

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ NỘI VỤ

...../.....

...../.....

HỌC VIỆN HÀNH CHÍNH QUỐC GIA

ĐẶNG NỮ HÀ MY

**HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM
CHI NHÁNH THỪA THIÊN HUẾ**

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

THỪA THIÊN HUẾ - NĂM 2017

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ NỘI VỤ

...../.....

...../.....

HỌC VIỆN HÀNH CHÍNH QUỐC GIA

ĐẶNG NỮ HÀ MY

**HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM
CHI NHÁNH THỪA THIÊN HUẾ**

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

Chuyên ngành : Tài chính - Ngân hàng

Mã số : 60 34 02 01

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

TS. NGUYỄN NGỌC CHÂU

THỪA THIÊN HUẾ - NĂM 2017

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của tôi, được hoàn thành sau quá trình học tập và nghiên cứu thực tiễn, dưới sự hướng dẫn của TS. Nguyễn Ngọc Châu.

Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng. Các lập luận, phân tích, đánh giá được đưa ra trên quan điểm cá nhân sau khi nghiên cứu.

Luận văn không sao chép, không trùng lặp với bất kỳ nghiên cứu khoa học đã được công bố nào.

Học viên

Đặng Nữ Hà My

MỤC LỤC

trang

Trang phụ bìa	
Lời cam đoan	
Mục lục	
Danh mục các chữ viết tắt	
Danh mục các bảng	
Danh mục các biểu đồ, sơ đồ	
MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài luận văn (tính cấp thiết của đề tài luận văn)	1
2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận văn	3
3. Mục đích và nhiệm vụ của luận văn	4
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận văn	5
5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu của luận văn.....	5
6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận văn.....	6
7. Kết cấu của luận văn	7
Chương 1:CƠ SỞ KHOA HỌC VỀ HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	8
1.1. Khái quát về Ngân hàng thương mại trong nền kinh tế thị trường	8
1.1.1. Khái niệm về Ngân hàng thương mại.....	8
1.1.2. Vai trò của Ngân hàng thương mại với sự phát triển của nền kinh tế	9
1.1.3. Các nghiệp vụ cơ bản của Ngân hàng thương mại	11

1.1.4. Nguồn vốn và nghiệp vụ huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại.....	12
1.2. Nguồn vốn tiền gửi và vai trò của nguồn vốn tiền gửi	14
1.2.1. Khái niệm nguồn vốn tiền gửi (VTG)	14
1.2.2. Các loại hình tiền gửi.....	14
1.2.3. Vai trò của nguồn vốn tiền gửi	17
1.3. Các nhân tố tác động đến hoạt động huy động nguồn vốn tiền gửi.....	19
1.3.1. Nhân tố chủ quan	19
1.3.2. Nhân tố khách quan	23
1.4. Các chỉ tiêu đo lường hiệu quả huy động nguồn vốn tiền gửi của Ngân hàng thương mại	24
1.4.1. Khái niệm.....	24
1.4.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tiền gửi	25
1.5. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của một số ngân hàng trên thế giới và trong nước, bài học cho BIDV	33
1.5.1. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của một số ngân hàng trên thế giới....	33
1.5.2. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của một số Ngân hàng thương mại trong nước	34
1.5.3. Bài học kinh nghiệm cho BIDV	37
Tóm tắt chương 1	39

**Chương 2: THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT
NAM CHI NHÁNH THỪA THIÊN HUẾ40**

**2.1. Giới thiệu về ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam –
Chi nhánh Thừa Thiên Huế.....40**

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư
và Phát triển Việt Nam40

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư
và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Thừa Thiên Huế (gọi tắt là BIDV Huế)41

2.1.3. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển
Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế.....42

2.1.4. Môi trường hoạt động kinh doanh của Chi nhánh45

2.1.5. Kết quả hoạt động của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển
Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2014 – 2016.....48

**2.2. Thực trạng và hiệu quả công tác huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương
mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế60**

2.2.1. Chiến lược huy động vốn tiền gửi của ngân hàng60

2.2.2. Quy mô huy động vốn tiền gửi và tốc độ tăng trưởng vốn tiền gửi61

2.2.3. Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi.....63

2.2.4. Hiệu quả huy động vốn tiền gửi của BIDV Thừa Thiên Huế.....74

**2.3. Đánh giá hiệu quả công tác huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ
phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế.....84**

2.3.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân84

2.3.2. Những mặt còn hạn chế và nguyên nhân.....	87
Tóm tắt chương 2	88
Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH THỪA THIÊN HUẾ.....	89
3.1. Định hướng phát triển chung đến năm 2020 với tầm nhìn năm 2030 của BIDV	89
3.2. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh chung của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế	91
3.3. Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tiền gửi của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế	94
3.4. Các giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế	95
3.4.1. Nâng cao tính chủ động trong công tác huy động vốn tiền gửi để phát triển nguồn vốn	96
3.4.2. Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn tiền gửi, đặc biệt là nguồn vốn trung - dài hạn	97
3.4.3. Tăng cường hoạt động chiến lược marketing	99
3.4.4. Xây dựng chính sách khách hàng	102
3.4.5. Tăng cường đào tạo, nâng cao trình độ cho cán bộ công nhân viên ngân hàng.....	103
3.4.6. Nâng cao chất lượng dịch vụ	105
3.5. Một số kiến nghị.....	106

3.5.1. Kiến nghị đối với Chính phủ	106
3.5.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước (NHNN).....	107
3.5.3. Kiến nghị đối với chính quyền địa phương	109
3.5.4. Kiến nghị đối với Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam.....	109
Tóm tắt chương 3	111
KẾT LUẬN	112
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	114

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Diễn giải
ATM	Automatic Teller Machine (Máy rút tiền tự động)
BIDV Huế	Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế
CN	Chi nhánh
CNH - HĐH	Công nghiệp hóa - Hiện đại hóa
ĐVT	Đơn vị tính
HĐ	Hoạt động
HĐV	Huy động vốn
HĐKD	Hoạt động kinh doanh
NH	Ngân hàng
NHNN	Ngân hàng Nhà Nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NH TMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
SXKD	Sản xuất kinh doanh
TCKT	Tổ chức kinh tế
TG KKH	Tiền gửi không kỳ hạn
VTG	Vốn tiền gửi

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế năm 2014 – 2016.....	49
Bảng 2.2: Doanh số huy động vốn tiền gửi của BIDV Huế năm 2014 - 2016	52
Bảng 2.3: Tình hình huy động vốn tiền gửi tại BIDV Huế năm 2014 - 2016	53
Bảng 2.4: Hoạt động sử dụng vốn tại BIDV Huế giai đoạn 2014 - 2016.....	56
Bảng 2.5: Kết quả hoạt động dịch vụ của BIDV Huế giai đoạn 2014 - 2016.....	59
Bảng 2.6: Quy mô huy động vốn tiền gửi giai đoạn 2014 - 2016.....	62
Bảng 2.7: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo kì hạn giai đoạn 2014-2016	64
Bảng 2.8: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo đối tượng giai đoạn 2014 - 2016.....	69
Bảng 2.9: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo loại tiền giai đoạn 2014-2016	72
Bảng 2.10: Chi phí trả lãi tiền gửi giai đoạn 2014 - 2016.....	76
Bảng 2.11: Chỉ tiêu chi phí huy động vốn tiền gửi trên tổng chi phí 2014 - 2016 ...	78
Bảng 2.12: Khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn tiền gửi năm 2014 - 2016.....	80

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ

Biểu đồ

Biểu đồ 2.1: Cơ cấu VTG huy động phân theo loại tiền năm 2014-2016	54
Biểu đồ 2.2: Cơ cấu VTG huy động phân theo nguồn năm 2014-2016	55
Biểu đồ 2.3: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo kì hạn giai đoạn 2014-2016	66
Biểu đồ 2.4: Cơ cấu vốn tiền gửi theo đối tượng giai đoạn 2014-2016.....	71
Biểu đồ 2.5: Cơ cấu vốn tiền gửi theo loại tiền giai đoạn 2014 - 2016	73
Biểu đồ 2.6: Chi phí trả lãi tiền gửi giai đoạn 2014-2016	76
Biểu đồ 2.7: Chi phí huy động vốn tiền gửi và tổng chi phí năm 2014-2016.....	79

Sơ đồ

Sơ đồ 2.1: Tổ chức bộ máy quản lý tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Chi nhánh Thừa Thiên Huế.....	42
---	----

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài luận văn (tính cấp thiết của đề tài luận văn)

Ngân hàng thương mại được ví như là hệ thần kinh trung ương của nền kinh tế, là dấu hiệu báo trước trạng thái sức khỏe của nền kinh tế. Hoạt động của các ngân hàng có ổn định, thì nền kinh tế mới mạnh. Ngược lại, nếu các ngân hàng suy yếu, nền kinh tế tất sẽ yếu kém. Thậm chí, nếu ngân hàng đổ vỡ, phá sản, nền kinh tế sẽ lâm vào tình trạng khủng hoảng và sụp đổ. Đối với một tổ chức kinh doanh tiền tệ là Ngân hàng mà nói, hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi của khách hàng và cho vay từ số tiền huy động được, đồng thời thực hiện các dịch vụ ngân hàng khác, do vậy vai trò của nguồn vốn càng trở nên đặc biệt quan trọng.

Hoạt động của NHTM gắn liền với các cơ chế, chính sách trong nền kinh tế. Trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa như nước ta hiện nay, NHTM đóng vai trò vô cùng quan trọng, vừa thể hiện vai trò trung gian trong quá trình luân chuyển vốn, vừa là nhà đầu tư, vừa là đòn bẩy thúc đẩy nền kinh tế xã hội, giúp đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa hiện đại hóa đất nước. Các NHTM ngày càng đa dạng hóa các hoạt động nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu của thị trường, tuy nhiên hoạt động truyền thống và quan trọng nhất đối với mỗi NHTM là hoạt động huy động vốn. Đây là hoạt động ảnh hưởng trực tiếp tới tất cả các hoạt động còn lại, có vai trò quyết định đến kết quả kinh doanh của mỗi ngân hàng.

Ở Việt Nam hiện nay, vấn đề vốn đang là đòi hỏi cấp bách trong sự nghiệp công nghiệp hoá và hiện đại hoá của nước ta. Nó đóng vai trò quyết định đến sự tăng trưởng và phát triển kinh tế đất nước. Để đáp ứng nhu cầu vốn cho nền kinh tế, nước ta cần phải có các biện pháp, chính sách nhằm huy động tối đa nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế. Ở nước ta thị trường chứng khoán chưa phát triển do vậy lượng vốn huy động được bằng con đường tài chính trực tiếp thông qua phát hành cổ phiếu, trái phiếu và các giấy tờ có giá khác còn rất nhỏ so với nhu cầu vốn của nền kinh tế. Do vậy quá trình nhận và truyền vốn trên thị trường chủ yếu được thực hiện thông qua các ngân hàng thương mại và thị trường tín dụng. Có thể nói ở Việt Nam

hơn 80% lượng vốn trong nền kinh tế là do hệ thống ngân hàng cung cấp. Như vậy công tác huy động vốn của ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế nói chung và trong hoạt động của ngân hàng nói riêng.

Trên thực tế Việt Nam vẫn chưa huy động hết mọi nguồn vốn có thể huy động, mặc dù thiếu vốn để đầu tư cho nền kinh tế nhưng thực tế lượng vốn trong nước (đặc biệt là nguồn vốn trong dân cư) và quốc tế là rất lớn mà chúng ta vẫn chưa khai thác hiệu quả. Do đó, với vai trò trung gian tài chính của mình thì các tổ chức tài chính như Ngân hàng thương mại cần phải có những chiến lược và giải pháp huy động vốn sao cho có hiệu quả, đáp ứng tốt nhu cầu về vốn cho nền kinh tế. Vấn đề huy động vốn tiền gửi sao cho hiệu quả luôn khiến các nhà quản trị ngân hàng phải đau đầu, nhất là trong tình hình chính trị và kinh tế thế giới có nhiều bất ổn như hiện nay, đã tác động đến tâm lý và thói quen tiêu dùng của người gửi tiền và gây ảnh hưởng không tốt đến công tác huy động vốn của ngân hàng. Bên cạnh đó, các ngân hàng hiện nay đang trong một cuộc chạy đua khốc liệt - cạnh tranh về vốn, nguồn nhân lực, chất lượng dịch vụ và công nghệ, nhằm gia tăng hiệu quả hoạt động, gia tăng thị phần, tối đa hóa lợi nhuận. Để duy trì hoạt động và phục vụ cho mục đích kinh doanh, ngân hàng cần một lượng vốn rất lớn. Nguồn vốn các ngân hàng huy động được xuất phát từ nhiều nguồn khác nhau, nhưng nguồn vốn chủ yếu vẫn là nguồn tiền gửi từ các tổ chức kinh tế và khu vực dân cư.

Chính vì vậy, việc tiếp tục nghiên cứu để đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện và phát triển hoạt động huy động vốn trong các Ngân hàng thương mại sẽ có ý nghĩa rất to lớn cả về mặt lý luận lẫn và thực tiễn. Xuất phát từ những nhận thức trên kết hợp với thực tiễn ở đơn vị công tác là Ngân hàng TMCP Đầu tư phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế, tôi quyết định lựa chọn nghiên cứu đề tài: ***“Hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế”*** nhằm tìm hiểu về thực trạng hoạt động huy động vốn tiền gửi tại đây, qua đó phân tích và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động huy động vốn của Chi nhánh, từ đó làm cơ sở cho việc đề xuất một số giải pháp cụ thể

và thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Đầu tư phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế.

2. Tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận văn

Đã có rất nhiều tác giả nghiên cứu về hoạt động huy động vốn ở ngân hàng và tiếp cận ở các góc độ khác nhau. Một vài đề tài đã được các tác giả nghiên cứu trong thời gian qua như:

- Trần Thanh Trúc (2009), phân tích thực trạng và một số giải pháp nâng cao khả năng huy động vốn tại NH TMCP Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Cần Thơ. Tác giả đã phân tích rõ thực trạng hoạt động huy động vốn tại Chi nhánh, kết hợp với việc xem xét các hoạt động kinh doanh khác có mối liên hệ chặt chẽ với hoạt động huy động vốn, từ đó đề ra một số giải pháp cụ thể để nâng cao khả năng thu hút nguồn vốn tại đây.

- Nguyễn Thị Trúc Ly (2013), tìm hiểu về giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại BIDV huyện Tam Nông – Đồng Tháp. Tác giả tập trung làm rõ vai trò của các NHTM trong sự vận động của nền kinh tế, và đặc biệt nhấn mạnh tầm quan trọng của nguồn vốn huy động cho sự phát triển của mỗi NHTM nói riêng và sự thịnh vượng của toàn nền kinh tế nói chung. Từ đó, xem xét tình hình huy động vốn thực tế tại BIDV huyện Tam Nông – Đồng Tháp và đề xuất một số kiến nghị để gia tăng lượng vốn huy động phục vụ cho hoạt động kinh doanh tiền tệ của mình.

- Nguyễn Thị Nhung (2013), bàn về giải pháp để nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại ngân hàng TMCP Á Châu – chi nhánh Quảng Ninh. Bài viết đi sâu vào làm rõ các vấn đề liên quan đến hoạt động huy động vốn nói chung tại các NHTM và khẳng định sự cần thiết phải tập trung cho việc nâng cao hiệu quả huy động nguồn vốn tiền gửi, bởi đây là nền tảng căn bản để các ngân hàng thực hiện các hoạt động kinh doanh khác. Từ đó đánh giá về thực trạng huy động vốn tại ngân hàng TMCP Á Châu – chi nhánh Quảng Ninh, những điểm mạnh và điểm yếu đang

có, làm cơ sở nêu ra những giải pháp cho các vấn đề còn tồn tại nhằm gia tăng sức cạnh tranh với các ngân hàng khác trong vấn đề huy động vốn.

- Võ Huy Toàn (2014), nghiên cứu về vấn đề nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi trong dân cư cho đầu tư phát triển tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Quảng Bình. Tác giả đã đi vào phân tích cụ thể cơ sở lý luận và thực tiễn về hoạt động huy động vốn tiền gửi cũng như hiệu quả huy động vốn tiền gửi trong dân cư của các NHTM, từ đó làm cơ sở đi sâu vào phân tích, đánh giá thực trạng về hiệu quả huy động vốn trong dân cư tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển – chi nhánh Quảng Bình, và cuối cùng quan trọng hơn hết là dựa vào những ưu điểm cũng như hạn chế còn tồn tại để đề ra giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại đây.

Với mục tiêu nghiên cứu về hiệu quả huy động vốn tiền gửi, trong đề tài này, tác giả nghiên cứu tổng quát về công tác huy động vốn tiền gửi, các tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả huy động vốn tiền gửi, phân tích thực trạng hoạt động, chất lượng huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Thừa Thiên Huế, từ đó đề xuất một số giải pháp mang tính thực tiễn cao nhằm thúc đẩy hoạt động huy động vốn tiền gửi tại đây. Đề tài tiếp cận hoạt động huy động vốn tiền theo một cách mới không trùng lặp với các đề tài đã được công bố.

3. Mục đích và nhiệm vụ của luận văn

3.1. Mục đích: Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và tổng kết thực tiễn về hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi tại các NHTM nói chung và tại Ngân hàng TMCP Đầu tư phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế nói riêng, để đề xuất ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi cho BIDV Huế.

3.2. Nhiệm vụ:

- Hệ thống hoá cơ sở lý luận về hoạt động huy động vốn tiền gửi và đánh giá hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi tại các Ngân hàng thương mại hiện nay.
- Phân tích thực trạng hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu

tư phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế..

- Đề xuất các giải pháp cụ thể, hợp lý nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận văn

- **Đối tượng nghiên cứu:** Hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế dựa trên các yếu tố: quy mô, cơ cấu, chi phí vốn tiền gửi và khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn tiền gửi thông qua phân tích cụ thể các số liệu của Chi nhánh trong 3 năm 2014 – 2016.

- **Phạm vi nghiên cứu:** Nghiên cứu trong phạm vi Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế thuộc địa bàn thành phố Huế, tỉnh Thừa Thiên Huế. Các số liệu liên quan đến hoạt động huy động vốn tại Chi nhánh được tập hợp qua 3 năm từ 2014 đến 2016. Luận văn chỉ tập trung nghiên cứu về hoạt động huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế, không đi sâu vào các hoạt động huy động vốn khác tại Chi nhánh.

5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu của luận văn

5.1. Phương pháp luận: Dựa trên phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, kết hợp với việc sử dụng hệ thống những khái niệm, quan điểm, những định nghĩa cơ bản và cụ thể liên quan đến hoạt động kinh doanh của một NHTM nói chung và hoạt động huy động vốn tiền gửi nói riêng, từ đó làm cơ sở và nền tảng cho việc phân tích các số liệu phục vụ cho quá trình nghiên cứu và đưa ra kết luận phù hợp.

5.2. Phương pháp nghiên cứu:

- Thu thập số liệu: Sử dụng số liệu từ nguồn số liệu do Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế cung cấp trong giai đoạn 2014 – 2016 và các số liệu thu thập từ sách, báo, tạp chí ngân hàng, internet,...;

Báo cáo kết quả kinh doanh của BIDV Huế; Bảng cân đối kế toán của BIDV Huế; Một số tài liệu khác liên quan đến BIDV Huế.

- Phân tích số liệu: Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong luận văn là thu thập dữ liệu, tổng hợp, phân tích và so sánh, một cách cụ thể các tài liệu thu thập sẽ được phân tích bằng các phương pháp chỉ số, phương pháp so sánh tương ứng với những chỉ tiêu khác nhau, phương pháp tổng hợp với các kỹ thuật phân tích thống kê và một số phương pháp khác. Từ kết quả thu được, có thể đưa ra những nhận xét về thực trạng hiệu quả hoạt động huy động vốn và đề xuất các giải pháp phù hợp giúp khắc phục những điểm yếu và phát huy những điểm mạnh đang có.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận văn

6.1. Ý nghĩa lý luận của luận văn

Luận văn cung cấp một cái nhìn cụ thể về hệ thống các quan điểm, các khái niệm liên quan đến hoạt động kinh doanh của một NHTM nói chung và hoạt động huy động vốn tiền gửi nói riêng, giúp những người mới ban đầu tiếp cận hiểu hơn một cách khái quát về các hoạt động của một NHTM, đặc biệt là hoạt động huy động vốn tiền gửi – đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình hoạt động kinh doanh của một ngân hàng.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn của luận văn

Qua quá trình nghiên cứu đề tài có thể rút ra những nhận định cụ thể về thực trạng huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế trong giai đoạn từ 2014 – 2016, từ đó thấy được những điểm mạnh nên phát huy và những điểm yếu cần phải khắc phục, làm cơ sở cho việc đề ra một số giải pháp khả thi nhằm góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tiền gửi tại Chi nhánh, từ đó tạo điều kiện để phát triển các hoạt động kinh doanh và đầu tư khác, thúc đẩy sự lớn mạnh của Chi nhánh trong tương lai.

7. Kết cấu của luận văn

Đề tài gồm 3 phần chính là phần Mở đầu, phần Nội dung và phần Kết luận, ngoài ra còn có phần Mục lục và Tài liệu tham khảo. Trong phần Nội dung gồm có 3 chương:

Chương 1: Cơ sở khoa học về hoạt động huy động vốn tiền gửi của Ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng hoạt động và hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế.

Chương 3: Một số giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế.

Chương 1:

CƠ SỞ KHOA HỌC VỀ HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái quát về Ngân hàng thương mại trong nền kinh tế thị trường

1.1.1. Khái niệm về Ngân hàng thương mại

Hệ thống NHTM ra đời được coi là kết quả lâu dài của quá trình hình thành và phát triển của kinh tế hàng hóa, của quan hệ hàng hóa tiền tệ. Ở nhiều nước tuy khái niệm về NHTM có những đặc điểm khác nhau nhưng đều cho rằng NHTM là một doanh nghiệp chuyên kinh doanh tiền tệ, là tổ chức trung gian tài chính, dẫn vốn từ nơi thừa đến nơi thiếu vốn.

Ở Việt Nam trong Pháp lệnh Ngân hàng, HTX tín dụng và Công ty tài chính năm 1990 có đưa ra khái niệm: “*Ngân hàng thương mại là tổ chức kinh doanh tiền tệ, mà hoạt động thường xuyên và chủ yếu là nhận tiền gửi của khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện các nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán*”.

Theo Luật các tổ chức tín dụng (Luật số 02/1997/QH10) - Điều 20: “*Ngân hàng thương mại là loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện toàn bộ hoạt động kinh doanh khác có liên quan*”. Trong đó “*hoạt động Ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ Ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi, sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng các dịch vụ thanh toán*”.

* Đặc điểm của NHTM:

Một là: NHTM là một doanh nghiệp kinh doanh kiếm lời cho nên hoạt động của nó nhằm mục đích chủ yếu là theo đuổi lợi nhuận. Hoạt động kinh doanh của NHTM là một loại hình kinh doanh đặc thù với chất liệu kinh doanh chủ yếu là quyền sử dụng các khoản tiền, sản phẩm của NHTM có đặc tính phi vật chất, hoạt động của nó gắn liền với quá trình vận động và lưu thông tiền tệ.

Hai là: Hoạt động NHTM là hình thức kinh doanh có độ rủi ro cao hơn so với các hình thức kinh doanh khác và thường có ảnh hưởng sâu sắc, liên quan đến các ngành khác và cả nền kinh tế. Do đó, để tránh rủi ro đáng tiếc xảy ra, nhằm kiểm

soát và làm giảm nhẹ những tổn hại do ngân hàng vỡ nợ gây ra, Chính phủ các quốc gia đặt ra những đạo luật riêng nhằm đảm bảo cho hoạt động của ngân hàng được vận hành an toàn và hiệu quả.

Ba là: NHTM là một trung gian tài chính điển hình. Điều này được thể hiện từ trên hai phương diện:

- NHTM là trung gian giữa những người có vốn và người cần vốn.
- NHTM là trung gian giữa ngân hàng trung ương (NHTW) với công chúng và nền kinh tế.

1.1.2. Vai trò của Ngân hàng thương mại với sự phát triển của nền kinh tế

Trong giai đoạn khởi đầu của quá trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa (CNH-HĐH) nước ta, Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, nền kinh tế còn nghèo nàn lạc hậu. Các đơn vị kinh tế cần có vốn để đổi mới trang thiết bị, đào tạo nhân lực cải tiến chất lượng hàng hóa dịch vụ, đẩy mạnh hoạt động kinh doanh sản xuất... Điều đó phải đòi hỏi một lượng vốn đủ lớn để đáp ứng nhu cầu đầu tư phát triển, đủ khả năng tài trợ cho các dự án có quy mô lớn và thời gian đầu tư dài. Để đạt tới mục tiêu trở thành một nước công nghiệp vào năm 2020, việc tăng cường tìm kiếm nguồn vốn từ các nguồn khác nhau phục vụ cho sự nghiệp CNH - HĐH là một tất yếu.

Trong thời gian tới việc huy động vốn phục vụ cho sự phát triển của nền kinh tế chủ yếu được thực hiện qua các trung gian tài chính mà đặc biệt là các NHTM. Vì vậy hoạt động ngân hàng là yếu tố quan trọng thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Ta có thể kể đến một số vai trò quan trọng của ngân hàng thương mại như sau:

Thứ nhất: NHTM với hoạt động huy động vốn và cho vay đã giải quyết sự thiếu vốn tạm thời của nền kinh tế, giúp các doanh nghiệp có điều kiện sản xuất kinh doanh. NHTM đóng một vai trò to lớn trong việc thu hút, huy động, tích tụ và tập trung các nguồn tài chính nhàn rỗi trong nền kinh tế, góp phần quan trọng tài trợ cho nhu cầu về vốn trong quá trình sản xuất kinh doanh. Ngân hàng có khả năng chuyên hóa các khoản tiền gửi nhỏ lẻ và có thời hạn ngắn thành khoản tín dụng lớn có thời hạn dài hơn, tài trợ kịp thời cho nhu cầu đầu tư phát triển kinh tế xã hội.

Thứ hai: Hoạt động của các NHTM góp phần tăng cường hiệu quả kinh doanh

của các doanh nghiệp qua đó góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Với chức năng trung gian thanh toán, NHTM đã rút ngắn tốc độ lưu thông hàng hóa tiền tệ trong nền kinh tế. Với hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt của ngân hàng đã làm giảm cả thời gian và chi phí thanh toán, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Bên cạnh đó, hoạt động tín dụng của ngân hàng là sự vận dụng trên cơ sở hoàn trả và có lợi tức. Qua lãi suất tín dụng ngân hàng thì các doanh nghiệp phải tăng cường công tác hạch toán, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, giảm chi phí tăng khả năng sinh lời... để có thể hoàn trả lãi vay và hoàn vốn cho ngân hàng mà vẫn thu được lợi nhuận. Ngoài ra, công tác thẩm định chỉ cho vay hoặc đầu tư với những dự án có hiệu quả của ngân hàng đã buộc các doanh nghiệp phải tìm kiếm phương án sản xuất tối ưu, bố trí sản xuất hợp lý để có cơ hội vay vốn ngân hàng và đây là điều kiện để các doanh nghiệp sử dụng vốn vay một cách hiệu quả.

Thứ ba: NHTM bằng hoạt động của mình đã giúp phân bổ vốn giữa các vùng khác nhau trong một quốc gia. Trong điều kiện Việt Nam, do sự khác nhau về điều kiện địa lý, tự nhiên và con người mà có sự chênh lệch về sự phát triển kinh tế - xã hội giữa các tỉnh, thành phố; giữa miền xuôi và miền ngược; giữa khu vực nông thôn và thành thị. Nhờ hoạt động của mình và thông qua mạng lưới các chi nhánh, NHTM sẽ đứng ra điều hòa vốn, thu hút những nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế rồi đầu tư và cho vay ở những nơi thiếu vốn, từ đó góp phần rút ngắn sự chênh lệch về phát triển kinh tế giữa các vùng.

Thứ tư: Ngân hàng hoạt động có hiệu quả góp phần thực hiện các mục tiêu của chính sách tiền tệ quốc gia như ổn định giá cả, kiềm chế lạm phát, tạo công ăn việc làm và tăng trưởng kinh tế. Việc hoạch định các chính sách tiền tệ thuộc về NHTW nhưng để thực hiện được tốt các chính sách tiền tệ đó thì cần phải thông qua hệ thống các NHTM và các định chế tài chính trung gian khác. Các NHTM đóng vai trò các trung gian tài chính trong nền kinh tế. Vì vậy hoạt động của chúng có ảnh hưởng to lớn tới các chính sách kinh tế cũng như hoạt động của nền kinh tế.

Thứ năm: NHTM là cầu nối giữa các nước, tạo môi trường quyết định phát triển

ngoại thương, công nghiệp của các ngành liên quan. Để phù hợp với xu thế toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới, hoạt động của NHTM cần được mở rộng, nhằm thúc đẩy cho việc mở rộng hoạt động kinh tế trong nước, tạo điều kiện hòa nhập với nền kinh tế trong khu vực và trên toàn cầu.

Với hoạt động rộng khắp của mình, các NHTM có khả năng huy động vốn từ các cá nhân và tổ chức nước ngoài góp phần bảo đảm nguồn vốn cho sự nghiệp CNH - HĐH đất nước. Đồng thời giúp các doanh nghiệp xâm nhập thị trường quốc tế một cách thuận tiện, hiệu quả hơn và có khả năng cao nhờ hoạt động thanh toán quốc tế, bảo lãnh, tài trợ xuất nhập khẩu. NHTM là một loại hình doanh nghiệp đặc biệt trong nền kinh tế, không chỉ tạo ra lợi nhuận cho xã hội mà còn thúc đẩy kinh tế của mỗi quốc gia phát triển.

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

1.1.3.1. Nghiệp vụ huy động vốn

NHTM huy động vốn dưới các hình thức sau: Nhận tiền gửi của tổ chức, cá nhân và các tổ chức tín dụng khác dưới hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và các loại tiền gửi khác; Phát hành chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu và giấy tờ có giá khác để huy động vốn của tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước; Vay vốn của các tổ chức tín dụng khác hoạt động tại Việt Nam và của tổ chức tín dụng nước ngoài; Vay vốn ngắn hạn của NHNN...

1.1.3.2. Nghiệp vụ tín dụng

NHTM cấp tín dụng cho tổ chức, cá nhân dưới các hình thức sau: *Cho vay trực tiếp (Loans)* bao gồm cho vay ngắn, trung, dài hạn hoặc cho vay có bảo đảm, cho vay bằng tín chấp hoặc cho vay có tính chất sản xuất kinh doanh và cho vay tiêu dùng; *Chiết khấu chứng từ có giá (Discount)* tức là người vay tạm thời chuyển nhượng quyền sở hữu chứng từ có giá chưa đáo hạn cho ngân hàng để lấy một số tiền nhỏ hơn mệnh giá; *Bao thanh toán* là dịch vụ do công ty con của Ngân hàng thực hiện trong đó ngân hàng sẽ đứng ra mua nợ trên cơ sở hóa đơn, chứng từ của người bán hàng, nhờ đó người bán có được tiền ngay để đáp ứng nhu cầu, khi đến hạn người mua phải thanh toán toàn bộ; *Cho thuê tài chính (Financial Leasing)* là

loại hình tài trợ dưới hình thức cho thuê máy móc, thiết bị theo yêu cầu của người đi thuê và được thực hiện qua công ty con của NHTM (công ty cho thuê tài chính); *Bảo lãnh ngân hàng (Bank Guarantee)* là hình thức tín dụng bằng chữ ký, nhờ chứng thư bảo lãnh của ngân hàng mà người được bảo lãnh có thể ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh tế một cách thuận lợi.

1.1.3.3. Nghiệp vụ cung ứng các dịch vụ ngân hàng

Cung cấp các phương tiện thanh toán; Thực hiện các dịch vụ thanh toán trong nước cho khách hàng; Thực hiện dịch vụ thu hộ và chi hộ; Thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định của NHNN; Thực hiện dịch vụ thanh toán quốc tế khi được NHNN cho phép; Thực hiện dịch vụ thu và phát tiền mặt cho khách hàng; Tổ chức hệ thống thanh toán nội bộ và tham gia hệ thống thanh toán liên ngân hàng; Tham gia hệ thống thanh toán quốc tế khi được NHNN cho phép.

1.1.3.4. Các hoạt động khác

Góp vốn và mua cổ phần của các doanh nghiệp và tổ chức tín dụng khác; Góp vốn, mua cổ phần và liên doanh với ngân hàng nước ngoài; Tham gia thị trường tiền tệ thông qua hình thức mua bán các công cụ của thị trường tiền tệ; Kinh doanh ngoại hối bằng cách trực tiếp kinh doanh hoặc thành lập công ty trực thuộc; Ủy thác và nhận ủy thác trong các lĩnh vực liên quan đến hoạt động ngân hàng, kể cả việc quản lý tài sản, vốn đầu tư của tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước; Cung ứng dịch vụ bảo hiểm bằng cách thành lập riêng hoặc thành lập công ty liên doanh để kinh doanh bảo hiểm; Tư vấn tài chính, cung ứng qua hình thức tư vấn trực tiếp hoặc thành lập công ty tư vấn trực thuộc; Bảo quản vật quý giá như tài sản quý, giấy tờ có giá, cho thuê tủ két, cầm cố và các dịch vụ khác.

1.1.4. Nguồn vốn và nghiệp vụ huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại

1.1.4.1. Nguồn vốn của Ngân hàng thương mại

Các nhà kinh tế học đã đưa ra khái niệm về vốn của NHTM như sau: “*Nguồn vốn của ngân hàng thương mại là những giá trị tiền tệ do bản thân ngân hàng thương mại tạo lập hoặc huy động được dùng để cho vay, đầu tư hoặc thực hiện*

các dịch vụ kinh doanh khác” [4, tr.11-12].

