

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
---***---

NGUYỄN THỊ MINH NGỌC

**GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BẮC Á**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

**2012 | PDF | 89 Pages
buihuuhanh@gmail.com**

Đà Nẵng – Năm 2012

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
---***---

NGUYỄN THỊ MINH NGỌC

**GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BẮC Á**

Chuyên ngành: Tài chính – Ngân hàng
Mã số: 60.34.20

LUẬN VĂN THẠC SỸ QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TS VÕ DUY KHƯƠNG

**2012 | PDF | 89 Pages
buihuuhanh@gmail.com**

Đà Nẵng – Năm 2012

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả

Nguyễn Thị Minh Ngọc

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
MỤC LỤC.....	iv
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	vii
MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1. NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ HUY ĐỘNG VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	3
1.1 NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI – CHỨC NĂNG VÀ VAI TRÒ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG.....	3
1.1.1 Khái niệm về ngân hàng thương mại.....	3
1.1.2 Chức năng của ngân hàng thương mại	4
1.1.3 Vai trò của ngân hàng thương mại	5
1.2 NGHIỆP VỤ HUY ĐỘNG VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	6
1.2.1 Khái niệm huy động vốn.....	6
1.2.2 Ý nghĩa huy động vốn.....	6
1.2.3 Các hình thức huy động vốn của ngân hàng thương mại	7
1.2.4 Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn của ngân hàng thương mại	13
1.3 CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NGUỒN VỐN HUY ĐỘNG	20
1.3.1 Yếu tố chủ quan.....	20
1.3.2 Yếu tố khách quan	23
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	26
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI.....	27
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BẮC Á.....	27
2.2 THỰC TRẠNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP BẮC Á.....	31

2.2.1 Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Bắc Á.....	31
2.2.2 Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả huy động vốn của ngân hàng Bắc Á.....	37
2.3 ĐÁNH GIÁ VỀ TÌNH HÌNH HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP BẮC Á.....	47
2.3.1 Những kết quả đạt được.....	47
2.3.2 Những hạn chế.....	48
2.3.3 Nguyên nhân hạn chế	50
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	53
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BẮC Á	54
3.1 ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG CỦA NHTM CP BẮC Á.....	54
3.1.1 Định hướng hoạt động kinh doanh.....	54
3.1.2 Định hướng hoạt động huy động vốn của Ngân hàng Bắc Á đến năm 2015	56
3.2 GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHTM CP BẮC Á.....	58
3.2.1 Các giải pháp về thị trường.....	58
3.2.2 Các giải pháp liên quan đến nhân sự, đào tạo.....	66
3.2.3 Các giải pháp về mạng lưới, cơ cấu tổ chức và phát triển công nghệ, trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại.....	72
3.3 KIẾN NGHỊ.....	75
3.3.1 Kiến nghị đối với NHNN.....	75
3.3.2 Kiến nghị đối với Chính Phủ	77
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	79
KẾT LUẬN.....	80
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	82
QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN THẠC SĨ (BẢN SAO)	

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Diễn giải
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
NHTW	Ngân hàng trung ương
TCKT	Tổ chức kinh tế
TCTD	Tổ chức tín dụng
USD	Đô la Mỹ
TT1	Thị trường 1
TT2	Thị trường 2
VNĐ	Việt nam đồng

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
2.1	Nguồn vốn của Ngân hàng Bắc Á (2008-2011)	28
2.2	Một số chỉ tiêu phản ánh hoạt động tín dụng của Ngân hàng Bắc Á (2008 – 2011)	30
2.3	Các hình thức huy động vốn và tốc độ tăng trưởng tại Ngân hàng Bắc Á (2008 – 2011)	31
2.4	Cơ cấu tiền gửi của Tổ chức kinh tế của Ngân hàng Bắc Á 2008- 20101	34
2.5	Cơ cấu huy động vốn của Ngân hàng Bắc Á (2008 – 2011)	37
2.6	Cơ cấu kỳ hạn vốn huy động của Ngân hàng Bắc Á (2008 – 2011)	39
2.7	Cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng Bắc Á theo thị trường 2008-2011	41
2.8	Chi phí huy động vốn của Ngân hàng Bắc Á 2008-2011	44
2.9	Tình hình huy động và sử dụng vốn của ngân hàng Bắc Á 2008-2011	46

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh hiện nay, để phát triển kinh tế bền vững Chính phủ phải tạo được các kênh huy động vốn hiệu quả, có khả năng đáp ứng cho nhu cầu phát triển sản xuất, kinh doanh. Do vậy, các tổ chức tài chính nói chung, các ngân hàng thương mại (NHTM) nói riêng cần thiết phải tăng cường khả năng huy động vốn của mình. Thực tế cho thấy, hoạt động huy động vốn của các ngân hàng thương mại hiện nay vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu của sự phát triển trong nền kinh tế. Vốn huy động của các ngân hàng thương mại chủ yếu là vốn ngắn hạn nhưng nhu cầu sử dụng vốn dài hạn để đầu tư mở rộng hoạt động kinh doanh của các chủ thể trong nền kinh tế lớn đã ảnh hưởng đến hiệu quả và an toàn hoạt động của ngân hàng. Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á cũng không nằm ngoài xu hướng đó.

Nhận thức được vai trò của hoạt động huy động vốn đối với hoạt động kinh doanh ngân hàng và thực tiễn hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Bắc Á, tôi đã lựa chọn đề tài nghiên cứu “**Giải pháp huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á**”. Hy vọng những vấn đề nghiên cứu sẽ giải quyết được các vấn đề còn tồn tại trong hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á.

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài

Đề tài nghiên cứu những lý luận chung nhất về hoạt động huy động vốn của ngân hàng, đặc điểm và vai trò của các hình thức huy động vốn, phân tích đánh giá, tìm hiểu các tồn tại và nguyên nhân ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á. Từ đó đưa ra những giải pháp và kiến nghị nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề tài

Đối tượng nghiên cứu của đề tài: Những vấn đề cơ bản về hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài: Đánh giá thực trạng huy động vốn của ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á trong 4 năm 2008-2011 trên các mặt phân tích và quản trị nguồn vốn huy động tại ngân hàng Bắc Á.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện đề tài nghiên cứu, tác giả đã sử dụng phép duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Trên cơ sở các tài liệu thu thập được, bằng phương pháp thống kê và so sánh giữa các năm, các chỉ tiêu, để thấy được những kết quả đạt được và hạn chế trong hoạt động huy động vốn. Bên cạnh đó, đề tài còn sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp, đánh giá thực trạng phát triển, rút ra nguyên nhân và tìm hướng giải quyết.

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Đề tài đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động huy động vốn của các ngân hàng thương mại. Đánh giá ưu nhược điểm trong hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á và đề xuất các giải pháp, kiến nghị nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á.

6. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần lời nói đầu và kết luận, luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Ngân hàng thương mại và huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại

Chương 2: Thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á.

Chương 3: Giải pháp huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á.

CHƯƠNG 1

NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ HUY ĐỘNG VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI 1.1 NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI – CHỨC NĂNG VÀ VAI TRÒ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

1.1.1 Khái niệm về ngân hàng thương mại [2, tr. 17-18]

Cho đến thời điểm hiện nay có rất nhiều khái niệm về NHTM: Ở Mỹ, ngân hàng thương mại là công ty kinh doanh tiền tệ, chuyên cung cấp dịch vụ tài chính và hoạt động trong ngành công nghiệp dịch vụ tài chính.

Đạo luật ngân hàng của Pháp (1941) cũng đã định nghĩa: “Ngân hàng thương mại là những xí nghiệp hay cơ sở mà nghề nghiệp thường xuyên là nhận tiền bạc của công chúng dưới hình thức ký thác, hoặc dưới các hình thức khác và sử dụng tài nguyên đó cho chính họ trong các nghiệp vụ về chiết khấu, tín dụng và tài chính”.

Ở Việt Nam theo Luật tổ chức tín dụng khoản 1 và khoản 7 điều 20 đã xác định “Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp hoạt động kinh doanh tiền tệ, làm dịch vụ ngân hàng với nội dung nhận tiền gửi để cấp tín dụng, cung cấp các dịch vụ thanh toán” và trong các loại hình tổ chức tín dụng thì “Ngân hàng là một tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên 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”.

Từ những nhận định trên có thể thấy NHTM là một trong những định chế tài chính mà đặc trưng là cung cấp đa dạng các dịch vụ tài chính với nghiệp vụ cơ bản là nhận tiền gửi, cho vay và cung ứng các dịch vụ thanh toán. Ngoài ra, NHTM còn cung cấp các dịch vụ khác nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu về sản phẩm dịch vụ của xã hội.

1.1.2 Chức năng của ngân hàng thương mại [3], [4], [7]

Trong điều kiện của nền kinh tế thị trường, NHTM thực hiện các chức năng sau đây:

- Chức năng thứ nhất, NHTM là một trung gian tín dụng. Đây được xem là chức năng quan trọng nhất của NHTM. Khi thực hiện chức năng này NHTM đóng vai trò là cầu nối giữa người thừa vốn và người có nhu cầu về vốn. Với chức năng trung gian tín dụng NHTM vừa đóng vai trò là người đi vay, vừa đóng vai trò là người cho vay và hưởng lợi nhuận

- Chức năng trung gian thanh toán, ở đây NHTM đóng vai trò là thủ quỹ cho các doanh nghiệp và cá nhân, thực hiện các thanh toán theo yêu cầu của khách hàng như trích tiền từ tài khoản tiền gửi của họ để thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ hoặc nhập vào tài khoản tiền gửi của khách hàng tiền thu bán hàng và các khoản thu khác theo lệnh của họ. Các NHTM cung cấp cho khách hàng nhiều phương tiện thanh toán tiện lợi như séc, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thẻ rút tiền, thẻ thanh toán, thẻ tín dụng... Tùy theo nhu cầu, khách hàng có thể chọn cho mình phương thức thanh toán phù hợp. Nhờ đó mà các chủ thể kinh tế không phải giữ tiền trong túi, mang theo tiền để gặp chủ nợ, gặp người phải thanh toán dù ở gần hay xa mà họ có thể sử dụng một phương thức nào đó để thực hiện các khoản thanh toán. Do vậy các chủ thể kinh tế sẽ tiết kiệm được rất nhiều chi phí, thời gian, lại đảm bảo thanh toán an toàn. Chức năng này vô hình chung đã thúc đẩy lưu thông hàng hóa, đẩy nhanh tốc độ thanh toán, tốc độ lưu chuyển vốn, từ đó góp phần phát triển kinh tế.

