ tín dụng*

Bảng 3.19. Đánh giá của khách hàng đối với cán bộ tín dụng

(% ý kiến)

Chỉ tiêu đánh giá	Rất tốt	Tốt	Trung bình	Yếu	Rất yếu
1. Nghiệp vụ chuyên môn	13	75	10	2	0
2. Quan hệ với khách hàng	15	57	21	7	0
3. Thái độ làm việc	11	63	16	0	0

Theo bảng 3.19 ta thấy, đây là yếu tố tác động nhiều nhất đến mức độ đồng ý của khách hàng. Điều này chứng tỏ, hiện nay khách hàng rất coi trọng yếu tố nguồn lực con người, xem đó là thước đo chính để phát triển huy động vốn dân cư. Trong các thành phần, nghiệp vụ chuyên môn được đánh giá cao chiếm gần 90%, do đội ngũ cán bộ luôn trau dồi kiến thức đáp ứng yêu cầu của công việc, thái độ phục vụ của nhân viên luôn gắn liền với phương châm “ khách hàng là thượng đế”. Mỗi nhân viên BIDV chính là hình ảnh phản chiếu của ngân hàng trong mắt khách hàng. Vì vậy, trong thời buổi cạnh tranh khốc liệt ngày nay, cách cư xử lịch sự, nhã nhặn của từng nhân viên đã góp phần quan trọng vào việc giữ chân khách hàng trước sự lôi kéo của các đối thủ cạnh tranh. Qua phiếu điều tra cho thấy có tới 72% ý kiến cho rằng quan hệ giữa khách hàng và nhân viên chi nhánh là nhiệt tình, chu đáo và thu hút được khách hàng. Trong khi đó khách hàng đánh giá là chưa nhiệt tình hoặc phong cách phục vụ chưa có gì mới và đặc biệt so với Ngân hàng khác là những khách hàng mới lần đầu giao dịch với Ngân hàng.

Do đó chi nhánh cần chú trọng nâng cao chất lượng của đội ngũ giao dịch viên về phong cách phục vụ, cách tiếp xúc, tư vấn hay giữ chân khách hàng.

3.4.2. Các sản phẩm huy động vốn dân cư

Để đánh giá mức độ đa dạng của sản phẩm huy động của BIDV so với một số Ngân hàng trên địa bàn ta xem bảng số liệu:

Bảng 3.20: Các sản phẩm huy động tiền gửi của một số Ngân hàng

Sản phẩm	BIDV	VP bank	Sacom bank	VIB	MB	ACB
1 Tiết kiệm không kì hạn	x	x	x	x	x	x
2 Tiết kiệm có kì hạn						
- Tiết kiệm tích lũy	x		x	x	x	
- Tiết kiệm rút gốc linh hoạt	x	x		x	x	
- Tiết kiệm bậc thang	x		x	x	x	
- Tiết kiệm có kì hạn lãi suất thả nổi			x		x	x
- Tiết kiệm dành cho người cao tuổi	x					
- Tiết kiệm bằng vàng			x		x	
- Tiết kiệm có kì hạn lãi suất trả sau	x	x	x	x	x	
- Tiết kiệm dự thưởng	x	x	x	x	x	
- Tiết kiệm bằng VNĐ đảm bảo giá trị theo vàng	x		x		x	
3 Phát hành chứng chỉ tiền gửi	x				x	
4 Phát hành trái phiếu, kì phiếu Ngân hàng	x	x	x	x	x	
5 Mở tài khoản các nhân	x	x	x	x	x	x

Chú thích:

VP bank: Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng

Sacombank: Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

VIB: Ngân hàng TMCP Quốc Tế

MB: Ngân hàng TMCP Quân Đội

ACB: Ngân hàng phát triển Châu Á

Qua bảng ta thấy sản phẩm của Ngân hàng trong công tác huy động vốn là khá đa dạng đáp ứng được nhu cầu của người dân trên địa bàn. Không chỉ dừng lại ở những sản phẩm thông dụng chưa có tính đột phá, chi nhánh cũng đã sử dụng một số sản phẩm mới để thu hút nguồn vốn trong dân về Ngân hàng. Tuy nhiên trong công tác triển khai sản phẩm mới của toàn hệ thống là chưa đồng bộ nên việc áp dụng các sản phẩm đối với chi nhánh còn phụ thuộc vào chiến lược và định hướng kinh doanh của hội sở chính, hơn nữa việc áp dụng các sản phẩm mới đối với khách hàng còn phụ thuộc vào công nghệ mà chi nhánh được trang bị và trình độ của đội ngũ cán bộ nhân viên Ngân hàng.

Sản phẩm tiền gửi là một trong những lựa chọn của khách hàng khi đến với Ngân hàng. Thực hiện khảo sát đối với khách hàng tại BIDV về sản phẩm dịch vụ ta thu được kết quả như bảng sau

Bảng 3.21: Bảng đánh giá của khách hàng về sản phẩm huy động của BIDV CN Từ Sơn

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Rất đa dạng	KH cũ	9	18,7
	KH mới	6	
Đa dạng	KH cũ	27	51,2
	KH mới	14	
Bình thường	KH cũ	8	21,2
	KH mới	9	
Chưa đa dạng	KH cũ	4	8,9
	KH mới	3	
Rất kém	KH cũ	0	0
	KH mới	0	
Tổng cộng		80	100

(Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra)

Với chính sách sản phẩm mà chi nhánh áp dụng được khách hàng đánh giá khá cao về mức độ đa dạng của sản phẩm, khách hàng đánh giá sản phẩm đa dạng chiếm 70%, đã đáp ứng được những nhu cầu khác nhau của những khách hàng khác nhau khi đến với Ngân hàng.

Mức độ hài lòng của khách hàng đối với chi nhánh được khách hàng đánh giá dựa trên tất cả các tiêu chí khi khách hàng giao dịch với BIDV CN Từ Sơn.

Ta thấy nhìn chung khách hàng khi đến giao dịch với MHB cũng khá hài lòng với sản phẩm mà Ngân hàng cung cấp. Ở đây khách hàng đánh giá dựa trên các tiêu chí như sản phẩm đa dạng, công tác chăm sóc khách hàng trong quá trình khách hàng tới Ngân hàng giao dịch và sau khi giao dịch, công tác quảng cáo khuyến chương sản phẩm... điều này cho thấy các khách hàng sau khi đã giao dịch với Ngân hàng cảm thấy thoả mãn nhu cầu của mình và muốn tiếp tục đến với Ngân hàng lần tiếp theo khi có điều kiện. Vì vậy mà chi nhánh cần phát huy và có những chính sách sản phẩm, khách hàng để nâng cao hơn nữa công tác thu hút khách hàng đến với BIDV CN Từ Sơn. Đồng thời cũng cần tìm hiểu những nguyên nhân khiến cho những khách hàng khó tính cảm thấy chưa hài lòng về sản phẩm của mình để phục vụ khách hàng tốt hơn nữa.