Khái niệm đó đã nói lên đầy đủ những thành phần tạo nên vốn của NHTM. Nó bao gồm nguồn vốn chủ sở hữu và nguồn vốn đi vay, trong đó nguồn vốn đi vay là chủ yếu và quan trọng bởi nguồn này tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng. Xét về bản chất, nguồn vốn của NHTM chính là những khoản tiền nhàn rỗi trong dân cư và các tổ chức kinh tế được ngân hàng tập trung lại tiến hành các hoạt động kinh doanh: cho vay, bảo lãnh, cho thuê... qua đó đẩy nhanh chu trình luân chuyển vốn.

1.1.4.2. Nghiệp vụ huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của NHTM

Các nhà kinh tế học đưa ra định nghĩa về hoạt động huy động vốn của NHTM rằng: *“Huy động vốn là hoạt động của ngân hàng nhằm huy động được các giá trị tiền tệ từ các tổ chức kinh tế và cá nhân trong xã hội thông qua quá trình thực hiện các nghiệp vụ tín dụng, thanh toán, các nghiệp vụ kinh doanh khác và được dùng làm vốn để kinh doanh”.*

Hoạt động huy động vốn của NHTM là một hoạt động cơ bản đầu tiên và quan trọng nhất của một ngân hàng thương mại. Vốn được Ngân hàng huy động dưới nhiều hình thức khác nhau và sử dụng (sau khi đảm bảo một tỷ lệ dự trữ bắt buộc) với trách nhiệm hoàn trả gốc và lãi. Nguồn vốn của NHTM gồm có vốn chủ sở hữu, vốn huy động, vốn vay, vốn khác. Ngân hàng thường sử dụng các nghiệp vụ huy động vốn sau:

- **Vốn tự có của Ngân hàng:** đây là nguồn vốn thuộc sở hữu của riêng các NHTM. Trong thực tế nguồn vốn này không ngừng tăng lên từ kết quả hoạt động kinh doanh của bản thân NHTM mang lại, nó đóng góp một phần đáng kể vào hoạt động kinh doanh của các Ngân hàng thương mại.

- **Vốn chủ sở hữu:** là điều kiện đầu tiên để ngân hàng được luật pháp cho phép hoạt động và đây là loại vốn ngân hàng có thể sử dụng lâu dài, hình thành nên trang thiết bị, nhà cửa. Nguồn hình thành nên vốn chủ sở hữu gồm nguồn hình thành ban đầu, nguồn vốn bổ sung trong quá trình hoạt động, nguồn vay nợ có khả năng chuyển đổi thành cổ phần và các quỹ.

1.2. Nguồn vốn tiền gửi và vai trò của nguồn vốn tiền gửi

1.2.1. Khái niệm nguồn vốn tiền gửi (VTG)

Theo luật các TCTD nước ta quy định: Tiền gửi là tiền mà các doanh nghiệp và cá nhân gửi vào NHTM nhằm mục đích phục vụ các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, tiết kiệm và một số mục đích khác; Là giá trị tiền tệ mà NHTM nhận được từ khách hàng là cá nhân hoặc tổ chức kinh tế.

Đặc điểm cơ bản của nguồn vốn này không thuộc sở hữu của NHTM. Tiền gửi chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn và là cơ sở tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng. Để gia tăng VTG trong môi trường cạnh tranh và để có được nguồn tiền có chất lượng ngày càng cao, các ngân hàng đã đưa ra và thực hiện nhiều hình thức huy động khác nhau. Tiền gửi đa dạng về loại hình, kỳ hạn và phân tán khắp nơi. Vốn huy động tiền gửi hình thành từ hai nguồn chính là tiền gửi của các cá nhân và tiền gửi từ các tổ chức kinh tế.

1.2.2. Các loại hình tiền gửi

Theo Luật các TCTD tại Việt Nam đã nêu rõ: “Ngân hàng được nhận tiền gửi của các tổ chức kinh tế, cá nhân và các tổ chức tín dụng khác dưới hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi khác”. Các loại hình tiền gửi của ngân hàng huy động rất đa dạng bao gồm:

1.2.2.1. Tiền gửi không kỳ hạn (Demand deposit)

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

thanh toán khi khách hàng thực hiện thanh toán qua ngân hàng. Loại tiền gửi KKH được huy động dưới hình thức sau:

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

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

1.2.2.2. Tiền gửi có kỳ hạn (Time deposit)

Tiền gửi có kỳ hạn là loại tiền gửi mà khi gửi tiền vào khách hàng chỉ được rút ra sau một thời hạn nhất định, từ một vài tháng cho đến một vài năm. Mục đích của người gửi tiền có kỳ hạn là để lấy lãi. Do tính chất loại nguồn vốn này tương đối ổn định, ngân hàng có thể sử dụng phần lớn số dư này để cho vay trung và dài hạn, phụ thuộc vào thời hạn của tiền gửi. Nếu nguồn vốn này chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn tiền gửi thì sẽ tạo điều kiện thuận lợi, chủ động cho ngân hàng trong quá trình kinh doanh.

Tiền gửi có kỳ hạn là sản phẩm tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, theo đó, khách hàng được quyền rút từng phần tiền gửi gốc một cách linh hoạt. Hiện nay, nhằm đáp ứng nhu cầu gửi tiền của khách hàng các NHTM có các loại kỳ hạn 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng, 12 tháng, 24 tháng, 36 tháng, 48 tháng, 60 tháng. Với mỗi kỳ hạn khác nhau, ngân hàng áp dụng mức lãi suất khác nhau, thông thường thời hạn càng dài thì lãi suất càng cao. Theo đúng nguyên tắc khách hàng chỉ có thể rút tiền gửi loại này theo đúng quy định, tuy nhiên để nâng cao uy tín và chất lượng phục vụ, lôi kéo khách hàng, ngân hàng cho phép khách hàng rút trước thời hạn nhưng với điều kiện hưởng lãi suất thấp hơn.

1.2.2.3. Tiền gửi tiết kiệm

Tiền gửi tiết kiệm (TGTK) là loại tiền của dân cư gửi vào ngân hàng nhằm mục

đích hưởng lãi. Hình thức phổ biến nhất và cổ điển nhất là loại tiền gửi tiết kiệm có sổ, người gửi tiền được ngân hàng cấp cho một sổ dùng để ghi số tiền gửi vào và rút ra. Đối với khách hàng thì chủ của các khoản TGTK thông thường là các cá nhân và hộ gia đình. Họ gửi vào ngân hàng những khoản thu nhập chưa cần thiết sử dụng đến thời điểm hiện tại vì nhu cầu tiết kiệm và có thể chi dùng trong tương lai. Điều họ quan tâm trước hết là lợi tức họ được hưởng, dưới dạng tiền lãi ngân hàng trả hoặc có thể bao gồm cả chênh lệch giá nếu như những khoản này được thiết kế dưới dạng các hợp đồng đủ tiêu chuẩn trao đổi rộng rãi trên thị trường. Đối với ngân hàng TGTK là nguồn vốn khá ổn định, nó cho phép các NHTM chủ động trong việc đầu tư vào hoạt động sinh lời. Tuy nhiên, do đa phần những món tiết kiệm thường nhỏ, phân tán và lãi suất các ngân hàng phải trả cho chúng cao nên chi phí thu hút nguồn vốn này thường lớn hơn so với tiền gửi thanh toán. Một phần do tâm lý của người phương Đông nói chung và người Việt Nam nói riêng là luôn phải có một lượng tiền nhất định sẵn có trong nhà phòng khi có việc cần dùng đến. Nắm bắt được tâm lý người dân như vậy, các NHTM cũng đa dạng hoá các sản phẩm huy động về kỳ hạn, phương thức huy động, về cách thức tính lãi... Các mức lãi suất tương ứng với từng kỳ hạn gửi được các NHTM công bố cụ thể. Để khai thác triệt để thị trường đầy tiềm năng này, việc phân chia các khoản TGTK của dân cư có thể theo nhiều tiêu thức khác nhau nhưng thông thường người ta chia các khoản TGTK của dân cư ở Việt Nam thành 3 loại sau:

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

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

□ Tiền gửi tiết kiệm có mục đích: thường là hình thức tiết kiệm trung và dài

hạn nhằm mục đích xây dựng nhà ở. Những người tham gia loại hình này ngoài việc hưởng lãi suất được ngân hàng cho vay còn nhằm mục đích bổ sung thêm vốn cho xây dựng nhà. Ngoài hưởng lãi thì người gửi tiền còn được ngân hàng cho vay nhằm bổ sung thêm vốn. Hạn mức tín dụng cho vay tối đa bằng số dư TGTK.

Trong đó: Tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm được gọi chung là tiền gửi phi giao dịch. Chúng có đặc tính chung là được hưởng lãi và chủ các tài khoản này không được phát hành Séc. Với loại hình này, khách hàng gửi tiền sẽ nhận được một mức lãi suất cao hơn nhiều so với tiền gửi không kỳ hạn.

1.2.2.4. Tiền gửi khác

Ngoài ra, ngân hàng còn có các khoản tiền gửi khác như: tiền gửi ký quỹ, tiền gửi vốn chuyên dùng, tiền gửi của Kho bạc Nhà nước, tiền gửi của các Tổ chức đoàn thể xã hội... nhằm mục đích nhờ thanh toán hộ và một số mục đích khác. Tuy nhiên, quy mô nguồn tiền gửi này thường không lớn và ít được tiến hành phổ biến.

Tóm lại: Trên thực tế, nhu cầu sử dụng vốn của các NHTM rất lớn, nguồn tiền gửi các ngân hàng huy động được không phải lúc nào cũng đủ đáp ứng. Đôi khi, để tài trợ cho hoạt động kinh doanh của mình các NHTM còn huy động vốn bằng cách đi vay. Vốn tiền gửi là nguồn vốn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng nguồn vốn của NHTM, là nguồn vốn chủ yếu để ngân hàng kinh doanh, nó phản ánh bản chất của ngân hàng “*đi vay để cho vay*”.

1.2.3. Vai trò của nguồn vốn tiền gửi

*** Đối với nền kinh tế**

Chức năng huy động vốn, chủ yếu là VTG của ngân hàng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đáp ứng nhu cầu vốn để đảm bảo cho quá trình tái sản xuất được thực hiện liên tục và mở rộng quy mô sản xuất. Nhờ đó, ngân hàng đã biến vốn nhàn rỗi thành vốn hoạt động, kích thích quá trình luân chuyển vốn, thúc đẩy sản xuất kinh doanh, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Kinh tế nước ta muốn phát triển thì cần phải có nguồn vốn đủ mạnh để xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển sản xuất kinh doanh, thúc đẩy quá trình CNH - HĐH đất nước, việc này phải song song với việc phải làm thế nào để phát triển một thị

trường tài chính xứng tầm. Trong nền kinh tế thị trường, mọi hoạt động sản xuất kinh doanh của các tổ chức kinh tế và cá nhân đều chịu sự tác động của thị trường, của các quy luật kinh tế như quy luật cạnh tranh, quy luật cung-cầu, quy luật giá trị... Chính phủ trong nhiều trường hợp cũng cần phải huy động lượng vốn nhất định để đáp ứng nhu cầu chi tiêu của mình. Cho nên nguồn vốn huy động là nhu cầu bức thiết đáp ứng mọi điều kiện cần và đủ; chúng được rút ra từ các NHTM, bởi lẽ các NHTM chính là nơi huy động vốn từ mọi nguồn của nền kinh tế.

*** Đối với ngân hàng**

Nguồn vốn tiền gửi là nguồn vốn chủ yếu để thực hiện các nghiệp vụ sinh lời của Ngân hàng như cho vay, đầu tư, cung cấp các dịch vụ thanh toán... Với mục tiêu nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ, nâng cao năng lực cạnh tranh và lợi nhuận thì ngân hàng cần phải có một lượng vốn lớn. Để có được nguồn VTG lớn, không cách nào khác là ngân hàng cần phải tăng cường khả năng huy động vốn từ các nguồn khác nhau. Trong đó vốn huy động tiền gửi phải có sự tăng trưởng ổn định để thỏa mãn các nhu cầu cho vay, thanh toán cũng như các hoạt động kinh doanh khác ngày càng tăng của ngân hàng. Vốn có vai trò quan trọng sau đây: Vốn là cơ sở để ngân hàng tổ chức mọi hoạt động kinh doanh; Vốn quyết định quy mô hoạt động tín dụng và các hoạt động khác của ngân hàng; Vốn quyết định năng lực thanh toán và đảm bảo uy tín của ngân hàng, quyết định năng lực cạnh tranh của ngân hàng.

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

*** Đối với người gửi tiền**

Khách hàng của ngân hàng là một mạng lưới rộng khắp bao gồm những cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức sử dụng các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, có thể là

người cho ngân hàng vay (người gửi tiền), người đi vay, người sử dụng các dịch vụ khác của ngân hàng... Khách hàng muốn ngân hàng đáp ứng được đầy đủ các nhu cầu của mình thì ngân hàng cần phải có nguồn lực lớn mạnh mà nguồn lực lớn nhất, tạo ra uy tín của ngân hàng đó là nguồn vốn. Tùy theo nhu cầu tài chính khác nhau mà mục đích gửi tiền của các khách hàng cũng khác nhau:

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

+ Đối với các tổ chức kinh tế (TCKT): khi tiến hành hoạt động kinh doanh, hầu như tiền của họ để tại ngân hàng là chủ yếu, họ gửi tiền vào ngân hàng không phải với mục đích tìm kiếm thu nhập mà chủ yếu là để sử dụng các dịch vụ tiện ích của ngân hàng, nhờ ngân hàng tiến hành thanh toán hộ các khoản phải trả và thu hộ các khoản phải thu của khách hàng hoặc nhập vào tài khoản theo lệnh của họ. Như vậy, tăng cường huy động VTG sẽ:

- Hình thành nên một kênh tiết kiệm và đầu tư nhằm làm cho tiền của họ sinh lời, tạo cơ hội cho họ có thể gia tăng tiêu dùng trong tương lai.
- Cung cấp cho khách hàng một địa chỉ an toàn để họ cất giữ và tích lũy vốn tạm thời nhàn rỗi.
- Gián tiếp giúp cho khách hàng có cơ hội tiếp cận với các dịch vụ khác của NH, đặc biệt là dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt và các dịch vụ tín dụng khi khách hàng cần vốn cho sản xuất kinh doanh hay cần tiền cho tiêu dùng.

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

1.3.1. Nhân tố chủ quan

1.3.1.1. Lãi suất

Lãi suất được coi là giá cả của các sản phẩm dịch vụ tài chính. Ngân hàng sử

dụng hệ thống lãi suất tiền gửi như một công cụ quan trọng trong việc huy động tiền gửi và thay đổi quy mô nguồn vốn. Để duy trì và thu hút thêm nguồn vốn, NH cần ấn định mức lãi suất cạnh tranh, thực hiện những ưu đãi về giá cho những khách hàng lớn, gửi tiền thường xuyên. Hơn nữa hệ thống lãi suất cần linh hoạt, phù hợp với quy mô và cơ cấu nguồn vốn.

Đối với những khách hàng gửi tiền nhằm mục đích hưởng lãi thì lãi suất luôn là mối quan tâm hàng đầu của họ. Nếu khách hàng cảm thấy hài lòng với mức lãi suất NH công bố, họ sẽ lựa chọn việc gửi tiền vào ngân hàng như một kênh đầu tư hợp lý. Ngược lại, nếu lãi suất thấp, họ sẽ dùng khoản tiền đó vào mục đích khác hay gửi tiền vào ngân hàng khác hoặc đầu tư vào lĩnh vực khác có lời hơn. Tuy nhiên, NH cũng cần phải chú ý rất nhiều đến lãi suất tiền vay để có thể có các hoạt động kinh doanh hợp lý, đem lại các khoản thu nhập cao nhất cho NH để bù đắp được các khoản chi phí đã bỏ ra và mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Do đó, NH phải xây dựng chính sách lãi suất hợp lý mang tính cạnh tranh, vừa đảm bảo huy động được nguồn vốn cần thiết, vừa đảm bảo kinh doanh có lời.

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

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

Sự đa dạng của sản phẩm dịch vụ thể hiện thông qua sự đa dạng về kỳ hạn, về loại hình sản phẩm dịch vụ, về đối tượng gửi tiền. Danh mục sản phẩm dịch vụ càng đa dạng và phong phú, khách hàng càng có nhiều sự lựa chọn nhằm thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của mình.

1.3.1.3. Thời gian giao dịch và chính sách khách hàng

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

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

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

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

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

1.3.1.5. Cơ sở vật chất và mạng lưới hoạt động

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

Cơ sở vật chất của ngân hàng góp phần tạo dựng hình ảnh của ngân hàng trong mắt khách hàng. Một ngân hàng có cơ sở vật chất hiện đại sẽ giúp khách hàng hoàn toàn yên tâm hơn khi gửi tiền vào ngân hàng.

1.3.1.6. Đội ngũ nhân sự của ngân hàng

Mặc dù trong thời đại ngày nay, khoa học công nghệ đã trở thành lực lượng sản xuất chính nhưng con người vẫn luôn khẳng định vị trí trung tâm của mình, vừa là chủ thể vừa là mục tiêu cuối cùng của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh. Con người là nhân tố quyết định đến sự thành bại trong hoạt động kinh doanh của NHTM cũng như hoạt động huy động vốn của ngân hàng.

Nguồn lực con người là nguồn lực quan trọng mà bất cứ doanh nghiệp hay tổ chức nào cũng quan tâm. Một đội ngũ nhân sự giỏi sẽ giúp ngân hàng vận hành tốt hệ thống của mình nhằm đạt được hiệu quả kinh doanh tốt nhất. Đối với công tác huy động VTG, một đội ngũ nhân viên giao dịch vững về nghiệp vụ, thao tác thành thạo, thái độ niềm nở, ân cần với khách hàng sẽ tạo ấn tượng và cảm giác tốt đối với khách hàng về hình ảnh ngân hàng đó, thu hút ngày càng nhiều khách hàng giao dịch cũng như gửi tiền tại ngân hàng.

Vậy, để nâng cao hiệu quả huy động VTG thì một yêu cầu đặt ra là ngân hàng phải có một đội ngũ cán bộ có năng lực, được đào tạo một cách bài bản, có chuyên môn nghiệp vụ cao, đồng thời phải nắm bắt được những kiến thức ở nhiều lĩnh vực

khác nhau. Ngoài những yêu cầu nghiệp vụ thì một cán bộ tín dụng phải có tư cách phẩm chất đạo đức tốt, liêm khiết, tuân thủ pháp luật và các quy định của NH. Mặt khác, tổ chức nhân sự hợp lý tạo nên một chi phí hợp lý đối với nguồn nhân lực và nhờ vậy mà hiệu quả huy động VTG của ngân hàng cũng sẽ tốt hơn.

1.3.2. Nhân tố khách quan

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

□ Phân bố dân cư, thu nhập của người dân là một nguồn lực tiềm tàng có thể khai thác nhằm mở rộng quy mô huy động vốn của NHTM. Vì vậy những khu vực đông dân cư, với thu nhập cao thì sẽ dễ dàng hơn trong việc huy động vốn tại NH. Thu nhập và năng lực tài chính của khách hàng càng cao, họ càng có điều kiện và nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng. Khi thu nhập tăng lên, khả năng tích lũy của khách hàng cũng sẽ cao hơn.

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

1.3.2.2. Tính cạnh tranh của các ngân hàng

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

1.3.2.3. Môi trường pháp lý và chính sách tiền tệ của NHTW

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

và trên thế giới.

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

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

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

1.4. Các chỉ tiêu đo lường hiệu quả huy động nguồn vốn tiền gửi của Ngân hàng thương mại

1.4.1. Khái niệm

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, ngân hàng cũng như các TCTD khác đang phải đối mặt với cuộc cạnh tranh khốc liệt. Bất kỳ biến động nào dù nhỏ hay lớn đều ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng. Hiệu quả huy động vốn của NHTM chính là kết quả huy động mà ngân hàng đạt được, phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn, đảm bảo được mục tiêu an toàn và sinh lời cao của NH trong từng thời kỳ. Bởi thế, hiệu quả trong hoạt động huy động vốn không chỉ đánh giá chính xác và đúng đắn hoạt động huy động vốn nói riêng mà còn phản ánh khả năng thích nghi và khẳng định sự phát triển trên thị trường của NHTM.

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

chỉ cho ra một chỉ tiêu chênh lệch đơn thuần chứ không phải căn cứ để so sánh và đánh giá. Khái niệm hiệu quả như trên cho thấy rằng chỉ khi nào đạt được kết quả cao nhất trong điều kiện chi phí thấp nhất mới được coi là có hiệu quả. Tuy nhiên trên thực tế, việc xác định kết quả nào là cao nhất với chi phí thấp nhất là rất khó.

Như vậy: *Hiệu quả huy động vốn được thể hiện ở khả năng đáp ứng cao nhất nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng. Đó chính là sự đáp ứng kịp thời, đầy đủ nhu cầu sử dụng vốn với một mức chi phí hợp lý.*

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

1.4.2.1. Các chỉ tiêu định lượng

a) Quy mô, tốc độ tăng trưởng nguồn vốn tiền gửi

Quy mô, tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tiền gửi có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động của ngân hàng. Ngân hàng muốn mở rộng hoạt động, tăng trưởng nguồn vốn huy động tiền gửi đòi hỏi phải có quy mô nguồn vốn lớn. Để làm được điều này phải kết hợp hài hòa các yếu tố như lãi suất, chính sách marketing, các hình thức huy động vốn, uy tín của ngân hàng,... Tuy nhiên, quy mô, tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động phải phù hợp với quy mô hoạt động, khả năng mở rộng tín dụng của ngân hàng. Việc mở rộng hoạt động chỉ thực sự an toàn khi nguồn vốn luôn có tốc độ tăng trưởng ổn định. Nếu quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi lớn nhưng Ngân hàng không kiểm soát, không dự đoán được xu hướng của các dòng tiền gửi vào, rút ra trong giai đoạn tiếp theo thì sẽ rất khó khăn trong việc cân đối cho vay và đầu tư. Việc ước lượng quy mô nguồn vốn huy động giúp ngân hàng chủ động và đưa ra những quyết định đúng đắn về quy mô cho vay, đầu tư, góp phần tăng lợi nhuận, nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn TG năm } N = \frac{\text{Quy mô NVTG năm } N - \text{Quy mô NVTG năm } N-1}{\text{Quy mô NVTG năm } N-1} \times 100\%$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này phản ánh sự tăng trưởng nguồn vốn tiền gửi của ngân hàng. Nếu tỷ lệ này lớn hơn 100% chứng tỏ quy mô, khối lượng vốn tiền gửi của ngân hàng năm này được mở rộng hơn so với năm trước, tương ứng với kết quả là

số phần trăm vượt bậc của năm này so với năm trước. Việc mở rộng quy mô huy động vốn tiền gửi một cách liên tục cộng với tốc độ tăng trưởng vốn tiền gửi ngày càng cao sẽ chứng tỏ quy mô hoạt động của ngân hàng ngày càng lớn, hiệu quả huy động vốn tiền gửi của ngân hàng đang được cải thiện và nâng cao.

b) Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi

Cơ cấu nguồn vốn huy động là tỷ trọng mỗi loại tiền gửi huy động trên tổng nguồn vốn huy động. Việc xác định cơ cấu nguồn vốn huy động phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Ngân hàng định hướng đầu tư hoặc cho vay vào lĩnh vực nào, với quy mô tương ứng bao nhiêu thì cũng sẽ có kế hoạch xây dựng cơ cấu nguồn vốn huy động tương ứng. Ngoài ra, cơ cấu nguồn vốn huy động còn chịu tác động bởi mục đích gửi tiền của khách hàng, tình hình kinh tế, xã hội, ...

Cơ cấu nguồn vốn huy động đa dạng thể hiện ở việc duy trì một tỷ lệ giữa vốn huy động ngắn hạn và dài hạn, giữa vốn nội tệ và ngoại tệ, giữa tiền gửi thanh toán và tiền gửi tiết kiệm dân cư,... Một ngân hàng có chất lượng huy động vốn tốt sẽ có nguồn vốn ổn định và cơ cấu vốn cân đối, tránh cho ngân hàng phải rơi vào tình trạng căng thẳng về thanh khoản và tài chính trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Ngân hàng phải dự đoán xu hướng biến đổi cơ cấu nguồn vốn huy động để từ đó xây dựng kế hoạch sử dụng vốn phù hợp. Mỗi loại nguồn vốn có điểm mạnh, điểm yếu riêng biệt trong việc huy động và khai thác. Do đó sự biến động về nguồn vốn sẽ kéo theo sự biến đổi trong cơ cấu cho vay, đầu tư,... và từ đó kéo theo sự thay đổi về lợi nhuận, rủi ro trong hoạt động ngân hàng. Sự biến đổi cơ cấu nguồn vốn huy động phụ thuộc một phần vào kế hoạch điều chỉnh của ngân hàng và những nhân tố bên ngoài, đòi hỏi ngân hàng phải thường xuyên nghiên cứu và tiếp cận thị trường, đối thủ cạnh tranh,...

$$\text{Tỷ trọng từng loại VTG} = \frac{\text{Vốn tiền gửi loại } i}{\text{Tổng VTG}} \times 100\%$$

Ý nghĩa: Cơ cấu vốn tiền gửi là tỷ trọng mỗi loại tiền gửi trên tổng nguồn VTG.

Chỉ tiêu này cho biết tỷ lệ giữa các loại vốn tiền gửi trong tổng nguồn vốn tiền gửi, nguồn vốn tiền gửi loại nào nhiều nhất, loại nào ít nhất. Từ đó, cho thấy đã có sự phù hợp cân đối giữa các loại nguồn vốn tiền gửi trong tổng nguồn vốn tiền gửi hay chưa, ngân hàng định hướng đầu tư hoặc cho vay vào lĩnh vực nào, với quy mô tương ứng bao nhiêu thì cũng sẽ có kế hoạch xây dựng cơ cấu nguồn VTG tương ứng. Ngoài ra, cơ cấu này còn chịu tác động bởi mục đích gửi tiền của khách hàng, tình hình kinh tế, khả năng chống đỡ rủi ro của ngân hàng. Cơ cấu nguồn VTG cần đa dạng, cân đối trong đó cần đảm bảo một tỷ lệ hợp lý giữa vốn tiền gửi ngắn hạn so với trung và dài hạn, giữa nội tệ và ngoại tệ...

c) Chi phí huy động vốn tiền gửi trên tổng chi phí

Chi phí huy động vốn tiền gửi là những khoản chi phí ngân hàng phải bỏ ra để thực hiện việc huy động VTG của ngân hàng. Chỉ tiêu huy động vốn tiền gửi được thể hiện thông qua chỉ tiêu tỷ trọng các khoản mục chi phí. Quản lý chi phí vốn là hoạt động thường xuyên và quan trọng của mỗi ngân hàng, vì mỗi sự thay đổi về cơ cấu nguồn vốn hay lãi suất đều có thể làm thay đổi chi phí trả lãi, từ đó ảnh hưởng đến thu nhập ròng của ngân hàng.

$$\text{Tỷ suất chi phí huy động VTG bình quân} = \frac{\text{Chi phí huy động vốn TG}}{\text{Tổng chi phí}} \times 100\%$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này đánh giá chi phí mà ngân hàng phải bỏ ra cho hoạt động huy động vốn tiền gửi so với tổng chi phí hoạt động. Tỷ lệ này càng thấp cho thấy hoạt động huy động vốn tiền gửi của ngân hàng càng hiệu quả.

d) Chi phí trả lãi tiền gửi bình quân

$$\text{Chi phí lãi TG bình quân} = \frac{\text{Chi phí trả lãi tiền gửi}}{\text{Tổng VTG huy động}} \times 100\%$$

Ý nghĩa: Chi phí trả lãi TG bình quân là khoản chi phí chiếm tỷ trọng lớn nhất, nó là yếu tố quyết định đến việc hoạch định lãi suất cho vay, do vậy ngân hàng cần phải phân tích cụ thể chỉ tiêu lãi suất bình quân đầu vào. Chỉ tiêu này phản ánh số

tiền mà ngân hàng phải bỏ ra cho một đồng vốn tiền gửi huy động được. Nếu chi phí trả lãi bình quân giảm theo từng năm, kèm theo sự tăng trưởng về quy mô vốn tiền gửi chứng tỏ công tác huy động vốn của ngân hàng đạt được những hiệu quả nhất định.

e) *Khả năng cân đối vốn*

- *Hệ số sử dụng vốn huy động:*

Hệ số sử dụng vốn huy động (%) = $\frac{\text{Dư nợ cho vay}}{\text{Nguồn vốn huy động}}$

Nếu hệ số sử dụng vốn huy động của ngân hàng cao, điều đó chứng tỏ hiệu quả huy động vốn càng cao và ngược lại. Vốn kinh doanh của NHTM chủ yếu được hình thành từ nguồn vốn huy động từ các tổ chức kinh tế và dân cư. Nếu ngân hàng huy động được nguồn vốn lớn và tăng trưởng ổn định nhưng sử dụng để cho vay và đầu tư không có hiệu quả, tức là hệ số sử dụng vốn huy động thấp thì hiệu quả kinh doanh của ngân hàng cũng thấp. Ngược lại, nếu ngân hàng huy động được một lượng vốn đủ lớn, ổn định, đảm bảo được nhu cầu cho vay và hoạt động đầu tư của ngân hàng, hệ số sử dụng vốn huy động cao, có nghĩa là hoạt động huy động vốn của ngân hàng đạt hiệu quả cao.

- *Cân đối vốn và sử dụng vốn theo kỳ hạn:* là khả năng cân đối nguồn vốn ngắn hạn hoặc nguồn vốn trung hạn, dài hạn để đáp ứng các nhu cầu tín dụng ngắn hạn hoặc trung, dài hạn của nền kinh tế. Sự tương quan về cơ cấu vốn thường được xét theo tỷ lệ nguồn vốn ngắn hạn so với dư nợ ngắn hạn và tỷ lệ nguồn vốn trung, dài hạn so với dư nợ trung, dài hạn.

f) *Khả năng đáp ứng nhu cầu kinh doanh*

Để đánh giá khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn, thường sử dụng các chỉ tiêu so sánh nguồn vốn huy động được với các nhu cầu tín dụng, thanh toán và các nhu cầu khác để thấy nguồn vốn huy động có thể đáp ứng được bao nhiêu, ngân hàng phải vay thêm bao nhiêu để thoả mãn nhu cầu ấy. Để đạt được mục tiêu này, NH phải có cơ cấu vốn hợp lý. Cơ cấu vốn huy động ở đây bao gồm cơ cấu vốn theo ngắn hạn và trung hạn, dài hạn, cơ cấu vốn theo nội tệ và ngoại tệ, theo tiền gửi dân cư và tiền gửi doanh nghiệp. Cơ cấu vốn hợp lý có thể đáp ứng được tối đa

nhu cầu sử dụng vốn, không có tình trạng bất hợp lý giữa VTG huy động với nhu cầu sử dụng VTG.

Ví dụ: Phân tích cơ cấu vốn để đánh giá về khả năng và quy mô thu hút vốn từ nền kinh tế của NHTM dựa vào các chỉ số sau đây:

$$\text{Tỷ trọng VTG trên tổng dư nợ} = \frac{\text{Tổng VTG}}{\text{Tổng dư nợ}} \times 100\%$$

Ý nghĩa: Chỉ tiêu này cho biết nguồn vốn tiền gửi huy động có đủ để đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng hay không, phản ánh sự cân đối giữa nguồn vốn tiền gửi huy động được với hoạt động tín dụng, đầu tư.

Nếu hệ số này > 1 phản ánh nguồn vốn tiền gửi thừa đủ để đáp ứng cho nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng.

Nếu hệ số này < 1 phản ánh nguồn vốn tiền gửi không đủ để đáp ứng cho nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng.

Nếu hệ số này = 1 phản ánh nguồn vốn tiền gửi vừa đủ để đáp ứng cho nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng.

1.4.2.2. Cân đối giữa nguồn vốn tiền gửi huy động và cho vay

Hiệu quả công tác huy động nguồn vốn tiền gửi còn được đánh giá thông qua mối quan hệ cân đối với nhu cầu cho vay. Bởi một trong các chức năng chính của NHTM là chức năng trung gian tín dụng. NHTM thực hiện huy động các nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế và sử dụng số vốn huy động được để đầu tư, cho vay, góp phần đẩy nhanh tốc độ luân chuyển vốn trong nền kinh tế, đáp ứng nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh, tiêu dùng... góp phần phát triển kinh tế xã hội và đem lại lợi nhuận cho ngân hàng.

- Nếu nguồn vốn ngân hàng huy động không đáp ứng đủ nhu cầu cho vay đối với nền kinh tế, ngân hàng sẽ không phát huy hết khả năng sinh lời và không đạt được hiệu quả kinh doanh như mong muốn. Bên cạnh đó, ngân hàng còn phải gánh chịu những thiệt hại do việc bị mất khách hàng từ tay các ngân hàng bạn và những chi phí cơ hội không đáng có.

- Nếu ngân hàng huy động được một lượng lớn nguồn VTG nhưng không sử dụng hết nguồn vốn này, ngân hàng phải trả các chi phí lãi và phi lãi cho khoản vốn bị đóng băng mà không có khoản thu nào để bù đắp lại.

Một số chỉ tiêu phản ánh tính cân đối giữa nguồn VTG và cho vay có thể kể đến như sau:

□ **Tương quan về quy mô**

Chênh lệch giữa tiền gửi huy động và cho vay = *Quy mô tiền gửi huy động* - *Quy mô cho vay*

□ **Tương quan về lãi suất**

Chênh lệch lãi suất đầu ra, đầu vào = *Lãi suất đầu ra* - *Lãi suất đầu vào*

□ **Tương quan về thu nhập và chi phí**

Chênh lệch thu nhập lãi và chi phí lãi tiền gửi = *Thu nhập lãi cho vay* - *Chi phí lãi vay và tiền gửi*

1.4.2.3. *Chỉ tiêu định tính*

a) *Sự gia tăng về tính ổn định của vốn tiền gửi*

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

vốn hợp lý, điều đó thể hiện bởi sự cân đối giữa vốn huy động ngắn hạn với trung và dài hạn; sự cân đối giữa vốn nội tệ và ngoại tệ.