- Chức năng tạo tiền là một chức năng quan trọng, phản ánh rõ bản chất của NHTM. Với mục tiêu là tìm kiếm lợi nhuận như là một yêu cầu chính cho sự tồn tại và phát triển của mình, các NHTM với nghiệp vụ kinh doanh mang tính đặc thù của mình đã vô hình chung thực hiện chức năng tạo tiền cho nền kinh tế. Chức năng tạo tiền được thực thi trên cơ sở hai chức năng khác của

NHTM là chức năng tín dụng và chức năng thanh toán. Thông qua chức năng trung gian tín dụng, ngân hàng sử dụng số vốn huy động được để cho vay, số tiền cho vay ra lại được khách hàng sử dụng để mua hàng hóa, thanh toán dịch vụ trong khi số dư trên tài khoản tiền gửi khách hàng vẫn được coi là một bộ phận của tiền giao dịch, được họ sử dụng để mua hàng hóa, thanh toán dịch vụ... Với chức năng này, hệ thống NHTM đã làm tăng tổng phương tiện thanh toán trong nền kinh tế, đáp ứng nhu cầu thanh toán, chi trả của xã hội..

1.1.3 Vai trò của ngân hàng thương mại [3], [4], [7]

- NHTM giúp cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh, nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Trong nền kinh tế thị trường, để mở rộng được quy mô sản xuất đòi hỏi doanh nghiệp phải có một lượng vốn nhất định để đổi mới thiết bị và công nghệ. Trong điều kiện đó, NHTM một mặt đáp ứng đầy đủ và kịp thời nhu cầu vốn thiếu hụt, cung cấp dịch vụ thanh toán và các dịch vụ khác nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp thực hiện tốt hoạt động sản xuất kinh doanh.

- NHTM làm cầu nối giữa NHTW với nền kinh tế để thực hiện các chính sách tiền tệ. Để thực thi chính sách tiền tệ, NHTW sử dụng các công cụ như lãi suất, tỷ lệ dự trữ bắt buộc, các nghiệp vụ trên thị trường mở. Chính các NHTM là chủ thể chịu sự tác động trực tiếp của những công cụ này đồng thời đóng vai trò cầu nối trong việc chuyển tiếp các tác động của chính sách tiền tệ đến nền kinh tế để Chính phủ và NHTW có những chính sách điều tiết thích hợp.

- NHTM góp phần thúc đẩy kinh tế đối ngoại giữa các quốc gia. Với xu hướng phát triển kinh tế theo hướng hội nhập vào cộng đồng kinh tế quốc tế, việc mở rộng và giao lưu kinh tế là một vấn đề tất yếu. Thông qua các nghiệp vụ tài trợ xuất nhập khẩu, quan hệ thanh toán với các tổ chức tài chính quốc

tế, NHTM giúp cho việc thanh toán trao đổi mua bán được diễn ra nhanh chóng, thuận tiện, an toàn và hiệu quả.

1.2 NGHIỆP VỤ HUY ĐỘNG VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.2.1 Khái niệm huy động vốn [3, tr.24]

Nguồn vốn huy động của ngân hàng gồm các khoản như nhận tiền gửi của các tổ chức, cá nhân (tiền gửi không kỳ hạn tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm); phát hành chứng chỉ tiền gửi, giấy tờ có giá; vay vốn của các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước; vay vốn ngắn hạn của NHNN.

1.2.2 Ý nghĩa huy động vốn

Huy động vốn là một trong những hoạt động chủ yếu và quan trọng nhất của ngân hàng thương mại.

1.2.2.1 Đối với ngân hàng thương mại

Đối với NHTM, huy động vốn là cơ sở để ngân hàng thực hiện các hoạt động kinh doanh khác. Các khoản tài trợ từ bên ngoài là nguồn vốn chủ yếu đối với hầu hết các NHTM. Mặt khác thông qua nghiệp vụ này, các ngân hàng có thể đo lường sự tín nhiệm, uy tín của khách hàng đối với ngân hàng. Có thể nói, nghiệp vụ huy động vốn góp phần giải quyết “đầu vào” của ngân hàng.

1.2.2.2 Đối với khách hàng

Đối với khách hàng, nghiệp vụ huy động vốn cung cấp cho khách hàng một kênh tiết kiệm và đầu tư nhằm làm cho tiền của họ được sinh lợi. Ngoài ra, nó còn cung cấp cho khách hàng một nơi an toàn để cất trữ và tích lũy vốn tạm thời nhàn rỗi, giúp cho khách hàng có cơ hội tiếp cận với các dịch vụ ngân hàng khác như dịch vụ thanh toán, tín dụng...

1.2.2.3 Đối với nền kinh tế

Đối với nền kinh tế, nghiệp vụ huy động vốn giúp cho các doanh

ng nghiệp có cơ hội để tiếp cận nguồn vốn; từ đó thúc đẩy đầu tư sản xuất tạo điều kiện phát triển kinh tế xã hội.

1.2.3 Các hình thức huy động vốn của ngân hàng thương mại [1, tr.21-24]

Vốn huy động là những giá trị tiền tệ mà ngân hàng huy động được 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. Vốn huy động gồm có:

- Tiền gửi.
- Phi tiền gửi.

1.2.3.1 Tiền gửi

Tiền gửi giao dịch

Một trong những dịch vụ nhận tiền gửi lâu đời nhất mà ngân hàng cung cấp là nhận tiền gửi để thực hiện thanh toán hộ cho khách hàng. Tiền gửi giao dịch đòi hỏi ngân hàng phải thanh toán ngay lập tức các lệnh rút tiền cho một cá nhân hay bên thứ ba, được chỉ rõ là người thụ hưởng. Hiện nay quá trình thanh toán của tiền gửi giao dịch được thực hiện thông qua tài khoản giao dịch tại ngân hàng.

+ Tiền gửi giao dịch cá nhân: Khách hàng nộp tiền vào tài khoản (tiền lương, thu nhập thường được trả cho người lao động trực tiếp qua tài khoản này) và được sử dụng các dịch vụ của ngân hàng để thanh toán, chi trả thông qua tài khoản và các dịch vụ khác. Ngược lại, ngân hàng có thể sử dụng tiền tạm thời nhàn rỗi trong tài khoản của khách hàng cho các hoạt động khác của ngân hàng. Khách hàng khi mở tài khoản tiền gửi tại ngân hàng thường được sử dụng các dịch vụ sau:

- Được cấp một thẻ thanh toán với mã số để thực hiện các giao dịch thanh toán, rút tiền...
- Được sử dụng các phương tiện thanh toán như séc, séc bảo lãnh, séc lĩnh tiền mặt, séc có giá trị như tiền mặt,...

- Được vay tiền của ngân hàng thông qua những hình thức như thấu chi thỏa thuận (mỗi khi muốn rút quá số dư, khách hàng phải xin phép ngân hàng), thấu chi mặc nhiên (không cần xin phép ngân hàng).

Tiền gửi giao dịch là nguồn vốn rẻ do ngân hàng không phải trả lãi hoặc trả lãi thấp. Tuy nhiên, để đảm bảo khả năng thanh toán, ngân hàng phải có kế hoạch sử dụng vốn tốt khi sử dụng nguồn vốn này do khách hàng có thể sử dụng vốn bất cứ khi nào.

+ Tài khoản tiền gửi của các tổ chức kinh tế: Phương thức hoạt động cũng tương tự như của cá nhân nhưng không có thể thanh toán.

Các dịch vụ được cung cấp kèm theo tài khoản giao dịch của khách hàng có thể là dịch vụ miễn phí hoặc là có thu phí. Hiện nay, để thu hút khách hàng cũng như để huy động được nguồn vốn rẻ này, các ngân hàng sử dụng phương pháp 'định giá có điều kiện'. Theo phương pháp này, khách hàng sẽ phải trả một khoản lệ phí rất nhỏ hoặc thậm chí là bằng 0 nếu số dư tiền gửi bình quân của họ cao hơn một mức nhất định và ngược lại, họ phải trả một mức lệ phí cao hơn nếu số dư tài khoản trung bình thấp hơn mức giới hạn.

Giá dịch vụ liên quan đến tài khoản giao dịch phụ thuộc vào những yếu tố cơ bản sau:

- Số lần giao dịch thực hiện qua tài khoản (số séc phát hành, số tiền gửi vào, số lần chuyển tiền, số lần thấu chi...)
- Số dư tài khoản trung bình trong một thời kỳ nhất định thường là một tháng.
- Kỳ hạn tiền gửi theo ngày, tuần hoặc tháng.

Theo thông lệ ở các nước phát triển, ngân hàng không phải trả lãi cho khách hàng mở tài khoản tiền gửi thanh toán vì mục đích của khách hàng khi sử dụng tài khoản này là để thực hiện thanh toán qua ngân hàng chứ không phải để hưởng lãi. Ở Việt Nam, do dân chúng chưa có thói quen sử dụng tài khoản và gửi tiền vào ngân hàng nên để thu hút khách hàng, ngân hàng vẫn trả

lãi đối với tài khoản tiền gửi thanh toán. Tuy nhiên mức lãi suất thường rất thấp, khoảng 0,2%/tháng.