3.4.3. Chính sách lãi suất và thủ tục, hồ sơ giao dịch

Bảng 3.22: Đánh giá của khách hàng dân cư về chính sách lãi suất, thủ tục, hồ sơ giao dịch của BIDV CN Từ Sơn

Chỉ tiêu		Số lượng	Tỷ lệ (%)
Đồng ý	KH cũ	16	37,5
	KH mới	14	
Bình thường	KH cũ	12	31,3
	KH mới	13	
Không đồng ý	KH cũ	15	31,2
	KH mới	10	

(Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra)

Chính sách lãi suất của Ngân hàng BIDV chi nhánh Từ Sơn phụ thuộc vào sự chỉ đạo của hệ thống BIDV. Tuy nhiên sự biến động lãi suất của các

Ngân hàng trên địa bàn luôn linh hoạt và tiếp cận nhanh hơn điều đó gây khó khăn trong công tác huy động vốn của Ngân hàng. Với mức lãi suất cạnh tranh giữa các ngân hàng thì có 31,2% không hài lòng với mức lãi suất của BIDV Từ Sơn do thấp hơn các ngân hàng cổ phần khác, tuy nhiên BIDV là ngân hàng có uy tín trên hệ thống nên người dân vẫn đến giao dịch gửi tiết kiệm.

Thủ tục hồ sơ giao dịch là một trong những yếu tố đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi đến với Ngân hàng. Thủ tục rườm rà đôi khi làm các khách hàng khó tính từ chối giao dịch với Ngân hàng, ngược lại, thủ tục đơn giản dễ hiểu, kê khai đơn giản sẽ tạo sự hài lòng đối với khách hàng. Qua 80 phiếu điều tra khảo sát khách hàng đến giao dịch với Ngân hàng ta có 68,8% khách hàng được khảo sát cho rằng thủ tục hồ sơ là ít và đơn giản trong đó có 50,9% là khách hàng cũ và 49,1% là khách hàng mới đánh giá tốt. Điều đó cho thấy với khách hàng cũ họ được rút bớt thủ tục hơn khách hàng mới như các bảng kê hay mẫu chữ kí... Thủ tục gọn nhẹ tạo điều kiện cho khách hàng khi tham gia giao dịch với Ngân hàng không phải mang nhiều giấy tờ kèm theo. Tuy nhiên với khách hàng mới thì họ vẫn cảm thấy thủ tục vẫn chưa gọn nhẹ. Ngân hàng cần cố chính sách giảm thiểu giấy tờ giúp khách hàng thuận tiện hơn trong giao dịch.

3.4.4. Chính sách Marketing

Bảng 3.23: Đánh giá của khách hàng về chính sách marketing của ngân hàng

Chỉ tiêu		Tiếp thị, khuyến trương sản phẩm		Mạng lưới các phòng giao dịch		Chăm sóc khách hàng	
		KH	%	KH	%	KH	%
Tốt	KH cũ	32	62,5	26	55	11	26,3
	KH mới	18		18		10	
Trung bình	KH cũ	12	26,2	20	31,2	31	53,7
	KH mới	9		5		12	
Yếu	KH cũ	5	11,3	6	13,8	9	20
	KH mới	4		5		7	
Tổng		80	100	80	100	80	100

(Nguồn: Tổng hợp phiếu điều tra khách hàng)

- Tiếp thị, khuyến trương sản phẩm: Công tác khuyến trương sản phẩm luôn được chi nhánh chú trọng. Thông qua các hình thức tiếp thị bằng tờ rơi, quảng cáo, các chương trình từ thiện, lễ hội lớn ... 62,5% khách hàng đều đánh giá công tác khuyến trương sản phẩm mà chi nhánh thực hiện là hấp dẫn và được khách hàng quan tâm đến, mức đánh giá bình thường chiếm 26,2% và 11,3% khách hàng chưa đồng ý với lý do các tờ quảng cáo về sản phẩm còn ít, sơ sài, chưa cụ thể, website của chi nhánh còn ít thông tin, hình ảnh không sinh động, việc tìm kiếm còn khó khăn...

- Mạng lưới các phòng giao dịch: Có thể nói trong thị trường cạnh tranh hiện nay thì phong cách phục vụ và chăm sóc khách hàng của nhân viên Ngân hàng ngày càng được nhà lãnh đạo quan tâm hàng đầu bởi nhiều khách hàng tìm đến Ngân hàng không phải chỉ là tìm kiếm thêm thu nhập mà họ còn muốn được phục vụ tận tình. Bên cạnh đó không thể thiếu mạng lưới các phòng giao dịch được bố trí các trang thiết bị hiện đại, có khu ngồi chờ rộng rãi với các phương tiện hỗ trợ như Tivi, giá đựng sách báo để khách hàng có thể xem trong khoảng thời gian chờ đợi...55% khách hàng hài lòng, 31,3 % không quan tâm nhiều tới cơ sở vật chất của ngân hàng, còn lại 23,8% khách hàng có ý kiến có một số ít phòng giao dịch không gian nhỏ mà lượng khách hàng giao dịch nhiều gây bất tiện khi giao dịch.

- Công tác chăm sóc khách hàng: Có thể nói, công tác chăm sóc khách hàng là nghệ thuật không chỉ của riêng ngành nào. Công tác chăm sóc khách hàng trong những năm qua luôn được BIDV CN Từ Sơn chú trọng và liên tục đào tạo trau dồi kiến thức cho nhân viên cũng như đa dạng các sản phẩm dịch vụ chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên khách hàng đánh giá không cao yếu tố chăm sóc khách hàng, 26,3% khách hàng hài lòng, mức trung bình 53,7 % và yếu 20%, nguyên là do một số cán bộ vẫn mang tâm lý khách hàng cần đến ngân hàng vì tính chất của Ngân hàng là NHTM Quốc doanh, có sự hỗ trợ từ nhà nước, cho nên chưa thực sự chủ động giới thiệu các dịch vụ sản phẩm đến khách hàng và nhiệt tình chăm sóc nhu cầu của khách hàng...

Chương 4

GIẢI PHÁP NHẪM TĂNG CƯỜNG HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN DÂN CƯ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN CHI NHÁNH TỪ SƠN

4.1. Định hướng chung hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển - chi nhánh Từ Sơn

Định hướng chung của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn cũng không có gì khác nhiều so với mọi năm nhưng nó vẫn hoàn toàn có hiệu quả trong thời điểm hiện tại. Năm 2012, NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn phấn đấu đạt các chỉ tiêu cơ bản theo thông báo kế hoạch kinh doanh và đề án phát triển kinh doanh NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn phê duyệt và định hướng phát triển kinh doanh của NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn đề ra là:

Một là, tập trung tìm mọi giải pháp huy động nguồn vốn, đặc biệt là nguồn vốn huy động từ dân cư, các tổ chức kinh tế và tổ chức xã hội khác. Chú trọng huy động nguồn vốn trung và dài hạn cả nội và ngoại tệ.

Hai là, tập trung khai thác và mở rộng cho vay các thành phần kinh tế hoạt động kinh doanh có hiệu quả, dự án khả thi, tình hình tài chính lành mạnh, đáp ứng đầy đủ quy định về vay vốn chú trọng khai thác đầu tư đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ sản xuất. Tiếp tục tìm mọi giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng, rà soát hoàn chỉnh hồ sơ 100% khách hàng còn dư nợ. Tập trung tìm mọi giải pháp thu hồi nợ đã xử lý rủi ro.

Ba là, tập trung triển khai mở rộng, nâng cao chất lượng phục vụ các loại hình dịch vụ, sản phẩm dịch vụ toàn diện có hiệu quả, thị hiếu trong cơ chế thị trường.

Bốn là, tập trung triển khai toàn diện có hiệu quả, chất lượng các công tác quảng cáo, quảng bá toàn diện kịp thời các mặt hoạt động nghiệp vụ Ngân hàng, các loại hình dịch vụ, sản phẩm công nghệ hiện đại có hiệu quả, thị hiếu trong cơ chế thị trường nhằm nâng cao thương hiệu uy tín của NH TMCP Đầu

tư và phát triển Việt Nam nói riêng và NH TMCPĐầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn nói chung.