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

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

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

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

vẫn hoàn thành kế hoạch về nguồn vốn.

- Chi phí khác: Bên cạnh chi phí chính là chi phí trả lãi tiền gửi trong quá trình huy động vốn tiền gửi còn có chi phí trả lương cho cán bộ huy động vốn, chi phí in ấn, phát hành, chi phí cơ sở vật chất, chi phí quảng cáo, bảo hiểm tiền gửi...

Nếu ngân hàng giảm chi phí huy động bằng cách hạ lãi suất thì việc huy động vốn tiền gửi sẽ gặp rất nhiều khó khăn vì không thể cạnh tranh được với các ngân hàng khác. Do vậy chỉ có cách là giảm thiểu các chi phí khác và giữ nguyên lãi suất huy động thì ngân hàng mới có thể thực hiện tốt kế hoạch huy động vốn tiền gửi của mình.

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

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

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

d) Một số chỉ tiêu khác

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

- Thời gian để huy động một số lượng vốn tiền gửi nhất định: thời gian huy động vốn nhanh, đảm bảo được các mục tiêu và kế hoạch của ngân hàng đề ra thể hiện công tác huy động vốn tiền gửi đạt hiệu quả cao, uy tín của ngân hàng. Đồng

thời cũng thể hiện tiềm lực, thế mạnh của ngân hàng trên thị trường. Ngoài ra còn có một số chỉ tiêu khác như số lượng vốn bị rút ra trước hạn, kỳ hạn thực tế của nguồn vốn...

1.5. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của một số ngân hàng trên thế giới và trong nước, bài học cho BIDV

1.5.1. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của một số ngân hàng trên thế giới

Với kinh nghiệm dày dặn và công nghệ hiện đại, 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, điển hình có thể kể đến ngân hàng Citibank và ngân hàng ANZ.

1.5.1.1. Kinh nghiệm từ ngân hàng Citibank thuộc hệ thống ngân hàng Citigroup

Citigroup – ngân hàng có chi nhánh bán lẻ trải khắp thế giới – đang nghiên cứu và đưa vào áp dụng hệ thống tiên tiến trong lĩnh vực ngân hàng điện tử. Từ những khu vực giao dịch truyền thống, Citigroup đã phát triển hệ thống giao dịch trực tuyến có thể kết nối qua điện thoại và máy tính. Tại đây, khách hàng có thể tiến hành mọi giao dịch của mình mà không cần bất kỳ giấy tờ gì. Việc không ngừng cải tiến và nâng cao chất lượng dịch vụ là điều kiện cần thiết giúp cho công tác huy động của Citibank luôn tăng trưởng ở mức cao, bên cạnh đó, các sản phẩm huy động của ngân hàng đều được đổi mới và đa dạng hóa thường xuyên, tạo ra nhiều sự lựa chọn phù hợp với mỗi phân đoạn khách hàng, giúp tạo ra giá trị tối ưu nhất cho khách hàng và cả ngân hàng. Cụ thể kể đến sản phẩm “Day to day savings account”, là sản phẩm yêu cầu duy trì số dư tài khoản 100 USD, ngân hàng sẽ tự động kết nối số dư trên tài khoản này với mọi tài khoản với mọi tài khoản của khách hàng mở tại Citibank để đảm bảo số dư duy trì tài khoản, từ đó giúp khách hàng tránh được phí duy trì hàng tháng, khách hàng có thể đăng ký trực tuyến để mở tài khoản, và đây là loại tài khoản rất cần thiết đối với khách hàng thường xuyên sử dụng tiền mặt. Hay sản phẩm “Health savings account”, là một 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, thì “Citibank Health savings account” là một giải pháp tốt 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 thuốc men.

1.5.1.2. Kinh nghiệm từ ngân hàng Australia – ANZ Bank

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hoạt động tài chính ngân hàng giữa các quốc gia cũng có sức ảnh hưởng và tác động qua lại lẫn nhau, vì vậy việc cố gắng để hòa nhập và thích nghi với những thay đổi từ môi trường bên ngoài, đặc biệt là những tác động tiêu cực luôn đóng vai trò quan trọng và gây nên ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả hoạt động của bản thân mỗi ngân hàng. Có thể thấy, sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa các ngân hàng trên thế giới không chỉ diễn ra trên hoạt động huy động vốn mà còn trên nhiều lĩnh vực khác. Nhận thấy những thế mạnh của các ngân hàng khác về quy mô hoạt động toàn cầu, về vốn, công nghệ thông tin và các sản phẩm dịch vụ tài chính đa dạng ... đã và đang là đối thủ cạnh tranh đáng gờm của ANZ trong hiện tại và tương lai, ANZ đã không ngừng triển khai nghiên cứu để đưa ra các sản phẩm dịch vụ mới. Vị thế vững chắc của ANZ như hiện nay là minh chứng cho những nỗ lực không ngừng đó. Qua đó có thể thấy, trong thời buổi khó khăn và cạnh tranh mạnh mẽ, ngân hàng nào có chiến lược đúng đắn, biết tận dụng thời cơ và biết cách đối phó với những thách thức sẽ là ngân hàng thắng cuộc.

1.5.2. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của một số Ngân hàng thương mại trong nước

1.5.2.1. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam – Vietinbank

Để tăng cường công tác huy động vốn tiền gửi từ dân cư, ngân hàng Vietinbank đã không ngừng gia tăng các hình thức huy động vốn nhằm phục vụ tốt các yêu cầu khác nhau của khách hàng, Vietinbank Chi nhánh Huế đã từng bước đa dạng hoá các hình thức huy động vốn về thời hạn và mức lãi suất. Do vậy, quy mô và cơ cấu của các nguồn vốn huy động đều tăng. Đến nay Vietinbank đã có các hình thức thu hút tiền gửi cho cả nội tệ và ngoại tệ với đa dạng kỳ hạn gửi cho khách hàng lựa

chọn. Nhờ đó đạt được kết quả tốt trong việc huy động vốn về quy mô lẫn chất lượng của cơ cấu nguồn vốn huy động. Với sự đa dạng, ngân hàng đã từng bước tạo ra sự thuận lợi nhất định:

- Các sản phẩm, dịch vụ mới của ngân hàng được triển khai và đi vào đời sống nhân dân, đặc biệt là dịch vụ phát hành thẻ và cung cấp các tiện ích qua thẻ ATM.

- Vietinbank luôn cải tiến các thủ tục, hình thức huy động vốn đơn giản, trang bị hệ thống công nghệ hiện đại phục vụ công tác huy động vốn nên đã thu hút được nhiều khách hàng đến với ngân hàng, do đó đã thu hút được nhiều nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư. Việc làm này chứng tỏ ngân hàng Vietinbank luôn coi nghiệp vụ huy động vốn là nhiệm vụ hàng đầu trong kinh doanh, đảm bảo được nguồn vốn tự phục vụ bản thân.

- Ngoài các sản phẩm tiền gửi thông thường, Vietinbank luôn từng bước tạo ra những sản phẩm mang tính đặc thù riêng, phù hợp với nhu cầu và đặc điểm của mỗi khách hàng, có thể kể đến như sản phẩm “Tiền gửi ưu đãi tỉ giá”, là loại sản phẩm được VietinBank mua ngoại tệ với tỷ giá ưu đãi so với tỷ giá niêm yết, hưởng mức lãi suất hấp dẫn và cạnh tranh, khách hàng có thể gửi và rút tiền tại bất cứ điểm giao dịch nào của VietinBank, được bảo hiểm tiền gửi bằng VND, được sử dụng để cầm cố vay vốn tại ngân hàng, được xác nhận số dư tiền gửi cho các mục đích hợp pháp và được sử dụng các tiện ích gia tăng khác của VietinBank. Một sản phẩm phải kể đến là “Tiết kiệm Phúc Lộc”, nhằm đáp ứng nhu cầu tiết kiệm và bảo hiểm rủi ro bất trắc trong tương lai cho các khách hàng trung niên, khi lựa chọn sản phẩm này, khách hàng được hưởng quyền lợi bảo hiểm sức khỏe hấp dẫn với mức lãi suất hấp dẫn, cạnh tranh, có cơ hội nhận được món quà sinh nhật ý nghĩa từ VietinBank trong thời gian gửi cũng như được sử dụng cho mục đích cầm cố vay vốn tại VietinBank

Với quy mô, uy tín của ngân hàng và sản phẩm đa dạng, ngân hàng Vietinbank đang chiếm ưu thế lớn trong hoạt động tiền gửi và là đối thủ cạnh tranh lớn của các ngân hàng trên địa bàn.

1.5.2.2. Kinh nghiệm huy động vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín – Sacombank

Trải qua một thời gian dài hoạt động, danh tiếng và uy tín của ngân hàng Sacombank đã được nhiều người biết đến, với thế mạnh là cán bộ nhân viên ngân hàng có thái độ phục vụ chu đáo, văn minh lịch sự, sẵn sàng tìm hiểu cũng như đáp ứng tốt nhất cho các nhu cầu đa dạng của khách hàng, luôn phấn đấu nâng cao chất lượng phục vụ, tập trung vào công tác chăm sóc khách hàng chiến lược và tiềm năng. Đặc biệt để tăng khả năng cạnh tranh trong lĩnh vực huy động vốn tiền gửi, Sacombank đã và đang triển khai các sản phẩm huy động mang tính đặc thù riêng và có hiệu quả cao, có thể kể đến như “Tiết kiệm Phù Đổng”, là sản phẩm thẻ tiết kiệm đứng tên Bé, có thể nộp tiền vào Tài khoản tiết kiệm bất cứ khi nào có nhu cầu, đặc biệt được nộp tiền gửi tiết kiệm 24/24 tại ATM, Internet Banking..., hưởng lãi suất có kỳ hạn hấp dẫn, thả nổi linh hoạt theo thị trường, miễn phí dịch vụ thông báo giao dịch nộp tiền vào thẻ tiết kiệm và tận hưởng các ưu đãi dành riêng cho chủ thẻ tiết kiệm Phù Đổng. Hay sản phẩm tiết kiệm “Tuần năng động”, là sản phẩm tiết kiệm với thời gian gửi ngắn, linh hoạt và phù hợp với nhu cầu sử dụng nguồn vốn của khách hàng, lãi suất hấp dẫn và cố định trong suốt kỳ hạn gửi, ngoài ra còn được hưởng các tiện ích khác của tài khoản tiền gửi tiết kiệm.

Với việc không ngừng nâng cao và đổi mới sản phẩm, Sacombank đã nỗ lực cải tiến dịch vụ nhằm mang đến chất lượng vượt trội đáp ứng tốt nhất cho nhu cầu khách hàng, nhờ vậy đã tạo được niềm tin cho khách hàng, tạo dựng một chỗ đứng vững chắc trong thị trường huy động vốn tiền gửi nói chung.

Hiện nay, các ngân hàng trong nước cũng đang đứng trước những khó khăn bao gồm sự ảnh hưởng từ biến động của nền kinh tế Việt Nam và trên thế giới cũng như áp lực cạnh tranh trong ngành ngân hàng. Để đứng vững và ngày càng phát triển, gia tăng thị phần vốn huy động đòi hỏi các ngân hàng phải không ngừng tìm hiểu, nghiên cứu để nhận ra được những hạn chế cũng như lợi thế cạnh tranh của mình, cơ cấu lại theo hướng hoàn thiện hơn nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh. Đồng thời luôn tìm hiểu và tiên đoán trước về các nhu cầu thị trường để phát triển sản phẩm

dịch vụ của mình sao cho ngày càng đa dạng và hiệu quả, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, bên cạnh đó cũng cần phải học cách thích nghi và thay đổi linh hoạt với mọi sự biến động của thị trường.

1.5.3. Bài học kinh nghiệm cho BIDV

Kể từ ngày 1/4/2007, các ngân hàng 100% vốn nước ngoài đã được phép thành lập tại Việt Nam theo cam kết gia khi Việt Nam gia nhập Tổ chức thương mại Thế giới WTO, từ đó đến nay, các ngân hàng trong nước phải chịu sức ép cạnh tranh rất lớn trong việc thu hút khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của mình. Với những động thái của các ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam cho thấy sức nóng của cạnh tranh mà trước tiên là nguy cơ mất thị phần, đặc biệt là mảng dịch vụ ngân hàng đòi hỏi công nghệ cao, cần nhiều thông tin và kinh nghiệm hoạt động. Điều quan trọng đối với các ngân hàng trong nước là sẽ cạnh tranh như thế nào khi mà lợi thế chỉ là sân nhà. Hầu hết các NHTM trong nước nói chung và BIDV nói riêng đều đã có một mạng lưới rộng khắp thông qua các chi nhánh và sở giao dịch với hệ thống các khách hàng truyền thống từ nhiều năm. Không những thế, với thâm niên hoạt động của mình, các ngân hàng nội địa rất am hiểu tập quán phong tục cũng như tâm lý khách hàng Việt Nam. Đây là những lợi thế không nhỏ cho các ngân hàng trong nước nhưng dường như vẫn chưa đủ để giảm bớt áp lực mà các ngân hàng nước ngoài tạo ra. Áp lực cạnh tranh sẽ tạo nên sức ép lên các ngân hàng trong nước, nhưng sức ép này là cần thiết và cũng là động lực cho các ngân hàng Việt Nam phải vươn lên nỗ lực hoàn thiện mình. Các NHTM Việt Nam cho thấy họ không đứng yên chờ đợi các tác động tiêu cực xảy đến mà luôn đã và đang chủ động nâng cao năng lực cạnh tranh, nắm bắt cơ hội, hạn chế thách thức bằng tất cả nỗ lực để từng bước tăng cường tính chuyên nghiệp và hiệu quả hoạt động của chính mình. Song, những gì họ đã làm trong thời gian qua vẫn chưa đủ để cạnh tranh được với các ngân hàng ngoại, bởi lẽ tuy tiềm lực tài chính của các ngân hàng nội địa đã tăng nhưng vẫn còn ở mức thấp, các dịch vụ ngân hàng đã được đa dạng hóa nhưng vẫn còn đơn điệu, trình độ công nghệ đã được cải thiện song vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu một cách tốt nhất.

Do vậy, để có thể vững vàng trong một sân chơi lớn, đòi hỏi bản thân BIDV phải giành được thế chủ động trong điều kiện hội nhập, khi mà những rào cản bảo hộ đã được dỡ bỏ hoàn toàn và lĩnh vực dịch vụ ngân hàng cũng được mở cửa theo các cam kết quốc tế, tạo ra cơ hội cũng như thách thức buộc ngân hàng phải thực thi các giải pháp mang tính quyết liệt hơn để thu hút khách hàng đến với mình.

- Tăng cường các hoạt động khuyến khích trương của ngân hàng bao gồm từ các chương trình quảng cáo công phu, các đợt gửi tiền có thưởng và những quà tặng dành cho khách hàng lớn.

- Đảm bảo các dịch vụ huy động đa dạng, hữu ích và tiện lợi cho khách hàng, sự đa dạng thể hiện từ mức kỳ hạn, các hình thức gửi tiền đến những tiêu chí khác. Ở Việt Nam, sự đa dạng thể hiện qua kỳ hạn chỉ chủ yếu tập trung vào tiền gửi ngắn hạn, còn đối với trung dài hạn thì chưa nhiều, các dạng tiền gửi cũng còn nghèo nàn, chỉ tập trung chủ yếu là tiền gửi kỳ hạn và không kỳ hạn. Những sản phẩm tiết kiệm theo mục đích phát triển đã tồn tại rất nhiều ở nước ngoài như: Tiết kiệm cho con học Đại học, Tiết kiệm cho các kỳ nghỉ du lịch,... vẫn ít được chú trọng ở các ngân hàng trong nước. Việc sử dụng quá nhiều tiền mặt ở Việt Nam cũng đã hạn chế việc quảng bá các sản phẩm huy động của ngân hàng. Những dịch vụ thanh toán lương cho nhân viên của các công ty qua tài khoản ngân hàng cũng phát triển rất mạnh ở trên thế giới, song ở Việt Nam hầu hết chỉ phát triển ở khối doanh nghiệp và cơ quan Nhà nước.

- Một vấn đề nữa là tạo thuận lợi tối đa cho khách hàng. Các ngân hàng nước ngoài triển khai vấn đề này theo hai hướng đưa ra các dịch vụ huy động đa năng (tài khoản kí thác vạn năng) và tiết kiệm điện tử (gửi một nơi rút tiền nhiều nơi). Ở Việt Nam, tiết kiệm điện tử mới chỉ là bước đầu được triển khai ở một số NHTM lớn và hầu như chưa được định hướng, khác với các ngân hàng nước ngoài, họ đã tạo ra nhiều sản phẩm đa năng và triển khai rất hiệu quả.

- Mở rộng mạng lưới chi nhánh, đặc biệt tận dụng những vị trí và địa điểm thuận lợi để tạo sự thuận tiện cho khách hàng, hiện đại hóa công nghệ, đa dạng hóa kênh phân phối để tăng diện tiếp xúc với khách hàng. Đa dạng hóa danh mục sản phẩm dịch vụ tiết kiệm đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán, cải tiến uy trình phải đảm bảo nhanh gọn, chính xác, phù hợp với khả năng của nhân viên đồng thời bảo đảm tiện lợi tối đa cho khách hàng. Hiện nay, người ta thường nhắc nhiều đến quy trình tiết kiệm một cửa, điều này thật ra rất phổ biến ở các ngân hàng nước ngoài. Quy trình một cửa đơn giản là việc khách hàng phải tiếp xúc với duy nhất một nhân viên ngân hàng trong quá trình giao dịch, điều quan trọng là việc thực hiện quy trình này cần chú ý đến khả năng của nhân viên, nếu không quy trình một cửa còn khiến cho giao dịch diễn ra lâu hơn vì nhân viên ngân hàng phải cùng một lúc làm hai nhiệm vụ.

Tóm tắt chương 1

Trong chương 1, Luận văn đã đưa ra cơ sở lý luận chung nhất về hoạt động huy động vốn của các NHTM, nhấn mạnh vai trò của nguồn vốn huy động đối với hoạt động kinh doanh của mỗi NHTM, cũng như tìm hiểu về các tiêu chí cụ thể trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động huy động tiền gửi vốn tại các ngân hàng. Bên cạnh đó, Luận văn còn đưa ra bài học kinh nghiệm trong hoạt động huy động vốn tiền gửi của một số ngân hàng trên thế giới và ở Việt Nam, từ đó làm căn cứ để BIDV nói chung cũng như BIDV chi nhánh Thừa Thiên Huế nói riêng có thể tham khảo và áp dụng vào hoạt động của ngân hàng mình.

Chương 2:

THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH THỪA THIÊN HUẾ

2.1. Giới thiệu về Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam

Lịch sử xây dựng, trưởng thành của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam là một chặng đường đầy gian nan thử thách nhưng cũng rất đỗi tự hào gắn với từng thời kỳ lịch sử bảo vệ và xây dựng đất nước của dân tộc Việt Nam... BIDV được thành lập vào ngày 26/4/1957 với tên gọi là Ngân hàng Kiến thiết Việt Nam, từ 1981 đến 1989 mang tên Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Việt Nam; từ 1990 đến 27/04/2012 mang tên Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV), từ 27/04/2012 đến nay mang tên Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam.

Ra đời trong hoàn cảnh cả nước đang tích cực hoàn thành thời kỳ khôi phục và phục hồi kinh tế để chuyển sang giai đoạn phát triển kinh tế có kế hoạch, xây dựng những tiền đề ban đầu của chủ nghĩa xã hội, BIDV đã có những đóng góp quan trọng trong việc quản lý vốn cấp phát kiến thiết cơ bản, hạ thấp giá thành công trình, thực hiện tiết kiệm, tích lũy vốn cho nhà nước... Ngay trong năm đầu tiên, ngân hàng đã thực hiện cung ứng vốn cho hàng trăm công trình, đồng thời tránh cho tài chính khỏi ứ đọng và lãng phí vốn,.. có tác dụng góp phần vào việc thăng bằng thu chi, tạo thuận lợi cho việc quản lý thị trường, giữ vững giá cả... Dù ở bất cứ đâu, trong bất kỳ hoàn cảnh nào, các thế hệ cán bộ nhân viên BIDV cũng luôn nỗ lực hoàn thành tốt nhiệm vụ của mình, là người lính xung kích của Đảng trên mặt trận tài chính tiền tệ, phục vụ cho sự nghiệp đầu tư phát triển của cả nước.

Trong giai đoạn bối cảnh môi trường quốc tế và trong nước còn nhiều khó khăn và thách thức, BIDV đã bám sát chủ trương của Chính phủ, ngân hàng Nhà nước, linh hoạt ứng phó với diễn biến thị trường, chủ động, sáng tạo, nỗ lực phấn đấu thực

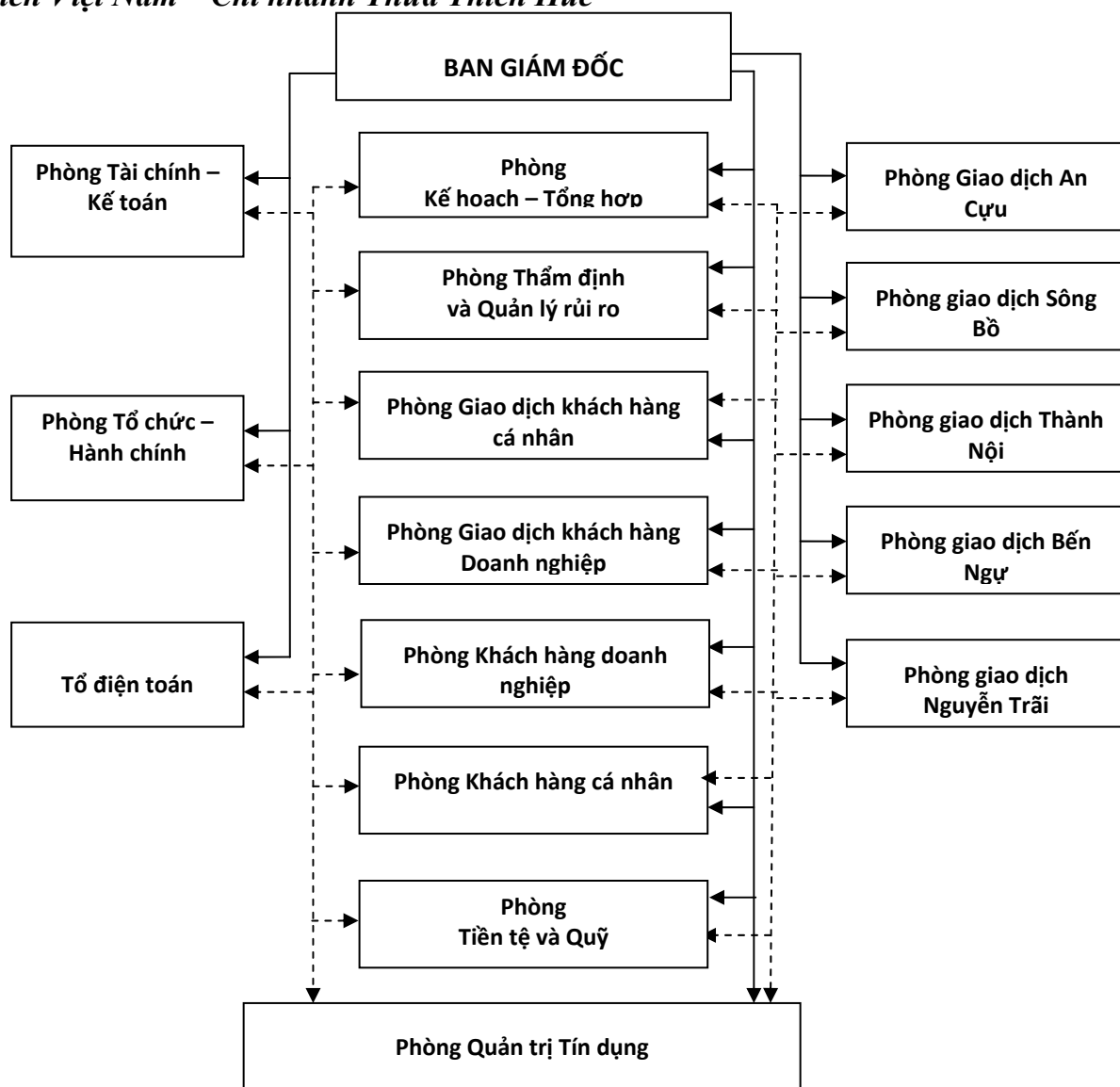
hiện thắng lợi những nhiệm vụ được giao. BIDV tập trung giải quyết các yếu kém nội tại, triển khai thực hiện Đề án Tái cơ cấu hoạt động toàn hệ thống song hành với quá trình tái cơ cấu các doanh nghiệp nhà nước và hệ thống các tổ chức tín dụng nhằm đạt tới sự ổn định, an toàn, hiệu quả. Ghi nhận những đóng góp của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam qua các thời kỳ, Đảng và Nhà nước CHXHCN Việt Nam đã tặng BIDV nhiều danh hiệu và phần thưởng cao quý: Huân chương Độc lập hạng Nhất, hạng Ba; Huân chương Lao động hạng Nhất, hạng Nhì, hạng Ba; Danh hiệu anh hùng Lao động thời kỳ đổi mới; Huân chương Hồ Chí Minh, ...

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Thừa Thiên Huế (gọi tắt là BIDV Huế)

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - chi nhánh Thừa Thiên Huế có trụ sở đặt tại địa chỉ số 41 Hùng Vương, TP Huế, là một đơn vị thành viên (Chi nhánh cấp 1) của BIDV, được cấp giấy phép thành lập hoạt động theo Quyết định số 69/QĐ-NH5 ngày 27/03/1993 của NHNN và công văn số 621 CV/UBND ngày 14/07/1993 của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế. Được thành lập vào giai đoạn toàn hệ thống BIDV đã chuyển hướng mạnh mẽ sang hoạt động kinh doanh đa năng, tổng hợp, vừa cho vay theo kế hoạch, chỉ định của Nhà nước, vừa tự huy động vốn cho vay và tự chịu trách nhiệm, tự trang trải. Trong những năm đầu thành lập, trong điều kiện khó khăn về mọi mặt từ cơ sở vật chất, điều kiện phương tiện làm việc đến môi trường hoạt động kinh doanh, BIDV Thừa Thiên Huế đã hoàn thành nhiệm vụ đầu tư phát triển, cùng các doanh nghiệp bạn góp phần xây dựng cơ sở, nền móng ban đầu cho sự phát triển kinh tế - xã hội sau này của tỉnh Thừa Thiên Huế.

Chi nhánh Thừa Thiên Huế là đơn vị hoạt động nhiều năm có hiệu quả và đạt mức tăng trưởng khá trong hoạt động sản xuất kinh doanh của toàn hệ thống. Khó khăn thử thách cũng từng bước vượt qua, từ đó vị thế và uy tín của Chi nhánh Thừa Thiên Huế dần được khẳng định. Đến nay, Chi nhánh đã có một diện mạo mới: Tự tin, năng động, trẻ trung, sáng tạo, xứng đáng với bằng khen của Thống đốc NHNN Việt Nam.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế



Sơ đồ 2.1: Tổ chức bộ máy quản lý tại BIDV Thừa Thiên Huế

Nguồn: Phòng kế hoạch Tổng hợp BIDV Huế

Ghi chú:

—————> Quan hệ trực tuyến <-----> Quan hệ chức năng

Trong giai đoạn 2014 - 2016, bộ máy tổ chức của BIDV Thừa Thiên Huế đã có bước phát triển nhảy vọt với việc gia tăng thêm 3 phòng giao dịch và chuyển đổi 3 quỹ tiết kiệm sang mô hình phòng giao dịch, từ đó gia tăng số lượng phòng giao

dịch từ 1 phòng lên 7 phòng. Ngoài ra, Chi nhánh Thừa Thiên Huế tổ chức bộ máy quản lý theo mô hình trực tuyến chức năng, nhằm đảm bảo mọi hoạt động của chi nhánh được thực hiện nhanh chóng, kịp thời, bộ máy linh hoạt gọn nhẹ, tiết kiệm chi phí hoạt động để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Hiện nay chi nhánh đã có một đội ngũ cán bộ nhân viên có trình độ cao, năng động và nhiệt tình với 103 cán bộ được phân bổ vào các phòng ban. Chức năng các phòng ban như sau:

- Đứng đầu chi nhánh là *Giám đốc*, là người chỉ đạo, điều hành chung toàn bộ hoạt động của chi nhánh, định ra phương hướng kinh doanh và chịu trách nhiệm trực tiếp với NHĐT&PT Việt Nam và ngân hàng nhà nước.

- *Các Phó Giám đốc*: giúp việc cho Giám đốc, trực tiếp chỉ đạo một số phòng ban, một số bộ phận hay từng mặt công tác Giám đốc phân công.

- *Phòng Kế hoạch – tổng hợp*: thu thập, tổng hợp, phân tích, đánh giá các thông tin về tình hình kinh tế, chính trị - xã hội của địa phương, về đối tác, đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng đến hoạt động của Chi nhánh; tham mưu, xây dựng kế hoạch phát triển và kế hoạch kinh doanh; tổ chức triển khai và theo dõi tình hình thực hiện kế hoạch kinh doanh; giúp việc Giám đốc quản lý, đánh giá tổng thể hoạt động kinh doanh của Chi nhánh.

- *Phòng Thẩm định và Quản lý rủi ro*: tham mưu, đề xuất chính sách biện pháp phát triển và nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng; quản lý, giám sát và đánh giá rủi ro tiềm ẩn với danh mục tín dụng của chi nhánh; tham mưu Giám đốc kế hoạch giảm nợ xấu; giám sát việc phân loại nợ và trích lập dự phòng rủi ro; phối hợp các bộ phận liên quan thực hiện đánh giá tài sản đảm bảo; thực hiện báo cáo về công tác tín dụng.

- *Phòng Giao dịch khách hàng*: Trực tiếp quản lý tài khoản và giao dịch với khách hàng bao gồm: Trực tiếp bán sản phẩm/dịch vụ tại quầy, giao dịch với khách hàng và thực hiện tác nghiệp từ khâu tiếp xúc, tiếp nhận yêu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng, hướng dẫn thủ tục giao dịch, mở tài khoản, gửi tiền, rút

tiền, thanh toán, chuyển tiền; Quản lý tài khoản tiền gửi của khách hàng; Giải ngân vốn vay cho khách hàng trên cơ sở hồ sơ giải ngân được phê duyệt, thực hiện thu nợ, lãi theo yêu cầu của phòng Quản trị tín dụng; Trực tiếp thực hiện các giao dịch về thẻ và chi trả kiều hối đối với khách hàng.

- *Phòng Quan hệ khách hàng*: chia làm hai mảng cá nhân và doanh nghiệp. Hai phòng có chức năng tham mưu, đề xuất chính sách, kế hoạch phát triển quan hệ khách hàng; trực tiếp tiếp thị và bán sản phẩm (sản phẩm bán buôn, tài trợ thương mại, dịch vụ...); chịu trách nhiệm thiết lập, duy trì và phát triển quan hệ hợp tác với khách hàng và bán sản phẩm của ngân hàng; đề xuất hạn mức, giới hạn tín dụng; theo dõi và quản lý tình hình hoạt động của khách hàng.

- *Phòng Quản lý và dịch vụ Kho quỹ*: trực tiếp thực hiện nghiệp vụ về quản lý kho và xuất/nhập quỹ; chịu trách nhiệm đề xuất, tham mưu với Giám đốc Chi nhánh về các biện pháp, điều kiện đảm bảo an toàn kho, quỹ và an ninh tiền tệ; phát triển các dịch vụ về kho quỹ; thực hiện đúng quy chế, qui trình quản lý kho quỹ. Phòng chịu trách nhiệm hoàn toàn về đảm bảo an toàn kho quỹ và an ninh tiền tệ, bảo đảm an toàn tài sản của Chi nhánh và của khách hàng.

- *Phòng Quản trị tín dụng*: trực tiếp thực hiện tác nghiệp và quản trị cho vay, bảo lãnh, tài trợ thương mại xuất nhập khẩu đối với khách hàng theo quy định, quy trình của BIDV và của Chi nhánh; thực hiện tính toán trích lập dự phòng rủi ro theo kết quả phân loại nợ của Phòng Quan hệ khách hàng theo đúng các quy định của BIDV; gửi kết quả cho Phòng Quản lý rủi ro để thực hiện rà soát, trình cấp có thẩm quyền quyết định; chịu trách nhiệm hoàn toàn về an toàn trong tác nghiệp của Phòng; tuân thủ đúng quy trình kiểm soát nội bộ trước khi giao dịch được thực hiện. Giám sát khách hàng tuân thủ các điều kiện của hợp đồng tín dụng.

- *Phòng Tài chính - Kế toán*: quản lý và thực hiện công tác hạch toán kế toán chi tiết, kế toán tổng hợp; thực hiện công tác hậu kiểm đối với hoạt động tài chính kế toán của Chi nhánh (bao gồm cả các phòng giao dịch/quỹ tiết kiệm); thực hiện

nhệm vụ quản lý, giám sát tài chính ; đề xuất tham mưu với Giám đốc Chi nhánh về việc hướng dẫn thực hiện chế độ tài chính, kế toán, xây dựng chế độ, biện pháp quản lý tài sản, định mức và quản lý tài chính, tiết kiệm chi tiêu nội bộ, hợp lý và đúng chế độ.

- *Phòng Tổ chức - Hành chính*: đầu mối tham mưu, đề xuất, giúp việc Giám đốc về triển khai thực hiện công tác tổ chức - nhân sự và phát triển nguồn nhân lực tại Chi nhánh; thực hiện các chế độ, chính sách có liên quan đến người lao động; thực hiện công tác hành chính (quản lý con dấu, văn thư, in ấn, lưu trữ, bảo mật...), công tác hậu cần và chịu trách nhiệm đảm bảo điều kiện vật chất, đảm bảo an ninh cho hoạt động của chi nhánh, đảm bảo điều kiện làm việc và an toàn lao động của cán bộ nhân viên, tài sản của Chi nhánh và khách hàng đến giao dịch tại Chi nhánh.