Tiền gửi tiết kiệm

Nếu phân chia theo thời hạn gửi, tiền gửi tiết kiệm gồm các loại sau:

+ Tiền gửi không kỳ hạn: là hình thức tiền gửi tiết kiệm mà khách hàng có thể rút ra một số lượng không hạn chế bất cứ lúc nào.

Ở các nước phát triển, có hai hình thức tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn thông dụng là tài khoản tiền gửi tiết kiệm lập sổ và tài khoản tiền gửi tiết kiệm thông báo

Tài khoản tiền gửi tiết kiệm lập sổ được cung cấp cho khách hàng là gia đình với giá trị nhỏ và đặc quyền rút vốn không hạn chế. Loại tiền gửi này lãi suất nhỏ và ít nhạy cảm với lãi suất.

Tài khoản tiết kiệm thông báo cho phép khách hàng xem số dư và các lệnh rút tiền của tài khoản trực tuyến. Tuy nhiên, hiện nay các ngân hàng vẫn sử dụng hình thức lập sổ truyền thống. Mỗi khi cần rút tiền, khách hàng sẽ trình quyền sở này cho ngân hàng tại quầy giao dịch.

+ Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngắn hạn: Đây là hình thức tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn dưới một năm.

+ Tiền gửi tiết kiệm trung và dài hạn: Đây là hình thức tiền gửi tiết kiệm có thời hạn trên một năm.

Nếu xét theo mục đích hay hình thức của các khoản tiết kiệm thì tiền gửi bao gồm:

+ Tiền gửi có kỳ hạn mua được: Đây là những khoản tiền gửi có kỳ hạn với lãi suất cố định nhưng khách hàng có thể chuyển khoản tiền gửi này sang tài khoản thanh toán để sử dụng bất cứ lúc nào mà không bị phạt lãi suất. Tuy nhiên, khách hàng phải thông báo cho ngân hàng và việc chuyển tiền sẽ được

ngân hàng thực hiện trong vòng 24 giờ, số tiền mỗi lần sử dụng phải vượt quá một hạn mức do ngân hàng quy định.

+ Trái phiếu tiết kiệm: Đây là những khoản tiền gửi có thời hạn dài. Khách hàng có quyền rút ra sau 3 tháng nhưng bị phạt lãi suất.

+ Tiền gửi tiết kiệm tiêu dùng: Bao gồm

- Tiết kiệm để mua nhà: Hình thức tiết kiệm này có thời hạn dài (thời hạn ít nhất 5 năm). Khách hàng nộp tiền vào tài khoản ở lần đầu tiên và hàng năm phải nộp tiền vào tài khoản một số tiền tối thiểu theo thỏa thuận trước với ngân hàng. Thông thường, khi khoản tiết kiệm của khách hàng đạt đến một mức thỏa thuận khi ký kết hợp đồng, căn cứ vào tình hình tiền gửi vào tài khoản của khách hàng mà ngân hàng có thể xem xét cho khách hàng vay thêm để mua nhà. Khoản tiền vay sẽ được bảo đảm bằng chính ngôi nhà của khách hàng và được trả dần hàng năm.

- Tiết kiệm cho con đi học, mua xe,...

- Tiết kiệm hưu trí: Góp hàng tháng để sử dụng khi về già. Thông thường đối với hình thức này, ngân hàng còn thực hiện kèm theo dịch vụ bảo hiểm, nếu khách hàng chết trước khi hợp đồng kết thúc, thân nhân sẽ được nhận một số tiền nhất định được quy định rõ khi ký kết hợp đồng.

- Tiết kiệm dưới hình thức đầu tư vào các quỹ đầu tư của ngân hàng như đầu tư vào quỹ đầu tư chứng khoán, bất động sản ... của ngân hàng.

1.2.3.2 Phi tiền gửi

Hình thức này bao gồm:

Vay từ các tổ chức tín dụng khác

Các ngân hàng thực hiện vay vốn lẫn nhau thông qua thị trường tiền tệ liên ngân hàng. Lãi suất đi vay phụ thuộc vào quy mô món vay, thị trường và kỳ hạn. Nguồn tiền đi vay không phải dự trữ bắt buộc, không cần bảo hiểm tiền gửi đồng thời ngân hàng cũng chủ động được thời gian hoàn lại, kỳ hạn

của khoản vay có thể rất ngắn (qua đêm) nhưng lãi suất của các nguồn tiền này cao hơn so với các nguồn tiền huy động khác.

Vay từ ngân hàng trung ương

Ngân hàng thương mại có thể vay từ ngân hàng trung ương qua các hình thức như chiết khấu, tái chiết khấu, hình thức vay này thông qua thị trường mở. Ngân hàng thương mại thường nắm giữ một lượng giấy tờ có giá, khi cần tiền mặt, ngân hàng thương mại thực hiện cầm cố tại ngân hàng trung ương.

Ngân hàng thương mại còn có thể vay từ các nguồn ngắn hạn như vay để bù đắp dự trữ thiếu hụt, nâng cao khả năng thanh toán, nâng cao khả năng thanh khoản. Các khoản vay này thường là trong thời gian rất ngắn. Trong những trường hợp đặc biệt các ngân hàng vẫn có thể vay ngân hàng trung ương để cho vay lại nền kinh tế theo chỉ định của Nhà nước với một mức lãi suất ưu đãi nhưng khoản vay này thường bị hạn chế về số lượng đặc biệt là khi chính sách tiền tệ quốc gia đang thắt chặt.

Lãi suất vay từ ngân hàng trung ương thường là ưu đãi nhưng để vay được nguồn vốn này lại phụ thuộc vào chính sách tài chính tiền tệ của Chính phủ. Thông qua lãi suất chiết khấu mà ngân hàng trung ương có thể điều chỉnh được cung tiền tệ cũng như cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng thương mại.

Phát hành chứng chỉ tiền gửi có thể chuyển nhượng

Về mặt pháp lý thì đây là một khoản tiền gửi nhưng về mặt bản chất thì tín dụng có thể chuyển nhượng chỉ là một hình thức giấy nợ được phát hành nhằm thu hút vốn tạm thời dư thừa của các công ty lớn, các cá nhân giàu có và cả của chính phủ. Chứng chỉ tiền gửi có thể chuyển nhượng là một giấy biên nhận có hưởng lãi suất xác định hoặc với một phương pháp xác định lãi suất cụ thể. Mệnh giá của các chứng chỉ tiền gửi này thường rất lớn. Nếu thời hạn của các chứng chỉ này trên một năm thì tiền lãi sẽ được trả sáu tháng một lần.

Thị trường giấy nợ ngắn hạn

Bao gồm các giấy nợ với kỳ hạn từ 3 hoặc 4 ngày đến 9 tháng do các công ty có danh tiếng phát hành nhằm thu hút vốn lưu động. Giấy nợ ngắn hạn được bán trên cơ sở chiết khấu mệnh giá thông qua các nhà kinh doanh hoặc mua bán trực tiếp giữa công ty phát hành và các nhà đầu tư có nhu cầu. Thông thường các ngân hàng thương mại không được trực tiếp phát hành giấy nhận nợ ngắn hạn nhưng các công ty con của ngân hàng lại có quyền phát hành.

Hợp đồng mua lại

Hợp đồng mua lại là thỏa thuận bán tạm thời những tài sản chất lượng với tính thanh khoản cao như tín phiếu kho bạc kèm theo cam kết sẽ mua lại những tài sản này vào một thời điểm xác định trong tương lai tại một mức giá định trước. Một giao dịch theo hợp đồng mua lại có thể chỉ qua một đêm hoặc có thể chỉ kéo dài vài tháng. Hầu hết các hợp đồng mua lại diễn ra trong vài ngày. Tuy nhiên trong những năm gần đây, các ngân hàng còn có hợp đồng gia hạn trong đó số tiền người bán chứng khoán thu được theo hợp đồng mua lại có thể sử dụng cho đến khi người bán hoặc người mua quyết định chấm dứt hợp đồng.

1.2.3.3 Các nguồn khác

Các nguồn vốn này thường không lớn, việc gia tăng các nguồn này nằm trong chính sách tăng nguồn thu cho ngân hàng và bị ảnh hưởng rất lớn bởi khả năng thực hiện và mở rộng các loại hình dịch vụ khác.

Vốn ủy thác

Đây là nguồn được hình thành do các tổ chức, cá nhân, ủy thác tiền, tài sản vào ngân hàng nhờ ngân hàng cho vay (ủy thác cho vay), đầu tư (ủy thác đầu tư), giải ngân (ủy thác giải ngân) ... Cùng với sự phát triển các mối quan hệ đa phương, rất nhiều Tổ chức kinh tế xã hội có cùng mục tiêu phát triển như của ngân hàng, có nguồn tài chính đã sử dụng mạng lưới ngân hàng như

các kênh dẫn vốn tới các mục tiêu kết quả là hình thành nguồn ủy thác, làm gia tăng nguồn vốn cho ngân hàng. Nguồn này khá ổn định, các ngân hàng thực hiện hộ khách hàng và hưởng hoa hồng, không phải trả lãi tuy nhiên chi phí để có và duy trì chúng là rất đáng kể như phải tìm kiếm các chủ đầu tư, tìm hiểu yêu cầu của họ, nghiên cứu dự án mà họ tài trợ,...

Vốn trong thanh toán

Các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt có thể hình thành nguồn vốn trong thanh toán (séc trong quá trình chi trả, tiền ký quỹ để mở LC...). Những ngân hàng là ngân hàng đầu mối trong dòng tài trợ có thể kết số dư từ tiền của các ngân hàng thành viên chuyển về để thực hiện cho vay

Ngoài ra, nguồn vốn của ngân hàng còn được hình thành từ nghiệp vụ mua, bán, quản lý tài sản hộ. Khi ngân hàng thương mại càng phát triển nghiệp vụ trung gian càng nhiều thì nguồn này chiếm tỷ trọng càng lớn.