Năm là, tiếp tục xây dựng và thực hiện kế hoạch đào tạo, đào tạo lại toàn diện các mặt nghiệp vụ tín dụng, kế toán, thanh toán quốc tế... đặc biệt là nâng cao trình độ ngoại ngữ, tin học, khai thác chương trình công nghệ hiện đại trong hoạt động kinh doanh Ngân hàng nhằm đáp ứng tốt quy chuẩn cán bộ Ngân hàng trong hội nhập khu vực và quốc tế.

Mục tiêu

- Tập trung huy động nguồn vốn nội và ngoại tệ, chú trọng nguồn vốn trung và dài hạn. Phân đầu nguồn vốn tối thiểu đạt từ 13.500 tỷ đồng (*Quy đổi*) đến 14.000 tỷ (*Quy đổi*) trong đó nguồn ngoại tệ (*Quy đổi*) chiếm từ 12 đến 15% tổng nguồn vốn. Tỷ lệ nguồn vốn dân cư đạt từ 30 đến 35% tổng nguồn vốn (*Quy đổi*).

- Các PGD có nguồn vốn nhỏ dưới 100 tỷ phải phân đầu đạt tối thiểu từ 100 tỷ đồng (*Quy đổi*) trở lên. Các PGD có nguồn vốn dưới 200 tỷ đồng (*Quy đổi*) phải phân đầu tối thiểu có từ 250 tỷ đồng (*Quy đổi*) trở lên. Các PGD là Chi nhánh cấp II cũ phải phân đầu tối thiểu có từ 350 tỷ đồng (*Quy đổi*) trở lên.

- Tiếp tục khai thác đầu tư vốn đối với khách hàng làm ăn có hiệu quả, tình hình tài chính minh bạch. Chất lượng tín dụng, trích lập rủi ro, thu nợ đã xử lý rủi ro triệt để theo kế hoạch của NH TMCPĐầu tư và phát triển Việt Nam giao.

- Tập trung ưu tiên đầu tư vốn đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hộ sản xuất tư nhân cá thể. Cấp tín dụng đảm bảo an toàn, hiệu quả theo định hướng phát triển kinh tế trên địa bàn Thủ đô. Ưu tiên cấp vốn vay đối với các lĩnh vực sản xuất, xuất nhập khẩu các mặt hàng thiết yếu. Hạn chế phát sinh nợ xấu, nợ không sinh lời.

- Thực hiện nghiêm túc việc cho vay hỗ trợ lãi suất theo chỉ đạo của Chính phủ, NH TMCPĐầu tư và phát triển Việt Nam.

- Nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ truyền thống, triển khai các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại trên nền công nghệ cao. Phấn đấu thu dịch vụ tăng trưởng từ 40 đến 50% năm 2014. Đa dạng hoá, triển khai áp dụng các sản phẩm dịch vụ Ngân hàng hiện đại trong giao dịch giữa Ngân hàng với các thành phần kinh tế. Tiếp tục triển khai thực hiện Chỉ thị 20/CT-TTG ngày 24/08/2007 của Thủ tướng Chính phủ về việc “ *Trả lương qua tài khoản đối với những đơn vị hưởng lương qua ngân sách*”.

- Tổ chức thi nghiệp vụ giỏi các mặt nghiệp vụ như Tín dụng, Kế toán, Kinh doanh ngoại tệ, Dịch vụ -Marketing. Xây dựng đội ngũ bán và giới thiệu sản phẩm chuyên nghiệp.

-Phấn đấu có đủ Quỹ thu nhập để chi lương tối đa theo quy định của NH TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam và đóng góp đầy đủ nghĩa vụ thuế với Ngân sách.

4.2. Giải pháp tăng cường huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn

4.2.1. Đa dạng hóa các hình thức huy động

Ngoài các hình thức huy động vốn đã có sẵn, ngân hàng cần phải nghiên cứu và đưa ra các hình thức huy động vốn mới:

+ Nghiên cứu sản phẩm mới về huy động vốn của các ngân hàng thương mại khác. Sau đó, thăm dò phản ứng của thị trường và đặc điểm của mình để có thể cải biến áp dụng tại NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn.

+ Tự nghiên cứu chuyên sâu về các đối tượng khách hàng để thấy rõ nhu cầu của từng đối tượng khách hàng và sáng tạo, thực hiện một số hình thức huy động mới với chi phí hợp lý mà phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

Hiện nay, ngân hàng cần tiến hành phát triển các hình thức sản phẩm mới sau:

+ Hình thức gửi một lần rút nhiều lần: Đối với các công trình đầu tư hoặc các hoạt động mang tính kế hoạch, phải thực hiện từng bước với lượng

vốn nhất định thì ban đầu, khách hàng có thể đã có sẵn một lượng vốn lớn đủ để trang trải chi phí của toàn bộ quá trình thực hiện. Khi đó, để tăng thêm lợi nhuận thu được, khách hàng sẽ gửi toàn bộ số tiền đó vào ngân hàng để hưởng lãi. Đến khi đến giai đoạn mới, khách hàng cần có một lượng vốn nhất định để trang trải chi phí, thực hiện giai đoạn đó thì khách hàng sẽ tiến hành rút tiền rồi mang khoản vốn cần dùng đi sử dụng, phần vốn còn lại khách hàng sẽ tiếp tục gửi lại vào ngân hàng. Do đó, ngân hàng có thể tăng lãi suất, hấp dẫn khách hàng gửi vốn hơn.

+ Hình thức gửi nhiều lần rút một lần: Đối với những khách hàng có thu nhập không cao nhưng ổn định, mỗi tháng họ có thể có được một khoản thu nhập dôi ra để tiết kiệm và sử dụng trong tương lai. Ngân hàng sử dụng hình thức gửi nhiều tiền rút một lần sẽ làm giảm bớt thủ tục cho khách hàng khi gửi, thu hút được các khoản tiền mặc dù không cao từ mỗi khách hàng nhưng số lượng khách hàng lớn nên lượng vốn thu được cũng lớn và ổn định.

+ Hình thức gửi hẹn rút: Ngân hàng thực hiện hình thức gửi hẹn rút, tức là gửi tiền vào ngân hàng và khi nào cần tiền để sử dụng thì sẽ báo trước cho ngân hàng một khoảng thời gian nhất định như ngân hàng quy định hay hai bên thoả thuận thì sẽ khiến khách hàng vừa đảm bảo có thu nhập, vừa chủ động về thời gian sử dụng đồng thời ngân hàng vẫn chủ động, kế hoạch hoá được nguồn vốn của mình.

+ Tiết kiệm một nơi rút nhiều nơi: Khách hàng thường xuyên phải đi xa thì nhu cầu rút tiền tại nhiều nơi trở nên rất quan trọng và cần thiết.

+ Tiết kiệm xây dựng nhà ở: Ngân hàng có thể cho khách hàng vay bổ sung để họ có đủ số tiền mua nhà với lãi suất thoả thuận khi khách hàng có đủ khả năng trả nợ và số dư tiền gửi đã đạt đến một mức độ nhất định so với giá trị nhà theo quy ước của ngân hàng và ngân hàng nắm giấy tờ nhà cho đến khi khách hàng trả hết nợ.

+ Tiết kiệm nhân thọ: Những người có tuổi thường lo cho bản thân về rủi ro bất trắc xảy ra lúc ốm đau, lo cho con cái về cuộc sống hàng ngày,... Vì vậy, họ thường tích lũy, để dành một số tiền nhất định nhằm đáp ứng các nhu cầu tuổi già. Xét về bản chất, hình thức này chính là mua bảo hiểm nhân thọ.