- *Tổ điện toán*: trực thuộc phòng Kế hoạch tổng hợp, có chức năng quản lý mạng, hệ thống phân quyền truy cập, kiểm soát tại chi nhánh, tổ chức vận hành hệ thống thiết bị tin học và các chương trình phần mềm, bảo mật thông tin, quản lý an toàn dữ liệu, thông suốt mọi hoạt động của ngân hàng.

- *Phòng Giao dịch An Cựu, Sông Bồ, Bến Ngự, Nguyễn Trãi, Thành Nội*: Thực hiện các giao dịch với khách hàng doanh nghiệp lẫn cá nhân, bao gồm: mở tài khoản tiền gửi, nhận tiền gửi tiết kiệm, thu đổi ngoại tệ, chi trả kiều hối, cho vay cầm cố, chiết khấu giấy tờ có giá; Hướng dẫn, tiếp nhận hồ sơ vay vốn và bảo lãnh chuyển về Trụ sở Chi nhánh thực hiện.

2.1.4. Môi trường hoạt động kinh doanh của Chi nhánh

2.1.4.1. Môi trường vĩ mô

Bao gồm môi trường kinh tế, môi trường công nghệ, môi trường chính trị, môi trường xã hội và môi trường tự nhiên

- **Môi trường kinh tế**: Môi trường kinh tế cần phải được đặc biệt chú trọng trong lĩnh vực kinh doanh ngân hàng vì bất kỳ một sự thay đổi nào của nền kinh tế cũng đều tác động đến hoạt động của các ngân hàng. Các yếu tố tác động thuộc về môi

trường kinh tế như chu kỳ kinh tế, lạm phát, tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế.

+ Mức độ lạm phát ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Khi lạm phát cao, đầu tư xã hội thấp, đời sống của hầu hết người lao động gặp khó khăn kéo theo sự chững lại trong kinh doanh của các tổ chức ngân hàng. Lạm phát trong giai đoạn 3 năm 2014 - 2016 đạt mức thấp nhất, năm 2014 đạt 1,84% và 2015 đạt 0,63% và năm 2016 là 1,87%, lạm phát diễn biến ổn định trong tầm kiểm soát đã tạo điều kiện cho các chính sách tiền tệ phát huy tác động tích cực, kích thích sản xuất kinh doanh phát triển.

+ Tốc độ tăng trưởng kinh tế: Đây là nhân tố không nhỏ thúc đẩy sự phát triển của ngân hàng. Năm 2014 là năm mà tình hình kinh tế thế giới phục hồi chậm, kinh tế trong nước chưa thực sự ổn định vững chắc đã ảnh hưởng xấu đến sản xuất - kinh doanh và môi trường đầu tư của cả nước, tác động đến kinh tế của tỉnh, tuy nhiên, ngay trong bối cảnh không thuận lợi trên, tình hình kinh tế - xã hội năm 2014 của tỉnh Thừa Thiên Huế vẫn có chuyển biến tích cực, với tốc độ tăng trưởng kinh tế ước đạt 8,23%. Sang năm 2015, thực hiện theo Nghị quyết của Chính phủ, HĐND tỉnh Thừa Thiên Huế đã chỉ đạo các ban ngành, các cấp quyết liệt thực hiện giải pháp thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế xã hội, nhờ đó tình hình tiếp tục có những chuyển biến khả quan, tốc độ tăng trưởng ước đạt 9,03%. Bước qua năm 2016, là năm đầu thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ tỉnh lần thứ XV, Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XII và Kế hoạch phát triển kinh tế xã hội 5 năm 2016 - 2020, tỉnh Thừa Thiên Huế đã tập trung cải thiện môi trường đầu tư kinh doanh, đưa sản xuất kinh doanh đi vào ổn định và đạt được những kết quả tích cực, tốc độ tăng trưởng kinh tế ước đạt 7,11%.

- Môi trường công nghệ: Công nghệ ngân hàng hiện đại là công cụ hỗ trợ đắc lực cho các nghiệp vụ ngân hàng được thực hiện nhanh chóng và hoàn thiện, chính xác, hiệu quả cao. Đối với nước ta, mặc dù công nghệ ngân hàng được chú trọng đầu tư phát triển nhưng vẫn còn là lĩnh vực mới mẻ. Riêng với Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế, yếu tố công nghệ là một thách thức lớn trong điều kiện hiện nay. Trình độ công nghệ tại Chi nhánh tuy

có nhiều mặt ưu thế so với chi nhánh các ngân hàng khác trên địa bàn nhưng vẫn còn lạc hậu, thiếu thốn, chưa theo kịp yêu cầu hiện đại hóa so với mặt bằng chung của chi nhánh một số ngân hàng khác trên địa bàn.

- Môi trường chính trị, pháp luật: Ngân hàng BIDV nói riêng và các ngân hàng thương mại nói chung về bản chất là trung gian tài chính và hoạt động của nó có tầm ảnh hưởng quan trọng đến hệ thống tài chính quốc gia, do đó họ phải tiến hành các công việc đó dưới một khung pháp lý chặt chẽ được xây dựng chủ yếu để bảo vệ lợi ích của toàn xã hội. Hiện nay, công tác quản lý Nhà nước đối với doanh nghiệp còn nhiều hạn chế, kể cả doanh nghiệp đầu tư nước ngoài; việc kiểm tra giám sát các doanh nghiệp nhà nước sau cổ phần hóa chưa được chú trọng, công tác hậu kiểm sau đăng ký kinh doanh chưa được phối hợp tốt, số doanh nghiệp có đăng ký nhưng không hoạt động còn nhiều. Về phía các doanh nghiệp cũng gặp nhiều khó khăn trong kinh doanh như việc tiếp cận các nguồn vốn vay, mặt bằng cho sản xuất, nghiên cứu thị trường,...

- Môi trường tự nhiên: Vị trí địa lý, kinh tế không thuận lợi; điều kiện tự nhiên khó khăn, thiên tai xảy ra liên tục gây hậu quả nặng nề đến sản xuất và đời sống của nhân dân. Do đó, nó cũng ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng, phát triển kinh tế địa phương đòi hỏi mọi nỗ lực tạo vốn của ngân hàng và cho vay sản xuất kinh doanh có cân nhắc thỏa đáng, tránh sự hủy hoại và lãng phí môi trường tự nhiên.

- Môi trường văn hóa xã hội: Các yếu tố văn hóa, xã hội thay đổi cũng tác động rất lớn đến ngân hàng. Chẳng hạn, khi mức sống của người dân được cải thiện, tập quán tiết kiệm đầu tư, kỳ vọng cuộc sống tăng lên, xu hướng tiêu dùng phát triển,... thì vai trò của ngân hàng ngày càng trở nên quan trọng. Nắm bắt các vấn đề văn hóa xã hội là điều khó khăn vì nó không dễ nhận biết. Nếu chiến lược kinh doanh không phù hợp với yếu tố văn hóa xã hội sẽ tất yếu dẫn đến thất bại.

2.1.4.2. Môi trường vi mô

- Khách hàng: Bên cạnh một lực lượng khách hàng lớn là các công ty, các tổ chức kinh tế, các cơ quan đoàn thể hoạt động trên địa bàn, gần đây Chi nhánh đã bắt đầu chú trọng hơn đến các doanh nghiệp nhỏ lẻ trên địa bàn cũng như thị trường

khách hàng cá nhân, người tiêu dùng. BIDV Huế đã thu hút được một lượng khách hàng ổn định và trung thành. Đồng thời, ngày càng mở rộng giao dịch với các đối tượng khách hàng mới đầy tiềm năng. Hiểu rõ vai trò tác động to lớn của khách hàng có thể ảnh hưởng, BIDV Huế đang ngày càng hoàn thiện công tác khách hàng nhằm đảm bảo thành công trong tương lai với một thị trường đầy biến động với nguy cơ cạnh tranh cao.

- Đối thủ cạnh tranh: Hiện nay, đối thủ cạnh tranh của BIDV không chỉ là các ngân hàng khác mà BIDV còn phải đối mặt với các chiến lược tạo lợi thế cạnh tranh, xâm chiếm thị phần của nhau đối với các dịch vụ liên quan đến Kho bạc nhà nước, dịch vụ tiết kiệm bưu điện, các tổ chức tín dụng, tổ chức tài chính, ngân hàng chính sách, công ty bảo hiểm, các dịch vụ bán hàng trả góp,... Đặc biệt với xu thế phát triển như hiện nay, trong tương lai gần ngân hàng sẽ càng phải khó khăn hơn để cạnh tranh với các đối thủ mới xuất hiện như các thị trường tài chính thay thế. Điều đó đòi hỏi ngân hàng phải ra sức phấn đấu, tạo uy tín mạnh trên thị trường bằng mức lãi suất hợp lý, phong cách phục vụ tốt, đa dạng loại hình dịch vụ,...

- Nhà cung cấp: Do đặc trưng của lĩnh vực kinh doanh tiền tệ nên nhà cung cấp của các ngân hàng chủ yếu là trong lĩnh vực dịch vụ chuyển tiền, các đại lý thanh toán, đại lý cho vay ủy thác,... BIDV thời gian qua đã tiến hành hợp tác với các nhà cung cấp trong các lĩnh vực như: dịch vụ chuyển tiền nhanh Western Union, các tổ chức phát hành thẻ quốc tế, đại lý ủy thác cho các tổ chức quốc tế như WB, IMF,...

2.1.5. Kết quả hoạt động của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2014 – 2016

Những năm gần đây, hoạt động ngân hàng trở thành một trong những lĩnh vực có sự cạnh tranh gay gắt nhất. Cùng với sự có mặt của rất nhiều NH TMCP ngoài quốc doanh là sự xâm nhập thị trường của các ngân hàng nước ngoài. Các đối thủ cạnh tranh trên gây nên sức ép khá lớn đến BIDV nói chung và BIDV Huế nói riêng do họ có khá nhiều lợi thế về công nghệ, con người, trình độ quản lý,...

Cùng với những khó khăn về cạnh tranh là sự khủng hoảng kinh tế toàn cầu, nhiều nền kinh tế lớn trên thế giới đứng trước bóng đen kinh tế và khủng hoảng nợ

công. Hệ thống tài chính ngân hàng đặt trước sự báo động khi các tổ chức xếp hạng hạ bậc tín nhiệm một loạt các ngân hàng hàng đầu thế giới. Kinh tế trong nước nói chung và địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng cũng gặp nhiều khó khăn, lạm phát tăng cao, kinh tế vĩ mô tiềm ẩn rủi ro, bất ổn. Chính các nhân tố này đã làm cho lĩnh vực kinh doanh ngân hàng càng trở nên khó khăn hơn. Tuy nhiên, BIDV Chi nhánh Thừa Thiên Huế đã đạt được một số thành quả nhất định.

Thu nhập và chi phí là hai tiêu chí quan trọng nói lên hiệu quả HĐKD của Chi nhánh. Kết quả tài chính ngày càng khả quan với xu hướng tăng thu nhập, tăng chi phí, tăng lợi nhuận sẽ góp phần nâng cao mức thu nhập, cải thiện đời sống cho cán bộ nhân viên. Dưới đây là tình hình HĐKD của Chi nhánh trong 3 năm qua:

2.1.5.1. Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế năm 2014 – 2016

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	So sánh 2015 & 2014		So sánh 2016 & 2015	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Giá trị	Tỷ lệ(%)	Giá trị	Tỷ lệ(%)
Tổng thu nhập	422.260	496.674	590.458	74.414	17,62	93.784	18,89
Tổng chi phí	362.076	413.794	476.152	51.718	14,28	62.358	15,07
Lợi nhuận	60.184	82.879	114.306	22.695	37,71	31.427	37,92

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Nhìn vào bảng 2.1 ta thấy: Tổng thu nhập và chi phí có xu hướng tăng dần qua mỗi năm, lợi nhuận thu về cũng có xu hướng tăng dần trong giai đoạn 2014 – 2016.

- **Thu nhập**: Thu nhập của ngân hàng luôn là một khoản mục được quan tâm, đó là kết quả cuối cùng phản ánh chất lượng kinh doanh của ngân hàng. Thu nhập của ngân hàng bao gồm thu từ lãi, thu nhập từ hoạt động dịch vụ, hoạt động kinh doanh ngoại hối và thu khác. Mức thu nhập năm 2014 này đạt 422.290 trđ, thấp hơn so với năm 2015 đạt 496.674 trđ. Nguyên nhân là do thu nhập của Chi nhánh chủ yếu là từ các khoản tín dụng cho vay. Trong năm 2015, Chi nhánh đã thực hiện cơ chế cho vay theo thỏa thuận. Bởi thế, Chi nhánh có điều kiện mở rộng dư nợ tín

dụng, đồng thời mở rộng các hình thức kiểm soát hoạt động tín dụng chặt chẽ nhằm giảm thiểu rủi ro tín dụng, trích lập dự phòng giữ ở mức cao hơn so với năm trước cũng là một biện pháp nhằm giảm thiểu rủi ro. Bên cạnh đó Chi nhánh cũng đã đẩy mạnh thu từ các hoạt động ngoài tín dụng, thu nợ đã xử lý rủi ro. Bước sang năm 2016, thu nhập đạt 590.458 trđ tăng 18,89% tức tăng lên 93.784 trđ. Đây là kết quả đáng được ghi nhận của Chi nhánh trong nỗ lực thu hồi nợ và kiểm soát hoạt động tín dụng, tuy trong giai đoạn đầu khi mới nhận sáp nhập MHB vào giữa năm 2015, Chi nhánh Huế nói riêng cũng như toàn hệ thống BIDV nói chung gặp phải nhiều khó khăn, nhưng với việc cố gắng không ngừng, Chi nhánh đã có được những thành công nhất định, giúp gia tăng ổn định thu nhập qua mỗi năm.

- **Chi phí**: Chi phí là một trong những chỉ tiêu quan trọng đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh. Ta thấy tổng chi phí đang có chiều hướng tăng qua các năm. Năm 2015 đạt 413.794 trđ, tăng so với năm 2014 đạt 362.076 trđ ứng với tỷ lệ tăng là 14,28 %, do năm 2015 ngân hàng đưa ra thêm nhiều chương trình khuyến mãi như tiết kiệm dự thưởng, phải trích quỹ dự phòng rủi ro..., hơn nữa việc BIDV nhận sáp nhập ngân hàng MHB vào năm 2015 cũng đã phần nào làm gia tăng chi phí cho BIDV nói chung cũng như BIDV Huế nói riêng, bao gồm các chi phí như chuyển đổi hệ thống, tái cơ cấu nhân sự, hay gia tăng trích lập dự phòng rủi ro,... Năm 2016 tổng chi phí đạt 476.152 triệu đồng tăng so với năm 2015 là 62.358 triệu đồng, tương đương tăng 15,77%. Nguyên nhân là do trong năm 2016, các ngân hàng đồng loạt dùng công cụ lãi suất để tiến hành cạnh tranh nhằm thu hút khách hàng về với mình, do vậy Chi nhánh cũng phải điều chỉnh lãi suất cho phù hợp với sự biến động của thị trường. Còn một nhân tố nữa không kém phần quan trọng làm thay đổi mức lãi suất huy động bình quân là thay đổi cơ cấu nguồn vốn huy động (theo thời hạn, loại tiền huy động).

Trong những năm tiếp theo ngân hàng cần tích cực tìm kiếm những nguồn vốn giá rẻ và an toàn để giảm chi phí xuống mức thấp nhất, đồng thời cần phải thẩm định kỹ trước khi quyết định cho vay, ưu tiên khách hàng uy tín (khách hàng có năng lực tài chính lành mạnh, trung thực trong kinh doanh, hoàn trả nợ đúng hạn cả

gốc lẫn lãi và quản trị kinh doanh có hiệu quả), tránh tình trạng bỏ qua khách hàng tốt và cấp tín dụng cho những khách hàng xấu.

Nhìn chung, kết quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh là khả quan, bởi trong giai đoạn 3 năm 2014 - 2016 nền kinh tế có nhiều biến động, hoạt động kinh doanh khó khăn, đặc biệt từ năm 2012 nhiều ngân hàng bắt buộc bị sát nhập (như Habubank vào SHB, PGBank vào Vietinbank, hay Southern Bank vào Sacombank...), thì sự gia tăng ổn định của Chi nhánh về thu nhập cũng như lợi nhuận là một tín hiệu tích cực. Năm 2015 lợi nhuận Chi nhánh đạt 82.879 trđ tăng 22.395 trđ ứng với tỷ lệ tăng 37,71% so với năm 2014, sang năm 2016 lợi nhuận đạt 114.306 trđ, tăng 31.427 trđ tương đương tăng 37,92 %, chủ yếu là do doanh thu từ hoạt động ngân hàng tăng, mà nguồn thu chủ yếu là từ lãi của hoạt động cho vay và chi phí trả lãi tiền gửi. Mặt khác lợi nhuận tăng lên cũng do Chi nhánh đã cân đối được nguồn thu - chi... Đây là biểu hiện tích cực, chứng tỏ những định hướng và chính sách của Chi nhánh là hoàn toàn phù hợp với yêu cầu của thị trường, đồng thời có được kết quả trên là do sự cố gắng của tất cả cán bộ nhân viên, minh chứng cho sự hợp lý của cơ cấu và việc sử dụng nguồn vốn của ngân hàng.

Trong năm 2017 tới đây, Chi nhánh đã và đang triển khai một loạt các sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ như: tiền gửi tiết kiệm – lãi suất thả nổi, tiền gửi đầu tư – lãi suất thả nổi, tiền gửi tiết kiệm lãi suất bậc thang theo thời gian, tiền gửi thanh toán – lãi suất bậc thang,... nhiều sản phẩm dịch vụ mới đặc biệt là các sản phẩm huy động vốn, góp phần đa dạng hóa dịch vụ cung cấp cho khách hàng, đặc biệt là những loại hình dịch vụ mới có công nghệ cao, tạo điều kiện cho khách hàng dễ dàng tiếp cận và lựa chọn, nâng cao tầm ảnh hưởng và uy tín của Chi nhánh trên địa bàn thông qua việc quan tâm hơn nữa tới hoạt động marketing và các dịch vụ chăm sóc khách hàng. Bên cạnh đó, Chi nhánh đang xem xét những biện pháp tích cực hơn để gia tăng thu nhập và giảm thiểu chi phí tới mức thấp nhất để hoạt động kinh doanh của ngân hàng được đi vào ổn định và tăng trưởng.

2.1.5.2. Kết quả hoạt động huy động vốn tiền gửi (VTG)

Bảng 2.2: Doanh số huy động vốn tiền gửi của BIDV Huế năm 2014 - 2016

Đơn vị: triệu đồng

Năm	Tổng vốn huy động	Giá trị tuyệt đối (+/-)	Tỷ lệ (%)
Năm 2014	2.569.029	-	-
Năm 2015	3.394.019	824.990	32,11
Năm 2016	3.792.960	398.941	11,75

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Qua bảng 2.2 ta thấy nguồn vốn huy động của Chi nhánh tăng trưởng năm sau cao hơn năm trước về giá trị tuyệt đối cũng như tốc độ tăng trưởng. Năm 2015 tổng vốn huy động đạt 3.394.019 trđ, tăng 824.990 trđ so với năm 2014, ứng với tỷ lệ tăng là 32,11%. Nguyên nhân là do năm lãi suất huy động diễn biến theo xu hướng ổn định đã giúp tạo được niềm tin cho khách hàng gửi tiền, khiến cho hoạt động huy động vốn có sự tăng trưởng thuận lợi. Tiếp tục sang năm 2016 đạt 3.792.960 trđ tăng 398.941 trđ so với năm 2015, ứng với tỷ lệ tăng 11,75% với các hình thức sản phẩm huy động vốn đa dạng, phong phú đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Chính vì vậy lượng vốn huy động được đã tăng trưởng qua từng năm, giúp Chi nhánh hạn chế việc phải huy động vốn trên thị trường liên ngân hàng. Mặc dù tốc độ tăng trưởng vào năm 2016 là thấp hơn so với năm 2015, nhưng đây cũng là điều dễ hiểu trong điều kiện cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng như hiện nay, cộng thêm tình hình kinh tế vĩ mô năm 2016 có lúc gặp bất ổn, tỷ giá có những thời điểm biến động phức tạp gây khó khăn cho ngân hàng trong công tác huy động vốn. Chính vì vậy, tổng vốn huy động tăng năm 2016 cũng chứng tỏ được uy tín của Chi nhánh ngày càng tăng lên cùng với sự cố gắng của tập thể cán bộ BIDV.

Bảng 2.3: Tình hình huy động vốn tiền gửi tại BIDV Huế năm 2014 - 2016*Đơn vị: triệu đồng*

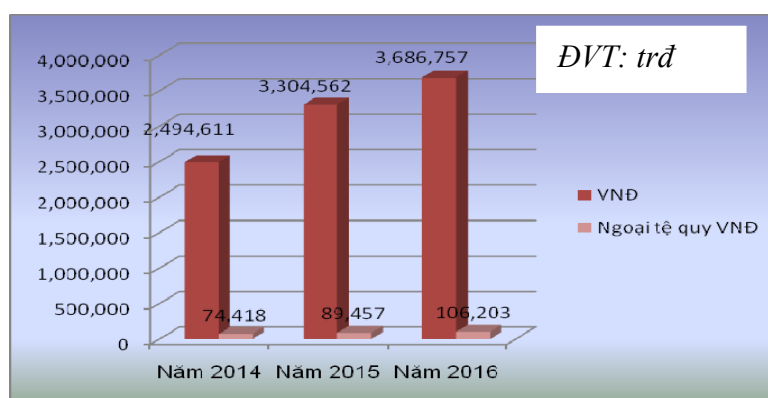
Chỉ tiêu	2014		2015		2016	
	Thực hiện	So với 2013	Thực hiện	So với 2014	Thực hiện	So với 2015
Tổng nguồn vốn huy động	2.569.029	161(%)	3.394.019	132(%)	3.792.960	112(%)
<i>Phân theo loại tiền</i>						
- VNĐ	2.494.611	162(%)	3.304.562	132(%)	3.686.757	112(%)
- Ngoại tệ quy VNĐ	74.418	131(%)	89.457	120(%)	106.203	119(%)
<i>Phân theo nguồn</i>						
- Cá nhân	1.518.863	141(%)	1.936.789	128(%)	1.983.540	102(%)
- Tổ chức	1.050.166	163(%)	1.457.230	139(%)	1.809.420	124(%)

(Nguồn: Báo cáo tổng kết BIDV Huế năm 2014 – 2016)

- Năm 2014 là một năm khó khăn đối với nền kinh tế trong nước nói chung và tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng. Trước tình hình đó, Ban lãnh đạo Chi nhánh đã có những chiến lược, chỉ đạo sâu sát đến từng cán bộ liên quan đến công tác huy động vốn, chú trọng công tác marketing, chăm sóc khách hàng tận tình chu đáo với phương châm: “Chia sẻ cơ hội – hợp tác thành công”. Chính vì vậy, Chi nhánh Thừa Thiên Huế đã đạt được kết quả rất ngoạn mục trong công tác huy động vốn.

+ Tổng nguồn vốn huy động đến 31/12/2014 đạt 3.214.000 triệu đồng, tăng hơn 350 tỷ đồng, tương đương tốc độ tăng 61% so với 31/12/2013. Trong đó: Tiền gửi VNĐ đạt 2.494.611 triệu đồng, tăng 62%; Tiền gửi ngoại tệ quy đổi VNĐ đạt 74.418 triệu đồng, tăng 31%.

+ Về cơ cấu nguồn vốn huy động: Tiền gửi của các tổ chức kinh tế đạt: 1.050.166 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 41% trong tổng nguồn vốn huy động, tăng đến 63% so với thời điểm 31/12/2013; Tiền gửi dân cư đạt: 1.518.863 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 59% trong tổng nguồn vốn huy động, tăng 41% so với 31/12/2013.



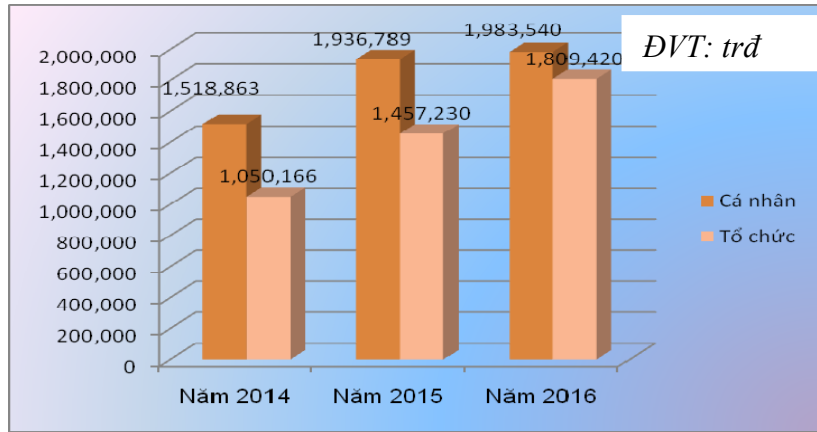
Biểu đồ 2.1: Cơ cấu VTG huy động phân theo loại tiền năm 2014-2016

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

- Năm 2015 là năm ngành ngân hàng tiếp tục đối mặt nhiều khó khăn. Sự cạnh tranh lãi suất giữa các ngân hàng vẫn diễn ra quyết liệt, trong khi lãi suất huy động vốn của BIDV thấp hơn nhiều so với các NHTM trên địa bàn, không khuyến khích được khách hàng gửi tiền, đặc biệt là không thu hút được tiền gửi dân cư. Hơn nữa, trên thị trường cũng có nhiều kênh đầu tư sinh lời khác: chứng khoán, vàng, bất động sản, nên nguồn vốn bị san sẻ. Nhưng với sự nỗ lực, quyết tâm cao của toàn Chi nhánh nên năm 2015, toàn Chi nhánh đã được những kết quả nhất định:

+ Tổng nguồn vốn huy động đến 31/12/2015 đạt 3.394.019 triệu đồng, tăng hơn 800 tỷ đồng, tương đương tốc độ tăng 32% so với 31/12/2014. Trong đó: Tiền gửi VNĐ ở mức 3.304.562 triệu đồng, tăng 809.951 triệu đồng, tương ứng tăng 32%; Tiền gửi ngoại tệ quy VNĐ ở mức 89.457 triệu đồng, tăng 15.039 triệu đồng, tương ứng tăng 32%.

+ Về cơ cấu nguồn vốn huy động: Tiền gửi của các tổ chức kinh tế đạt: 1.457.230 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 43% trong tổng nguồn vốn huy động, tăng đến 39% so với thời điểm 31/12/2014; Tiền gửi dân cư đạt: 1.936.789 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 57% trong tổng nguồn vốn huy động, tăng 28% so với 31/12/2014.



Biểu đồ 2.2: Cơ cấu VTG huy động phân theo nguồn năm 2014-2016

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

- Năm 2016 là năm được đánh giá đầy khả quan của ngành ngân hàng. Bên cạnh các nhân tố khách quan thuộc môi trường kinh doanh của ngành tài chính – ngân hàng như: chính sách tín dụng, lãi suất và tỷ giá, cơ chế quản lý và quy định về an toàn hoạt động ngân hàng của NHNN, cầu của nền kinh tế, sự cạnh tranh từ các tổ chức tín dụng khác,... cũng được các tổ chức tín dụng đánh giá là diễn biến ổn định hoặc có thuận lợi hơn các năm trước. Cùng các chính sách, chiến lược sâu sát của Ban lãnh đạo ngân hàng BIDV - Chi nhánh Thừa Thiên Huế với sự nỗ lực của toàn thể cán bộ Chi nhánh thì năm 2016 nguồn vốn huy động của Chi nhánh tiếp tục tăng trưởng 12% so với năm 2015.

+ Tổng nguồn vốn huy động đến 31/12/2016 đạt 3.792.960 triệu đồng, tăng 398.941 triệu đồng, tương đương tốc độ tăng 12% so với 31/12/2015. Trong đó: Tiền gửi VNĐ: 3.686.757 triệu đồng, tăng 382.159 triệu đồng tương đương tăng 12%; Tiền gửi ngoại tệ quy VNĐ: 106.203 triệu đồng, tăng 16.746 triệu đồng, tương đương tăng 19%.

+ Về cơ cấu nguồn vốn huy động: Tiền gửi của các tổ chức kinh tế đạt: 1.983.540 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 52,3% trong tổng nguồn vốn huy động, tăng khoảng 2% so với năm 2015; Tiền gửi dân cư đạt: 1.809.420 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 47,7% trong tổng nguồn vốn huy động, tăng 352.190 triệu đồng so với 31/12/2015, tương đương tỷ lệ 8%.

2.1.5.3. Kết quả hoạt động sử dụng vốn

Song song với công tác huy động vốn, hoạt động sử dụng vốn hay cụ thể là việc đầu tư tín dụng vẫn là công tác mũi nhọn của Chi nhánh. Trong những năm gần đây sự cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt cùng với sự bất ổn của nền kinh tế đã gây tác động không nhỏ đến công tác tín dụng tại BIDV Chi nhánh Thừa Thiên Huế.

Bảng 2.4: Hoạt động sử dụng vốn tại BIDV Huế giai đoạn 2014 - 2016

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016	
	Thực hiện	So với 2013	Thực hiện	So với 2014	Thực hiện	So với 2015
Dư nợ	2.778.275	182(%)	3.770.809	136(%)	4.827.770	128(%)
1. Phân loại theo loại tiền						
<i>Nội tệ</i>	2.628.687	188(%)	3.607.748	137(%)	4.613.755	128(%)
<i>Ngoại tệ</i>	149.588	115(%)	163.061	109(%)	214.015	131(%)
2. Phân loại theo thời hạn cho vay						
<i>Ngắn hạn</i>	1.460.534	171(%)	1.876.393	128(%)	2.563.545	137(%)
<i>Trung hạn</i>	303.602	189(%)	346.954	114(%)	527.916	152(%)
<i>Dài hạn</i>	864.551	237(%)	1.547.462	180(%)	1.736.309	112(%)
3. Phân loại theo đối tượng vay						
<i>Dân cư</i>	553.843	145(%)	761.879	136(%)	994.575	131(%)
<i>Các TCKT</i>	2.224.432	194(%)	3.008.930	135(%)	3.833.195	127(%)
4. Chất lượng dư nợ						
<i>Nhóm 1</i>	2.563.141	180(%)	3.735.042	146(%)	4.796.698	127(%)
<i>Nhóm 2</i>	202.635	207(%)	5.875	3(%)	15.353	261(%)
<i>Nhóm 3</i>	4.865	354(%)	4.304	88(%)	10.608	246(%)
<i>Nhóm 4</i>	1.961	69(%)	2.970	151(%)	1.535	52(%)
<i>Nhóm 5</i>	5.673	137(%)	22.618	398(%)	3.576	16(%)

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Bảng số liệu 2.4 cho thấy tổng dư nợ của Chi nhánh có sự tăng trưởng nhận thấy rõ trong 3 năm qua: năm 2015 tăng 992.534 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng 36% so với năm 2014; năm 2016 so với năm 2015 đã tăng 1.056.961 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng 28%. Năm 2016, tổng dư nợ tăng là kết quả của tổng doanh số cho vay tăng, cộng với việc số ít khách hàng trả nợ trước hạn. Có thể lý giải là do năm 2016 nền kinh tế cả nước nói chung và địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế nói riêng vẫn còn đang trong giai đoạn bất ổn và gặp nhiều khó khăn, nên hoạt động sản xuất kinh doanh được khuyến khích phát triển thông qua các chương trình vay vốn, đã tác động không nhỏ đến đầu tư cho vay, hơn nữa giá cả một số các mặt hàng tiêu dùng biến động theo chiều hướng tăng lên về những tháng cuối năm, thời tiết dịch bệnh diễn biến phức tạp ảnh hưởng đến nền sản xuất trên địa bàn nên nhu cầu vay vốn sản xuất kinh doanh và tiêu dùng của khách hàng tăng cao dẫn tới doanh số cho vay có xu hướng tăng lên. Cụ thể hơn, cơ cấu dư nợ tín dụng của Chi nhánh được phân loại theo các chỉ tiêu sau:

+ Theo loại tiền: có thể nhận thấy sự chênh lệch về tỉ trọng cho vay giữa VND và ngoại tệ. Bởi lẽ do đặc điểm nền kinh tế địa phương là sản xuất nông lâm ngư nghiệp, nền công nghiệp chưa thực sự phát triển, các doanh nghiệp vừa và nhỏ là chủ yếu nên nhu cầu vay vốn chỉ dừng lại ở đồng nội tệ VND, nên ngân hàng chỉ cho vay bằng ngoại tệ ở một tỉ lệ nhỏ (chiếm 5% vào năm 2014, 4% vào năm 2015 và năm 2016), phần còn lại là cho vay bằng VND (chiếm đến 95% vào năm 2014, 96% năm 2015 và 2016).