1.2.4 Một số chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn của ngân hàng thương mại [8], [9]

Để đánh giá hiệu quả vốn huy động, cần xem xét các chỉ tiêu: Mức độ tăng trưởng vốn ổn định, quy mô vốn phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn, chi phí vốn, kỳ hạn vốn hợp lý.

1.2.4.1 Mức tăng trưởng ổn định của vốn huy động

Vốn huy động tăng trưởng ổn định theo thời gian sẽ đáp ứng nhu cầu tín dụng cũng như hoạt động kinh doanh khác ngày càng tăng của ngân hàng. Nếu ngân hàng huy động được một lượng vốn đủ lớn phù hợp với quy mô và nhu cầu của mình, thì giả sử như khi có một lượng tiền lớn bị rút ra cũng sẽ không gây ảnh hưởng lớn đến hoạt động của ngân hàng, ngân hàng sẽ không gặp khó khăn trong vấn đề thanh khoản. Vốn huy động tăng trưởng ổn định sẽ khẳng định được vị thế uy tín và thương hiệu của ngân hàng. Một ngân hàng có đủ tiềm năng về tài chính cũng như uy tín mới có thể giữ được mức tăng

trường về huy động vốn ổn định qua các năm. Tính ổn định của vốn huy động quyết định một phần an toàn trong kinh doanh ngân hàng và thời hạn tín dụng. Nó phản ánh khả năng tìm kiếm các khoản nợ mới nhanh chóng với lãi suất thấp nhằm tăng cường khả năng thanh khoản cho ngân hàng. Vốn huy động tăng trưởng ổn định sẽ tạo lập và định hướng chiến lược kinh doanh cụ thể của ngân hàng trong việc sử dụng vốn có hiệu quả.

1.2.4.2 Quy mô và cơ cấu nguồn vốn huy động phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn

Xuất phát từ kế hoạch sử dụng vốn để có chiến lược huy động vốn phù hợp. Huy động vốn đảm bảo phù hợp với sử dụng vốn cả về loại tiền, kỳ hạn, lãi suất sẽ góp phần đem lại lợi nhuận cao cho ngân hàng và thực hiện đúng cam kết với khách hàng. Quy mô nguồn vốn của một NHTM cần phải có sự ổn định, phù hợp với lãi suất và kỳ hạn của nó. Sự gia tăng nguồn vốn theo tiêu chí nào là một chỉ tiêu phản ánh chất lượng hoạt động của ngân hàng, là điều kiện để ngân hàng mở rộng quy mô hoạt động, nâng cao tính thanh khoản và ổn định của nguồn vốn. Quy mô nguồn vốn cần phải được xây dựng theo từng giai đoạn, tùy thuộc vào định hướng chiến lược phát triển chung của ngân hàng, khả năng thay đổi cơ cấu nguồn hoặc tìm kiếm nguồn mới. Trên thực tế ngân hàng không thể sử dụng hết số vốn huy động được để cho vay mà phải giữ lại một tỷ lệ nhất định để đảm bảo khả năng thanh khoản nhằm mục đích an toàn trong hoạt động kinh doanh, sử dụng để chi trả khi khách hàng có nhu cầu rút tiền. Tính thanh khoản của vốn huy động được đo bằng khả năng tìm kiếm nguồn vốn mới với chi phí và thời gian bỏ ra thấp nhất. Thanh khoản hợp lý là không tích trữ quá nhiều các nguồn vốn khả dụng, tích trữ quá nhiều sẽ làm giảm tỷ suất sinh lời của vốn. Một ngân hàng được xem là có tính thanh khoản nếu như ngân hàng đó có khả năng huy động được vốn khả dụng với chi phí thấp vào đúng thời điểm phát sinh yêu cầu

thanh khoản. Cầu thanh khoản chủ yếu phát sinh khi nhu cầu rút tiền gửi và nhu cầu vay vốn của những khách hàng có chất lượng tín dụng cao nhưng lại không báo trước với NHTM, nhu cầu nộp thuế, trả cổ tức, thanh toán các khoản vay từ NHNN và các NHTM khác. Cung thanh khoản thông thường có 3 nguồn chính: Dự trữ sơ cấp hay còn gọi là tiền mặt hay ngân quỹ; các tài sản khác có tính thanh khoản cao: chứng khoán khả mại, trái phiếu, tín phiếu kho bạc; vốn vay trên thị trường tiền tệ để bổ sung thanh khoản. Nếu cung thanh khoản lớn hơn cầu thanh khoản thì ngân hàng vẫn còn dư vốn, ngân hàng nên tiếp tục đầu tư có hiệu quả nguồn vốn khả dụng cho tới khi yêu cầu thanh khoản mới xuất hiện. Nếu cung thanh khoản nhỏ hơn cầu thanh khoản thì ngân hàng phải có kế hoạch bổ sung nguồn vốn khả dụng từ các nguồn khác nhau sao cho chi phí thấp nhất. Thanh khoản mang tính thời điểm đòi hỏi ngân hàng phải hết sức thận trọng vì khách hàng có thể rút tiền ra bất cứ khi nào. Thanh khoản mang tính thời kỳ bao giờ cũng gắn với tính chất và chu kỳ do đó ngân hàng có thể sử dụng nhiều nguồn để đáp ứng.

Mặt khác, mục đích của ngân hàng là huy động để cho vay và đầu tư, nên ngân hàng thường tìm cách khai thác và sử dụng tối đa số vốn và huy động để sử dụng hiệu quả cao nhất chi phí vốn đã bỏ ra, mang lại nhiều nhất lợi nhuận cho ngân hàng. Nếu huy động vốn nhiều nhưng sử dụng vốn ít thì kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng cũng sẽ không có hiệu quả. Tuy nhiên điều này cũng đồng nghĩa với việc ngân hàng phải đối mặt với những nguy cơ rủi ro cao, do đó các ngân hàng phải cân nhắc kỹ xem nên huy động vốn ở mức nào để đảm bảo hoạt động có hiệu quả mà vẫn an toàn .

Hơn thế nữa, tỷ trọng các loại vốn ngắn hạn, trung dài hạn, nội tệ ngoại tệ ở mức hợp lý, phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng. Bất cứ một sự không phù hợp nào về kỳ hạn cũng sẽ mang lại bất lợi cho ngân hàng. Nếu không có sự phù hợp về loại tiền, ngân hàng sẽ chịu chi phí để chuyển đổi từ

nguồn tiền đã được huy động sang loại tiền cần sử dụng và như vậy thì có thể gặp rủi ro về tỷ giá. Nếu không có sự phù hợp về kỳ hạn giữa huy động vốn và sử dụng vốn thì ngân hàng sẽ gặp rủi ro về kỳ hạn. Đây là những nguy cơ tiềm ẩn mà ngân hàng phải đối mặt khi sử dụng các kế hoạch huy động vốn.

1.2.4.3 Chi phí huy động vốn

Đây là yếu tố quyết định đến hiệu quả của hoạt động huy động vốn vì nó quyết định trực tiếp tới phương thức sử dụng vốn và đặc biệt hơn cả là lợi nhuận của ngân hàng.

Chi phí huy động vốn là chi phí được cấu thành bởi chi phí lãi phải trả cho các khoản tiền gửi của khách hàng và các chi phí phát sinh khác trong quá trình huy động vốn.

Có 3 phương pháp xác định chi phí huy động vốn thường được các ngân hàng áp dụng phổ biến là: chi phí bình quân; chi phí vốn biên tế (cận biên) và chi phí huy động hỗn hợp. Mỗi phương pháp đều có một ý nghĩa nhất định tùy theo mục đích sử dụng của số liệu về chi phí huy động vốn tính toán được

- Phương pháp chi phí vốn bình quân

Đây là phương pháp thông dụng nhất để tính chi phí huy động vốn của NHTM. Phương pháp này chú trọng vào cơ cấu hỗn hợp các nguồn vốn mà ngân hàng đã huy động trong quá khứ và xem xét mức lãi suất mà thị trường đòi hỏi ngân hàng phải trả cho mỗi nguồn huy động

$$\text{Chi phí trả lãi bình quân} = \frac{\text{Tổng chi phí}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động bình quân}}$$

Việc tính toán như trên là chưa hoàn chỉnh, vì nó chỉ dừng lại ở mức độ xem xét giá vốn của nguồn vốn, nhiều chi phí khác có liên quan đến huy động vốn vẫn chưa được đề cập như:

Chi phí phi lãi: chi phí phi lãi bao gồm tiền lương và chi phí quản

lý gián tiếp, mức dự trữ bắt buộc theo qui định, phí bảo hiểm tiền gửi, chi phí dự phòng rủi ro tín dụng. Như vậy, tỷ suất sinh lợi tối thiểu để bù đắp chi phí (tỷ suất thu nhập hoà vốn) được tính như sau:

$$\text{Tỷ suất sinh lợi tối thiểu để bù đắp chi phí} = \frac{\text{Tổng chi phí lãi + Chi phí phi lãi}}{\text{Tổng tài sản Có sinh lời}}$$

Công thức trên có nghĩa là thu nhập từ các tài sản sinh lời tối thiểu phải bằng tỷ lệ này để có thể bù đắp tổng chi phí huy động vốn.