+ Tiết kiệm vị thành niên: Nước ta là một nước có dân số trẻ. Những người ở tuổi vị thành niên chưa có thu nhập, thay vào đó, bố mẹ chúng chấp nhận gửi tiền cho con mình để dành cho chúng đi học, để kiếm việc làm,... Đó là một trong những nhu cầu cần thiết của khách hàng mà ngân hàng cần phải biết khai thác.

4.2.2. Sử dụng linh hoạt chính sách lãi suất

Giá cả luôn thể hiện mối quan hệ giữa lợi ích của người mua và người bán trong trao đổi, đặc biệt là trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng lãi suất của sản phẩm HDV chính là giá cả của sản phẩm đó.

Ngoại trừ tiền gửi giao dịch nhạy cảm với lãi suất, các nguồn vốn có kỳ hạn đều có phản ứng nhanh với lãi suất. Với biểu lãi suất thay đổi từng thời kì có thể vận dụng mức lãi suất tối đa cho loại tiền gửi có thời hạn mà cần tăng tỷ trọng, khi đó tiền gửi kì hạn đó không nhất thiết phải áp dụng mức lãi suất tối đa, nhưng vẫn phải đảm bảo nguyên tắc “ kỳ hạn dài có lãi suất cao”. Thông qua việc áp dụng lãi suất huy động cho từng loại tiền gửi, chúng ta có thể điều chỉnh cơ cấu nguồn vốn cho phù hợp với danh mục tài sản nhằm tạo cơ hội tăng doanh lợi. Ngân hàng cần tiến hành phân tích cấu trúc kì hạn của nguồn vốn, dự báo xu hướng biến động của lãi suất để chủ động tạo ra khoảng cách giữa tài sản nhạy cảm với lãi suất và nguồn vốn nhạy cảm với lãi suất.

Ngân hàng cũng cần áp dụng lãi suất linh hoạt, phù hợp với thị trường để tối đa nguồn vốn. Quan tâm tới lãi suất cạnh tranh của các ngân hàng khác để thay đổi linh hoạt nhưng vẫn phải tính toán được chi phí hợp lý đảm bảo thực hiện được kế hoạch tài chính. Mặt khác, ngân hàng cũng cần thực hiện

đồng thời chính sách giá cả linh hoạt và phù hợp tương ứng với chính sách lãi suất của mình. Giá cả ưu đãi được áp dụng với các khách hàng lớn, thời gian dài có thể nhận được từ ngân hàng lãi suất thoả thuận hoặc miễn phí dịch vụ nếu có giao dịch ở mức độ cho phép hoặc ngân hàng có thể áp dụng một số hình thức khác như tặng quà nhân dịp lễ, kỉ niệm thành lập doanh nghiệp...

Thực hiện chính sách lãi suất cạnh tranh, linh hoạt có thể làm tăng chi phí nguồn vốn nhưng kết quả đạt được là quy mô nguồn vốn tăng trưởng, cơ cấu vốn hợp lý, sự ổn định cao hơn, hạn chế rủi ro lãi suất, rủi ro thanh khoản,

4.2.3. Xây dựng các chính sách về khách hàng và giao tiếp khuyến trương

Quan điểm cổ điển về hoạt động của ngân hàng: Những nguồn tiền nhàn rỗi của dân cư đương nhiên phải chảy vào ngân hàng. Quan điểm này đã đề cao vị trí của Ngân hàng, hạ thấp đi vai trò của khách hàng. Với quan điểm hiện đại thì lại hoàn toàn trái ngược. Quan điểm hiện đại cho rằng mỗi món tiền gửi là một món quà dành cho một ngân hàng. Điều này có nghĩa là khách hàng ở vị trí trung tâm trong quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng. Ngân hàng phụ thuộc vào khách hàng chứ khách hàng không phụ thuộc vào một ngân hàng nào. Quả thật, khách hàng có toàn quyền trong việc lựa chọn ngân hàng để gửi tiền. Họ có thể di chuyển dễ dàng nguồn tiền của mình từ ngân hàng này sang ngân hàng khác một cách nhanh chóng. Sức ép cạnh tranh trong việc huy động vốn sẽ tăng lên theo thời gian. Đặc biệt, trên địa bàn lại có rất nhiều các trụ sở, chi nhánh của các ngân hàng thương mại lớn, nhỏ. Vì vậy, cạnh tranh trong việc thu hút khách hàng lại càng tăng lên đối với NH TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn. Ngân hàng phải hiểu được: rủi ro lớn nhất sẽ xảy ra nếu không tích cực tìm ra những biện pháp nhằm thu hút khách hàng về phía mình. Do đó, việc xác định một chính sách khách hàng là vấn đề cần thiết và cấp bách. Việc xây dựng chính sách khách hàng phải đảm bảo những nguyên tắc sau:

- Khách hàng xứng đáng được hưởng mối quan tâm, lịch sự, nhã nhặn nhất mà nhân viên ngân hàng có được vì họ là người trả lương cho mình.

- Mục đích của việc phục vụ khách hàng là sự độc đáo, mỗi lần tiếp xúc phải khác biệt và có cái gì đặc biệt.

- Việc phục vụ chỉ xảy ra trong chốc lát, không thể tạo dựng lại hay để dành cho tương lai.

- Ấn tượng càng mạnh càng làm cho khách hàng nhớ lâu.

Xây dựng chính sách khách hàng trong đó phải hướng dẫn kỹ cho nhân viên biết làm thế nào để phục vụ tốt khách hàng. Trước hết các nhân viên phải nhận thức được nhu cầu thực sự của khách hàng khi gửi tiền vào ngân hàng. Sau đó các nhân viên ngân hàng phải hiểu biết quy trình, hiểu biết nghiệp vụ, phục vụ khách hàng một cách tận tình, chu đáo. Vấn đề giao tiếp cũng là một vấn đề quan trọng. Khách hàng có thể rời bỏ ngân hàng ngay lập tức chỉ cần nhân viên ngân hàng:

- Làm việc riêng khi khách hàng phải chờ.

- tỏ ra thiếu nhiệt tình và có thái độ coi thường khách hàng.

- Không tư vấn chính xác những gì khách hàng cần...

Ngân hàng nên tổ chức thường xuyên những khoá đào tạo, tọa đàm về kỹ năng giao tiếp. Đó là các kỹ năng về khả năng phản ứng, về ngôn ngữ cử chỉ, lắng nghe một cách chủ động, kỹ năng đặt câu hỏi, lịch sự và kính trọng, tính linh hoạt. Đó là 6 kỹ năng cần phải có. Trong giao tiếp với khách hàng, các cán bộ nhân viên phải nhiệt tình, hoạt bát, chân thành, thân thiện. Và cuối cùng, có 2 quy tắc mà tất cả các cán bộ nhân viên ngân hàng cần nhớ:

- Quy tắc 1: Khách hàng luôn đúng.

- Quy tắc 2: Nếu khách hàng sai, xem lại quy tắc 1.