+ Theo thời hạn cho vay: ta thấy có sự không cân đối trong cơ cấu dư nợ theo kỳ hạn: dư nợ ngắn hạn luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng dư nợ, tiếp theo là dư nợ dài hạn và dư nợ trung hạn chiếm tỷ trọng nhỏ nhất. Dư nợ ngắn hạn về tỷ trọng và số lượng đang có xu hướng tăng lên: năm 2015 so với năm 2014 tăng 415.859 trđ ứng với tỷ lệ tăng là 28%; năm 2016 so với 2015 tăng 687.152 trđ ứng với tỷ lệ tăng 37%. Dư nợ trung hạn có sự thay đổi theo chiều hướng tăng doanh số và tăng tỷ trọng: năm 2015 so với năm 2014 doanh số tăng 43.352 trđ, tương ứng tăng 14%; năm 2016 so với 2015 doanh số cho vay tăng 180.962 trđ, ứng với mức

tăng 52%. Đối với dư nợ dài hạn cũng có sự biến động về doanh số: năm 2015 so với 2014 doanh số dư nợ loại này tăng 682.911 trđ tức là tăng đến 80%; năm 2016 so với năm 2015 lại tăng thêm 188.847 trđ tương đương tăng 12%. Qua xem xét cơ cấu cho vay như trên nhận thấy tỉ trọng cho vay ngắn hạn chiếm cao nhất, tiếp theo là cho vay dài hạn và cuối cùng là cho vay trung hạn, bởi lẽ ngân hàng chủ yếu cho vay các dự án vừa và nhỏ, có quy mô ở mức trung bình, thời hạn cho vay ngắn phù hợp với chu kỳ sản xuất kinh doanh ngắn của đa số các tổ chức kinh tế trên địa bàn, bên cạnh đó ngân hàng cũng nỗ lực cho vay đối với các dự án lớn để khuyến khích đầu tư phát triển. Có thể thấy cơ cấu dư nợ theo kì hạn qua các năm trong giai đoạn 2014 – 2016 là không đổi, thể hiện sự ổn định tương đối trong hoạt động cho vay của Chi nhánh, Chi nhánh cũng đang có những chiến lược mới trong cho vay nhằm đạt được sự cân đối hơn nữa trong cơ cấu dư nợ.

+ Theo đối tượng vay: Có sự chênh lệch khá lớn về tỉ trọng giữa các đối tượng vay trong cơ cấu cho vay của Chi nhánh. Do mục tiêu chính của ngân hàng là khuyến khích đầu tư phát triển cho nên tỉ trọng cho vay đối với các tổ chức kinh tế (TCKT) chiếm đa số, ở mức 80%, phần còn lại cho vay dân cư (hộ gia đình, tư nhân, cá thể) chiếm tỷ trọng 20% vào năm 2014; năm 2015 cho vay các TCKT chiếm tỷ trọng 83% trong khi cho vay dân cư chiếm 17%; sang đến năm 2016 cho vay đối với các TCKT chiếm gần 79% và đối với khu vực dân cư chiếm 21%. Có thể thấy trong những năm gần đây, cho vay hộ gia đình, tư nhân, cá thể luôn có sự tăng trưởng về doanh số cho vay: năm 2015 doanh số tăng 208.036 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng 36% so với năm 2014. Năm 2016 so với năm 2015 doanh số tăng là 232.696 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng trưởng 31%. Cùng xu hướng như trên, cho vay các TCKT cũng biến động tăng về doanh số trong giai đoạn 2014 - 2016: năm 2015 doanh số tăng 784.498 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng 35%; doanh số cho vay các TCKT năm 2016 so với năm 2015 tăng 827.265 triệu đồng, tức tăng 27%

Tại BIDV Thừa Thiên Huế, Ban giám đốc đã thường xuyên chỉ đạo phòng kinh doanh thực hiện và làm tốt quy trình phòng ngừa và xử lý nợ có vấn đề, thể hiện từ khâu thẩm định ban đầu đến việc kiểm tra thường xuyên việc sử dụng vốn vay của

khách hàng, hàng quý đều thực hiện phân loại nợ theo từng nhóm để có biện pháp chỉ đạo thu hồi và hạn chế nợ xấu xảy ra. Với những cố gắng như vậy nên trong những năm gần đây tỷ lệ nợ xấu luôn ở mức cho phép dưới 1%.

Hoạt động sử dụng vốn là hoạt động quan trọng đối với mỗi NHTM, nó là hoạt động sinh lợi chủ yếu của các ngân hàng do đó, nếu biết cách sử dụng vốn một cách hợp lý thì sẽ giúp các NHTM nâng cao được hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình. Qua bảng ta thấy tổng dư nợ còn ở mức cao và tăng trưởng đều qua mỗi năm nhận biết được tầm quan trọng của hoạt động sử dụng vốn, trong những năm vừa qua Chi nhánh BIDV Huế đã rất quan tâm, chú trọng đến hoạt động này.

2.1.5.4. Kết quả hoạt động dịch vụ

Các loại thu nhập từ các dịch vụ như: kinh doanh ngoại tệ, dịch vụ ngân quỹ, bảo lãnh và ủy thác...đều được duy trì thường xuyên tại Chi nhánh chứng tỏ chất lượng các dịch vụ của ngân hàng đang được nâng cao, lượng khách hàng đến giao dịch với NH ngày càng đông. Ngoài ra, ngân hàng cũng tiếp tục phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm khác mang lại tiện ích cho khách hàng như dịch vụ thanh toán qua thẻ ATM, hệ thống tin nhắn báo biến động số dư tài khoản, SMS Banking, tín dụng dự phòng, thu chi tại nhà đối với khách hàng cá nhân... Cùng với việc nâng phần tăng nguồn thu dịch vụ cho ngân hàng và đang ngày càng chiếm tỷ trọng cao hơn trong lợi nhuận mà ngân hàng thu được. Kết quả từ hoạt động cung cấp dịch vụ của BIDV Huế trong 3 năm gần đây được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.5: Kết quả hoạt động dịch vụ của BIDV Huế giai đoạn 2014 - 2016

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Thời gian			Mức độ tăng, giảm	
	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	2015/2014	2016/2015
<i>Thu nhập từ hoạt động dịch vụ</i>	17.681	21.812	27.363	23,36%	25,45%

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014 - 2016)

Lượng thu nhập từ hoạt động dịch vụ của ngân hàng có chiều hướng tăng dần qua các năm. Năm 2015, nguồn thu từ dịch vụ tăng cao từ 17.681 triệu đồng vào

năm 2014 đã tăng lên 21.812 triệu đồng, với mức tăng 23,36%, số lượng tăng là 4.131 triệu đồng, và kéo dài mức tăng trưởng sang năm 2016 đạt 27.363 triệu đồng, tăng 25,45%, số lượng tăng là 5.551 triệu đồng.

Nhìn chung, chiếm phần lớn nguồn thu từ hoạt động dịch vụ của Chi nhánh là thu từ dịch vụ chuyển tiền trong nước và nhận kiều hối với tỷ lệ của hai hoạt động này trong tổng nguồn thu luôn đạt trên 60%. Điều này có được do ưu thế của hệ thống BIDV Việt Nam với mạng lưới trải rộng trên tất cả các tỉnh, thành phố của cả nước. Trong bối cảnh có nhiều sự cạnh tranh lớn từ các ngân hàng khác với mạng lưới dịch vụ ngày càng mở rộng với mức phí thấp, thì sự gia tăng về lượng thu nhập từ hoạt động dịch vụ của Chi nhánh là nỗ lực đáng ghi nhận, Chi nhánh luôn hoạt động với mục tiêu hướng đến khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ sao cho phục vụ tốt nhất cho nhu cầu đa dạng của khách hàng, tạo được uy tín và niềm tin qua nhiều năm hoạt động.

2.2. Thực trạng và hiệu quả công tác huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế

2.2.1. Chiến lược huy động vốn tiền gửi của ngân hàng

Bên cạnh những hình thức huy động vốn tiền gửi truyền thống là nhận tiền gửi của khách hàng tại quầy giao dịch, BIDV Thừa Thiên Huế đã xây dựng và áp dụng được chiến lược thị trường, thị phần, trong đó đưa ra nhiều giải pháp tích cực để huy động vốn tiền gửi, như giao chỉ tiêu cho từng cán bộ trong cơ quan theo từng thời điểm từ 400 - 600 triệu đồng/người/quý kết hợp với khen thưởng cá nhân có thành tích xuất sắc trong công tác, là một trong những chỉ tiêu quan trọng trong khoán lương; tổ chức tiếp cận nhanh và phân tích thị trường vốn để đưa ra các hình thức huy động vốn tiền gửi thích hợp, nhiều tiện ích, phù hợp với nhiều đối tượng gửi tiền; tăng cường đổi mới và đa dạng hóa các hình thức, các sản phẩm tiền gửi nhằm tạo ra sự phù hợp tốt nhất cho mỗi phân đoạn khách hàng, gia tăng tối đa lợi ích của khách hàng cũng như của chính ngân hàng.

Áp dụng chiến lược Marketing: Chi nhánh thường xuyên tổ chức các cuộc tiếp

xúc với khách hàng để tuyên truyền với nhiều hình thức phong phú như tờ rơi, băng giôn, chính sách phân phối, chính sách sản phẩm (cung ứng những dịch vụ mà ngân hàng có khả năng), chính sách khuyến trương - giao tiếp, thực hiện chương trình tổng quà khuyến mại “*Chương trình tiết kiệm dự thưởng Gửi trọn niềm vui*” đem lại cơ hội nhận giải thưởng cao nhất 500 triệu đồng và nhiều giải thưởng hấp dẫn khác cho khách hàng; tổ chức quay số trúng thưởng vào các dịp đặc biệt như mừng xuân năm mới, chào mừng ngày Quốc khánh mùng 2/9, chào mừng 60 năm thành lập ngành ngân hàng và áp dụng lãi suất linh hoạt theo quy định của Ngân hàng Nhà nước và NH cấp trên...

<i>Sản phẩm tiền gửi</i>	<i>Chiến lược của ngân hàng</i>
Tiền gửi không kỳ hạn	Khách hàng sẽ được sử dụng các tiện ích ngân hàng từ tài khoản loại này như: chuyển tiền, thanh toán, các giao dịch qua hệ thống máy ATM, dịch vụ SMS Banking, nạp tiền điện thoại di động qua dịch vụ VNTopup, giao dịch qua Internet Banking, Mobile Banking,...Lãi suất áp dụng đối với loại tiền gửi này là lãi suất không kỳ hạn.
TGTK không kỳ hạn	Khách hàng sẽ được cấp sổ tiết kiệm để theo dõi, quản lý tiền gửi. Lãi suất đối với loại tiền gửi này cũng là lãi suất không kỳ hạn.
TGTK có kỳ hạn (ngắn hạn, trung và dài hạn)	Bao gồm nhiều sản phẩm tiền gửi, tiết kiệm đa dạng về kỳ hạn, phương thức thanh toán lãi, mục đích sử dụng và các ưu đãi kèm theo. Lãi suất áp dụng cho loại tiền gửi này là lãi suất có kỳ hạn theo biểu lãi suất BIDV Việt Nam công bố từng thời kỳ.

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

+ *Quy mô vốn tiền gửi*: là chỉ tiêu quan trọng đầu tiên để đánh giá khả năng huy động vốn tiền gửi của ngân hàng. Quy mô vốn tiền gửi càng lớn, càng thể hiện Chi nhánh vừa có uy tín cao và hoạt động hiệu quả, vừa đảm bảo huy động đủ nguồn vốn cho công tác sử dụng vốn, vừa đảm bảo cho hoạt động của ngân hàng

được thông suốt và đạt hiệu quả cao thông qua các chính sách thu hút vốn tiền gửi hợp lý cùng với sự nỗ lực không ngừng đã thu hút được một lượng lớn nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế và dân cư, trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các NHTM khác. Nhận thức được điều này BIDV Thừa Thiên Huế nỗ lực tập trung và coi đây là nhiệm vụ trọng tâm của toàn chi nhánh nên trong giai đoạn 2014 - 2016 hoạt động huy động vốn tiền gửi đã có nhiều chuyển biến rõ nét.

Bảng 2.6: Quy mô huy động vốn tiền gửi giai đoạn 2014 - 2016

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu		Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
Tổng VTG	<i>Số tiền</i>	2.569.029	3.394.019	3.792.960
	<i>Tốc độ tăng trưởng</i>	-	32,11	11,75
Tổng VHD	<i>Số tiền</i>	2.686.735	3.542.777	3.958.422
	<i>Tốc độ tăng trưởng</i>	-	31,86	11,73
Tổng VTG/Tổng VHD		95,62%	95,80%	95,82%

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Nhìn vào bảng 2.6 ta thấy qua 3 năm số lượng vốn tiền gửi của Chi nhánh tăng trưởng không ngừng với tỷ lệ tăng đáng kể trung bình vào khoảng gần 22%. Tính đến 31/12/2015 thì tổng nguồn vốn huy động tiền gửi đạt 3.394.019 trđ, cao hơn cùng kỳ năm trước chỉ đạt ở mức 2.569.029 trđ. Năm 2016 vốn tiền gửi tiếp tục tăng trưởng đạt 3.792.960 trđ tăng 11,75% so với năm 2015. Như vậy tỷ lệ tăng trưởng vốn tiền gửi năm 2016 thấp hơn năm 2015. Nguyên nhân là do trong năm 2016 Chi nhánh có nhiều chuyển biến về chính sách hạ lãi suất, bên cạnh đó trên thị trường xuất hiện sự cạnh tranh của nhiều ngân hàng mới, trong khi một số sản phẩm dịch vụ BIDV còn dừng lại ở những sản phẩm truyền thống, nên tốc độ tăng trưởng vốn tiền gửi năm 2016 chỉ đạt 11,75%. Bởi vậy, Chi nhánh cần có những biện pháp tích cực hơn trong công tác huy động vốn tiền gửi để đạt được tốc độ tăng trưởng ổn định và bền vững.

+ Chỉ tiêu tổng vốn tiền gửi (VTG) trên tổng vốn huy động (VHD)

Xét về số tương đối tỷ lệ VTG/VHD còn nhiều biến động song xét về số tuyệt

đôi thì có chiều hướng tăng về doanh số qua 3 năm trở lại đây. Chỉ tiêu này cho thấy năm 2014, năm 2015 và năm 2016 vốn tiền gửi chiếm tỷ lệ trên tổng vốn huy động lần lượt là: 95,62%; 95,8%; 95,82%. Năm 2014 đạt tỷ lệ VTG trong vốn huy động thấp hơn so với năm 2015 là do: đây là năm được đánh dấu bởi nhiều khó khăn và thử thách cho hoạt động huy động vốn của các NH: cạnh tranh lãi suất huy động, trong khi giá cả hàng hóa biến động mạnh, nhất là vào những tháng cuối năm nên không tạo sự hấp dẫn đối với người gửi tiền. Mặt khác, bên cạnh việc gửi tiền vào ngân hàng như một hình thức đầu tư thì khách hàng còn có nhiều kênh khác như kinh doanh bất động sản, vàng, chứng khoán cũng rất sôi động. Năm 2016 tỉ lệ VTG trong tổng VHD tăng nhẹ so với năm 2015 là do ngoài việc nhận thức của khách hàng về thanh toán không dùng tiền mặt được nâng cao, còn do phía ngân hàng đã có sự nhạy bén trong điều chỉnh lãi suất, thể hiện việc tuyên truyền vận động có chiều sâu, việc tiếp thị khuyến mại đã dần được quan tâm đúng mức.

Nhìn chung qua các năm, mặc dù thuận lợi thì ít, khó khăn thì nhiều song có được sự tăng trưởng về công tác huy động vốn tiền gửi nói trên chứng tỏ Chi nhánh BIDV Thừa Thiên Huế đã cố gắng, nỗ lực trong công tác huy động vốn tiền gửi tại địa phương. Thành công trong công tác huy động vốn nói riêng cùng với rất nhiều những thành công khác đã thể hiện thu nhập và điều kiện kinh tế của người dân có nhiều cải thiện rõ rệt và khẳng định uy tín của ngân hàng BIDV, bởi sự gia tăng nguồn vốn tiền gửi thể hiện sự gia tăng lòng tin và sự quan tâm của các TCKT và dân cư đối với ngân hàng. Ngân hàng đã thực hiện đồng bộ các giải pháp như giao khoán huy động vốn với khen thưởng cá nhân có thành tích xuất sắc trong công tác, áp dụng rộng rãi các hình thức huy động với mức lãi suất hợp lý theo quy định của NHNN và ngân hàng cấp trên.

2.2.3. Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi

2.2.3.1. Cơ cấu tiền gửi theo kì hạn

Trong 3 năm gần đây, thị trường đang phải chứng kiến cuộc chạy đua huy động vốn giữa các ngân hàng thương mại. Sự cạnh tranh của các NHTM nhằm thu hút nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư diễn ra rất quyết liệt, thông qua các dịch vụ

marketing, chăm sóc khách hàng, cạnh tranh lãi suất và các chương trình khuyến mãi có giá trị lớn. Nguồn vốn tiền gửi huy động được phân theo kỳ hạn cũng phần nào đánh giá được tính ổn định hay không ổn định của nguồn vốn này. Do đó, phân theo hình thức này được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.7: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo kì hạn giai đoạn 2014-2016

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu TG	Năm 2014	Tỷ trọng (%)	Năm 2015	Tỷ trọng (%)	So sánh 2015-2014		Năm 2016	Tỷ trọng (%)	So sánh 2016-2015	
					Giá trị	Tỷ lệ (%)			Giá trị	Tỷ lệ (%)
KKH	439.624	17,11	347.019	10,22	(92.605)	(21,06)	349.152	9,21	2.133	0,61
Ngắn hạn	1.301.868	50,68	2.176.590	64,13	874.722	67,19	2.445.501	64,47	268.911	12,35
Trung dài hạn	827.537	32,21	870.410	25,65	42.873	5,18	998.307	26,32	127.897	14,69
TỔNG	2.569.029	100	3.394.019	100	824.990	32,11	3.792.960	100	398.941	11,75

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014 - 2016)

Theo dõi bảng 2.7 ta nhận thấy rằng: VTG phân theo kỳ hạn của Chi nhánh đều tăng lên về số lượng, nhưng chủ yếu là tăng loại tiền gửi ngắn hạn (dưới 12 tháng). Trong khi tiền gửi ngắn hạn qua các năm luôn chiếm chủ yếu trong tổng VTG thì tiền gửi KKH và trung và dài hạn chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ. Bằng cách phân tích cụ thể hơn có thể thấy được như sau:

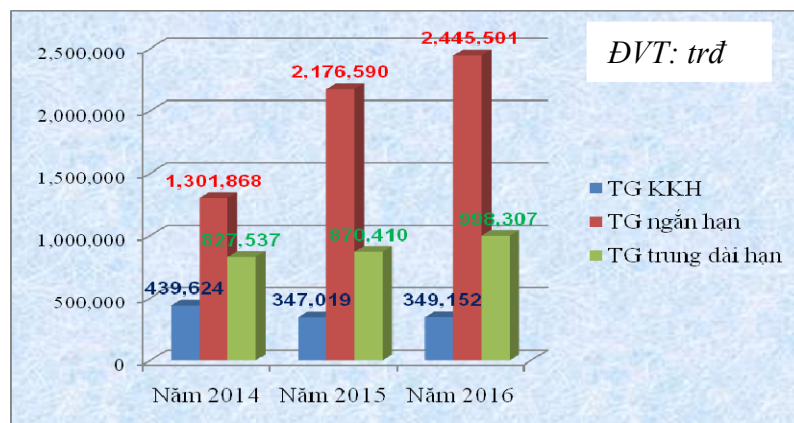
+ Tiền gửi không kỳ hạn (KKH)

Đây là loại tiền gửi có số lượng và tỷ trọng thấp nhất trong cơ cấu tiền gửi theo kỳ hạn. Mức độ tăng trưởng tiền gửi KKH năm 2015 đạt 347.019 triệu đồng, giảm 21,06% so với năm 2014. Nguyên nhân là do lãi suất tiền gửi KKH là mức lãi suất tối thiểu mà khách hàng được hưởng khi gửi tiền vào ngân hàng, nói cách khác, nếu khách hàng gửi tiết kiệm có kì hạn nhưng phát sinh kế hoạch nằm ngoài dự đoán buộc khách hàng phải rút tiền ra trước thời hạn, thì khách hàng vẫn được hưởng lãi KKH tương ứng với khoảng thời gian thực gửi, vì vậy để gia tăng lợi ích cho khách

hàng, Chi nhánh vẫn tư vấn cho khách hàng lựa chọn gửi tiết kiệm với kì hạn ngắn nếu như khách hàng không chủ động được trong kế hoạch chi tiêu của mình, do vậy dẫn đến sự sụt giảm về doanh số tiền gửi KKH vào năm 2015 so với năm 2014. Năm 2016 đạt 349.152 triệu đồng tăng 2.133 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng tăng 0,61% so với năm 2015, cho thấy được sự nhận thức của khách hàng ngày càng nâng lên, việc sử dụng tiền mặt nhiều hoặc tích trữ trong nhà ngày càng hiếm, gửi tiền ở ngân hàng vừa an toàn lại sinh lời lại vừa có thể rút ra bất cứ khi nào cần sử dụng từ nó làm nguồn tiền gửi KKH tăng lên. Số lượng khách hàng gửi vào tài khoản tiền gửi giao dịch lớn sẽ là lợi thế của ngân hàng, giúp ngân hàng tăng khả năng tài chính thông qua số dư tiền gửi thường xuyên của khách hàng, tạo điều kiện tốt để ngân hàng nâng cao chất lượng tín dụng. Hơn nữa, tiền gửi KKH nhằm mục đích thanh toán mặc dù chiếm tỷ trọng rất nhỏ so với tiền gửi ngắn hạn nhưng nó lại mang tính ổn định tương đối cao và như vậy ngân hàng có thể tính toán tỷ lệ sử dụng sao cho hợp lý nhằm thực hiện các hoạt động kinh doanh của mình. Vì thế, trong những năm tới Chi nhánh cần có những chính sách hợp lý, thu hút khách hàng mở tài khoản giao dịch tại ngân hàng, giúp duy trì và tăng trưởng loại vốn huy động này. Vì tiền gửi KKH chủ yếu là tiền gửi giao dịch của các TCKT nên việc thúc đẩy các mối quan hệ, triển khai các gói dịch vụ phù hợp với các doanh nghiệp, các tổ chức này trên địa bàn tỉnh là việc làm cần thiết, giúp Chi nhánh huy động vốn đạt hiệu quả cao hơn.

Riêng về tiền gửi KKH tuy số tiền gửi còn thấp do loại tiền gửi này mang lại cho khách hàng lãi không cao nhưng trong điều kiện NHNN thực hiện chính sách thắt chặt tiền tệ nhằm hạn chế lạm phát và sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường ngân hàng thì đây là một kết quả đáng ghi nhận cho Chi nhánh. Chi nhánh ngày càng quan tâm tới việc huy động vốn KKH. Tiền gửi không kỳ hạn là nguồn vốn hình thành chủ yếu từ nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng của các TCKT và dân cư để đáp ứng nhu cầu thanh toán của họ, mà đối tượng có nhu cầu này nhiều nhất là các doanh nghiệp, còn dân cư của địa bàn thì hầu hết chưa có thói quen thanh toán không dùng tiền mặt, chủ yếu thanh toán tiền mặt tại chợ truyền thống và các cửa

hàng. Mặt khác nguồn tiền gửi KKH là loại tiền huy động vốn với mức chi phí thấp, nhưng lại khó xác định về thời gian đáo hạn, vì vậy ngân hàng cần có các giải pháp để nâng cao huy động tiền gửi KKH và hợp lý thời gian đáo hạn của khoản tiền gửi này.



Biểu đồ 2.3: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo kì hạn giai đoạn 2014-2016

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

+ Tiền gửi có kì hạn: Lượng tiền gửi tiết kiệm có kì hạn luôn là loại tiền gửi chiếm số lượng cao nhất trong tổng nguồn vốn tiền gửi tại chi nhánh và do phần đông khách hàng dân cư gửi vào ngân hàng là chính với mục đích hưởng lãi và bảo toàn vốn. Điều đó thể hiện qua sự tăng trưởng đều đặn ở các năm: năm 2015 đạt mức 3.047.000 trđ tăng 43,09% so với năm 2010 chỉ đạt 2.129.405 trđ, năm 2016 lượng tiền gửi này đạt 3.443.808 trđ tăng 13,02% so với năm 2015. Điều này cho thấy Chi nhánh đã có được thành công trong việc phát triển nhiều sản phẩm đa dạng và phong phú để giữ chân được khách và thu hút khách hàng đến với ngân hàng. Ngoài ra, Chi nhánh còn tiếp tục nghiên cứu vận dụng linh hoạt các chương trình khuyến mại để khuyến khích khách hàng có nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng.

* Tiền gửi ngắn hạn (có thời gian đáo hạn dưới 01 năm):

Khác với tiền gửi KKH thì tiền gửi ngắn hạn có số lượng và tỷ trọng theo xu hướng tăng. Số tiền gửi huy động ngắn hạn năm 2015 đạt 2.176.590 trđ, cao hơn so với năm 2014 đạt 1.361.868 trđ tương ứng với tỷ lệ tăng 67,19%. Bước sang năm 2016 số tiền này tiếp tục tăng lên ấn tượng đạt 2.445.501 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 64,47% trên tổng vốn tiền gửi của toàn Chi nhánh và mức chênh lệch cao hơn năm

2015 là 0,34%. Như vậy nguồn tiền gửi ngắn hạn có mức tăng trưởng khá nhanh cả về số lượng lẫn tỷ trọng, năm sau cao hơn năm trước thể hiện uy tín của ngân hàng với người dân được nâng lên rõ rệt, ngân hàng đã cung cấp các sản phẩm phù hợp với khách hàng, gây được cảm tình và niềm tin cho khách hàng. Đây là loại tiền gửi quan trọng với ngân hàng, cần được chú trọng. Để nâng cao lượng tiền gửi này, Chi nhánh cần tập trung vào thực hiện đa dạng hóa kỳ hạn tiền gửi và các hình thức trả lãi phong phú, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng gửi tiền. Nhưng một hạn chế của nguồn tiền gửi ngắn hạn là loại tiền này nhạy cảm với lãi suất, nó có mức biến động cao và không ổn định qua các năm. Việc huy động tiền gửi ngắn hạn với tỷ trọng cao có thể giúp ngân hàng chủ động hơn trong việc kiểm soát rủi ro lãi suất trong ngắn hạn. Tuy nhiên, có thể làm gia tăng rủi ro thanh khoản của ngân hàng trong ngắn hạn bởi nguồn vốn ngắn hạn kém ổn định hơn so với nguồn vốn trung và dài hạn. Vì vậy, Chi nhánh cần quan tâm chú trọng đến việc điều hòa cơ cấu nguồn vốn tiền gửi sao cho phù hợp, duy trì tỷ trọng các loại tiền gửi, đặc biệt là tiền gửi ngắn hạn ở một mức vừa phải để tạo được sự chủ động nhất định trong quá trình hoạt động của mình.

** Tiền gửi trung và dài hạn (có thời gian đáo hạn trên 01 năm):*

Đây là loại tiền gửi có quy mô cũng như cơ cấu nhỏ và đang có xu hướng tăng về doanh số. Tuy ngân hàng đã cố gắng trong việc nâng cao hình thức huy động nhưng lượng tiền gửi này vẫn còn khá khiêm tốn. Một phần nguyên nhân do tâm lý khách hàng không muốn gửi tiền trung và dài hạn vì họ sợ có nhu cầu rút vốn trước hạn. Bên cạnh đó, họ ngại gửi tiền dài hạn vì không thể dự đoán trước sự biến động của lãi suất nên tiền gửi trung và dài hạn chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ trong tổng số vốn tiền gửi. Tốc độ tăng trưởng tiền gửi trung và dài hạn năm 2015 so với năm 2014 đạt 42.873 trđ ứng với tỷ lệ tăng 5,18%, cụ thể doanh số tiền gửi trung và dài hạn năm 2015 là 870.410, cao hơn so với năm 2014 đạt 827.537 trđ 17,08%. Sang năm 2016 số tiền gửi huy động này đạt 998.307 trđ tăng 127.897 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng 14,69 % so với năm 2015. Sự tăng trưởng tương đối khá về vốn huy động tiền gửi trung và dài hạn cho thấy được uy tín của BIDV cũng như Chi nhánh Thừa

Thiên Huế đang ngày càng được nâng cao. Vốn trung và dài hạn càng tăng trưởng sẽ giúp cho Chi nhánh tăng khả năng chuyển dịch cơ cấu dư nợ theo thời hạn cho phù hợp, nâng cao chất lượng cũng như hiệu quả sử dụng vốn.

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

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

- Nguồn tiền gửi trung và dài hạn cũng chỉ đáp ứng được phần nào nhu cầu sử dụng của Chi nhánh, bên cạnh đó vẫn phải vay từ NH cấp trên để đáp ứng nhu cầu cho vay trung dài hạn. Ngân hàng có thể có lợi về mặt chi phí huy động vì tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với tiền gửi trung dài hạn thấp hơn so với tiền gửi ngắn hạn và việc duy trì loại hình tiền gửi này thu hút được nhiều khách hàng tham gia vì tính linh hoạt của nó. Chẳng hạn như đối với nguồn VTG ngắn hạn, nếu huy động 10 triệu đồng thì ngân hàng phải trích lập dự phòng 4 triệu đồng và đem đầu tư 6 triệu đồng. Còn với nguồn trung và dài hạn thì ngân hàng chỉ cần trích lập phòng 2 triệu đồng đầu tư những 8 triệu đồng. Như vậy có thể thấy, lợi nhuận mà nguồn vốn trung và dài hạn đem lại là rất cao.

2.2.3.2. Cơ cấu tiền gửi theo đối tượng

Cơ cấu tiền gửi theo đối tượng được hiểu là phân loại theo tiền gửi dân cư, tiền gửi của các TCKT và tiền gửi của các TCTD. Tiền gửi dân cư và tiền gửi của các TCKT là khối lượng tiền nhàn rỗi của các cá nhân và tổ chức, gửi vào ngân hàng nhằm mục đích thánh toán, và hầu hết là để hưởng lãi hoặc tiết kiệm cho chi tiêu

trong tương lai. Nó đóng vai trò rất quan trọng trong tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng đồng thời loại tiền gửi này cũng chiếm tỷ trọng lớn nhất. Đây là nguồn vốn tiền gửi có tính ổn định cao nhất trong tổng nguồn vốn huy động và cũng là nguồn vốn chủ yếu để ngân hàng thực hiện kinh doanh và đầu tư. Nắm bắt được vấn đề này, lãnh đạo chi nhánh BIDV Huế đã kịp thời báo cáo cấp trên để xin ý kiến chỉ đạo, có thể coi đây là chủ trương đúng đắn, phù hợp với tình hình thực tế của BIDV đồng thời cũng là sự cố gắng của ban Giám đốc và tập thể cán bộ nhân viên trong Chi nhánh luôn nỗ lực nhằm khơi tăng mọi nguồn vốn nhân rồi trong xã hội, đáp ứng kịp thời nhu cầu cần thiết, hợp lý của các thành phần kinh tế, tích cực hỗ trợ cho quá trình đầu tư phát triển trên cả nước. Một bộ phận cuối cùng cấu thành trong nguồn vốn tiền gửi của ngân hàng khi phân loại theo đối tượng là tiền gửi của các TCTD, loại hình tiền gửi này nhằm mục đích thanh toán liên ngân hàng với nhau, hay trong một số trường hợp ngân hàng này đang dư thừa nguồn vốn tạm thời có thể đem gửi tại các ngân hàng khác để sinh lợi.

Để đánh giá kết quả của công tác huy động VTG một cách chính xác, đầy đủ hơn cần xét đến những biến động trong cơ cấu nguồn vốn huy động tiền gửi của chi nhánh trong thời gian vừa qua. Với mục tiêu phát triển bền vững ngân hàng đã thực hiện đa dạng hóa các hình thức, các biện pháp, các kênh huy động vốn khác nhau nhằm tạo cho nguồn vốn tăng trưởng, ổn định. Hiện nay tại chi nhánh BIDV Thừa Thiên Huế đã và đang thực hiện tốt công tác huy động VTG và hầu hết là của khách hàng trong nước, trên địa bàn tỉnh.

Bảng 2.8: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo đối tượng giai đoạn 2014 - 2016

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu TG huy động	Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016		Tốc độ tăng trưởng			
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2015/2014		2016/2015	
		Giá trị		Tỷ lệ (%)		Giá trị	Tỷ lệ (%)			
Dân cư	1.518.863	59,12	1.936.789	57,06	1.983.540	52,30	417.926	27,52	46.751	2,41
TCKT	723.652	28,17	1.120.355	33,01	1.420.262	37,44	396.703	54,82	299.907	26,77
TCTD	326.514	12,71	336.875	9,93	389.158	10,26	10.361	3,17	52.283	15,52
∑ VTG	2.569.029	100	3.394.019	100	3.792.960	100	824.990	32,11	398.941	11,75

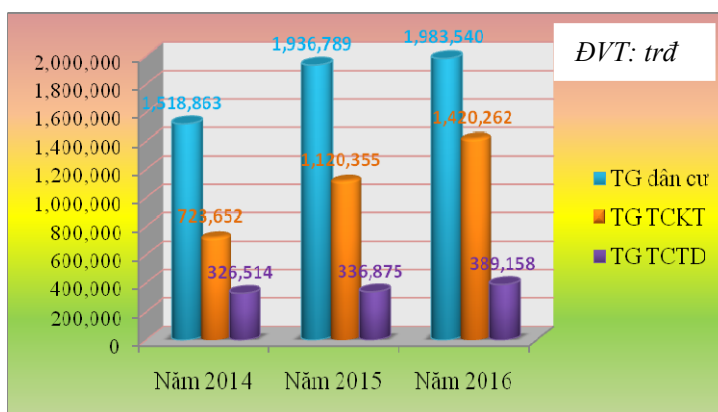
(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Quan sát bảng 2.8 ta thấy là: Tỷ lệ tiền gửi dân cư vẫn là lớn nhất trong tổng vốn tiền gửi của BIDV Thừa Thiên Huế. Tiền gửi dân cư tăng lên từng năm và chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng vốn tiền gửi, năm 2014 là 59,12%, năm 2015 là 57,06% và năm 2016 là 52,30%. Năm 2014 chỉ tiêu này đạt 1.518.863 trđ, sang năm 2015 tăng lên 417.926 trđ đạt mức 1.936.789, và tiếp tục tăng lên 46.751 trđ, chạm mức 1.983.540 trđ vào năm 2016. Trong nguồn vốn tiền gửi từ dân cư của NH thì lượng tiền gửi giao dịch thường chiếm tỷ lệ thấp, chủ yếu là huy động thông qua phát hành thẻ ATM cho các cá nhân có nhu cầu thanh toán không dùng tiền mặt hoặc gửi vào tài khoản một số tiền nhỏ rồi rút dần cho chi tiêu và thông qua việc mở tài khoản tiền gửi ngoại tệ để nhận tiền từ nước ngoài gửi về. Chiếm tỷ trọng lớn trong nguồn vốn tiền gửi từ dân cư thường là tiền gửi tiết kiệm (TGTK), vì tính ổn định của nguồn tiền này rất cao nên trong những năm qua, ngân hàng đã liên tục đưa ra các chính sách gia tăng lãi suất TGTK và các sản phẩm tiền gửi tiết kiệm dưới nhiều hình thức phong phú nhằm khuyến khích dân cư gửi tiền vào ngân hàng. Các tầng lớp dân cư đều có khoản tiền tạm thời chưa sử dụng, trong điều kiện có khả năng tiếp cận được với ngân hàng, họ có thể sẽ có nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng với mục đích an toàn và sinh lời, tiền gửi của người dân thông thường mang tính chất mùa vụ, là tiền giữa các chu kỳ sản xuất (một năm có 2 vụ thu hoạch) nên nếu họ đang có nguồn tiền tạm thời dư thừa khi gửi ngân hàng với kỳ hạn ngắn thì bên cạnh việc sinh lãi còn giúp dễ dàng tiếp tục quay vòng khoản tiền đó và có vốn làm ăn cho vụ mùa tiếp theo.