Tuy nhiên, liệu các cổ đông ngân hàng đòi hỏi một tỷ lệ thu nhập là bao nhiêu để họ tiếp tục duy trì số vốn đã góp? Tính chi phí nguồn vốn chủ sở hữu - là chi phí cơ hội thể hiện lợi nhuận kỳ vọng của cổ đông ngân hàng. Nếu ngân hàng không tạo ra được tỷ suất sinh lợi thỏa đáng trên vốn sở hữu thì các cổ đông góp vốn sẽ bắt đầu rút vốn ra và tìm nơi đầu tư hấp dẫn hơn. Để tính chi phí vốn chủ sở hữu, một phương pháp hợp lý là ước tính mức tỷ suất sinh lợi cần thiết mà các cổ đông cho rằng cần thiết để duy trì vốn góp hiện tại.

Như vậy, tỷ suất sinh lợi tối thiểu cần thiết phát sinh từ toàn bộ các nguồn vốn huy động và vốn chủ sở hữu của ngân hàng sẽ là:

$$\text{Tỷ suất sinh lợi tối thiểu} = \text{Tỷ suất sinh lợi tối thiểu để bù đắp chi phí} + \text{Tỷ suất sinh lợi trước thuế cho cổ đông (1)}$$

Trong đó

$$(1) = (\text{tỷ suất sinh lợi sau thuế cho cổ đông} / (1 - \text{thuế suất})) \times (\text{vốn cổ đông} / \text{tài sản sinh lời})$$

- Phương pháp chi phí vốn biên tế (cận biên)

Phương pháp chi phí bình quân tuy có ưu điểm là đơn giản nhưng chỉ nhìn về quá khứ để xem xét chi phí và tỷ suất lợi nhuận tối thiểu đã thực hiện của ngân hàng. Trong khi đó, phần lớn các quyết định kinh doanh của ngân hàng là cho hiện tại và tương lai, phương pháp chi phí vốn biên tế nhằm khắc phục nhược

điểm của phương pháp chi phí bình quân dựa trên nguyên giá.

Chi phí biên là chi phí bỏ ra để có thêm một đồng vốn huy động. Căn cứ vào chi phí biên, ngân hàng xác định mức lợi nhuận tối thiểu cần đạt được từ những tài sản có thêm từ các nguồn vốn này.

$$\text{Chi phí vốn biên tế} = \frac{\text{Chi phí trả lãi tăng thêm}}{\text{Tổng số vốn huy động tăng thêm}}$$

Lợi nhuận thu được từ tài sản Có sinh lời tăng thêm nhờ sử dụng nguồn vốn huy động thêm:

$$\text{Tỷ suất sinh lời biên tế} = \frac{\text{Chi phí trả lãi tăng thêm}}{\text{Tài sản Có sinh lời tăng thêm}}$$

Công thức chi phí vốn biên tế thường được áp dụng trong trường hợp cần xác định chi phí huy động của một loại nguồn vốn hoặc để ngân hàng đưa ra quyết định nên huy động từ một loại nguồn vốn nào.

Tuy nhiên trong thực tế, để phân định nguồn vốn nào sử dụng cho mục đích nào không phải là việc dễ dàng, ngân hàng thường huy động từ nhiều nguồn vốn khác nhau cho các mục đích khác nhau. Mỗi tài sản đầu tư sinh lợi của NHTM thường không thay đổi tương ứng với một nguồn vốn nhất định mà thực chất các chi phí là sự tập hợp của nhiều nguồn vốn khác nhau. Do vậy, cần phải quan tâm xem xét chi phí huy động vốn hỗn hợp từ một số loại nguồn vốn.

- Phương pháp chi phí huy động vốn tổng hợp

Thực tế cho thấy mỗi khoản vay của ngân hàng được hình thành từ nhiều nguồn vốn khác nhau. Do vậy, chi phí huy động vốn để đáp ứng khoản vay không thể tính riêng biệt mà cần phải được tính trên cơ sở một hỗn hợp gồm nhiều nguồn vốn khác nhau. Theo phương pháp này việc tính toán chi phí nguồn vốn gồm các bước như sau:

Bước 1: Xác định lượng vốn dự kiến huy động mỗi nguồn để đáp ứng

nhu cầu tài trợ

Bước 2: Xác định mức khả dụng mỗi nguồn

Bước 3: Xác định chi phí lãi và phi lãi của mỗi nguồn vốn

Bước 4: Tập hợp chi phí lãi của tất cả các nguồn vốn xác định tương quan với tổng nguồn vốn huy động .

1.2.4.4 Kỳ hạn vốn

Quản lý kỳ hạn là xác định kỳ hạn của nguồn phù hợp với yêu cầu về kỳ hạn sử dụng, đồng thời tạo sự ổn định của nguồn. Có hai loại kỳ hạn: kỳ hạn danh nghĩa và kỳ hạn thực tế. Kỳ hạn danh nghĩa phản ánh tính ổn định ban đầu của nguồn vốn. Việc xác định kỳ hạn danh nghĩa có ý nghĩa quan trọng đối với hoạt động của ngân hàng. Để cho vay và đầu tư dài hạn, ngân hàng cần có khả năng duy trì tính ổn định của nguồn tiền. Mặt khác kỳ hạn liên quan tới chi phí, các nguồn có tính ổn định cao thường có chi phí duy trì cao. Kỳ hạn thực tế của khoản tiền gửi là thời gian mà khoản tiền tồn tại liên tục tại ngân hàng. Phân tích và đo lường kỳ hạn thực tế của nguồn tiền là cơ sở để ngân hàng quản lý thanh khoản, chuyển hoá kỳ hạn nguồn, sử dụng các nguồn có kỳ hạn ngắn để cho vay với kỳ hạn dài hơn. Về nguyên tắc những nguồn vốn ngắn hạn sẽ được đầu tư vào các tài khoản ngắn hạn và nguồn vốn dài hạn sẽ đầu tư vào các tài sản dài hạn. tuy nhiên trong thực tế, các NHTM phải tính tới yếu tố vòng quay của vốn tức là có thể hoán đổi kỳ hạn dùng nguồn vốn ngắn hạn để tài trợ cho tài sản dài hạn. Sự không phù hợp về kỳ hạn của nguồn và tài sản cũng là một trong những nguyên nhân gây nên rủi ro lãi suất cho NHTM. Đó là khả năng xảy ra những tổn thất ngoài dự kiến gắn với thay đổi về lãi suất và nhiều yếu tố khác như cấu trúc và kỳ hạn của tài sản và nguồn, quy mô và kỳ hạn của các hợp đồng kỳ hạn... Khe hở lãi suất hình thành do sự chênh lệch tài sản và nguồn có độ nhạy cảm. Như vậy quản lý kỳ hạn cũng là quản lý rủi ro lãi suất và làm giảm khe hở lãi suất của NHTM.

Kỳ hạn thực tế có thể nhỏ hơn, bằng hoặc lớn hơn kỳ hạn danh nghĩa.
Để xác định kỳ hạn sử dụng vốn hợp lý ngân hàng cần đánh giá các chỉ tiêu:

DS chi trả VHD trong kỳ

$$* \text{Số vòng quay của nguồn vốn huy động} = \frac{\text{DS chi trả VHD trong kỳ}}{\text{Số dư bình quân VHD trong kỳ}}$$

Chỉ tiêu này cho phép đánh giá trong một thời gian nhất định nguồn vốn quay được bao nhiêu vòng.

$$\text{Thời hạn bình quân của VHD (tính theo ngày)} = \frac{\text{Số dư bình quân của VHD} \times \text{số ngày trong kỳ}}{\text{Doanh số chi trả VHD trong kỳ}}$$

Cách tính này cho biết thời gian cần thiết để nguồn vốn quay được một vòng, nếu số vòng quay của nguồn vốn huy động càng ít hay thời hạn bình quân của nguồn vốn huy động càng dài thì nguồn vốn càng ổn định. Ngân hàng có thể cho vay dài hạn hoặc dự trữ ít hơn mà vẫn đảm bảo thanh khoản.

1.3 CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN NGUỒN VỐN HUY ĐỘNG

1.3.1 Yếu tố chủ quan [1, tr.25]

Các yếu tố được xem là chủ quan ảnh hưởng đến quy mô nguồn vốn huy động của ngân hàng bao gồm: chiến lược khách hàng của ngân hàng, quy mô vốn chủ sở hữu, thương hiệu, cơ sở vật chất kỹ thuật...

- Chiến lược khách hàng của ngân hàng về huy động vốn

Giờ đây khách hàng có nhiều cơ hội lựa chọn ngân hàng mà theo họ là thuận tiện hơn chứ không chỉ là nơi cất trữ tiền tệ và kiếm lời từ lãi suất. Do đó các ngân hàng nhận thấy cũng cần có chiến lược khách hàng đúng đắn trong hoạt động kinh doanh nói chung và trong huy động vốn nói riêng.

Trước tiên, ngân hàng cần hiểu được động cơ, thói quen và những mong muốn của người gửi tiền, thậm chí từng đối tượng khách hàng gửi tiền thông qua phân tích lợi ích của khách hàng.

Bên cạnh đó, các ngân hàng cũng xem xét đặc điểm đối tượng khách hàng mà ngân hàng tài trợ (xem xét nhu cầu đầu tư, hình thức tài trợ, thị hiếu của khách)

Trên cơ sở những thông tin của khách hàng trong hoạt động huy động và hoạt động sử dụng vốn, ngân hàng có thể đưa ra hệ thống các chính sách và biện pháp phù hợp để có được qui mô và cơ cấu nguồn vốn mong muốn. Hệ thống chính sách đáp ứng và gợi mở nhu cầu liên quan đến huy động vốn bao gồm:

+ Huy động với qui mô, cơ cấu, kỳ hạn, lãi suất ra sao cho phù hợp, việc huy động và sử dụng vốn gắn kết với nhau ra sao.

+ Các chính sách liên quan đến sản phẩm và dịch vụ tiền gửi ngân hàng. Nhóm chính sách này nhằm vào việc đánh giá các loại sản phẩm dịch vụ cung cấp và chất lượng sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu thị trường đồng thời mở rộng phát triển dịch vụ mới.