Ngân hàng phải tăng cường tuyên truyền, quảng cáo cho khách hàng về hoạt động của mình không chỉ ở TX Từ Sơn mà còn ở các nơi khác, trên báo, đài. Trước mỗi đợt phát hành kỳ phiếu hay đợt khuyến mãi cho khách hàng... ngân hàng phải có các hình thức tuyên truyền, thông báo. Ngân hàng quảng bá cho khách hàng biết các tiện ích của khách hàng khi tham gia các hình thức

dịch vụ mà mình cung cấp để thu hút khách hàng. phải có những cách thức thật đặc biệt để nâng vị thế của mình lên so với các ngân hàng khác trong huy động vốn như tiết kiệm có thưởng, giảm giá dịch vụ cho những khách hàng truyền thống, làm việc với các khách hàng lớn tại địa chỉ của khách hàng...Ngoài ra, Ngân hàng còn phải cần giữ mối quan hệ tốt với các ngân hàng, tổ chức tín dụng khác như: Vietcombank, Sở I Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam... Đó là cần thiết khi ngân hàng phải huy động vốn một cách thụ động thì cũng có thể vay được dễ dàng. Chính sách khách hàng, chính sách giao tiếp khuếch trương là một phần tạo nên thế mạnh, tạo ra một nét rất riêng của NH TMCPĐầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn.

4.2.4. Xây dựng kế hoạch huy động vốn rõ ràng cho từng giai đoạn

Mỗi giai đoạn cần có một kế hoạch cho việc huy động vốn và kế hoạch đó phải phù hợp. Vì vậy đầu mỗi thời kỳ NH TMCPĐầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn phải lập ra một kế hoạch rõ ràng cho việc huy động vốn trong khoảng thời gian trước mắt và cả trong tương lai dựa trên những nghiên cứu về tiềm năng vốn trong dân cư, nhu cầu vốn của khách hàng. Kế hoạch này sẽ là định hướng cho một loạt những bước tiếp theo mà NH TMCPĐầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn phải thực hiện như: đề ra mức lãi suất huy động thích hợp, xác định hình thức huy động vốn...

4.2.5. Phát triển và mở rộng mạng lưới giao dịch

Chi nhánh nên mở rộng mạng lưới giao dịch bằng việc thành lập thêm các quỹ tiết kiệm, thêm các phòng giao dịch. Hiện nay với 04 phòng giao dịch trên địa bàn cho thấy hoạt động của ngân hàng chưa mạnh. Tuy nhiên vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu cần thiết do lượng khách rất đông, nhiều khi người gửi tiền và người rút tiền phải chờ đợi lâu bởi họ đến ngân hàng khi có tiền gửi, khi đến hạn rút mà giờ của họ cũng là giờ hành chính, ngân hàng cũng chỉ làm việc như thời gian quy định. Chính vì thế nhiều khi các phòng giao dịch đông khách không đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Ngân hàng

cần mở thêm phòng giao dịch ở nơi đông dân cư và nên mở thêm thời gian giao dịch ngoài giờ hành chính như thêm ca 3 từ 17h đến 20h, giao dịch thêm vào những ngày nghỉ những ngày lễ. Như thế sẽ đáp ứng tốt hơn cho những khách hàng không có thời gian đến giao dịch với ngân hàng vào các ngày rong tuần và trong giờ hành chính. Đưa thêm hình thức quỹ tiết kiệm lưu động mà trước hết là đến phường, xã, định kỳ mỗi lần từ một đến hai lần, phối hợp với chính quyền địa phương tuyên truyền, quảng cáo, hướng dẫn khách hàng làm thủ tục nhận tiền gửi và chi trả.

4.2.6. Đổi mới tổ chức, quản lý cho phù hợp, hiệu quả hơn

Trong bất kỳ một cơ quan nào thì khâu tổ chức cũng là quan trọng nhất. Các bộ phận, phòng ban trong cơ quan như là các bộ phận của cơ thể. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để các bộ phận có thể phối hợp hoạt động một cách nhịp nhàng, cân đối, đạt hiệu quả cao chi phí thấp. NH TMCPĐầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn là chi nhánh của một ngân hàng thương mại quốc doanh. Do vậy khi chuyển đổi cơ cấu kinh tế, nó vẫn còn mang một chút gì đó của thời bao cấp. Tính năng động, thích nghi với các điều kiện, các yếu tố trong nền kinh tế thị trường không cao bằng các ngân hàng thương mại cổ phần, chi nhánh ngân hàng nước ngoài... Do thuộc sở hữu của Nhà nước, ngoài thực hiện các chức năng của ngân hàng thương mại, Ngân hàng còn phải thực hiện các nhiệm vụ khác theo yêu cầu của chính phủ mà trực tiếp là Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam. Đây là một trong những yếu tố góp phần làm giảm tính chủ động cho chi nhánh. Phải quán triệt cho đội ngũ nhân viên trong việc thực hành tiết kiệm, chống lãng phí về điện, nước, giấy, bút... Trong bảng chấm công hàng ngày của Ngân hàng nông nghiệp Hà Nội, những nhân viên nào nghỉ thì bị trừ lương. Điều này cần áp dụng cả trong trường hợp nhân viên đến muộn hay về trước thời gian quy định. Hay nói khác đi, trước đây tính thời gian với đơn vị là ngày thì nay có thể chuyển sang nửa giờ, 1 giờ... Có như vậy thì mới làm tăng tính chuyên nghiệp của nhân viên

ngân hàng. Ngân hàng phải tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát tất cả các phòng ban, các bộ phận. Hoạt động này cần được duy trì thường xuyên, liên tục, bảo đảm an toàn, hiệu quả trên mọi mặt hoạt động của ngân hàng. Đối chiếu số dư tài khoản với các thẻ, kiểm tra chặt chẽ việc huy động tiền gửi với các chứng từ... Vấn đề chống tham ô, tham nhũng, chống kết bè kết phái phải được coi trọng. Bộ máy lãnh đạo phải gồm những người trong sạch về đạo đức, có trình độ chuyên môn cao, có năng lực quản lý điều hành. Việc xét tuyển, đề bạt cán bộ công chức phải dựa trên cơ sở thực tài. Những người được đề bạt phải qua kiểm tra trình độ, kinh nghiệm... và quá trình kiểm tra này phải công khai, công bằng.

Nói chung, một ngân hàng hiện đại trong tương lai là phải có bộ máy gọn nhẹ, được sắp xếp có tính khoa học cao. NH TMCPĐầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn nên lấy tiêu chí này trong việc tổ chức, quản lý, hoạt động.

4.2.7. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng

Bước vào thế kỷ 21, mức độ cạnh tranh giữa các Ngân hàng tại Việt Nam ngày càng phát triển và đối thủ của Ngân hàng ngày càng nhiều và đa dạng. Về phía khách hàng, họ đến ngân hàng không chỉ đơn thuần cần một chỗ để cất giữ giá trị và kiếm lời. Họ mong muốn một chất lượng dịch vụ cao. Chất lượng dịch vụ là sự tổng hợp của các yếu tố:

- Người chuyên nghiệp;
- Công nghệ hiện đại;
- Quy trình nhanh gọn;
- Khung cảnh giao dịch ấn tượng;
- Sản phẩm trọn gói.

Nhận thức được tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ, không ngừng cung cấp cho khách hàng các dịch vụ ngân hàng với loại hình tinh xảo hơn, chất lượng cao hơn trên nền phong cách và kỹ năng đạt tiêu chuẩn quốc tế. Ngoài việc đưa ra các loại hình dịch vụ đa dạng, đáp ứng mọi nhu cầu của

khách hàng kể cả các khách hàng khó tính nhất, ngân hàng phải hoàn thiện, phục vụ tốt hơn các dịch vụ hiện có.