Tiền gửi từ TCKT cũng gia tăng qua các năm nhưng chiếm tỷ lệ thấp, năm 2014 chỉ đạt 723.652 trđ chiếm tỷ lệ 28,17% trên tổng tiền gửi nhưng sang năm 2015 đã đạt 1.120.355 trđ và năm 2016 còn tăng cao hơn đạt 1.420.262 trđ. Tốc độ tăng trưởng tiền gửi từ TCKT được xem là khá tốt qua hằng năm. Điều này có thể giải thích được từ những nguyên nhân khách quan của nền kinh tế nói chung trong những năm vừa qua: hoạt động SXKD của doanh nghiệp nhận được sự quan tâm đúng mức từ phía các cơ quan ban ngành khiến cho kết quả hoạt động ít nhiều khả

quan hơn so với các năm trước, quá trình lưu thông hàng hóa được thông suốt tạo điều kiện cho các dòng tiền vào và ra của doanh nghiệp diễn biến theo như kế hoạch, nên giữa các chu kỳ SXKD, các doanh nghiệp sẽ tạm thời có các khoản vốn chưa cần dùng đến, nên họ sẽ gửi vào ngân hàng để đảm bảo an toàn và sinh lời, thuận tiện cho việc thanh toán trong tương lai.

Trong khi nguồn vốn huy động từ dân cư chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số vốn tiền gửi huy động thì tiền gửi của các TCTD (chủ yếu là các NHTM khác mở tài khoản tại ngân hàng để tham gia hệ thống thanh toán) lại chiếm tỷ trọng rất nhỏ, trung bình khoảng 10% trên tổng tiền gửi với mức tăng trưởng thấp. Điều này thể hiện thế mạnh và tầm quan trọng của việc cần tập trung vào công tác huy động vốn tiền gửi từ dân cư của Chi nhánh bởi lẽ đây là nguồn huy động chính, chủ yếu, chiếm tỉ trọng rất lớn trong cơ cấu nguồn vốn tiền gửi huy động của Chi nhánh.



Biểu đồ 2.4: Cơ cấu vốn tiền gửi theo đối tượng giai đoạn 2014-2016

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Nhìn chung, quy mô vốn tiền gửi từ TCKT và tiền gửi từ dân cư và từ các TCTD đều tăng dần qua các năm. Trong cơ cấu vốn tiền gửi, tiền gửi dân cư luôn giữ tỷ trọng chủ yếu và mang tính ổn định qua các năm. Cơ cấu này là hợp lý bởi đối tượng khách hàng cá nhân là đối tượng có nhu cầu tiết kiệm cao bên cạnh những nhu cầu khác như nhu cầu thanh toán, tiện ích dịch vụ và tính an toàn đồng vốn. Đồng thời, kênh gửi tiền vào NHTM là một trong những kênh đầu tư hiệu quả của đối tượng này. Trong khi đó, đối tượng khách hàng doanh nghiệp lại quan tâm đến những cơ hội đầu tư bên ngoài và tập trung vốn cho SXKD hơn là gửi tiền vào

ngân hàng để hưởng lãi, mục đích thường xuyên của họ khi gửi vốn vào ngân hàng là để phục vụ nhu cầu thanh toán và sử dụng các tiện ích khác. Tuy nhiên xét về phía ngân hàng, việc gia tăng tiền gửi của của khách hàng doanh nghiệp và các TCTD về cả quy mô lẫn tỷ trọng sẽ đem lại lợi ích lớn, bởi tiền gửi loại này thường có số lượng lớn xét trên từng món tiền gửi, trong khi tiền gửi dân cư xét trên từng món tiền gửi thường sẽ có số lượng thấp hơn nên mặc dù tổng tiền gửi loại này cao hơn tổng tiền gửi của TCKT nhưng ngân hàng phải quản lý một lượng tài khoản lớn hơn rất nhiều so với số lượng tài khoản tiền gửi của các TCKT. Điều này làm cho ngân hàng tốn nhiều chi phí quản lý cho việc theo dõi nhiều tài khoản hơn cũng như gia tăng các chi phí phát sinh kèm theo.

2.2.3.3. Cơ cấu tiền gửi theo loại tiền

Ngoài việc phân biệt nguồn vốn huy động tiền gửi theo đối tượng, theo kỳ hạn thì việc xác định vốn tiền gửi theo đồng tiền huy động cũng rất quan trọng. Nó giúp ngân hàng duy trì mối quan hệ với các cá nhân, doanh nghiệp, TCKT có nhu cầu sử dụng ngoại tệ thường xuyên. Cơ cấu huy động vốn theo đồng tiền gửi được xác định cụ thể dưới bảng sau:

Bảng 2.9: Cơ cấu nguồn vốn tiền gửi theo loại tiền giai đoạn 2014-2016

Đơn vị: triệu đồng

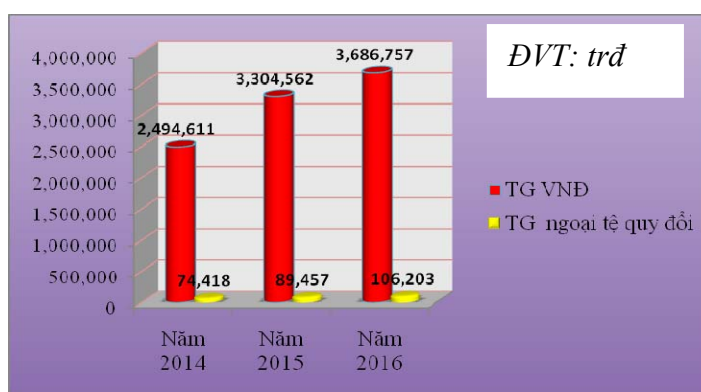
Chỉ tiêu	Năm 2014		Năm 2015		Năm 2016		Tốc độ tăng trưởng			
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2015/2014		2016/2015	
		Giá trị		Tỷ lệ (%)		Giá trị	Tỷ lệ (%)			
Nội tệ	2.494.611	97,10	3.304.562	97,36	3.686.757	97,12	809.951	32,47	382.195	11,57
Ngoại tệ qui đổi	74.418	2,90	89.457	2,64	106.203	2,88	15.039	20,21	16.746	18,72
Tổng VTG	2.569.029	100	3.394.019	100	3.792.960	100	824.990	32,11	398.941	11,75

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Qua bảng số liệu 2.9 ta thấy trong 3 năm 2014 - 2016, huy động tiền gửi bằng

nội tệ là nguồn vốn tiền gửi chính của BIDV Huế với lượng tiền huy động được tương đối lớn và chiếm tỷ trọng cao ở cả 3 năm. Theo đó, tỷ trọng vốn nội tệ luôn chiếm trên 97% trong tổng VTG, nguồn vốn ngoại tệ chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ trung bình vào khoảng xấp xỉ 3% trong cơ cấu nguồn VTG.

Cơ cấu vốn tiền gửi theo loại tiền trong giai đoạn 2014 – 2016 thay đổi theo chiều hướng: vốn tiền gửi bằng nội tệ tăng trưởng liên tục cả về số lượng và tỷ trọng, ngược lại, giảm tỷ trọng vốn tiền gửi bằng ngoại tệ. Năm 2015 vốn tiền gửi bằng nội tệ đạt 3.304.562 trđ, chiếm 97,36% tổng vốn tiền gửi, tăng 809.951 triệu đồng so với năm 2014 chỉ đạt 2.494.611 trđ. Sang năm 2016, huy động vốn loại này đạt được 3.686.757 trđ, tăng 382.195 trđ ứng với tỷ lệ tăng 11,57% so với năm 2015. Mức tăng tương đối cao này thể hiện sự cố gắng trong công tác huy động vốn tiền gửi bằng nội tệ của Chi nhánh. Mặt khác trong năm 2016, một số doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài mở rộng quy mô sản xuất, thu hút nhiều nhân công lao động, tạo ra nhiều công ăn việc làm, sản xuất nông nghiệp có vụ mùa bội thu nên người dân địa phương có mức thu nhập cao hơn và cũng có lượng tiền nhàn rỗi nhiều hơn, nên họ gia tăng lượng tiền gửi vào ngân hàng hoặc mua các chứng chỉ tiền gửi của ngân hàng để hưởng lãi.



Biểu đồ 2.5: Cơ cấu vốn tiền gửi theo loại tiền giai đoạn 2014 - 2016

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Từ thực tế trên cho thấy, vốn tiền gửi bằng ngoại tệ cũng được Chi nhánh quan tâm và có những biện pháp thực tế để tăng nguồn huy động tiền gửi này cũng như điều chỉnh khung lãi suất hợp lý. Hơn nữa, Chi nhánh cũng luôn nỗ lực nhằm hoàn

thiện và nâng cao các dịch vụ thu hút ngoại tệ, song vốn tiền gửi bằng ngoại tệ của Chi nhánh chỉ chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng vốn tiền gửi ở cả 3 năm. Năm 2015 vốn ngoại tệ quy đổi huy động được là 89.457 trđ, tăng 15.039 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ tăng 20,21% so với năm 2014. Đến năm 2016 đạt 106.203 trđ chiếm 2,88% trong tổng vốn tiền gửi, tăng 16.746 trđ so với năm 2015. Mức tăng trưởng này là rất thấp và không đều mặc dù ngân hàng đã có những đầu tư thích hợp cho lĩnh vực huy động ngoại tệ và các chiến lược cụ thể nhằm khuyến khích giao dịch bằng ngoại tệ như bốc thăm trúng thưởng, quà bằng tiền mặt,... nhằm đáp ứng các dịch vụ của khách hàng giúp làm tăng lượng ngoại tệ song sự tăng trưởng này là không cao. Nguyên nhân là do đặc thù tại người dân tại địa phương chủ yếu là sản xuất hộ kinh doanh, rất ít có những mặt hàng xuất khẩu nên phần lớn khách hàng gửi tiền thường chọn gửi bằng đồng nội tệ, nguồn ngoại tệ huy động được còn thấp là do có số lượng ít kiều hối ở nước ngoài gửi về, mặt khác do lãi suất huy động đồng ngoại tệ theo quy định của NHNN là rất thấp, thậm chí thời điểm hiện tại lãi suất huy động đối với đồng USD là 0%, cho nên không thu hút nhiều khách hàng đến gửi ngoại tệ tại ngân hàng.

Như phân tích ở trên ta thấy, BIDV Huế có những thế mạnh trong huy động tiền gửi nội tệ hơn đồng ngoại tệ do tập quán và điều kiện địa bàn với phần lớn khách hàng là người dân địa phương, các doanh nghiệp vừa và nhỏ nên đã ảnh hưởng tới tâm lý tiêu dùng chung của dân cư có thói quen dùng nội tệ là chủ yếu. Qua đó, Chi nhánh cần chú trọng phát huy hơn nữa nguồn tiền gửi tiềm năng này để hoạt động huy động vốn tiền gửi đạt hiệu quả cao hơn với nhiều loại hình tiền gửi đa dạng, thu hút được sự quan tâm và duy trì niềm tin từ công chúng đến giao dịch và gửi tiền.

2.2.4. Hiệu quả huy động vốn tiền gửi của BIDV Thừa Thiên Huế

2.2.4.1. Chỉ tiêu chi phí huy động vốn tiền gửi trên tổng nguồn vốn tiền gửi

Trong nền kinh tế mang tính cạnh tranh gay gắt như hiện nay, huy động vốn đang là vấn đề sống còn của các NHTM để duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, đáp ứng nhu cầu vốn của nền kinh tế, đem lại lợi nhuận cao cho ngân

hàng. Để mở rộng thị phần và huy động ngày càng nhiều nguồn vốn tiền gửi từ các TCKT và dân cư, các ngân hàng luôn phải cạnh tranh nhau về mọi mặt: công nghệ, chất lượng sản phẩm dịch vụ, địa điểm, cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật... Trong đó, yếu tố quan trọng cần phải kể đến chính là lãi suất huy động. Lãi suất huy động chính là công cụ quan trọng được các ngân hàng sử dụng linh hoạt nhằm thu hút khách hàng, gia tăng thị phần vốn trong nền kinh tế.

Trong chi phí tổng nguồn vốn huy động thì chi phí lãi phải trả cho nguồn vốn huy động là một yếu tố quan trọng và ảnh hưởng lớn đến chất lượng, hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh, nó chiếm tỷ trọng lớn nhất và biến động mạnh nhất. Việc gia tăng nguồn vốn huy động trong điều kiện chi phí lãi phải trả cho nguồn vốn huy động quá cao sẽ là nguyên nhân gây khó khăn cho việc giải quyết đầu ra của nguồn vốn hoặc làm giảm bớt lợi nhuận của ngân hàng. Do đó xem xét chi phí lãi phải trả cho nguồn vốn huy động và sự biến động của chi phí này được xem là việc làm thường xuyên trong công tác quản trị nguồn vốn huy động, là nội dung quan trọng trong việc đánh giá tình hình huy động vốn của ngân hàng.

Việc quy định lãi suất trần huy động đối với các NHTM của NHNN giúp cho tình hình lãi suất khá ổn định và lãi suất tạm thời chưa phải là công cụ cạnh tranh của các ngân hàng. Tuy nhiên, BIDV cũng cần phải đa dạng các mức lãi suất gắn liền với sự đa dạng các loại hình tiền gửi nhằm phù hợp với nhu cầu huy động của Ngân hàng và tạo ra nhiều sự lựa chọn linh hoạt cho khách hàng.

Trong thực tế, ngân hàng đã quan tâm đến việc đánh giá chi phí trả lãi cho nguồn huy động thông qua chỉ tiêu lãi suất bình quân đầu vào. Do trong thời gian qua, lãi suất bình quân huy động có xu hướng giảm nên chi phí bình quân cho lãi suất đầu vào cũng có xu hướng giảm, bên cạnh việc thường xuyên tính toán chi phí cho từng nguồn vốn để lựa chọn nguồn tài trợ thích hợp, Chi nhánh cũng thường xuyên tính đến lãi suất bình quân của VTG để phục vụ cho công tác quản lý.

Chi phí hoạt động huy động vốn tiền gửi của BIDV Huế trong 3 năm gần đây được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.10: Chi phí trả lãi tiền gửi giai đoạn 2014 - 2016

Đơn vị: triệu đồng

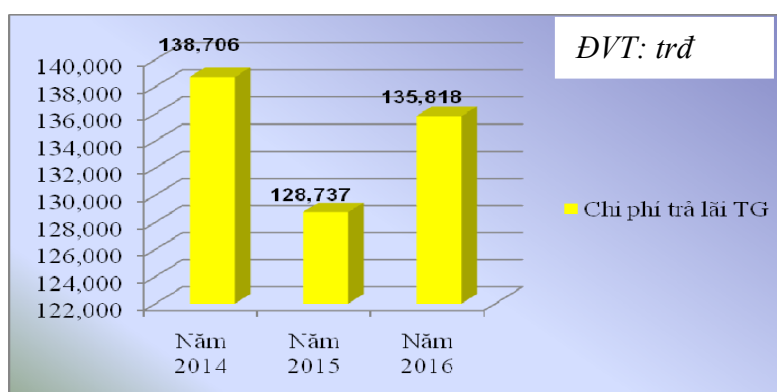
Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	Năm 2015/2014		Năm	
	2014	2015	2016	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
Tổng VTG	2.569.029	3.394.019	3.792.960	824.990	32,11%	398.941	11,75
CP trả lãi TG	138.706	128.737	135.818	(9.969)	(7.19)%	7.081	5,50
CP trả lãi TG/Tổng VTG (%)	5,4%	3,8%	3,6%	-	-	-	-

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Trong đó:

$$\text{Chi phí lãi tiền gửi bình quân} = \frac{\text{Chi phí trả lãi tiền gửi}}{\text{Tổng vốn tiền gửi}} \times 100\%$$

Chi phí trả lãi tiền gửi chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng chi phí huy động vốn và ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả hoạt động của ngân hàng.



Biểu đồ 2.6: Chi phí trả lãi tiền gửi giai đoạn 2014-2016

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Dựa vào bảng 2.10 có thể thấy chi phí trả lãi tiền gửi bình quân trên mỗi đồng vốn tiền gửi của Chi nhánh có sự thay đổi theo chiều hướng qua các năm. Năm 2014, chi phí trả lãi tiền gửi là 138.706 trđ trên tổng tiền gửi huy động là 2.569.029 triệu đồng, ta có chi phí lãi TG bình quân là 5,4%. Tỷ suất này là cao nhất trong 3 năm qua, nó cho thấy: để huy động được một đồng tiền gửi ngân hàng phải chi bình quân 0,054 đồng chi phí lãi. Năm 2015, chi phí trả lãi tiền gửi lại giảm đi 9.969 trđ

tương ứng giảm 7,19% xuống còn 128.737 trđ, trong khi tổng nguồn vốn tiền gửi huy động gia tăng với tốc độ tăng trưởng là 32,11%, đạt mức 3.394.019 trđ. Do đó, chi phí lãi TG bình quân đạt 3,8%, giảm thấp hơn so với năm 2014. Năm 2016, chi phí trả lãi tiền gửi tăng với tốc độ tăng 5,5% so với năm 2015 tương đương tăng 7.081 trđ. Tốc độ tăng trưởng về vốn tiền gửi lớn hơn tốc độ tăng của chi phí trả lãi dẫn đến tỷ suất chi phí lãi tiền gửi bình quân đạt 3,6% giảm 0,2% so với năm trước. Tỷ suất này cho thấy ngân hàng phải bỏ ra thêm 0,036 đồng tiền lãi để huy động thêm 1 đồng vốn tiền gửi.

Ta có thể lý giải kết quả trên dựa vào sự biến động của lãi suất và nhận thấy rằng việc có được chỉ tiêu chi phí trả lãi tiền gửi bình quân như vậy được đánh giá là có hiệu quả. Như đã biết: năm 2014 là năm lãi suất có nhiều biến động, lãi suất tăng cao cùng với sự gia tăng nguồn vốn tiền gửi đã làm chi phí lãi của ngân hàng tăng lên cao. Tuy nhiên, sự gia tăng chi phí lãi này là điều có thể hiểu được trong điều kiện thị trường có nhiều biến động ảnh hưởng không tốt đến công tác huy động vốn, nhằm giúp thu hút nhiều lượng tiền gửi của khách hàng hơn, nhất là khi các ngân hàng đang cạnh tranh bằng các cuộc chạy đua lãi suất gay gắt. Vấn đề đặt ra là việc đưa ra mức lãi suất linh hoạt sẽ giúp BIDV nâng cao chất lượng công tác huy động vốn, gia tăng khách hàng gửi tiền, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh. Sang năm 2015, lãi suất ngân hàng được giữ ở mức tương đối ổn định và giảm nhẹ so với năm 2014, dẫn đến chi phí trả lãi tiền gửi giảm theo mặc dù tổng vốn tiền gửi huy động được lại tăng, đây là tín hiệu đáng mừng cho Chi nhánh, bởi tuy lãi suất giảm nhưng khách hàng vẫn tìm đến với Chi nhánh giúp gia tăng lượng tiền gửi, chứng tỏ uy tín của Chi nhánh đang ngày càng được khẳng định và nâng tầm trên địa bàn. Qua đến năm 2016, chi phí lãi tiền gửi tăng lên 5,50% là do tổng vốn tiền gửi gia tăng với mức khá lớn, tốc độ tăng trưởng đạt 11,75%; lãi suất tiền gửi năm 2016 cũng không biến động nhiều so với 2015, và vẫn giữ được sự ổn định tương đối, chỉ tăng giảm với biên độ nhỏ.

2.2.4.2. Chỉ tiêu chi phí huy động vốn tiền gửi trên tổng chi phí

Chi phí huy động vốn tiền gửi bao gồm chi phí lãi và các chi phí phi lãi. Các chi phí phi lãi như là: chi phí bảo hiểm tiền gửi, chi phí nhân viên, chi phí trang thiết bị, chi phí quảng cáo, tiếp thị...

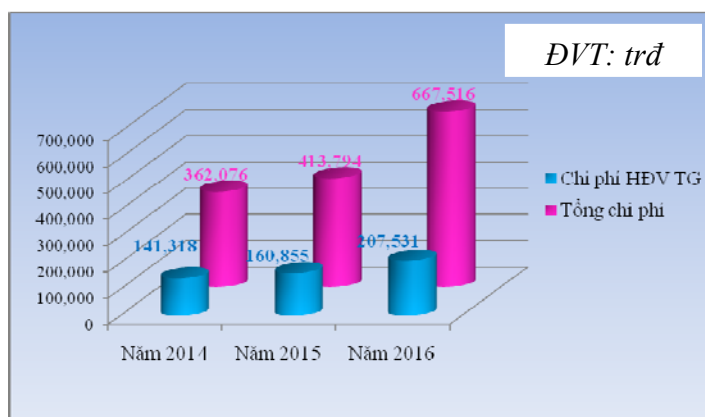
Bảng 2.11: Chỉ tiêu chi phí huy động vốn tiền gửi trên tổng chi phí 2014 - 2016

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
Chi phí HĐV TG	141.318	160.855	207.531
Tổng chi phí	362.076	413.794	667.516
Chi phí HĐV TG/Tổng chi phí	39,03%	38,87%	31,09%

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Nhìn vào bảng 2.11 ta thấy tỷ lệ chi phí huy động vốn trên tổng chi phí qua 3 năm đạt mức bình quân là 33,50%. Nếu năm 2014 chi phí HĐV chiếm 38,31% trong tổng chi phí thì năm 2015 chiếm 31,11%, tức giảm đi so với 2014 là 7,2%, sang năm 2016 chi phí huy động vốn tiền gửi chỉ chiếm 31,09% giảm 0,02% so với cùng kỳ năm 2015. Năm 2015 tỷ lệ chi phí HĐV/tổng chi phí thấp hơn năm 2014, điều này cho thấy năm 2015 Chi nhánh phải bỏ ra ít chi phí hơn cho hoạt động huy động vốn và có thể nói rằng công tác quản lý chi phí huy động vốn tiền gửi của chi nhánh năm 2015 thực sự đã được nâng cao hơn so với năm 2014. Đến năm 2016, chỉ tiêu chi phí huy động vốn tiền gửi trên tổng chi phí hoạt động lại diễn biến theo chiều hướng tích cực hơn khi giảm xuống còn 31,09%. Nguyên nhân là do lãi suất tiền gửi trong năm có nhiều thay đổi, được điều chỉnh giảm với mức trung bình khoảng 0,03%; thêm nữa Chi nhánh cũng cắt giảm một số chi phí cho tiếp thị, tuyên truyền, quảng cáo so với năm 2015. Mặc dù tỷ lệ giữa chi phí huy động vốn tiền gửi và tổng chi phí có sự biến động song số tiền chi phí tính theo giá trị tuyệt đối mà mỗi năm Chi nhánh phải bỏ ra đều tăng, đây cũng là điều Chi nhánh cần hết sức lưu ý, cần xem xét cắt giảm những chi phí không cần thiết để tránh lãng phí, đảm bảo hoạt động kinh doanh của Chi nhánh đạt được lợi nhuận cao hơn.



Biểu đồ 2.7: Chi phí huy động vốn tiền gửi và tổng chi phí năm 2014-2016

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Để biết công tác huy động vốn của ngân hàng đạt hiệu quả hay không ta phải so sánh tốc độ tăng trưởng của nguồn vốn huy động với mức tăng của chi phí huy động vốn. Năm 2015 tốc độ tăng chi phí huy động vốn tiền gửi là 13,82% thấp hơn so với tốc độ tăng trưởng của vốn tiền gửi huy động đạt 32,11%; qua đó có thể thấy hiệu quả huy động vốn của ngân hàng trong năm 2015 là tương đối tốt. Sang năm 2016 mức tăng chi phí huy động vốn tiền gửi là 29,02% trong khi mức tăng trưởng của vốn tiền gửi huy động là 31,86%. Từ kết quả đó có thể khẳng định hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng cũng đã giữ vững trong năm 2016, cho thấy được những ưu điểm trong chiến lược huy động vốn tiền gửi của Chi nhánh.

2.2.4.3. Khả năng đáp ứng vốn tiền gửi

Nếu ngân hàng huy động được vốn tiền gửi nhiều mà sử dụng ít sẽ dẫn tới sự dư thừa, ứ đọng vốn. Ngược lại, nếu ngân hàng sử dụng vốn vượt quá khả năng huy động sẽ dẫn tới nguy cơ xảy ra rủi ro thanh khoản. Bởi vậy, sự phù hợp giữa cơ cấu huy động VTG và khả năng đáp ứng về vốn theo nhu cầu sử dụng vốn và theo loại tiền là yếu tố rất quan trọng trong công tác huy động vốn tiền gửi của ngân hàng.

Bảng 2.12: Khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn tiền gửi năm 2014 - 2016*Đơn vị: triệu đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
	Số tiền	Số tiền	Số tiền
1. Đáp ứng theo nhu cầu sử dụng			
Tổng dư nợ	2.778.275	3.770.809	4.827.770
Tổng VTG	2.569.029	3.394.019	3.792.960
Tổng VTG/Tổng dư nợ	92,47%	90,01%	78,57%
2. Đáp ứng theo kỳ hạn			
Dư nợ ngắn hạn	1.460.534	1.876.393	2.563.545
ΣVTG ngắn hạn	1.301.868	2.176.590	2.445.501
ΣVTG ngắn hạn/Dư nợ ngắn hạn	89,14%	115,81%	95,40%
Dư nợ trung dài hạn	1.168.153	1.894.416	2.264.225
ΣVTG trung dài hạn	827.537	870.410	998.307
ΣVTG TDH/Dư nợ TDH	70,84%	45,95%	44,09%
3. Đáp ứng theo loại tiền			
Dư nợ nội tệ	2.628.687	3.607.748	4.613.755
Tổng VTG nội tệ	2.494.611	3.304.562	3.686.757
Tổng VTG nội tệ/Dư nợ nội tệ	94,90%	91,60%	80%
Dư nợ ngoại tệ quy đổi	149.588	163.061	214.015
Tổng VTG ngoại tệ quy đổi	74.418	89.457	106.203
Tổng VTG ngoại tệ quy đổi/Dư nợ ngoại tệ quy đổi	49,75%	54,86%	49,63%

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Huế 2014-2016)

Qua bảng số liệu trên ta thấy: nhìn chung qua 3 năm khả năng đáp ứng về vốn tiền gửi và tổng dư nợ theo kỳ ngắn hạn đạt hiệu quả hoạt động theo nhu cầu sử dụng, đáp ứng tương đối tốt cho nhu cầu vay ngắn hạn, tuy nhiên đối với kỳ trung và dài hạn lại không được ổn định, thiếu vốn, vốn tiền gửi huy động được không đủ để đáp ứng nhu cầu sử dụng nên chưa có hiệu quả. Do đó Chi nhánh có sự lựa chọn là: vay vốn từ ngân hàng cấp trên để bù đắp vào khoản cho vay nếu tổng nguồn vốn

huy động không có khả năng đáp ứng và ngược lại. Đồng thời vấn đề đặt ra là giải pháp để nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi của Chi nhánh là việc làm vô cùng cần thiết. Đối với vốn tiền gửi nội tệ và ngoại tệ quy đổi, khả năng đáp ứng cho nhu cầu vay nội tệ và ngoại tệ đạt tỉ lệ gần như tương đương nhau, chứng tỏ Chi nhánh đã có thành công nhất định trong việc chủ động linh hoạt và cân đối về khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn tiền gửi theo loại tiền. Tìm hiểu cụ thể hơn, ta nhận thấy được như sau:

+ Đáp ứng theo nhu cầu sử dụng:

Bảng số liệu cho biết năm 2014 số lượng vốn tiền gửi được dùng để cho vay là 92,47%, năm 2015 tổng dư nợ/tổng vốn tiền gửi là 90,01%, giảm đi một mức không đáng kể là 2,46% so với năm 2014. Năm 2016 tỷ lệ này đạt 78,57%, giảm 11,44 % so với năm trước đó. Tốc độ tăng trưởng của nguồn vốn tiền gửi luôn thấp hơn so với tốc độ tăng trưởng của dư nợ tín dụng: năm 2015 vốn tiền gửi tăng 32,11% trong khi tổng dư nợ tăng với tỷ lệ 36% so với 2014, năm 2016 tốc độ tăng vốn tiền gửi là 11,75% trong khi dư nợ tín dụng tăng 28%. Nguyên nhân dư nợ tín dụng tăng trưởng cao hơn vốn tiền gửi là do trong những năm gần đây, Chi nhánh liên tục có các chương trình hỗ trợ lãi suất cho khách hàng vay vốn, hơn nữa số lượng các doanh nghiệp thành lập mới trên địa bàn gia tăng, hoạt động SXKD của doanh nghiệp nhìn chung là tương đối ổn định, không có quá nhiều tác động bất lợi đến hiệu quả hoạt động, do vậy nhiều doanh nghiệp càng muốn mở rộng hoạt động SXKD của mình, bên cạnh đó trên địa bàn có thêm nhiều doanh nghiệp mở mới, từ đó tác động làm gia tăng dư nợ tín dụng của Chi nhánh với tốc độ tăng trưởng khá lớn, cao hơn tốc độ tăng của vốn tiền gửi huy động được.

Nhìn chung tỷ lệ vốn tiền gửi được sử dụng để cho vay của Chi nhánh chưa đạt hiệu quả vì chưa đủ đáp ứng nhu cầu. Tuy lượng vốn tiền gửi được sử dụng tối đa cho đầu tư kinh doanh sẽ làm tăng thu nhập từ lãi vay song hiện tượng thiếu vốn tiền gửi để cho vay buộc Chi nhánh phải sử dụng tới vốn huy động bù đắp (tổng VHD năm 2014 là 2.686.735 triệu đồng, năm 2015 là 3.542.777 triệu đồng và năm 2016 là 3.958.422 triệu đồng) hoặc vốn lưu chuyển từ ngân hàng cấp trên xuống là điều chắc chắn.

+ Đáp ứng theo kỳ hạn:

* *Sử dụng vốn ngắn hạn:* Bảng số liệu trên cho thấy Chi nhánh chưa có sự cân xứng trong huy động VTG và sử dụng VTG ngắn hạn. Tỷ lệ đáp ứng cho vay ngắn hạn năm 2014 là 89,14% nhưng sang đến năm 2015 đạt 115,81% và vào năm 2016 lại giảm xuống còn 95,40%. Tức là nguồn vốn tiền gửi ngắn hạn của Chi nhánh năm 2014 và 2016 là không đủ bù đắp để cho vay ngắn hạn, nhưng vào năm 2015 thì lại thừa vốn tiền gửi ngắn hạn để cho vay, phần thừa vốn tiền gửi ngắn hạn này tương đối lớn, lên đến 297.197 triệu đồng. Đây là hệ quả của sự chênh lệch về tỷ trọng giữa VTG ngắn hạn và cho vay ngắn hạn. Vốn tiền gửi ngắn hạn là nguồn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng VTG (khoảng 600%) trong khi dư nợ ngắn hạn lại chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng dư nợ (khoảng 50%). Tuy mức chênh lệch không quá lớn nhưng cho thấy Chi nhánh vẫn chưa đạt được hiệu quả cao nhất trong việc đáp ứng cho nhu cầu vay vốn ngắn hạn. Trong những năm gần đây Chi nhánh đang dần có sự thay đổi theo hướng tích cực nhằm cân bằng giữa huy động vốn tiền gửi và cho vay ngắn hạn, để tiến tới

* *Sử dụng vốn trung và dài hạn:* Chi nhánh chưa đạt được sự cân đối giữa huy động vốn tiền gửi trung - dài hạn và sử dụng vốn. Ngược lại với VTG ngắn hạn, VTG trung - dài hạn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng vốn tiền gửi (trung bình khoảng 28%) trong khi dư nợ trung - dài hạn chiếm tỷ trọng lên đến xấp xỉ 50%, cho nên nguồn vốn tiền gửi trung - dài hạn của Chi nhánh không đủ để đáp ứng cho nhu cầu vay của khách hàng. Theo đó, năm 2014 nhu cầu vay trung - dài hạn thiếu 340.616 triệu đồng, năm 2015 thiếu 1.024.006 triệu đồng, năm 2016 thiếu đến 1.265.918 triệu đồng chứng tỏ Chi nhánh đã sử dụng một phần nguồn vốn ngắn hạn để cho vay trung - dài hạn, điều đáng nói là nguồn vốn ngắn hạn tuy có chi phí huy động thấp hơn nhưng tính ổn định lại không cao, có thể gây ảnh hưởng xấu đến khả năng thanh toán. Có thể thấy tỷ lệ đáp ứng cho vay trung - dài hạn của Chi nhánh đang giảm dần qua các năm: năm 2014 là 70,84% sang năm 2010 còn 45,95% và vào năm 2016 chỉ còn 44,09%. Sự mất cân đối trong huy động VTG và sử dụng VTG trung - dài hạn ngày càng thể hiện rõ mặc dù số lượng vốn tiền gửi trung - dài

hạn và doanh số dư nợ trung - dài hạn đều tăng lên theo thời gian: tốc độ tăng của vốn tiền gửi năm 2015 so với năm 2014 là 5,18%; năm 2016 so với năm 2015 là 14,69%. Dư nợ trung - dài hạn năm 2015 tăng 62,17% so với năm 2014, năm 2016 tăng 19,52% so với năm 2015. Như vậy tốc độ tăng của dư nợ trung - dài hạn cao hơn so với tốc độ tăng của VTG trung - dài hạn nên không đạt hiệu quả trong sử dụng vốn.