+ Các chính sách về giá cả, lãi suất tiền gửi, tỷ lệ hoa hồng và chi phí dịch vụ được coi là giá cả của các sản phẩm và 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 qui mô nguồn vốn. Để duy trì và thu hút thêm vốn ngân hàng cần ấn định mức lãi suất cạnh tranh, thực hiện những ưu đãi về giá cho khách hàng lớn, gửi tiền thường xuyên.

Hơn nữa, hệ thống lãi suất cần linh hoạt, phù hợp với qui mô và cơ cấu nguồn vốn.

+ Các chính sách trong phục vụ và giao tiếp: Các chính sách này được các NHTM rất quan tâm nhằm tạo, củng cố uy tín của mình trên thị trường, gắn bó với khách hàng truyền thống và hấp dẫn khách hàng mới. Trong điều kiện khó có thể duy trì sự khác biệt về sản phẩm và giá cả như hiện nay, chất lượng dịch vụ trở thành công cụ cạnh tranh vô cùng quan trọng để thu hút

vốn. Thái độ phục vụ thân thiện, chu đáo, bố trí hệ thống thanh toán khoa học là những điều hết sức cần thiết để giữ vững khách hàng hiện có và thu hút thêm khách hàng.

- Quy mô vốn chủ sở hữu: Vốn chủ sở hữu được coi là đệm chống đỡ sự sụt giảm giá trị tài sản của NHTM. Để đảm bảo mức độ an toàn tối thiểu, cần có quy định giới hạn giữa vốn chủ sở hữu và vốn huy động nhằm tạo một khoảng cách an toàn trong hoạt động của ngân hàng. Trong mối tương quan giữa vốn chủ sở hữu và vốn huy động, nếu chênh lệch đó càng lớn thì hệ số an toàn của ngân hàng sẽ càng thấp.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật: : Một NHTM có trụ sở kiên cố, bề thế, mạng lưới các chi nhánh, điểm giao dịch thuận lợi cùng các trang thiết bị và công nghệ hiện đại... sẽ là một trong những yếu tố tạo uy tín cho khách hàng gửi tiền vào ngân hàng.

- Chiến lược kinh doanh của ngân hàng: NHTM cần phải xác định rõ những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của ngân hàng mình nhằm định vị được chỗ đứng hiện tại của ngân hàng, đồng thời có những dự đoán sự thay đổi của môi trường để xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp, trong đó chiến lược phát triển quy mô và chất lượng nguồn vốn là một bộ phận quan trọng

- Tài sản vô hình: Tài sản vô hình quan trọng nhất của ngân hàng là uy tín của nó trong hệ thống, của các thành viên trong hội đồng quản trị, ban giám đốc. Các khách hàng được ngân hàng huy động vốn họ đều có tâm lý là muốn đảm bảo chắc chắn tiền của mình không bị rủi ro và có lãi. Bởi vậy họ tìm đến những ngân hàng có uy tín, thương hiệu lớn. Như vậy những NHTM có thương hiệu, có uy tín cao sẽ thu hút được nguồn vốn cao hơn những NHTM khác.

1.3.2 Yếu tố khách quan [1, tr.26]

- Lạm phát làm giảm sức mua của đồng tiền. Lạm phát tác động tiêu cực đến việc huy động vốn của ngân hàng. Nó làm xói mòn giá trị sức mua lên mỗi đơn vị tiền tệ. Ngân hàng chỉ có thể khắc phục tác động này bằng cách duy trì một mức lãi suất thực dương hoặc bảo đảm bằng một giá trị hiện vật (chẳng hạn như tiền gửi tiết kiệm được bảo đảm bằng vàng)

- Sự ổn định về chính trị có tác động rất lớn vào tâm lý và niềm tin của người gửi tiền. Nền chính trị quốc gia ổn định, người dân sẽ tin tưởng gửi tiền vào hệ thống ngân hàng nhiều hơn, ngân hàng sẽ là cầu nối hữu hiệu giữa tiết kiệm và đầu tư.

- Sự ổn định và phát triển của nền kinh tế: Sự phát triển hệ thống ngân hàng và nền kinh tế có mối quan hệ tác động qua lại lẫn nhau. Quá trình phát triển nền kinh tế là điều kiện và đòi hỏi sự phát triển của ngân hàng, sự phát triển của hệ thống ngân hàng là động lực thúc đẩy kinh tế phát triển. Nền kinh tế phát triển sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh, hiệu quả hoạt động của ngân hàng và các chủ thể khác. Nhu cầu của thị trường cũng tăng lên khi nền kinh tế phát triển kéo theo nhu cầu mở rộng sản xuất kinh doanh, thay đổi thiết bị công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm... của các doanh nghiệp. Nhu cầu vốn và sử dụng các dịch vụ của các doanh nghiệp tăng lên đòi hỏi các ngân hàng phải tăng cường huy động nguồn vốn, các sản phẩm tiện ích mới để phục vụ nhu cầu của các doanh nghiệp.

Quyết định của khách hàng luôn gắn liền với từng động thái của nền kinh tế. Trong điều kiện nền kinh tế bất ổn, giá cả và sức mua của đồng tiền biến động mạnh thì người dân có xu hướng tích trữ vàng, ngoại tệ hoặc các dạng tài sản khác thay vì đem số tiền đó đi gửi tại các ngân hàng. Ngược lại, khi nền kinh tế tăng trưởng ổn định với tỷ lệ lạm phát hợp lý thì người dân sẽ

có cái nhìn khả quan hơn và xu hướng gửi tiền ở các ngân hàng thương mại tăng lên là một điều tất yếu.

Nền kinh tế phát triển cũng kéo theo sự phát triển của thị trường tài chính, tạo thêm một kênh huy động mới cho ngân hàng thông qua việc phát hành các loại giấy tờ có giá. Bên cạnh đó, ngân hàng cũng có thêm đối thủ cạnh tranh mới đó là việc các doanh nghiệp cũng có thể thông qua đó huy động vốn nhằm phục vụ sản xuất kinh doanh. Hoạt động kinh doanh ngân hàng ngày càng có sự tham gia của nhiều loại hình ngân hàng mới và các tổ chức phi ngân hàng như công ty tài chính, công ty chứng khoán, quỹ tiết kiệm... . Xu hướng cạnh tranh với ngân hàng trong lĩnh vực huy động vốn ngày càng tăng.

- Sự thay đổi trong chính sách tài chính, tiền tệ và các quy định của Chính phủ, của NHNN cũng gây ảnh hưởng tới khả năng thu hút vốn và chất lượng nguồn vốn của các NHTM. Chính phủ Việt Nam đang được đánh giá là sử dụng các công cụ quản lý tài chính, tiền tệ ngày càng có hiệu quả hơn, thúc đẩy quá trình tiền tệ hóa nền kinh tế và gia tăng lượng tiền gửi của dân chúng vào hệ thống ngân hàng.

- Nhân tố tiết kiệm trong nền kinh tế: Ngân hàng thương mại nhận tiền gửi từ dân cư và các tổ chức kinh tế, trong đó nguồn tiền gửi dân cư chiếm tỷ trọng lớn và có tính ổn định, dài hạn cao. Năng lực tài chính của người dân ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động huy động vốn của các ngân hàng. Người dân có thu nhập càng cao thì lượng tiền dành cho tiết kiệm có thể càng tăng, đặc biệt khi thu nhập bình quân đầu người đã đạt đến một mức độ nhất định thì tỷ lệ tiết kiệm không phải tăng lên theo tương quan tỷ lệ với sự gia tăng của thu nhập mà tăng với một tỷ lệ lớn hơn so với thu nhập do những nhu cầu thiết yếu lúc này đã được thỏa mãn hoàn toàn và lượng tiền dư ra sẽ tăng nhanh. Tuy nhiên, lượng tiền dư ra đó có được gửi vào Ngân hàng thương mại hay

không còn phụ thuộc vào tâm lý tiêu dùng của dân cư, họ có thể đem gửi ngân hàng, tích trữ dưới dạng tiền mặt, vàng, ngoại tệ hay mua các tài sản khác.

Để thu hút được nguồn tiền tiết kiệm từ dân cư, các ngân hàng thương mại cần hiểu được động cơ, thói quen và những mong muốn của người gửi tiền để đưa ra những chính sách và biện pháp phù hợp để có được quy mô và cơ cấu nguồn vốn như mong muốn. Các chính sách để thu hút được nguồn tiền tiết kiệm bao gồm: chính sách lãi suất, chính sách tổ chức kỹ thuật, chính sách chăm sóc khách hàng, chính sách sản phẩm....

Bên cạnh đó, nguồn tiết kiệm của các Tổ chức kinh tế - xã hội cũng rất quan trọng. Mục đích gửi tiền của các doanh nghiệp thường là nhờ ngân hàng quản lý, ký quỹ hoặc chi trả trong thanh toán, ...thông thường có kỳ hạn ngắn nhưng bù lại lượng tiền này của doanh nghiệp rất lớn. Ngân hàng thương mại có thể huy động được nguồn vốn này thông qua việc đáp ứng các nhu cầu về thanh toán, tài trợ vốn, bảo lãnh cho các doanh nghiệp. Ngoài ra, ngân hàng có thể phát hành trái phiếu để thu hút các nguồn tiền nhàn rỗi của doanh nghiệp.

- Môi trường văn hóa là các yếu tố quyết định đến các tập quán sinh hoạt và thói quen sử dụng tiền của người dân. Tùy theo đặc trưng văn hóa của mỗi quốc gia, người dân có tiền nhàn rỗi sẽ quyết định lựa chọn hình thức giữ tiền ở nhà, gửi vào ngân hàng hay đầu tư vào các lĩnh vực khác. Ở các nước phát triển, việc thanh toán không dùng tiền mặt và sử dụng các dịch vụ ngân hàng đã khá quen thuộc, nhưng ở những nước đang phát triển như Việt Nam, người dân có thói quen giữ tiền hoặc tích trữ dưới dạng vàng, ngoại tệ mạnh ... làm cho lượng vốn được thu hút vào ngân hàng còn hạn chế.