Nâng cao chất lượng dịch vụ tư vấn, triển khai các dịch vụ “Home banking”, dịch vụ ngân hàng điện thoại, dịch vụ trên Internet, hệ thống phân phối tự động hay hệ thống phân phối không người... ở trên địa bàn trung tâm, có nhiều người nước ngoài sinh sống, ngân hàng nên đẩy mạnh và phát huy dịch vụ đổi tiền. Ngân hàng có thể bố trí đội ngũ nhân viên có trình độ ngoại ngữ để vào bộ phận này. Nâng cao chất lượng dịch vụ chính là biện pháp tốt nhất để thực hiện phương châm, chiến lược của ngân hàng “ Phát triển - An toàn - Hiệu quả ”.

4.2.8. Nâng cao chất lượng sử dụng vốn huy động

Nền tảng tiền gửi càng vững chắc thì tiềm năng cho vay càng lớn và thông qua đó thu về lợi nhuận. Đến lượt mình sử dụng vốn huy động hiệu quả sẽ góp phần làm gia tăng vốn huy động và làm tăng lợi nhuận. Hoạt động huy động vốn tạo điều kiện để sử dụng vốn nhưng sử dụng vốn lại quyết định quy mô và cơ cấu vốn huy động. Hiện nay, chất lượng tín dụng của Ngân hàng được đánh giá là cao. Số nợ quá hạn qua các năm đều giảm

Đây là một cố gắng vượt bậc của ngân hàng trong nỗ lực giảm nợ quá hạn. Tuy nhiên, Ngân hàng cũng phải nâng cao chất lượng cán bộ thẩm định dự án. Ngân hàng sẽ chủ động đi tìm nguồn để cho vay chứ không phải thụ động ngồi chờ khách hàng đến với mình. Các khoản cho vay phải có tài sản đảm bảo chắc chắn. Ngân hàng có các mức lãi suất linh hoạt tùy theo kỳ hạn (ngắn, trung, dài hạn), tùy theo loại tiền và tùy theo loại khách hàng (khách hàng quen hoặc khách hàng vay lớn có thể có lãi suất thấp hơn). Việc cho vay của ngân hàng phải rất coi trọng tiêu chí an toàn. Có một vấn đề nảy sinh: nhu cầu cho vay trung và dài hạn lớn hơn nguồn vốn huy động trung và dài hạn. Để đáp ứng ngân hàng có thể lấy nguồn vốn ngắn hạn sang cho vay trung và dài hạn. Song việc đó sẽ rất nguy hiểm bởi vì việc chuyển hoán kỳ hạn nguồn

sẽ tiềm ẩn rủi ro thanh khoản và rủi ro lãi suất bởi vì nó tạo ra khe hở lãi suất (nguồn nhạy cảm lớn hơn tài sản nhạy cảm). Do đó, ngân hàng phải xác định tỷ lệ nguồn vốn ngắn hạn có thể chuyển sang cho vay trung và dài hạn. Điều này có ý nghĩa quan trọng vừa đảm bảo an toàn cho mình đồng thời làm tăng lợi nhuận.

Song song với việc cho vay, công tác thu hồi nợ cũng phải được đẩy mạnh. Ngân hàng có những biện pháp đảm bảo tiền vay. Đối với những khách hàng thực sự gặp khó khăn trong kinh doanh, có lòng tự trọng, ngân hàng có thể cùng với con nợ ngồi bàn bạc, tháo gỡ vấn đề. Đối với người vay chây ì, trốn tránh không trả nợ, ngân hàng phải mạnh tay, dứt khoát với các biện pháp như: phát mại tài sản thế chấp, đưa ra pháp luật... Ngoài hoạt động cho vay, nguồn vốn huy động của ngân hàng còn được sử dụng để đầu tư: chiết khấu trái phiếu, cho thuê, bảo lãnh... Các hoạt động này cũng mang lại uy tín và nhiều lợi nhuận cho ngân hàng. Khi ngân hàng có một lượng tiền nhàn rỗi chưa sử dụng đến, ngân hàng nên giữ dưới dạng " tài sản lỏng " như tiền gửi tại ngân hàng nhà nước, tín phiếu kho bạc để vừa có lợi nhuận vừa đảm bảo thanh khoản. Các hoạt động bảo lãnh, cho thuê, kinh doanh ngoại tệ cũng mang lại cho ngân hàng nhiều lợi nhuận, có cơ hội và tiềm năng để phát triển.

4.2.9. Tiếp tục bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên

Trong xu thế phát triển, máy móc sẽ thay thế con người. Tuy nhiên, trong bất kỳ hoàn cảnh nào, những nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp là không thể thay thế. Nhận thức được tầm quan trọng của yếu tố người trong quá trình phát triển, đã tổ chức nhiều khoá học, các lớp bồi dưỡng về nghiệp vụ... Bước sang năm 2015, các hoạt động này cần được đẩy mạnh hơn nữa.

Một trong những yếu tố làm tăng tính cạnh tranh của Ngân hàng là các nhân viên làm việc có chất lượng cao. Đó là các nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp mà các nhân viên ngân hàng đang hướng tới:

- Hiểu biết khách hàng;

- Hiểu biết nghiệp vụ;
- Hiểu biết quy trình;
- Hoàn thiện phong cách phục vụ.

Trong năm tới ngân hàng nên mạnh dạn đề bạt những cán bộ trẻ, có trình độ, năng động và phẩm chất đạo đức tốt lên nắm những chức vụ quan trọng. Ngân hàng nên rà soát, đánh giá lại năng lực cán bộ để sắp xếp, bố trí, đề bạt đúng với khả năng, sở trường của từng cán bộ. Bên cạnh đó, ngân hàng phải có chế độ thưởng, phạt rõ ràng. Đối với những nhân viên nghỉ việc hay bị khách hàng phàn nàn về thái độ giao tiếp, có những hành vi gian lận... thì ngân hàng phải xử lý đúng theo chế độ: trừ lương, cảnh cáo, kỷ luật, cách chức... Đồng thời với những nhân viên có thành tích tốt trong công tác, chấp hành đúng nội quy, có các đóng góp đặc biệt... ngân hàng nên có chế độ khen thưởng kịp thời, tương xứng với đóng góp. Chế độ thi đua khen thưởng phải được thực hiện một cách công bằng đối với toàn bộ nhân viên, không thiên vị, định kiến. Thực hiện tốt sẽ tạo ra động lực làm việc cho cán bộ công nhân viên hoàn thành và hoàn thành vượt mức chỉ tiêu kinh doanh năm vào các năm sau.

4.2.10. Tìm hiểu tập quán dân cư

Tìm hiểu thêm về nhu cầu của dân cư trên địa bàn, tiếp thị và tư vấn tới từng đối tượng khách hàng theo từng phân khúc thị trường khác nhau về tính năng nổi trội khi tiếp cận giao dịch với Ngân hàng.

Tiếp cận với khách hàng theo từng vùng thành thị và nông thôn. Mỗi một vùng có tập quán khác nhau thì áp dụng các hình thức khác nhau để thu hút khách hàng. Thông qua việc phân khúc thị trường kết hợp với chính sách khách hàng để hiểu rõ hơn về nhu cầu của khách hàng, phân khúc thị trường là một hoạt động xác định những đặc điểm chung của một nhóm đối tượng khách hàng trong thị trường tổng thể. Những đặc điểm này có thể nhận biết qua thu nhập, tuổi tác, văn hoá, các nhu cầu đặc biệt ... Mục đích của việc phân khúc thị trường là chia thị trường tổng thể thành những thị trường nhỏ

hơn, khoanh vùng được đối tượng khách hàng khác nhau, yêu cầu, sở thích cũng như các đặc tính khi giao dịch với Ngân hàng để từ đó thuận tiện cho việc ra quyết định đối với những sản phẩm, chế độ marketing hiệu quả hơn. Thông qua phân khúc thị trường, ngân hàng xác định được đối tượng khách hàng tiềm năng cần chăm sóc. Các đối tượng khác nhau có những cơ chế áp dụng sản phẩm linh hoạt khác nhau. Cụ thể:

+ Khách hàng tiềm năng là những khách hàng chưa gửi tiền tại Ngân hàng hoặc đang gửi tiền tại Ngân hàng khác nhưng khi BIDV tiếp thị và quan hệ được thì đây là những khách hàng mang lại lợi nhuận cao cho Ngân hàng được phục vụ theo chính sách khách hàng chiến lược.