+ Đáp ứng theo loại tiền:

Dư nợ nội tệ trên tổng vốn tiền gửi nội tệ giai đoạn 2014 – 2016 đều ở mức cao (trên 100% vào năm 2014, 2015 và gần 90% vào năm 2016) và đang có xu hướng giảm dần qua mỗi năm, chứng tỏ tổng vốn tiền gửi nội tệ đang có xu hướng tăng lên song vẫn không đủ để đáp ứng cho nhu cầu cho vay nội tệ dẫn tới chưa đạt được hiệu quả cao nhất trong hoạt động sử dụng vốn nội tệ. Điều này thể hiện ở tốc độ tăng của dư nợ nội tệ cao hơn tốc độ tăng của vốn tiền gửi nội tệ. Tốc độ tăng trưởng của dư nợ năm 2015 là 37% trong khi của vốn tiền gửi là 32,47%; tốc độ tăng của dư nợ năm 2016 là 28% thì của VTG là 11,57%.

Về phía khả năng đáp ứng nhu cầu vay ngoại tệ, thì ta thấy chỉ tiêu dư nợ ngoại tệ trên tổng vốn tiền gửi ngoại tệ giai đoạn 2014 – 2016 diễn biến theo xu hướng giảm dần qua mỗi năm: năm 2014 tỉ lệ này đạt 103,40% tức là dư thừa vốn tiền gửi ngoại tệ phục vụ cho nhu cầu vay ngoại tệ, nhưng sang đến năm 2015 tỉ lệ này giảm còn 95,01% và vào năm 2016 chỉ còn đạt 49,63%, chứng tỏ tổng vốn tiền gửi ngoại tệ tuy có xu hướng tăng lên song cũng vẫn không đủ để đáp ứng cho nhu cầu cho vay ngoại tệ dẫn tới chưa đạt hiệu quả trong hoạt động sử dụng vốn tiền gửi ngoại tệ. Điều này thể hiện ở tốc độ tăng của dư nợ ngoại tệ năm 2016 cao hơn rất nhiều so với tốc độ tăng của vốn tiền gửi ngoại tệ. Tốc độ tăng trưởng của dư nợ năm 2016 là 31% trong khi của vốn tiền gửi chỉ là 18,72%. Như vậy Chi nhánh vẫn chưa đạt hiệu quả cao trong việc cân bằng giữa nguồn vốn ngoại tệ huy động được với nhu cầu cho vay bằng ngoại tệ.

Tóm lại, Chi nhánh cần có các biện pháp cụ thể nhằm cơ cấu lại nguồn vốn tiền gửi sao ngày càng linh hoạt hơn trong quá trình sử dụng, đáp ứng đủ và hiệu quả cho nhu cầu vay vốn của nền kinh tế, hạn chế các rủi ro thanh khoản do thiếu hụt vốn, giúp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh, đồng thời ngày một khẳng định vị thế của Chi nhánh trên địa bàn.

2.3. Đánh giá hiệu quả công tác huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế

2.3.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân

Chi nhánh BIDV Thừa Thiên Huế đã bám sát sự chỉ đạo của NHNN, các cấp ủy, chính quyền địa phương với phương châm chủ động, linh hoạt trong hoạt động kinh doanh. Do vậy kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh đạt nhiều kết quả khả quan. Thành tựu nổi bật nhất trong 3 năm gần đây của Chi nhánh là đã tạo lập được nguồn vốn huy động đặc biệt là hoạt động huy động vốn tiền gửi ngày càng tăng trưởng ổn định, nhằm phục vụ cho các mặt kinh doanh. Nguồn vốn tiền gửi này chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng nguồn vốn huy động của toàn chi nhánh, được sử dụng để giải ngân cho các dự án đầu tư, cho vay sản xuất kinh doanh nhằm thỏa mãn mục tiêu đáp ứng cho nhu cầu vốn đầu tư phát triển và vốn kinh doanh của khách hàng là cá nhân và tổ chức. Qua nghiên cứu một số nội dung trong công tác huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế, ta thấy với sự nỗ lực phấn đấu của lãnh đạo và nhân viên Chi nhánh, hoạt động huy động vốn của Chi nhánh đã đạt được nhiều thành tựu rõ rệt:

Một là: Quy mô vốn tiền gửi ngày càng tăng lên qua các năm với tốc độ tăng trưởng trong thời gian qua là khá cao, doanh số vốn huy động tiền gửi ngày càng tăng với năm sau cao hơn năm trước, chiếm tỷ trọng cao trong tổng vốn huy động của Chi nhánh. Với điều kiện kinh tế địa phương và nhận thức của dân chúng ngày càng được nâng cao đồng thời Chi nhánh có địa điểm giao dịch lý tưởng và ngày càng nâng cấp về cơ sở vật chất, trang thiết bị được cập nhật, tiện ích đa dạng nên đã gây được thiện cảm và sự tin tưởng của khách hàng. Tính đến 31/12/2015 vốn tiền gửi huy động đạt 3.394.019 triệu đồng tăng 824.990 triệu đồng so với cùng kỳ

năm trước, sang năm 2016 tiếp tục đạt mức 3.792.960 triệu đồng tăng 398.941 triệu đồng và hoàn thành 100% mục tiêu năm đề ra. Nguồn vốn tiền gửi này tăng trưởng qua 3 năm 2014 – 2016 và có vị trí quan trọng trong tổng tài sản nợ của Chi nhánh.

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

Hai là: Trong công tác xây dựng và thực hiện chính sách huy động vốn, Chi nhánh đã theo dõi, cập nhật mọi thông tin biến động trên thị trường để điều chỉnh kịp thời lãi suất huy động nhằm đáp ứng được yêu cầu cạnh tranh. Các hình thức tiền gửi tiền gửi (TGTK) ngày càng phong phú, đa dạng cả về thời gian, lãi suất và loại tiền, từ đó thu hút được nguồn tiền nhàn rỗi từ dân cư. Bên cạnh đó, công nghệ ngân hàng ngày càng tiên tiến, hiện đại với độ chính xác cao nên đã rút ngắn thời gian giao dịch, khai thác được nguồn vốn tiền gửi cả về nội tệ và ngoại tệ, không kỳ hạn và có kỳ hạn.

Điển hình như việc Chi nhánh BIDV Thừa Thiên Huế đã tạo điều kiện thuận lợi cho các đơn vị, cá nhân nhanh chóng hoàn tất thủ tục mở tài khoản, chuyển tiền gửi vào ngân hàng. Chính vì vậy mà nguồn vốn huy động từ dân cư và các TCKT thông qua việc gửi tiền qua ngân hàng ngày càng tăng lên, tạo lợi thế cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Nguyên nhân là: Do những chủ trương, đường lối chỉ đạo của BIDV Việt Nam và Chi nhánh ngân hàng cấp trên luôn quan tâm, cung cấp các loại hình sản phẩm dịch vụ tiên tiến, chú trọng vào các mảng hoạt động dịch vụ, phát triển nền tảng khách hàng, phát triển hệ thống công nghệ thông tin, hoạt động quản lý rủi ro cũng như quan hệ với các đối tác chiến lược... Thêm nữa ngân hàng BIDV là một trong năm ngân hàng TMCP Nhà nước có vốn điều lệ cao nhất và cũng là ngân hàng có nhiều chi nhánh nhất hiện nay nên đã có bước tiến góp phần khẳng định vị thế và nâng cao thương hiệu của BIDV trên địa bàn.

Ba là: Xét cơ cấu theo loại tiền, vốn tiền gửi nội tệ (chiếm trên 97%) luôn giữ vai trò chủ đạo trong tổng nguồn vốn tiền gửi của Chi nhánh. Theo cơ cấu về đối tượng, vốn tiền gửi của dân cư lại chiếm tỷ trọng lớn nhất (gần 57%) trong tổng nguồn vốn tiền gửi huy động được, khẳng định được uy tín ngân hàng trong lòng công chúng.

Nguyên nhân là: Điều này hoàn toàn phù hợp với đặc điểm kinh tế địa bàn là, tuy vẫn có những mặt hàng xuất khẩu nhưng không nhiều, cho nên vốn tiền gửi của khách hàng chủ yếu là nội tệ, và hầu hết là huy động được từ dân cư, các doanh nghiệp kinh doanh vừa và nhỏ. Hơn nữa, dân cư có nhu cầu gửi tiết kiệm cao hơn các nhu cầu khác như thanh toán – được xem như tiện ích dịch vụ đối với các TCKT, nên vốn tiền gửi từ đối tượng này là cao nhất.

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

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

Năm là: công tác chỉ đạo điều hành của Ban giám đốc và các phòng Ban luôn xác định nghiệp vụ huy động vốn là nghiệp vụ quan trọng đảm bảo cho sự hoạt động kinh doanh của Chi nhánh được ổn định, nó quyết định đến uy tín và hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh nên đã có nhiều giải pháp hữu hiệu, sáng tạo, phù hợp với tình hình thực tế, phân công nhiệm vụ rõ ràng, cụ thể đối với từng cấp lãnh đạo đến từng bộ phận nghiệp vụ và đến từng cá nhân là cán bộ công nhân viên Chi nhánh. Từ nhận thức đó, tác phong giao dịch của mỗi cán bộ trong bộ phận này dần dần đã được nâng lên, đáp ứng được yêu cầu nghề nghiệp.

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

2.3.2. Những mặt còn hạn chế và nguyên nhân

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

Nguyên nhân là: Việc huy động vốn của ngân hàng được thực hiện tại quầy, hoặc huy động vốn qua điện thoại đối với các khách hàng đã từng giao dịch. Điều này khiến Chi nhánh bỏ lỡ những cơ hội trong việc tìm kiếm khách hàng mới mà đôi khi giải pháp giao khoán đối với các cán bộ huy động có thể gây áp lực cho họ. Chi nhánh cần mở thêm bộ phận phát triển thị trường để bộ phận này ngoài việc phải tìm kiếm những nguồn huy động mới còn phải tư vấn cho các khách hàng hiện có về những tiện ích nổi bật của ngân hàng nhằm huy động tối đa nguồn tiền nhàn rỗi từ bộ phận này. Thêm nữa là nguồn vốn tiền gửi huy động được chưa đủ để đáp ứng cho nhu cầu vay của khách hàng do thiếu vốn dẫn tới rủi ro thanh khoản, hoạt động kém hiệu quả và từ đó Chi nhánh lại phải sử dụng tổng vốn huy động để bù đắp hoặc điều chuyển vốn từ NH cấp trên xuống.

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

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

Ba là: Nguồn vốn tiền gửi trung dài hạn huy động được tuy có tăng trưởng về doanh số nhưng vẫn đạt tỷ trọng thấp trong giai đoạn năm 2014 – 2016.

Nguyên nhân là: do lãi suất huy động nguồn vốn này kém hấp dẫn, thường thấp hơn lãi suất dành cho các khoản tiền gửi có thời hạn ngắn nên khách hàng thường ít khi lựa chọn sản phẩm tiền gửi trung dài hạn.

Bổn là: Về chất lượng nguồn nhân lực, tuy đội ngũ cán bộ là những người vững về chuyên môn, thành thạo về nghiệp vụ nhưng chưa chuẩn hóa trong phong cách phục vụ. Một vài cán bộ còn làm việc theo kiểu “đúng trách nhiệm” nhưng lại thiếu sự quan tâm hay thiếu sự thân thiện đối với khách hàng. Khách hàng giao dịch thành công nhưng không cảm thấy thực sự hài lòng khi một số cán bộ giao dịch còn khá lạnh lùng. Đây là một thực tế không riêng gì ở BIDV Huế mà còn ở rất nhiều các Chi nhánh khác trong cả nước.

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

Tóm tắt chương 2

Qua đánh giá thực trạng hoạt động huy động vốn tại BIDV Huế đã cho thấy những kết quả đạt được trong công tác huy động vốn tiền gửi tại đây, khẳng định Chi nhánh đã có những bước tiến quan trọng, tạo đà phát triển, chuẩn bị sẵn sàng cho sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế. Tuy nhiên, công tác huy động vốn tiền gửi tại đây vẫn còn tồn tại những hạn chế với cả nguyên nhân chủ quan lẫn khách quan đòi hỏi bản thân Chi nhánh nói riêng cũng như BIDV nói chung phải nỗ lực khắc phục và phấn đấu.

Chương 3:

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH THỪA THIÊN HUẾ

3.1. Định hướng phát triển chung đến năm 2020 với tầm nhìn năm 2030 của BIDV

Theo thông cáo báo chí số 01/2016, BIDV đã khẳng định định hướng chiến lược của BIDV trong giai đoạn 2016 - 2020: “BIDV phấn đấu trở thành 1 trong 20 ngân hàng hiện đại có chất lượng, hiệu quả và uy tín hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á vào năm 2020” [10].

Năm 2016, với những dự báo ổn định, khả quan của nền kinh tế cùng với việc Việt Nam chính thức tham gia Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) và tham gia Hiệp định đối tác kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương (TPP) và ký các Hiệp định thương mại tự do FTA với liên minh Á- Âu, Hàn Quốc, Nhật Bản mở ra những vận hội mới, BIDV đã hoạch định chiến lược phát triển cụ thể, nhất quán với tầm nhìn đến năm 2030: Nằm trong Top 20 ngân hàng lớn nhất Đông Nam Á, Top 100 ngân hàng lớn nhất Châu Á Thái Bình Dương và Top 300 ngân hàng lớn nhất thế giới; Trở thành Tập đoàn Tài chính Ngân hàng quốc tế hiện đại có trình độ, năng lực vận hành đồng bộ, thông suốt trong môi trường kinh tế thị trường đầy đủ, có sức cạnh tranh cao trong khu vực châu Á và trên thế giới với hai trụ cột phát triển là ngân hàng thương mại hiện đại tập trung đẩy mạnh hoạt động bán lẻ và Bảo hiểm (nhân thọ, phi nhân thọ) có quy mô hoạt động ở mức khá của khu vực và châu Á.

Năm 2016 cũng được coi là thời điểm cần thiết để khởi động chương trình "Đổi mới lần thứ hai với tầm nhìn đến năm 2030" với những bước đi cần thiết để BIDV tận dụng cơ hội mới trong hội nhập:

- Kiên định, quyết tâm giữ vững vai trò trở thành NHTM hiện đại hàng đầu Việt Nam; đồng thời xác định hoạt động kinh doanh bảo hiểm là trụ cột thứ hai sau hoạt động ngân hàng.

- Củng cố vị thế thị trường của BIDV với động lực tăng trưởng là hoạt động bán lẻ, phân khúc khách hàng doanh nghiệp lớn, FDI, SME, tiếp tục đồng hành với các doanh nghiệp Việt Nam tại thị trường hải ngoại.

- Quyết liệt triển khai các biện pháp nâng cao năng lực tài chính, đẩy nhanh tiến độ bán cổ phần cho nhà đầu tư nước ngoài.

- Hoàn thiện mô thức quản trị ngân hàng tuân thủ luật pháp, hoạt động theo thông lệ, bảo đảm tính minh bạch, công khai và hiệu quả

- Chủ động, tích cực hội nhập sâu rộng vào thị trường tài chính ngân hàng quốc tế và khu vực, phát huy hiệu quả hoạt động của các đơn vị hiện diện tại nước ngoài.

- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế, góp phần nâng cao chất lượng hiệu quả hoạt động ngân hàng trong xu thế hội nhập và toàn cầu hóa kinh tế.

- Nâng cao, đa dạng hóa danh mục sản phẩm dịch vụ, tối đa hóa bán chéo sản phẩm dịch vụ ngân hàng và bảo hiểm, gia tăng nguồn thu phi lãi trong tổng thu nhập.

- Triển khai quyết liệt, đồng bộ, có hiệu quả chiến lược phát triển CNTT song song và nhất quán với chiến lược phát triển của BIDV, là chìa khóa đột phá cho hoạt động kinh doanh của BIDV.

- Mở rộng kênh phân phối truyền thống, hiện đại, hiện diện thương mại tại các thị trường trong khu vực và trên thế giới gắn với phát triển thương hiệu BIDV.

- Xây dựng và thực hiện hiệu quả chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế quốc của BIDV, trong đó lộ trình thực hiện đến năm 2018 cơ bản đạt được nền tảng của một “ngân hàng đạt chuẩn ASEAN” (Qualified ASEAN banks –QABs) – gói cam kết thứ 6 (Tự do hóa dịch vụ tài chính – Cộng đồng kinh tế ASEAN AEC).

Những mục tiêu cụ thể trong giai đoạn 2016 - 2018 và năm 2016 của toàn hệ thống như sau:

- Giữ vững vị thế ngân hàng chủ lực, có trách nhiệm của quốc gia.

- Đặt mục tiêu tăng trưởng tín dụng 20%, trong đó tín dụng bán lẻ tăng trưởng trên 35%; Tỷ lệ nợ xấu kiểm soát dưới 3%, phần đầu dưới 2%; Huy động vốn tăng trưởng 21-22%;

- Thu dịch vụ ròng tăng trưởng 20%

- Chủ động, tích cực hội nhập sâu rộng vào thị trường tài chính ngân hàng khu vực và quốc tế;

- Tăng trưởng tín dụng an toàn, bền vững, hiệu quả; Xử lý nợ xấu với các giải pháp, biện pháp đồng bộ;

- Phát triển, đa dạng hóa danh mục sản phẩm dịch vụ;

- Xây dựng và thực hiện hiệu quả chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế của BIDV, trong đó chú trọng lộ trình thực hiện đến năm 2018 cơ bản đạt được nền tảng của một “Ngân hàng đạt chuẩn ASEAN”.

3.2. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh chung của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế

**** Định hướng phát triển trong ngắn hạn***

Đẩy mạnh toàn diện các mặt hoạt động của Chi nhánh, tăng trưởng tín dụng và huy động vốn hợp lý, tiếp tục phát huy các hoạt động vốn là thế mạnh của ngân hàng, phản ứng linh hoạt với thị trường, cung cấp các sản phẩm mới phong phú hơn để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng và tăng hiệu quả hoạt động huy động vốn và cho vay.

Thực hiện mạnh mẽ hơn các chính sách động viên vật chất tinh thần, tạo ra động lực khuyến khích cho cán bộ nhân viên trong việc phấn đấu hoàn thành chỉ tiêu kế hoạch được giao của cả Chi nhánh thông qua việc cải tiến chế độ lương, thưởng, phúc lợi... Chú trọng phát triển nguồn nhân lực, thực hiện công tác tuyển dụng và đào tạo có chất lượng, hiệu quả.

**** Định hướng phát triển trung và dài hạn***

Phát triển Chi nhánh từng bước trở thành Chi nhánh ngân hàng tiên tiến, hiện đại, hoạt động trên các lĩnh vực: phát triển đa dạng các dịch vụ ngân hàng; là ngân

hàng lấy mục tiêu đầu tư làm trọng tâm và các hoạt động tài chính tiền tệ khác... trên cơ sở ứng dụng nền tảng công nghệ ngân hàng hiện đại, áp dụng các chuẩn mực đã đề ra đối với hoạt động quản trị ngân hàng, đặc biệt là quản trị rủi ro. Trong đó, hoạt động ngân hàng phục vụ dân cư vốn đã là yếu tố cốt lõi song cần đẩy mạnh và quan tâm hơn tới mối quan hệ với các doanh nghiệp khác trên địa bàn.

Có ý kiến đề xuất về vấn đề mở rộng mạng lưới hoạt động của Chi nhánh bằng việc thành lập thêm các phòng giao dịch tại địa phương.

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

**** Kế hoạch của Chi nhánh năm 2017***

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

Với kế hoạch hoạt động như vậy, ngân hàng BIDV chi nhánh Thừa Thiên Huế cũng tự đề ra các chỉ tiêu tăng trưởng cụ thể trong năm 2017 tới đây như sau:

- Tổng nguồn vốn huy động tăng 25% so với năm 2016, trong đó Tỷ trọng huy động vốn bán lẻ / Tổng huy động vốn $\geq 62\%$
- Tổng dư nợ tăng 12% so với năm 2016 trong đó Tỷ trọng dư nợ Trung dài hạn / Tổng dư nợ $\leq 45\%$, Tỷ trọng Dư nợ tín dụng bán lẻ / Tổng dư nợ $\geq 32\%$.
- Nợ xấu $< 2\%$ trên tổng dư nợ.
- Thu lãi tiền vay đạt từ 97% số lãi phải thu trở lên.
- Tích cực phát triển các sản phẩm dịch vụ để đạt mức thu dịch vụ tăng 20% và phát hành thẻ ATM tăng 23% so với năm 2016.

- Tiếp tục hoàn thiện quy chế khoán thu nhập đến nhóm người lao động, phân công trách nhiệm rõ ràng đối với từng cán bộ, viên chức để giao khoán công việc phù hợp hiệu quả; Phần đầu đạt hệ số tiền lương đảm bảo thu nhập cho cán bộ công nhân viên theo quy định của BIDV Việt Nam.

- Tiếp tục thực hiện thay đổi vị trí, luân chuyển cán bộ để hạn chế rủi ro trong giao dịch.

- Đổi mới một cách quyết liệt, mạnh mẽ công tác quản trị điều hành nhằm tăng áp lực, tạo quyết tâm, nỗ lực phấn đấu đến 2018 là ngân hàng đứng thứ 2 trên địa bàn về quy mô và hiệu quả hoạt động.

- Nâng cao, mở rộng thị phần tín dụng và huy động vốn để đến 2018 đạt tối thiểu 10% thị phần nhằm củng cố hình ảnh, vị thế của BIDV trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế.

- Tập trung tối đa nguồn lực giảm dần tỉ lệ nhóm 2, hạn chế tối đa nợ xấu phát sinh mới, giảm dần lãi treo, cải thiện lợi nhuận.

*** *Nhiệm vụ cụ thể:***

- Tiếp tục chương trình đào tạo và bồi dưỡng nghiệp vụ cho tất cả nhân viên để phù hợp với công việc được giao.

- Khảo sát, tham khảo các mức lãi suất huy động vốn của các ngân hàng trên địa bàn để có chính sách phù hợp phát triển nguồn vốn, phối hợp với các phòng ban liên quan để đảm bảo nguồn vốn hoạt động kinh doanh hiệu quả.

- Làm tốt công tác tiếp thị khách hàng lớn, khách hàng truyền thống có số dư tiền gửi cao.

- Thực hiện đa dạng hóa các hình thức huy động vốn, nghiên cứu các hình thức huy động mới, phong phú, phù hợp với thị hiếu của người gửi tiền và khả năng cạnh tranh cao.

- Đẩy mạnh chiến lược huy động vốn tiền gửi bằng nhiều giải pháp, củng cố hoàn thiện và mở rộng mạng lưới huy động, hình thức sản phẩm huy động với những biện pháp khuyến mãi, tiếp thị chăm sóc khách hàng nhằm khai thác tối đa nguồn tiền gửi.

- Đi đôi với chiến lược huy động vốn là chiến lược sử dụng vốn trong tổng thể đồng bộ thống nhất, mở rộng nâng cao hiệu quả công tác tín dụng, tập trung đầu tư vào các doanh nghiệp làm ăn hiệu quả, có tín nhiệm với ngân hàng.

- Tiếp tục nghiên cứu các chính sách lãi suất, phí dịch vụ hợp lý và linh hoạt nhằm thu hút khách hàng, các chương trình khuyến mãi hấp dẫn nhân ngày lễ lớn.

- Trang bị tờ rơi, ấn phẩm quảng cáo để đưa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đến với khách hàng.

- Chấn chỉnh tác phong giao dịch, thái độ phục vụ khách hàng, đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng tác nghiệp đối với sản phẩm dịch vụ mới, thực hiện tốt công tác tư vấn khách hàng.

3.3. Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tiền gửi của Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế

Theo thông cáo báo chí số 01/2016 của BIDV, định hướng phát triển nguồn vốn tiền gửi của BIDV Thừa Thiên Huế trong thời gian tới là tiếp tục hoàn thiện các biện pháp khơi tăng nguồn vốn. Trong đó nguồn vốn trong nước là nhân tố quyết định, nguồn vốn từ bên ngoài là quan trọng. Do đó, ngân hàng đưa ra định hướng huy động vốn tiền gửi trong nước bằng cách:

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

- Tiếp tục phát triển mối quan hệ chặt chẽ với các đơn vị, tổ chức cá nhân là khách hàng truyền thống, đồng thời mở rộng quan hệ với những khách hàng mới và tiềm năng nhằm huy động nguồn vốn nhàn rỗi từ những khách hàng này. Có một chiến lược khách hàng đúng đắn: thu hút khách hàng mới, duy trì mối quan hệ với

khách hàng cũ, thắt chặt mối quan hệ giữa khách hàng với ngân hàng, cần có các chính sách ưu đãi đối với những khách hàng lớn.

- Nắm bắt thị trường, để từ đó theo dõi sát sao những biến động có thể ảnh hưởng đến Chi nhánh, đặc biệt là sự thay đổi của lãi suất trong cơ chế lãi suất của BIDV Việt Nam, vừa đáp ứng được yêu cầu cạnh tranh huy động vốn vừa bảo đảm yêu cầu hạch toán kinh doanh; Nghiên cứu và theo dõi sự biến động của cung cầu vốn, để có sự điều chỉnh phù hợp về chính sách huy động vốn, hoạt động tài trợ và đồng tài trợ của Chi nhánh Huế nói riêng và BIDV Việt Nam nói chung.

- Tiếp tục nâng cấp và đầu tư thêm các trang thiết bị phục vụ cho hoạt động thanh toán liên ngân hàng sao cho đúng với vị thế là ngân hàng đầu mối thanh toán; Tiến hành đào tạo đội ngũ cán bộ nhằm nâng cao trình độ năng lực, đáp ứng được yêu cầu và nhiệm vụ đặt ra để theo kịp với các nước trên thế giới.

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

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

3.4. Các giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế

Thực tế cũng như trong lý luận đã chứng minh rằng nguồn vốn huy động là trụ cột trong hoạt động kinh doanh của NHTM. Việc tổ chức tốt nguồn vốn huy động sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho mục đích tối đa hoá lợi nhuận của ngân hàng. Hơn nữa sự cạnh tranh giữa các NHTM, tổ chức tín dụng trong nước với các ngân hàng liên doanh ngày càng gay gắt, do đó đòi hỏi ngân hàng cần đưa ra một chiến lược huy động vốn hợp lý. Để góp phần nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn, Chi nhánh cần thực hiện các giải pháp cụ thể sau:

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

**** Lý do chọn giải pháp***

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

**** Cách thức thực hiện***

Yêu cầu bức thiết đặt ra là cần thành lập bộ phận phát triển thị trường khách hàng doanh nghiệp và cá nhân ở tại Chi nhánh. Nhiệm vụ của bộ phận này là chủ động tìm kiếm khách hàng, tạo mối quan hệ với khách hàng nhằm huy động được ngày càng nhiều vốn tiền gửi cũng như bán được ngày càng nhiều các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Cơ chế lương, thưởng của bộ phận này được xét trên doanh số công việc và sự phản hồi từ khách hàng. Điều này cũng góp phần làm tăng tính năng động của hoạt động ngân hàng, mang lại những ấn tượng tốt của khách hàng về hoạt động ngân hàng. Tuy nhiên, công tác huy động vốn muốn thành công cần có sự nỗ lực và hỗ trợ của nhiều bộ phận:

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

- *Các bộ phận khác*: có thể tham gia công tác này thông qua việc tận dụng các mối quan hệ sẵn có của mình. Việc duy trì một mối quan hệ tốt đẹp, bền vững và lâu dài với khách hàng sẽ giúp các cán bộ nhân viên tìm kiếm và phát triển mối quan hệ với các khách hàng mới thông qua sự giới thiệu của các khách hàng cũ.

Để phát huy lợi thế này Chi nhánh cần có cơ chế động viên khen thưởng phù hợp đối với các cán bộ nhân viên có kết quả tốt trong công tác giao khoản tiền gửi,

tìm kiếm khách hàng mới và giúp Chi nhánh xây dựng mối quan hệ với khách hàng cũ cũng như những khách hàng tiềm năng.

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

**** Lý do chọn giải pháp***

Nhằm giúp Chi nhánh đẩy mạnh công tác huy động vốn tiền gửi thì ngoài việc nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn truyền thống, Chi nhánh cần chú trọng nghiên cứu, áp dụng phổ biến và linh hoạt thêm nhiều sản phẩm, hình thức huy động tiền gửi khác nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Bên cạnh các sản phẩm huy động vốn tiền gửi có kỳ hạn ngắn cần đặc biệt nâng cao chất lượng và hiệu quả của công tác huy động vốn trung và dài hạn. Bởi vì đây là nguồn vốn có thời gian đáo hạn dài, tương đối ổn định nên khoản phải trích lập dự phòng thấp, ngân hàng có thêm một khoản đầu tư đem lại lợi nhuận lớn cho ngân hàng. Hiện nay, cơ cấu nguồn vốn của Chi nhánh vẫn còn tồn tại một số vấn đề như xét cơ cấu nguồn vốn huy động phân loại theo kỳ hạn thì vốn huy động ngắn hạn chiếm tỷ lệ cao hơn rất nhiều so với nguồn vốn trung và dài hạn, trong khi đó nhu cầu vay vốn trung và dài hạn đang có xu hướng tăng. Vì vậy, xem xét quy mô và cấu trúc nguồn vốn để xây dựng kế hoạch huy động vốn cho phù hợp là điều cần thiết.

**** Cách thức thực hiện***

- Biện pháp đầu tiên mà ngân hàng có thể làm là phải luôn luôn đánh giá chi tiết, phân tích tỉ mỉ tỷ trọng, kết cấu nguồn vốn,... để tìm ra những khó khăn, vướng mắc xuất phát từ phía ngân hàng hay những người gửi tiền. Đồng thời, ngân hàng phải chủ động xây dựng cân đối nhu cầu vốn. Trên cơ sở đó, ngân hàng lập chiến lược dài hạn về huy động vốn để từ đó có những biện pháp huy động vốn phù hợp. Cụ thể với các khoản tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngắn, ngân hàng nên đưa ra lãi suất thấp nhưng trong thời kỳ khan hiếm vốn có thể huy động với mức lãi suất cao hơn, với tiền gửi có kỳ hạn dài nên huy động với lãi suất cao để khuyến khích khách hàng gửi tiền dài hạn. Ngân hàng cũng cần chú trọng tạo ra sự tiện lợi cho khách hàng bằng cách đa dạng hóa hình thức gửi tiền. Khách hàng có thể gửi tiền bằng tiền

mặt hay chuyển khoản, bằng séc hay ủy nhiệm chi nhưng khi công nghệ phát triển, ngân hàng nên áp dụng các hình thức gửi tiền bằng các giao dịch qua ATM, qua các tiện ích như Mobile banking, Internet banking,...

- Từ khía cạnh nói trên có thể tham khảo thêm một số hình thức huy động vốn tiền gửi mới để tăng tổng nguồn vốn tiền gửi đặc biệt là tiền gửi trung - dài hạn đồng thời cải thiện được cơ cấu vốn huy động tăng thêm một cách hợp lý.

① Sản phẩm huy động vốn tiền gửi trung - dài hạn

+ *Tiền gửi tích lũy:*

Đây là hình thức tương tự như bảo hiểm tuổi già, bảo hiểm nhân thọ của các công ty bảo hiểm. Hình thức tiết kiệm tuổi già cùng với bảo hiểm xã hội và bảo hiểm nhân thọ sẽ đảm bảo cho người già có mức sống ổn định và cuộc sống có ý nghĩa hơn. Khi cung cấp các loại hình tiết kiệm này, ngân hàng sẽ khai thác được ưu thế về mặt tài chính của một loại sản phẩm bảo hiểm truyền thống: Ngân hàng thu nhận và quản lý được nguồn tiền ổn định, liên tục và lâu dài, vì vậy có quyền quyết định sử dụng để đầu tư trung, dài hạn; Khách hàng được tích lũy thêm tiền vào tài khoản tiền gửi tích lũy dưới nhiều hình thức trong suốt kỳ hạn tham gia sản phẩm; Khách hàng được tối đa hóa khả năng sinh lợi từ số vốn tích lũy; Sử dụng dịch vụ tiện ích như: Mobile Banking - thông báo số dư tài khoản khi có biến động số dư, vắn tin số dư tài khoản hay in sao kê 5 giao dịch gần nhất, Internet Banking - vắn tin số dư tài khoản, sao kê các giao dịch.

+ *Tiết kiệm gửi lãi bậc thang theo thời gian gửi:* Khách hàng trực tiếp đến giao dịch tại quầy giao dịch; Khách hàng được rút gốc linh hoạt và được hưởng lãi suất theo thời gian thực gửi; Khách hàng có thể sử dụng số dư trên tài khoản để vay cầm cố, bảo lãnh; xác nhận khả năng tài chính để thân nhân đi du lịch, học tập tại nước ngoài.

Ngoài ra các loại hình tiết kiệm kể trên, Chi nhánh cần có những chính sách, biện pháp và hình thức khuyến khích gửi tiền khác nhau như: mở loại hình dự thưởng với tiền gửi trung và dài hạn, phát hành kỳ phiếu dự thưởng... nhằm làm tăng lượng vốn tiền gửi trung - dài hạn thực tế cả về quy mô lẫn tỷ trọng để nâng

cao tính ổn định, nhằm thúc đẩy khả năng huy động cho nguồn vốn này.