- Môi trường dân cư thể hiện qua các số liệu như số lượng dân cư, phân bố địa lý, mật độ dân số, độ tuổi trung bình,...là các yếu tố rất đáng quan tâm đối với các NHTM nhằm xác định cơ cấu nhu cầu ở từng thời kỳ và dự đoán biến động trong tương lai.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 trình bày những kiến thức cơ bản về ngân hàng thương mại và huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại; trình bày những khái niệm, nội dung cơ bản về huy động vốn, các hình thức huy động vốn tại ngân hàng thương mại. Bên cạnh đó, chương 1 cũng đề cập đến những tiêu chí đánh giá hiệu quả huy động vốn của ngân hàng thương mại và các yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến nguồn vốn huy động.

Chương 1 đã hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về huy động vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại, tạo cơ sở để chương 2 đi sâu vào phân tích thực trạng, đánh giá những mặt đạt được và hạn chế trong quá trình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Bắc Á.

CHƯƠNG 2
THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BẮC Á

2.1 TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP BẮC Á

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển

Tên đầy đủ: Ngân hàng TMCP Bắc Á

Tên giao dịch quốc tế: BAC A COMMERCIAL JOINT STOCK BANK

Tên viết tắt: NASB

Quá trình hình thành: : Ngân hàng TMCP Bắc Á được thành lập năm 1994 theo quyết định của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, vốn góp cổ phần do các cổ đông có uy tín đóng góp, là một trong số các ngân hàng thương mại cổ phần lớn có hoạt động kinh doanh lành mạnh. Trụ sở chính của ngân hàng được đặt ở thành phố Vinh, tỉnh Nghệ An.

- Lĩnh vực hoạt động: Cung cấp các dịch vụ tài chính ngân hàng như: Mở tài khoản nội tệ và ngoại tệ, nhận tiền gửi, đầu tư cho vay và bảo lãnh, thanh toán trong và ngoài nước, tài trợ thương mại, chuyển tiền nhanh, kinh doanh ngoại hối, phát hành và thanh toán thẻ, séc du lịch, homebanking, ngân hàng trực tuyến..

- Phương châm hoạt động: Mãi mãi cùng thời gian

- Các thành tựu đạt được: Là thành viên chính thức của Hiệp hội Thanh toán Viễn thông Liên ngân hàng toàn cầu, Hiệp hội các ngân hàng Châu Á, Hiệp hội các ngân hàng Việt Nam và Phòng thương mại Công nghiệp Việt Nam.

Trong hơn 15 năm hoạt động, Ngân hàng TMCP Bắc Á đã vinh dự được nhận cờ thi đua của Thủ Tướng Chính phủ, bằng khen của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về thành tích hoạt động kinh doanh và cờ thi đua của

Ủy Ban Nhân dân tỉnh Nghệ An, là một trong 10 ngân hàng được chọn tham gia vào hệ thống thanh toán tự động liên ngân hàng.

2.1.2 Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Bắc Á giai đoạn 2008 - 2011

Cùng với sự phát triển của hệ thống ngân hàng, trong những năm qua Ngân hàng TMCP Bắc Á đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận thông qua các hoạt động chủ yếu như sau:

✓ Hoạt động huy động vốn

Là một doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực tiền tệ – tín dụng, vốn tự có của Ngân hàng Bắc Á đã góp phần đáng kể vào nguồn vốn. Tuy vốn tự có chưa cao nhưng có tốc độ tăng trưởng hàng năm rất khá. Đến 31/12/2011, Ngân hàng Bắc Á đã có số vốn chủ sở hữu là 3 000 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 14.07% trong tổng nguồn vốn, tăng gần 1.5 lần so với năm 2010 và tăng gần 2.5 lần so với năm 2008. Số liệu cụ thể như sau

Bảng 2.1: Nguồn vốn của Ngân hàng Bắc Á (2008-2011)

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chi tiêu \ Năm							
	2008	2009	09/08 (±%)	2010	10/09 (±%)	2011	11/10 (±%)
Tổng nguồn vốn	11,573	15,312	32.31%	17,568	14.73%	21,327	21.4%
1. Vốn chủ sở hữu	1,314	1,792	36.38%	2,121	18.36%	3,000	41.44%
<i>Tỷ lệ so với tổng nguồn vốn</i>	11.35%	11.7%		12.07%		14.07%	
2. Vốn huy động	9,485	12,659	33.46%	14,662	15.82%	17,928	22.28%
<i>Tỷ lệ so với tổng nguồn vốn</i>	81.96%	82.67%		83.46%		84.06%	
+ Từ dân cư	3,452	4,473	29.58%	5,391	11.36%	6,052	21.5%
+ Từ các TCKT	5,376	7,290	47.45%	8,674	5.96%	10,817	15.48%

+ Từ đối tượng khác (TCTD)	657	896	52.27%	597	2.13%	1,059	84.61%
3. Nguồn vốn khác	774	861	11.24%	785	-9%	399	-49.18%
Tỷ lệ so với tổng nguồn vốn	6.69%	5.62%		4.46%		1.87%	

(Nguồn : Báo cáo của NASB năm 2008-2011)

Số liệu trên bảng 2.1 cho thấy nguồn vốn huy động của Ngân hàng Bắc Á chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng nguồn vốn qua các năm (từ 81-84%), công tác huy động vốn được chú trọng nên hàng năm vốn huy động đều có tốc độ tăng trưởng cao, ổn định.

✓ Hoạt động tín dụng

Hoạt động tín dụng trong nhiều năm qua vẫn chiếm một vị trí quan trọng, mang lại cho Ngân hàng Bắc Á một nguồn thu thập đáng kể. Mảng hoạt động tín dụng luôn được Ngân hàng quan tâm, chú trọng đầu tư về thị trường sản phẩm và chất lượng kinh doanh, với chủ trương, nâng cao chất lượng tín dụng, cơ cấu lại danh mục nợ vay, đẩy mạnh hoạt động cho vay doanh nghiệp vừa và nhỏ và cho vay tiêu dùng. Vì thế tổng dư nợ của Ngân hàng Bắc Á tăng ổn định và chất lượng tín dụng luôn được đảm bảo.

Doanh số cho vay, doanh số thu nợ và dư nợ tín dụng của Ngân hàng Bắc Á có tốc độ tăng trưởng cao trong thời gian gần đây. Năm 2008, tốc độ tăng trưởng các chỉ tiêu này lần lượt là 15.98% ; 17.54% 18.12%. Đến năm 2011 doanh số cho vay và doanh số thu nợ có tốc độ tăng trưởng cao với các tỷ lệ tăng trưởng 20.59%, 28.30% dư nợ tăng trưởng thấp hơn nhưng về số tuyệt đối vẫn đạt ở mức cao.

Trong các chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động tín dụng tại Ngân hàng Bắc Á thì chỉ tiêu về nợ quá hạn có chiều hướng phát triển không tốt. Mặc dù, ngân hàng đã hạn chế được nhiều khoản nợ quá hạn phát sinh, thu hồi được phần lớn nợ đọng, nhưng số nợ quá hạn và tỷ lệ nợ quá hạn ngày càng

tăng. Năm 2008, tỷ lệ nợ quá hạn là 1.74%, đến năm 2009, tỷ lệ này là 2.18% đến năm 2010 giảm nhẹ còn 2.12%, năm 2011 giảm thấp còn 1.65%, tuy nhiên con số tuyệt đối về nợ quá hạn vẫn còn 191 tỷ đồng vào cuối năm 2010.

Bảng 2.2 Một số chỉ tiêu phản ánh hoạt động tín dụng của Ngân hàng Bắc Á (2008 – 2011)

Đơn vị : Tỷ đồng

Năm Chỉ tiêu	2008	2009	09/08 (±%)	2010	10/09 (±%)	2011	11/10 (±%)
Doanh số cho vay	10,257	11,896	15.98%	14,084	18.39%	16,984	20.59%
Doanh số thu nợ	8,996	10,574	17.54%	13,293	25.71%	14,791	28.30%
Dư nợ tín dụng	7,295	8,617	18.12%	9,408	9.18%	11,601	23.31%
Nợ quá hạn	127	188	48.03%	201	6.91%	191	-4.97%
Tỷ lệ nợ quá hạn	1.74%	2.18%	0.44%	2.12%	-0.06%	1.65%	-0.47%

(Nguồn: Báo cáo NASB 2008-2011)

✓ **Hoạt động kinh doanh thẻ**

Hoạt động kinh doanh thẻ của Ngân hàng TMCP Bắc Á chính thức triển khai phục vụ khách hàng từ năm 2004. Sau 7 năm hoạt động, Ngân hàng Bắc Á đã từng bước triển khai các sản phẩm dịch vụ thẻ và được thị trường đón nhận, ủng hộ. Thẻ Ngân hàng Bắc Á có các tính năng cơ bản như rút tiền mặt tại máy rút tiền tự động, tra cứu số dư, chuyển khoản cùng hệ thống, yêu cầu chuyển sang tài khoản có kỳ hạn. Tính đến tháng 6 năm 2011 số lượng thẻ phát hành lũy kế là 72.350 thẻ tăng 27.520 thẻ so với đầu năm. Số lượng đơn vị chấp nhận thẻ là 247 đơn vị. Các chi nhánh và phòng giao dịch đã khai thác tốt thị trường thẻ thông qua các chương trình khuyến mãi và phát hành miễn phí thẻ làm cho doanh số thẻ phát hành ngày càng tăng.