+ Khách hàng hiện tại chia làm 3 loại

- Khách hàng có số dư tiền gửi lớn đem lại lợi nhuận cao cho Ngân hàng được hưởng chính sách khách: được phục vụ nhanh nhất với giá cả thấp nhất và hưởng các ưu đãi về dịch vụ khác nhiều nhất

- Khách hàng có số dư tiền gửi trung bình và có khả năng tiếp tục tăng số tiền gửi cho BIDV sẽ được phục vụ theo chính sách khách hàng ưu đãi về lãi suất tiền gửi, giảm phí dịch vụ chuyển tiền ...

- Khách hàng chưa sử dụng sản phẩm tiền gửi mới chỉ dừng lại ở sản phẩm tiền vay. Đối tượng này là khách hàng có thể đưa vào mục khách hàng tiềm năng, Ngân hàng cần tạo điều kiện giúp đỡ khách hàng về lãi suất, thủ tục để họ nhớ tới Ngân hàng khi đã hết nghĩa vụ với Ngân hàng và quay lại với Ngân hàng khi có nhu cầu mới phát sinh.

4.2.11. Cập nhật kịp thời cơ chế chính sách của nhà nước

Khách hàng là những người rất nhạy cảm với sự biến động của thị trường đặc biệt là thị trường tài chính Ngân hàng mà cơ chế chính sách điều hành của nhà nước là nhân tố quyết định đến xu hướng đầu tư của họ như đầu tư vào lĩnh vực bất động sản, vàng, chứng khoán hay ngoại tệ.

Thị trường tài chính những năm gần đây có nhiều biến động do cơ chế chính sách điều hành của nhà nước về lãi suất, tỷ giá, thuế dẫn tới hoạt động của các Ngân hàng thường xuyên phải cập nhật thông tin kịp thời để có chính sách lãi suất phù hợp.

4.3. Kiến nghị

Một trong những điều đầu tiên để đảm bảo cho hoạt động của 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 để 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 Việt nam 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 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 ngân hàng thương mại được dễ dàng. 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, cũng cần một môi trường vĩ mô ổn định thông qua kiểm chế lạm phát, ổn định tỷ giá,

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. Thông

tư 02/2013/TT-NHNN ngày 21/ 01/ 2013 có hiệu lực từ ngày 01/06/2013 về việc phân loại nợ và tiêu chuẩn trích lập dự phòng [10] chưa sát với thực tế lắm, trong điều kiện khó khăn vẫn còn đeo bám nền kinh tế trong vài năm tiếp theo, các tiêu chí phân loại nợ theo định tính và định lượng nhiều lúc không phản ánh đúng bản chất nợ của doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp có tình hình tài chính và hoạt động sản xuất kinh doanh tốt, được xếp hạng “3A” theo định tính nhưng có thời điểm doanh thu về chậm (do đối tác trì hoãn trả nợ hoặc ngân sách chậm thanh toán), nếu tổ chức tín dụng gia hạn gốc hoặc lãi, lập tức doanh nghiệp bị xếp nhóm nợ xấu với thời gian ít nhất 1 - 3 tháng.

Trên thực tế, do điều kiện kinh tế xã hội của 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 ngân hàng thương mại, trước đây khi thực hiện tái chiết khấu, ngân hàng chỉ chấp nhận các giấy tờ có giá ngắn hạn. Tạo thêm công cụ cho thị trường tài chính tiền tệ, đảm bảo tăng cường hơn nữa vai trò của hệ thống ngân hàng trong việc huy động vốn đầu tư, phát triển kinh tế và đảm bảo sự hội nhập kinh tế quốc tế là việc cần thiết.

KẾT LUẬN

Đề tài “*Giải pháp huy động vốn dân cư tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Từ Sơn*” đã đi vào nghiên cứu và giải quyết được các vấn đề sau:

Thứ nhất: Đề tài đã hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về huy động vốn dân cư tại ngân hàng thương mại. Từ đó đưa ra các chính sách thiết thực, áp dụng vào thực tiễn ngân hàng BIDV- chi nhánh Từ Sơn.

Thứ hai: Đánh giá được hiệu quả hoạt động ngân hàng BIDV chi nhánh Từ Sơn trong giai đoạn 2012- 2014 thông qua hệ thống các chỉ tiêu tín dụng, qua các số liệu tổng hợp về tình hình hoạt động huy động vốn dân cư tại ngân hàng. Nhìn chung ngân hàng đã hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch đặt ra trong thời gian qua và đạt được một số kết quả đáng ghi nhận trong bối cảnh nền kinh tế đang phục hồi sau suy thoái.

Thứ ba: Đã tìm ra các nhân tố tác động lớn đến hiệu quả huy động vốn dân cư tại ngân hàng BIDV chi nhánh Từ Sơn là “ Chính sách lãi suất, quy trình, thủ tục, phong cách phục vụ chăm sóc khách hàng...). Những hạn chế như chính sách marketing chưa bắt kịp các ngân hàng thương mại cổ phần quốc doanh, chưa linh hoạt trong việc đi thu tiền tại nơi của người gửi tiết kiệm... Vì vậy, ngân hàng BIDV cần phải có nhiều chính sách hơn nữa, không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm phát triển nhanh các sản phẩm dịch vụ, và trở thành một Ngân hàng bản lẻ đa năng hàng đầu trong lĩnh vực tài chính ngân hàng.

Đề tài đã phân tích tình hình hoạt động huy động vốn của ngân hàng dựa trên những đánh giá khách quan của khách hàng khi sử dụng các dịch vụ tại chi nhánh và từ đó cũng có một số giải pháp đối với ngân hàng BIDV chi nhánh Từ Sơn.

Thứ tư: Đưa ra được các giải pháp sau:

- Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn;
- Sử dụng linh hoạt chính sách lãi suất;
- Xây dựng các chính sách về khách hàng và giao tiếp khuếch trương;
- Xây dựng kế hoạch huy động vốn rõ ràng cho từng giai đoạn;
- Đổi mới tổ chức, quản lý cho phù hợp, hiệu quả hơn;
- Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng;
- Nâng cao chất lượng sử dụng vốn huy động;
- Bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ cho cán bộ nhân viên.
- Tìm hiểu tập quán dân cư
- Cập nhật kịp thời cơ chế chính sách của nhà nước

Từ đó có các đề xuất với cơ quan quản lý nhà nước về kinh tế, với ngân hàng nhà nước và ngân hàng BIDV.