② Sản phẩm huy động vốn tiền gửi có kỳ hạn ngắn

+ *Tiết kiệm xây dựng nhà ở, tiết kiệm "Làm quà" cho con cháu trong tương lai*: Đây là hình thức tiết kiệm dành cho những người có thu nhập ổn định, có thể gửi góp hàng tháng, hàng quý... Với loại tiền gửi này, ngân hàng có thể tạo điều kiện cho khách hàng rút vốn trước hạn, khách hàng có thể chuyển quyền sở hữu khi sổ tiết kiệm chưa đến hạn thanh toán để bảo toàn lãi. Sổ tiết kiệm này còn được phép cầm cố, vay vốn hoặc bảo lãnh cho người thứ ba vay vốn tại bất kỳ Chi nhánh nào thuộc cùng hệ thống ngân hàng. Với hình thức huy động này, ngân hàng có thể đưa ra các hình thức khuyến mại, quay số trúng thưởng quy định ở từng mức gửi của khách hàng.

+ *Tiết kiệm học đường (Tiết kiệm gửi góp hàng tháng)*: Ở hình thức tiết kiệm này, ngân hàng có thể cho khách hàng rút vốn trước hạn. Khách hàng cũng được hưởng các chính sách như: Khách hàng có thể chuyển quyền sở hữu khi sổ tiết kiệm chưa đến hạn thanh toán để bảo toàn lãi, sổ tiết kiệm cũng có thể cầm cố để vay vốn tại ngân hàng. Vì đây là hình thức tiết kiệm học đường, đối tượng khách hàng là học sinh, sinh viên vì vậy ngân hàng nên dùng hình thức này để xác nhận khả năng tài chính cho khách hàng hoặc thân nhân đi du lịch, học tập ở nước ngoài.

- Cần gắn chặt hơn nữa giữa công tác huy động vốn và sử dụng vốn. Điều này không có nghĩa là chỉ có sự phù hợp về kỳ hạn giữa huy động vốn và sử dụng vốn mà đòi hỏi có sự linh hoạt của ngân hàng trong từng trường hợp cụ thể.

3.4.3. Tăng cường hoạt động chiến lược marketing

*** Lý do chọn giải pháp**

Chiến lược Marketing là một hoạt động quan trọng trong công tác huy động vốn nói chung và hoạt động huy động vốn tiền gửi nói riêng, bao gồm các hoạt động như: quảng cáo, khuyến trương khuyến mãi, vận động tuyên truyền thông tin... Đây là việc làm ngân hàng cần thiết phải thực hiện để có thể đứng vững và phát triển trong cơ chế thị trường cạnh tranh gay gắt về lĩnh vực cung ứng các sản phẩm tài chính tiền tệ.

Trong chính sách giao tiếp, khuyến khích trưng hình ảnh của ngân hàng thì yếu tố giao tiếp của cán bộ công nhân viên ngân hàng trong quá trình giao dịch, giải quyết nghiệp vụ với khách hàng là rất quan trọng. Giao tiếp tốt là một hình thức tuyên truyền, quảng cáo có hiệu quả nhanh nhất, tốt nhất mà ngân hàng lại trả chi phí cho hoạt động này là thấp nhất.

Chiến lược Marketing ngoài việc giúp mở rộng phạm vi hoạt động, cung cấp thông tin về ngành ngân hàng, quảng cáo, khuyến khích trưng trong công tác huy động vốn tiền gửi, còn có ý nghĩa tuyên truyền nâng cao nhận thức tiết kiệm và sinh lời cho người dân, tạo cơ sở tập trung được các nguồn vốn nhàn rỗi trong dân chúng nhằm thực hiện các chương trình đầu tư, phát triển đất nước.

Hiện nay, các chương trình khuyến mãi của ngân hàng BIDV như tiết kiệm dự thưởng, nhận quà liền tay,... vẫn chưa mấy thu hút khách hàng vì thông tin chi tiết cụ thể của các chương trình nêu trên khách hàng chỉ nắm được khi đến giao dịch tại ngân hàng, thông qua sự tư vấn giới thiệu của các giao dịch viên. Chính điều đó đã làm hạn chế khả năng thu hút khách hàng mới cũng như khách hàng của đối thủ cạnh tranh. Các sản phẩm dịch vụ của BIDV hiện nay khá đa dạng, có thêm nhiều sản phẩm dịch vụ mới như nhân tiền quốc tế Western Union online, dịch vụ quản lý chi tiêu thông minh MasterCard, vắn tin tài khoản qua điện thoại,... Thông tin về các sản phẩm dịch vụ tiện ích nêu trên đều được giới thiệu qua các tờ quảng cáo đặt trên bàn tại các quầy giao dịch. Tuy nhiên, hiếm có khách hàng nào để ý tới hoặc tự tay lấy chúng để theo dõi, chính vì vậy việc nắm bắt nguồn thông tin của khách hàng bị hạn chế rất nhiều. Xuất phát từ thực tế nêu trên, trong thời gian tới Chi nhánh cần có sự quan tâm và đầu tư hơn nữa đến công tác Marketing.

**** Cách thức thực hiện***

- Khi triển khai các chương trình khuyến mãi, các sản phẩm dịch vụ mới cần tổ chức tọa đàm, phổ biến để cán bộ nhân viên trong Chi nhánh nắm rõ quy trình thực hiện. Cần xây dựng chương trình hoạt động cụ thể, giao nhiệm vụ cho từng phòng ban, từng cá nhân để từ đó đem lại hiệu quả cao nhất.

- Trước khi đưa ra một sản phẩm huy động vốn nào đó, Chi nhánh phải có một

chương trình tuyên truyền, bốc thăm trúng thưởng, quảng cáo ấn tượng... để thu hút khách hàng. Cụ thể là: Đối với khách hàng là nông dân, công nhân, hộ sản xuất thì ngân hàng cần làm tốt công tác tuyên truyền vận động trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, gửi tờ rơi đến tận tay khách hàng để họ có thể tìm hiểu kỹ hơn đồng thời đơn giản hóa các thủ tục giao dịch giúp cho nhân dân dễ dàng thực hiện khi giao dịch với ngân hàng và rút ngắn thời gian giao dịch; Đối với khách hàng là doanh nghiệp hay TCKT thì Chi nhánh cần cải tiến phong cách giao dịch để phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn.

- Chi nhánh cần có một bộ phận hỗ trợ nhằm giải đáp những thắc mắc của khách hàng về sản phẩm, truyền đạt cho họ những thông tin cần thiết của sản phẩm. Điều này sẽ làm cho khách hàng có ấn tượng tốt về sự chu đáo và chuyên nghiệp của Chi nhánh, góp phần tạo ra lượng khách hàng truyền thống của Chi nhánh trong tương lai.

- Muốn có người gửi tiền vào ngân hàng thì trước tiên phải làm cho họ "đến với ngân hàng và phải giữ họ lại". Đó là cả một nghệ thuật kinh doanh, Chi nhánh có thể đề ra một chiến lược khách hàng: thu nhập thông tin, nắm bắt nhu cầu, phân loại khách hàng, phân đoạn thị trường và có khuyến mãi đối với khách hàng có quan hệ thường xuyên để chăm sóc khách hàng phù hợp hơn. Chi nhánh nên có lời cảm ơn tới khách hàng vào cuối mỗi đợt trả lãi và gốc. Vào dịp lễ Tết, kỷ niệm ngày thành lập Chi nhánh nên gửi thiệp chúc mừng tới những khách hàng truyền thống và những khách hàng tiềm năng thường xuyên giao dịch với số lượng tiền gửi lớn... Những việc làm tuy nhỏ nhặt này nhưng lại có tác dụng rất lớn trong việc giữ chân khách hàng và quảng bá hình ảnh ngân hàng trong mắt công chúng.

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

- Bên cạnh đó, hàng năm phải tổ chức tổng kết để rút kinh nghiệm trong công

tác Marketing, công tác khách hàng, phát huy những điểm mạnh, hạn chế điểm yếu, tham khảo kinh nghiệm của các ngân hàng khác trên địa bàn để thực hiện chính sách Marketing phù hợp với đặc điểm và quy mô của Chi nhánh.

- Xây dựng và tăng cường mối quan hệ với các tổ chức xã hội, các trường học trên địa bàn, tham gia các hoạt động từ thiện, nhận làm đơn vị tài trợ cho một số hoạt động lớn của địa phương, thông qua đó xây dựng hình ảnh, uy tín của Chi nhánh trên địa bàn hoạt động.

Việc tăng cường công tác Marketing sẽ giúp cho các sản phẩm dịch vụ mới của BIDV thực sự đi vào đời sống nhân dân. Khách hàng sẽ nắm rõ thông tin về các sản phẩm dịch vụ mới, biết được những lợi ích thiết thực mà các sản phẩm dịch vụ này mang lại. Còn đối với Chi nhánh sẽ tăng cường được nguồn vốn huy động cũng như nguồn thu nhập từ việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ tiền gửi.

3.4.4. Xây dựng chính sách khách hàng

**** Lý do chọn giải pháp:***

Hiện nay, cạnh tranh trong việc thu hút khách hàng ngày càng tăng giữa các ngân hàng. Rủi ro lớn nhất sẽ xảy ra nếu không tích cực tìm ra 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.

**** Cách thức thực hiện:***

- Việc 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 hiện nay.

- Có chính sách ưu đãi đối với những khách hàng gửi tiền với số lượng lớn, khách hàng đến gửi tiền thường xuyên, chẳng hạn như: tặng quà khuyến mãi, chủ động liên lạc để thông báo những thông tin mới về sự thay đổi của lãi suất, về các sản phẩm dịch vụ mới, về các chương trình khuyến mãi hấp dẫn chuẩn bị áp dụng;

được ưu tiên trong việc rút tiền, xét duyệt hồ sơ xin vay vốn.

- Thường xuyên tổ chức hội nghị khách hàng với những khách hàng truyền thống để khách hàng bày tỏ nguyện vọng và những ý kiến đóng góp với Ban lãnh đạo Chi nhánh. Đây cũng là dịp để Chi nhánh thể hiện sự biết ơn đối với khách hàng đã tin tưởng đến giao dịch tại Chi nhánh trong thời gian qua; Có hộp thư khách hàng hoặc định kỳ tổ chức điều tra ý kiến khách hàng và ghi nhận những đóng góp ý kiến của họ để Chi nhánh kịp thời điều chỉnh nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn nữa.

- Thiết lập mối quan hệ với các khách hàng, bằng cách bằng cách gửi hoa chúc mừng vào các ngày lễ, tổ chức thăm hỏi khách hàng gửi tiền thường xuyên với số lượng lớn trong những dịp lễ Tết.

Việc xây dựng chính sách khách hàng góp phần thống nhất phương châm hoạt động trong toàn Chi nhánh. Xây dựng một chính sách rõ ràng để khách hàng thấy được những quyền lợi thiết thực của họ, đó là điều kiện để giữ chân khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới.

3.4.5. Tăng cường đào tạo, nâng cao trình độ cho cán bộ công nhân viên ngân hàng

**** Lý do chọn giải pháp:***

Dưới con mắt của khách hàng thì hình ảnh của ngân hàng được phản ánh qua thái độ phục vụ, trình độ, thao tác xử lý nghiệp vụ của nhân viên ngân hàng. Sự thuần thực trong quá trình thực hiện chuyên môn, sự tận tình trong công việc, tác phong nhanh nhẹn, hòa nhã, cởi mở... của cán bộ nhân viên ngân hàng đối với khách hàng là những yếu tố có tác động mạnh đến tâm lý khách hàng, tạo được thiện cảm và gây dựng lòng tin của khách hàng đối với ngân hàng.

Muốn sự nghiệp kinh doanh của ngân hàng ngày càng phát triển, phục vụ tốt hơn nhu cầu của nền kinh tế thì nhất thiết phải có một đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao, có tinh thần trách nhiệm với công việc và đặc biệt phải có tâm huyết và sự nhiệt tình với nghề. Đặc biệt trong hoạt động huy động vốn của ngân hàng, ngoài các yếu tố ổn định tiền tệ, năng lực của một ngân hàng thì con người làm công tác huy động vốn phải thành thạo các thể lệ tiết kiệm, được đào tạo về tin học, thanh toán không dùng tiền mặt... Có như vậy mới đáp ứng được nhu cầu của

công việc phức tạp hàng ngày.

Đó là lý do, việc đào tạo cán bộ là hoạt động cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả của việc thực thi chế độ trong hoạt động huy động vốn để có được đội ngũ cán bộ năng động, hiểu biết sâu sắc trong lĩnh vực hoạt động của mình sẽ tạo điều kiện nâng cao chất lượng, hiệu quả từ đó thúc đẩy hoạt động huy động vốn ngày càng phát triển.

*** Cách thức thực hiện:**

- Thường xuyên mở các khóa đào tạo, bồi dưỡng trình độ chuyên môn cho đội ngũ nhân viên và đặc biệt là cán bộ chủ chốt. Bên cạnh đó, ngân hàng nên có chính sách động viên, khuyến khích nhân viên của mình tự nâng cao trình độ nghiệp vụ bằng cách hỗ trợ vật chất và tinh thần, tạo mọi điều kiện thuận lợi cho nhân viên được tìm hiểu, nghiên cứu và học tập. Qua đó nhằm tạo điều kiện cho nhân viên ngân hàng có thể học hỏi kinh nghiệm để vận dụng một cách phù hợp vào thực tế.

- Có trình độ chuyên môn chưa đủ, trong hoạt động ngân hàng, thái độ phục vụ của nhân viên chính là hình ảnh của ngân hàng trong con mắt khách hàng. Do đó ngay từ khi tuyển dụng cho đến khâu đào tạo, quản lý, Chi nhánh cần phải thường xuyên chú ý lựa chọn, sàng lọc để ngân hàng có một đội ngũ nhân viên có phong cách lịch sự, nhiệt tình, vững vàng về tư tưởng đạo đức, lối sống và giỏi về chuyên môn nghiệp vụ.

- Trong công tác quản lý, Chi nhánh cần có chế độ thưởng, phạt rõ ràng. Đối với những nhân viên hay nghỉ việc hoặc bị khách hàng phàn nàn về thái độ giao tiếp thì ngân hàng phải xử lý theo đúng 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 tốt nội quy, có các đóng góp đặc biệt, Chi nhánh cần 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 để nhân viên hoàn thành tốt và vượt chỉ tiêu kinh doanh.

- Hoàn thiện mô hình tổ chức bộ máy, bố trí sắp xếp nhân lực hợp lý, đưa các nhân viên có năng lực vào vị trí trọng yếu, nắm giữ các cương vị chủ chốt.

- Cùng với các hoạt động trên, Chi nhánh nên chú trọng các hoạt động đoàn thể nhằm tạo không khí thoải mái sau giờ làm việc cho nhân viên. Ngân hàng có thể tổ chức các cuộc thi cán bộ nhân viên giỏi của Chi nhánh cho toàn bộ nhân viên, các cuộc thi thể thao,... nhằm khuyến khích động viên họ.

Kết quả hoạt động của Chi nhánh phụ thuộc vào sự nỗ lực trong công việc của chính đội ngũ nhân viên. Chính vì vậy, tăng cường bồi dưỡng nghiệp vụ cho nhân viên để Chi nhánh có một đội ngũ những nhân viên giỏi về chuyên môn nghiệp vụ lại chu đáo tận tụy với khách hàng, là cơ sở đem lại một kết quả kinh doanh tốt cho Chi nhánh trong thời gian tới.

3.4.6. Nâng cao chất lượng dịch vụ

*** Lý do chọn giải pháp:**

Dưới sự kiểm soát và ấn định mức lãi suất trần của NHNN, mức lãi suất hiện nay của các ngân hàng không có sự chênh lệch lớn. Với mức lãi suất như nhau, khách hàng sẽ lựa chọn ngân hàng nào có chất lượng dịch vụ tốt hơn, chính vì vậy nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng là điều đáng quan tâm. Chất lượng dịch vụ bao gồm các yếu tố: Năng lực phục vụ, sản phẩm, phương tiện hữu hình,... Nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm phục vụ tốt hơn nữa mọi đối tượng khách hàng, điều đó giúp Chi nhánh giữ chân khách hàng cũ và thu hút thêm nhiều khách hàng mới bởi nếu khách hàng hài lòng, họ thường giới thiệu cho bạn bè, người thân của họ.

Hiện tại, đa số các điểm giao dịch BIDV trên địa bàn thành phố Huế vẫn đang sử dụng mặt bằng cho thuê, diện tích phòng giao dịch còn khá nhỏ hẹp. Đôi lúc lượng khách hàng đến đông gây bất tiện cho cả khách hàng và nhân viên. Trang thiết bị ngân hàng chưa được đầu tư theo hướng hiện đại như cửa ra vào tự động, các máy tính trong quá trình hoạt động thỉnh thoảng vẫn có tình trạng nghẽn mạng, chất lượng hoạt động chưa được tốt dẫn đến việc khách hàng phải chờ đợi lâu. Máy ATM của ngân hàng vẫn thường xuyên bị trục trặc khiến khách hàng không thể thực hiện các giao dịch. Vào những thời điểm đông khách, vì quá bận rộn nên các giao dịch viên không thể hiện sự nhiệt tình, niềm nở,... Để thu hút thêm khách hàng mới và giữ chân khách hàng cũ đến gửi tiền tại BIDV Huế, trong thời gian tới Chi nhánh

cũng cần có sự quan tâm hơn nữa nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ.

*** Cách thức thực hiện:**

- Chú trọng khắc phục các sự cố trên máy ATM, hướng dẫn để khách hàng biết rõ cách sử dụng thẻ và một số tiện ích có thể thực hiện ngay trên máy ATM như vắn tin số dư, xem số tài khoản, chuyển khoản, gửi tiết kiệm,... để khách hàng không cần phải mất thời gian vào ngân hàng giao dịch tại quầy.

- Có các giải pháp về mạng, nâng cấp các chương trình phần mềm, xác lập hệ thống thông tin nội bộ, hoàn chỉnh đồng bộ để phục vụ kinh doanh, nâng cao độ chính xác giúp cho công tác chỉ đạo, điều hành hoạt động của ngân hàng một cách tốt nhất. Việc áp dụng công nghệ vào quá trình hoạt động giúp ngân hàng có khả năng cung ứng cho khách hàng những sản phẩm, dịch vụ hiệu quả nhất và kinh tế nhất.

- Khắc phục sai lỗi, xử lý chính xác mọi giao dịch nhằm tạo niềm tin cho khách hàng. Chú trọng quảng bá rộng rãi những sản phẩm dịch vụ mới để khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn.

Nâng cao chất lượng dịch vụ là vấn đề mà nhiều ngân hàng đang quan tâm hiện nay, việc áp dụng giải pháp này sẽ tạo cho khách hàng ấn tượng tốt về Chi nhánh, nâng cao mức độ hài lòng và thỏa mãn cho khách hàng. Khi khách hàng cảm thấy hài lòng, việc họ tiếp tục đến giao dịch đồng thời giới thiệu cho bạn bè, người thân là điều đương nhiên. Nhờ vậy, Chi nhánh sẽ duy trì được số khách hàng cũ và thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

3.5. Một số kiến nghị

3.5.1. Kiến nghị đối với Chính phủ

3.5.1.1. Tạo môi trường pháp lý đồng bộ và ổn định

Nhà nước thông qua các cơ quan Lập pháp, Hành pháp, Tư pháp cần xây dựng hệ thống pháp lý đồng bộ giữa Luật ngân hàng với các bộ luật khác (Luật thương mại, Luật doanh nghiệp,...). Việc ban hành như vậy không chỉ tạo niềm tin của dân chúng qua luật pháp, mà còn giúp các ngân hàng hoạt động có hiệu quả.

3.5.1.2. Tạo môi trường tâm lý ổn định

Yếu tố tâm lý xã hội, trình độ văn hoá của từng dân tộc, từng đất nước có ảnh hưởng đến phương pháp tập trung huy động vốn, đây là những vấn đề cần phải được tính đến trong quá trình xây dựng các chính sách và xây dựng các biện pháp huy động vốn phù hợp. Chính vì vậy Nhà nước cần có chương trình giáo dục tuyên truyền với quy mô toàn quốc, nhằm làm thay đổi quan điểm của người dân đối với việc giữ tiền trong nhà, xoá bỏ tâm lý e ngại, thích tiêu dùng hơn tích lũy của người dân. Qua đó tạo điều kiện thuận lợi hơn cho công tác huy động vốn của hệ thống ngân hàng.

3.5.1.3. Tăng cường biện pháp quản lý NN đối với các doanh nghiệp

Một trong những nguyên nhân gây ra tình trạng nợ quá hạn của các NHTM là từ phía các doanh nghiệp vay vốn ngân hàng. Để giảm bớt khó khăn cho các NHTM, Nhà nước cần thực hiện kiểm soát quản lý chặt chẽ việc cấp giấy phép thành lập và đăng ký kinh doanh của các doanh nghiệp sao cho phù hợp với năng lực thực tế của doanh nghiệp đó. Có biện pháp hữu hiệu buộc doanh nghiệp phải chấp hành đúng pháp lệnh kế toán.

3.5.1.4. Bảo đảm môi trường kinh tế ổn định

Môi trường kinh tế không ổn định sẽ gây cản trở cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, giảm hiệu quả huy động và sử dụng vốn của ngân hàng. Vì vậy, Nhà nước cần có những biện pháp nhằm đảm bảo một môi trường kinh tế ổn định cho hoạt động của các NHTM và các tổ chức tín dụng. Nên có những bước đệm hoặc những giải pháp thiết thực tháo gỡ những khó khăn gây ra khi có sự chuyển đổi, điều chỉnh cơ chế, chính sách liên quan đến toàn bộ hoạt động của nền kinh tế. Mặt khác, Nhà nước cần có chính sách, biện pháp nhằm bảo vệ hoạt động sản xuất kinh doanh trong nước, chính sách ngăn chặn hàng nhập lậu,...

3.5.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước (NHNN)

3.5.2.1. Tháo gỡ các vướng mắc về cơ chế chính sách tiền tệ, tín dụng cho các NHTM

Luật NHNN Việt Nam và Luật các tổ chức tín dụng có hiệu lực thi hành kể từ

ngày 01 tháng 10 năm 1998, thay thế hai Pháp lệnh ngân hàng ban hành từ năm 1990. Đến nay đã có hàng chục văn bản dưới luật: Nghị định, Quyết định, Thông tư,... hướng dẫn thi hành hai Luật ngân hàng đã được ban hành. Song một loạt cơ chế về lãi suất, tỷ giá, quản lý ngoại hối, các quy định về cho vay, thế chấp, bảo lãnh, ngoại tệ,... vẫn còn những vướng mắc, bất cập, không phù hợp với thông lệ quốc tế cản trở việc huy động vốn, mở rộng tín dụng, đáp ứng yêu cầu cả vốn nội tệ và vốn ngoại tệ cho các thành phần kinh tế. Chính vì vậy, trong thời gian tới NHNN cần thay đổi, ban hành các văn bản pháp lý hướng dẫn cụ thể hoạt động của các NHTM, tiếp tục thực hiện có hiệu quả cơ chế tỷ giá hối đoái linh hoạt, theo cơ chế thị trường và theo hướng gắn với một rổ các đồng tiền của các đối tác thương mại, phát triển mạnh thị trường ngoại hối và các thị trường tiền tệ phái sinh theo các thông lệ quốc tế, NHNN chỉ can thiệp thị trường và đáp ứng nhu cầu ngoại tệ thiết yếu của đất nước chủ yếu nhằm thực hiện mục tiêu chính sách tiền tệ và bình ổn thị trường tiền tệ.

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

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

3.5.2.3. Nâng cao hiệu quả hệ thống bảo hiểm tiền gửi

Theo Nghị định của Chính phủ về bảo hiểm tiền gửi ban hành ngày 01/9/1999 có quy định: Các tổ chức tín dụng và các tổ chức không phải là tổ chức tín dụng được phép thực hiện một số hoạt động ngân hàng theo quy định của Luật các tổ

chức tín dụng có nhận tiền gửi của cá nhân phải tham gia bảo hiểm tiền gửi bắt buộc. Để hoàn thiện, nâng cao hiệu quả hệ thống bảo hiểm tiền gửi, trong thời gian tới cần nâng số tiền bảo hiểm được trả của người gửi tiền (hiện nay tối đa là 50 triệu đồng Việt Nam cho tất cả các khoản tiền gửi của một cá nhân gồm cả gốc và lãi), đồng thời giảm mức phí phải nộp của những tổ chức tham gia bảo hiểm tiền gửi.

3.5.3. Kiến nghị đối với chính quyền địa phương

Ủy ban nhân dân thành phố cần xây dựng những dự án quy hoạch lớn trên quy mô tổng thể tùy theo đặc điểm của từng khu vực, đặc biệt cần giảm thiểu tối đa những quy hoạch làm ảnh hưởng đến quyền lợi của công chúng. Những dự án cần được tính toán đầy đủ và hiệu quả vì điều này ảnh hưởng lớn đến chính sách huy động và sử dụng vốn của các định chế tài chính trung gian trên địa bàn.

Thành phố cần có chính sách đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh và tạo ra nhiều ngành nghề mới giải quyết công ăn việc làm, tăng thu nhập cho người dân. Mặt khác, thành phố cần có những biện pháp hướng dẫn cho người dân trong việc kinh doanh để đạt hiệu quả tốt hơn, đồng thời giúp giải quyết đầu ra như tiêu thụ sản phẩm cho người dân.

Chú trọng tuyên truyền, giáo dục phổ biến kiến thức cho người dân một cách trực tiếp hoặc gián tiếp thông qua các hội đoàn thể, qua các phương tiện thông tin đại chúng để người dân luôn mang trong mình ý thức tiết kiệm, phê phán mạnh mẽ các thói quen tiêu dùng lãng phí, xây dựng và phổ biến hình ảnh những người dân khá lên nhờ biết làm ăn và tiết kiệm.

3.5.4. Kiến nghị đối với Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam

Là cơ quan quản lý trực tiếp của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế, để giúp Chi nhánh thuận lợi hơn trong hoạt động kinh doanh của mình, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam cần:

- Triển khai sớm công tác dự báo dài hạn giúp cho các Chi nhánh nắm được xu hướng phát triển của thị trường để có biện pháp nghiệp vụ phù hợp.
- BIDV Việt Nam cần xây dựng hoàn chỉnh các chức năng, cơ chế huy động

vốn, điều hòa nguồn vốn mang tính tương đối ổn định nhằm thực hiện các mục tiêu của chiến lược phát triển. Trên cơ sở đó, xây dựng các chế độ nghiệp vụ phù hợp để hướng dẫn các Chi nhánh chủ động xây dựng và thực hiện kế hoạch kinh doanh.

- Qua mỗi chiến dịch huy động, cần tổ chức tổng kết rút kinh nghiệm, phổ biến những kinh nghiệm hay, hạn chế những thiếu sót của toàn hệ thống; Có chế độ thưởng phạt hợp lý đối với bộ phận làm công tác huy động vốn.

- Hoàn thiện cơ cấu tổ chức các Chi nhánh theo hướng tăng thêm phòng giao dịch và mạng lưới huy động vốn; Trang bị công nghệ hiện đại và các phần mềm ứng dụng tiên tiến nhằm tăng sức cạnh tranh của Chi nhánh, góp phần tạo nên thế mạnh của hệ thống trên địa bàn.

- Có chính sách đào tạo, thường xuyên mở các lớp bồi dưỡng tập huấn nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ, kỹ năng hoạt động trong cơ chế thị trường cho cán bộ nhân viên Chi nhánh, chú trọng phổ biến sâu rộng về văn bản pháp luật, quy trình thẩm định các dự án,...

- Có chính sách dịch vụ khách hàng phù hợp để nâng cao năng lực cạnh tranh của Chi nhánh trên địa bàn hoạt động.

- Nâng cao hiệu quả công tác đầu tư hiện đại hóa cơ sở vật chất, công nghệ thông tin cho toàn Chi nhánh; Xây dựng và cụ thể hóa các chính sách khách hàng; Tạo thuận lợi hơn nữa cho khách hàng bằng cách đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ, đơn giản hơn nữa các thủ tục, mở rộng mạng lưới huy động vốn.

- Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, thực hiện xã hội hóa công tác Ngân hàng nhằm tăng hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh, uy tín thương hiệu Ngân hàng Công thương trên địa bàn.

- Cần chú trọng công tác phân tích nguồn vốn: Quy mô cấu trúc nguồn vốn tối ưu là cơ sở quan trọng đảm bảo mục tiêu an toàn và sinh lời của ngân hàng. Cần phân tích sâu hơn mối quan hệ giữa cơ cấu huy động vốn và cơ cấu sử dụng vốn, nghiên cứu sự phù hợp của kỳ hạn huy động và sử dụng vốn nhằm hạn chế rủi ro đồng thời đảm bảo có hiệu quả.

Tóm tắt chương 3

Trên cơ sở đánh giá thực trạng hoạt động huy động vốn tiền gửi tại BIDV Huế, Luận văn đã đưa ra một số giải pháp quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi. Bên cạnh đó, Luận văn còn đưa ra một số kiến nghị đề xuất đối với Chính phủ, NHNN, chính quyền địa phương và BIDV nói chung để hoạt động huy động vốn tiền gửi tại BIDV Huế ngày càng được đẩy mạnh.

KẾT LUẬN

Nguồn vốn có vai trò hết sức cần thiết trong quá trình phát triển kinh tế nói chung và trong lĩnh vực ngân hàng nói riêng. Công tác huy động vốn, đặc biệt là huy động vốn tiền gửi từ dân cư và tổ chức kinh tế là một khâu quan trọng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng, tạo nguồn lực để ngân hàng mở rộng kinh doanh, đầu tư sinh lời. Do đó, việc mở rộng huy động vốn trong thời gian tới là rất cần cần thiết. Qua đó nhằm tạo dựng nguồn vốn vững chắc cho sự phát triển bền vững của ngân hàng, đồng thời góp phần quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội.

Trong những năm gần đây, hoạt động huy động vốn Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Thừa Thiên Huế đã có những bước phát triển đáng kể, lượng vốn huy động năm sau luôn cao hơn năm trước. Tuy nhiên, để đáp ứng đầy đủ và kịp thời nguồn vốn cho phát triển đất nước đòi hỏi sự cố gắng nhiều hơn nữa không chỉ của Chi nhánh nói riêng mà còn của toàn hệ thống BIDV nói chung cùng với các NHTM khác, bên cạnh sự giúp đỡ từ phía Chính phủ và NHNN.

Qua quá trình nghiên cứu một cách tổng thể bằng những kiến thức đã được học cùng với việc vận dụng các phương pháp nghiên cứu, đề tài đã nêu lên những cơ sở lý luận căn bản về huy động vốn và hiệu quả huy động vốn tiền gửi, từ đó áp dụng vào việc nghiên cứu tổng quát tình hình huy động vốn tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế từ năm 2014 – 2016, kết hợp phân tích một số chỉ tiêu đo lường hiệu quả huy động vốn tiền gửi nhằm đánh giá thực trạng công tác huy động vốn tiền gửi tại đây, từ đó tác giả xin đề xuất một số giải pháp nhỏ bé của mình để góp phần đẩy mạnh hơn nữa công tác vốn tiền gửi tại Chi nhánh.

Đây là đề tài không mới nhưng là nội dung quan tâm của nhiều người, đặc biệt đối với những ai luôn trăn trở về việc nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại các NHTM hiện nay. Trong quá trình thực hiện đề tài, dù đã cố gắng hết sức nhưng với khả năng nghiên cứu của bản thân còn hạn chế, việc nâng cao hiệu quả huy động vốn tiền gửi tại Chi nhánh Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Thừa

Thiên Huế lại là một vấn đề tương đối phức tạp và lâu dài, do đó những vấn đề mà Luận văn đưa ra cần tiếp tục được trao đổi, nghiên cứu và phát triển thêm.

Xin trân trọng cảm ơn sự chỉ bảo và giúp đỡ tận tình của TS. Nguyễn Ngọc Châu - Trường Đại học Kinh tế Huế.

Rất mong nhận được sự đóng góp của quý thầy cô, các anh/chị và các bạn để đề tài được hoàn thiện hơn.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Võ Thị Thúy Anh (2010), *Nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại*, Nhà xuất bản tài chính, Đà Nẵng.
2. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2010), *Giáo trình Triết học*, Nhà xuất bản Chính trị - Hành chính, Hà Nội.
3. Nguyễn Đăng Dờn (2007), *Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, NXB Thống kê, Tp. Hồ Chí Minh.
4. Phan Thị Thu Hà (2002), *Ngân hàng thương mại – Quản trị và nghiệp vụ*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
5. Học viện Ngân hàng (2001), *Lý thuyết tiền tệ và ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
6. Tô Ngọc Hưng (2009), *Giáo trình Ngân hàng thương mại*, NXB Thống kê, Hà Nội.
7. Nguyễn Minh Kiều (2006), *Nghiệp vụ ngân hàng*, Nhà xuất bản thống kê, TP. Hồ Chí Minh.
8. Nguyễn Thị Trúc Ly (2013), *Huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Đồng Tháp*, Luận văn thạc sĩ Tài chính Ngân hàng, Học viện hành chính quốc gia – Khu vực miền Trung.
9. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Thừa Thiên Huế, *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2014, 2015, 2016*.
10. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, *Nghị quyết số 1155/NQ-HĐQT ngày 22/8/2012 phê duyệt Chiến lược phát triển của BIDV đến năm 2020*, Hà Nội.
11. Nguyễn Thị Nhung (2013), *Phát triển huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu - Chi nhánh tỉnh Quảng Ninh*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Học viện hành chính, Hà Nội.

12. Nguyễn Tiến Thành (2009), *Một số giải pháp tăng cường huy động vốn tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn trong giai đoạn hiện nay*, Luận văn thạc sỹ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
13. Trần Thanh Trúc (2009), *Giải pháp tăng cường hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín – chi nhánh Cần thơ*, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

Website

11. www.cafef.vn
12. www.jcbinternational.com
13. www.mastercard.com
14. www.saga.com
15. www.sbv.gov.vn
16. www.sgt.com.vn
17. www.vietnamnet.vn
18. www.visa.com
19. www.vneconomy.com.vn

...