Nhiệm vụ trong tương lai còn hết sức nặng nề và đầy thử thách song những khó khăn nhỏ còn tồn tại cũng không thể làm ảnh hưởng nhiều đến con đường phát triển, nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn của Ngân hàng. Ngân hàng BIDV chi nhánh Từ Sơn quyết tâm thực hiện đúng đắn những chủ trương đường lối đã đề ra góp phần cùng BIDV vững bước trên con đường phát triển, xứng đáng là NHTM quốc doanh hàng đầu trong hệ thống Ngân hàng Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết năm 2012, 2013, 2014 của ngân hàng BIDV Từ Sơn.
2. Báo cáo huy động tiền gửi ngân hàng BIDV Từ Sơn các năm 2012, 2013, 2014.
3. Bảng cân đối chi tiết các năm 2012, 2013, 2014 của ngân hàng BIDV Từ Sơn, tr.65.
4. Biểu lãi suất huy động theo các hình thức huy động tại phòng kế toán của ngân hàng BIDV Từ Sơn.
5. Nguyễn Đăng Dờn (2008), *Tín dụng và Ngân hàng*, NXB Thống Kê.
6. Đỗ Thị Hằng, Phạm Thị Hương Lê (2012), “ Bàn về vấn đề tăng vốn tự có của các NHTM hiện nay” , *Tạp chí ngân hàng*, (24)
7. Nguyễn Thị Hương (2012), *Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại chi nhánh ngân hàng TMCP Công thương Lạng Sơn*, Luận văn Thạc sỹ trường Đại học kinh tế TP Hồ Chí Minh.
8. Nguyễn Thị Thu Hằng (2010), “Tái điều tiết và vấn đề tăng vốn của các NHTM Cổ phần Việt Nam”, *Tạp chí ngân hàng*, (22)
9. Nguyễn Minh Kiều (2009), *Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, NXB Thống kê, tr.17.
10. Luật Ngân hàng Đan Mạch (1930)
11. Luật Ngân hàng Pháp (1941)
12. Luật các Tổ chức tín dụng Việt Nam (2004), Chương III.
13. Nguyễn Thị Mùi (2008), *Giáo trình Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, Nhà Xuất bản Tài chính.
14. Lương Thị Quỳnh Nga (2011), *Nâng cao hiệu quả huy động nguồn vốn tiền gửi tại ngân hàng TMCP xuất nhập khẩu Việt Nam*, Luận văn Thạc sỹ trường Đại học Kinh tế TP Hồ Chí Minh.
15. Nguyễn Văn Tiến (2009), *Giáo trình Tài chính - Tiền tệ ngân hàng*, NXB Thống kê.

PHỤ LỤC

PHIẾU ĐIỀU TRA KHÁCH HÀNG VỀ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ
HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN DÂN CƯ TẠI NGÂN HÀNG BIDV
CHI NHÁNH TỪ SƠN

Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn trân trọng cảm ơn Quý khách hàng đã tin tưởng và lựa chọn sử dụng dịch vụ của chúng tôi. Để nâng cao chất lượng phục vụ và đáp ứng ngày một tốt hơn yêu cầu của khách hàng, Quý khách cung cấp một số thông tin bằng cách đánh dấu (✓) vào ô vuông trong bảng dưới đây ứng với lựa chọn thích hợp nhất.

Chúng tôi cam kết những thông tin do Quý khách cung cấp sẽ được giữ bí mật và chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu để phục vụ Quý khách được tốt hơn.

I. Thông tin về Quý khách hàng

1. Quý khách hàng là				
1. Cá nhân ➡	1. Giới tính:	<input type="checkbox"/> 1. Nam	<input type="checkbox"/> 2. Nữ	
	2. Tuổi:	<input type="checkbox"/> 1. Dưới 18 tuổi <input type="checkbox"/> 2. Từ 18-35 tuổi <input type="checkbox"/> 3. Từ 36-45 tuổi <input type="checkbox"/> 4. Từ 46-60 tuổi <input type="checkbox"/> 5. Trên 60 tuổi		
	3. Lĩnh vực công tác:	<input type="checkbox"/> 1. Hành chính, SN <input type="checkbox"/> 2. Doanh nghiệp <input type="checkbox"/> 3. LL vũ trang <input type="checkbox"/> 4. HS, SV <input type="checkbox"/> 5. Hưu trí <input type="checkbox"/> 6. Khác (ghi rõ)		
II. Ý kiến đánh giá của Quý khách đối với Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển chi nhánh Từ Sơn				
2. Anh chị đã sử dụng sản phẩm của BIDV?				
<input type="checkbox"/> 1. Đã sử dụng		<input type="checkbox"/> 2. Chưa sử dụng		
3. Tên các sản phẩm sử dụng.				
<input type="checkbox"/> 1. Tiết kiệm	<input type="checkbox"/> 2. Thẻ ATM	<input type="checkbox"/> 3. TK thanh toán	<input type="checkbox"/> 4. Vay vốn	<input type="checkbox"/> 5. Dịch vụ khác
4. Trục sở (địa điểm) giao dịch				
<input type="checkbox"/> 1. Rất khang trang	<input type="checkbox"/> 2. Khang trang	<input type="checkbox"/> 3. Bình thường	<input type="checkbox"/> 4. Kém	<input type="checkbox"/> 5. Rất kém
5. Phương tiện, máy móc thiết bị/ máy ATM				
<input type="checkbox"/> 1. Rất tốt	<input type="checkbox"/> 2. Tốt	<input type="checkbox"/> 3. Bình thường	<input type="checkbox"/> 4. Kém	<input type="checkbox"/> 5. Rất kém

6. Tiện ích, chất lượng sản phẩm dịch vụ				
1. Rất tốt	2. Tốt	3. Bình thường	4. Kém	5. Rất kém
7. Hồ sơ, thủ tục giao dịch				
1. Nhiều, phức tạp	2. Bình thường	3. Ít, đơn giản		
8. Thời gian làm việc				
1. Hợp lý	2. Chưa hợp lý	-> Cần tăng thêm	1. Giờ giao dịch	2. Ngày giao dịch
9. Thời gian chờ đợi, thực hiện giao dịch				
1. Rất nhanh	2. Nhanh	3. Bình thường	4. Chậm	5. Rất chậm
9.1 Lãi suất tiền gửi so với ngân hàng khác				
1. Quá cao	2. Cao	3. Bình thường	4. Thấp	5. Rất thấp
9.2 Lãi suất tiền vay so với ngân hàng khác				
1. Quá cao	2. Cao	3. Bình thường	4. Thấp	5. Rất thấp
9.3 Phí dịch vụ so với ngân hàng khác				
1. Quá cao	2. Cao	3. Bình thường	4. Thấp	5. Rất thấp
10. Phong cách, thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng				
1. Nhiệt tình	2. Bình thường	3. Chưa nhiệt tình		
11. Công tác tiếp thị, khuyến trương sản phẩm, dịch vụ				
1. Hấp dẫn	2. Bình thường	3. Chưa hấp dẫn		
12. Công tác chăm sóc khách hàng				
1. Tốt	2. Bình thường	3. Chưa tốt		
13. Mức độ hài lòng của Quý khách khi giao dịch với Chi nhánh				
1. Rất hài lòng	2. Hài lòng	3. Bình thường	4. Không hài lòng	5. Rất không hài lòng
14. Những ý kiến đóng góp (nếu có) với NH BIDV/Chi nhánh				
1. Nhu cầu về sản phẩm, dịch vụ mới (ghi cụ thể)				
.....				
2. Sản phẩm, dịch vụ hiện có cần cải tiến (ghi cụ thể)				
.....				
3. Ý kiến khách hàng đã từng sử dụng sản phẩm giờ không sử dụng nữa.				
.....				
3. Ý kiến khác (ghi cụ thể)				
.....				

Nếu có thể, xin Quý khách vui lòng cho biết Quý danh

Họ và tên:

Điện thoại liên hệ:

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của Quý khách!