2.2 THỰC TRẠNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP BẮC Á

2.2.1 Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Bắc Á

Trong điều kiện tình hình kinh tế có nhiều thay đổi, lãi suất huy động vốn trên thị trường luôn biến động, cạnh tranh ngày càng gay gắt, công tác huy động vốn của các ngân hàng thương mại ngày càng gặp nhiều khó khăn. Với nỗ lực duy trì ở mức tốt nhất có thể, phát huy thế mạnh, bám sát các biến động đó kết hợp với những chỉ đạo, cơ chế, chính sách điều hành của ngân hàng Nhà nước, Ngân hàng Bắc Á đã có những điều chỉnh phù hợp với thị trường. Cụ thể, các hình thức huy động vốn của Ngân hàng Bắc Á đang làm đã đạt được kết quả nhất định. Mỗi hình thức có thể mạnh riêng phù hợp với những đối tượng và điều kiện riêng từng vùng, từng thành phần kinh tế, trước hết đánh giá qua số liệu sau:

Bảng 2.3: Các hình thức huy động vốn và tốc độ tăng trưởng tại Ngân hàng Bắc Á (2008 – 2011)

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chi tiêu \ Năm	Năm						
	2008	2009	09/08 (±%)	2010	10/09(± %)	2011	11/10 (±%)
Tổng nguồn vốn huy động	9,485	12,659	33.46%	14,662	15.82%	17,928	22.28%
1. Tiền gửi từ các Tổ chức kinh tế	5,376	7,290	35.6%	8,674	18.98%	10,817	24.71%
<i>Tỷ lệ so với tổng huy động</i>	<i>56.68%</i>	<i>57.58%</i>		<i>59.16%</i>		<i>55.87%</i>	
2. Tiền gửi dân cư	3,452	4,473	29.58%	5,391	20.52%	6,052	12.26%
<i>Tỷ lệ so với tổng huy động</i>	<i>36.39%</i>	<i>35.34%</i>		<i>36.77%</i>		<i>33.76%</i>	
3. Huy động từ đối	657	896	36.38%	597	-33.37%	1,059	77.39%

tương khác						
Tỷ lệ so với tổng huy động	6.93%	7.08%		4.07%		10.37%

(Nguồn: báo cáo tài chính NASB 2008-2011)

Nguồn vốn huy động của Ngân hàng Bắc Á liên tục tăng trưởng mạnh trong những năm gần đây cụ thể tính đến 31/12/2009 là 12,659 tỷ đồng tăng 33.46% so với năm 2008, năm 2010 tổng vốn huy động đạt 14,662 tỷ đồng tăng 15.82% so với năm 2009, năm 2011 đạt 17,928 tỷ đồng tăng 22.28% so năm 2010.

Huy động vốn từ tổ chức kinh tế

Tiền gửi thanh toán: Mục đích của việc mở tài khoản tiền gửi thanh toán tại ngân hàng là khách hàng muốn được hưởng những tiện lợi trong thanh toán: thanh toán tiền hàng cho người bán, nhận tiền bán hàng của người mua chuyển đến, mở L/C và trả các khoản chi phí khác cho các đơn vị, tổ chức kinh tế mà đơn vị có dùng những dịch vụ và hàng hoá của họ. Số dư các loại tài khoản này rất thất thường nhưng có lợi thế là ngân hàng chỉ phải trả lãi suất đầu vào thấp, đồng thời thu hút được thêm khách hàng, góp phần tăng ưu thế trong cạnh tranh trên thị trường. Trước đây, một số Ngân hàng không trả lãi cho tài khoản tiền gửi thanh toán, song theo sự vận động của cơ chế thị trường có sự cạnh tranh quyết liệt của các tổ chức tín dụng, Ngân hàng Bắc Á đã linh hoạt áp dụng trả lãi cho số dư của tài khoản tiền gửi thanh toán này (thông thường lãi suất bằng lãi suất tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn cùng kỳ là 3,6%/năm).

Ngân hàng Bắc Á tận dụng nguồn vốn nhàn rỗi này vào hoạt động kinh doanh của mình, áp dụng các biện pháp kinh tế để khuyến khích khách hàng thường xuyên gửi tiền nhàn rỗi vào tài khoản tiền gửi thanh toán. Những đơn vị, Tổ chức kinh tế có số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán này cao và

thường xuyên ổn định tại ngân hàng sẽ được ưu tiên trong việc giảm lãi suất tiền vay theo một tỷ lệ tương ứng (áp dụng mức lãi suất ưu đãi).

Xét về mặt giá trị và tỷ trọng của hình thức huy động vốn không kỳ hạn đều tăng qua các năm 2008, 2009, 2010 từ 17.13% -17.43% đến năm 2011 tăng vượt bậc 27.43%, tỷ trọng vốn không kỳ hạn của Tổ chức kinh tế vào cuối năm 2010 đạt mức 74.41% đạt số tuyệt đối ở mức cao 8,019 tỷ đồng, góp phần đáng kể vào việc làm giảm lãi suất đầu vào, từ đó Ngân hàng có điều kiện hạ lãi suất đầu ra, giúp cho các doanh nghiệp mở rộng sản xuất kinh doanh và ngân hàng mở rộng được hoạt động kinh doanh của mình. Khối lượng tiền gửi này tăng lên đều đặn qua các năm là do Ngân hàng Bắc Á đã áp dụng chính sách khách hàng đúng đắn, ưu tiên cho các doanh nghiệp có số dư tiền gửi cao được giảm lãi suất tiền vay, hoặc được hưởng ưu đãi trong khâu dịch vụ thanh toán như chuyển một khối lượng tiền lớn đi tỉnh khác được trừ phần trăm chi phí... Mặt khác Ngân hàng Bắc Á đã chi đạo các chi nhánh, các phòng giao dịch triển khai đồng bộ việc chấn chỉnh thái độ phục vụ khách hàng, thực hiện “vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi” và thực sự coi “khách hàng là thượng đế” là bước quan trọng để Ngân hàng Bắc Á có thể đứng vững trên thương trường.

Tiền gửi có kỳ hạn: Sản phẩm này áp dụng cho khách là các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, tổ chức xã hội có một khoản tiền nhàn rỗi trong một khoảng thời gian nhất định gửi vào Ngân hàng để thu lợi và đảm bảo tính an toàn. trong khoảng thời gian đó ngân hàng được tùy ý sử dụng số tiền đó. Với sản phẩm tiền gửi này Ngân hàng thường phải trả lãi cao hơn tiền gửi thanh toán, thấp hơn tiền gửi tiết kiệm nhưng tính ổn định cao và Ngân hàng có thể chủ động về tính thanh khoản. Kết quả huy động tiền gửi có kỳ hạn của tổ chức kinh tế tại Ngân hàng Bắc Á chiếm tỷ trọng bình quân khoảng 20% - 25% và tăng trưởng qua các năm : từ con số 2,021 tỷ năm 2009 tăng 112.06%

so với năm 2008, đến năm 2011 đạt giá trị: 2,798 tỷ đồng tăng 17.51% so với năm 2010.

Các tổ chức gửi tiền tại Ngân hàng Bắc Á chiếm phần lớn đều là các doanh nghiệp lớn có số dư tiền gửi nhiều như Cục tài chính, Tổng cục Hậu Cần, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam, Bảo hiểm xã hội thành phố Vinh, Tập đoàn Dầu Khí... tiền gửi các Tổ chức kinh tế bình quân chiếm gần 60%, trong đó tiền gửi không kỳ hạn chiếm tới gần 80% góp phần nâng cao nguồn vốn huy động với giá rẻ của Ngân hàng Bắc Á, điều này làm giảm đáng kể chi phí đầu vào.

Bảng 2.4: Cơ cấu tiền gửi của Tổ chức kinh tế của Ngân hàng Bắc Á 2008- 2011

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chi tiêu	Năm						
	2008	2009	09/08 (±%)	2010	10/09 (±%)	2011	11/10 (±%)
Tổng tiền gửi các Tổ chức kinh tế	5,376	7,290	35.6%	8,674	18.98%	10,817	24.71%
1. Tiền gửi không kỳ hạn	4,423	5,269	19.13%	6,293	19.43%	8,019	27.43%
<i>Tỷ lệ so với tổng tiền gửi các Tổ chức kinh tế</i>	82.27%	72.28%		72.55%		74.41%	
2. Tiền gửi có kỳ hạn	953	2,021	112.06%	2,381	17.81%	2,798	17.51%
<i>Tỷ lệ so với tổng tiền gửi Tổ chức kinh tế</i>	17.73%	27.72%		27.45%		25,87%	

(Nguồn: báo cáo NASB 2008-2011)

Qua bảng số liệu cho thấy, tình hình huy động vốn của các tổ chức kinh tế ngày càng tăng, điều này chứng tỏ Ngân hàng Bắc Á đã dần trở thành người bạn đáng tin cậy đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp lớn. Tuy nhiên, đây lại là những tổ chức có số dư lớn nên có nhiều ngân hàng tìm cách lôi

kéo khách hàng về phía mình do đó Ngân hàng Bắc Á ngoài ưu đãi lãi suất theo thoả thuận, còn có chính sách cho các tổ chức này như đối với dân cư đó là thời gian gửi trên 3 tháng mà có nhu cầu rút Ngân hàng Bắc Á sẽ ưu đãi cho khách hàng rút theo mức lãi suất cao hơn lãi suất không kỳ hạn...

Huy động tiền gửi tiết kiệm của dân cư

Huy động tiết kiệm là hình thức phổ biến nhằm thu hút tiền nhàn rỗi trong dân cư, huy động tiết kiệm đã hình thành khi còn là ngân hàng Nhà nước (chưa có ngân hàng thương mại), ngày nay hình thức này vẫn được sử dụng phổ biến nhất là ở những thành phố lớn tập trung đông đủ dân cư có thu nhập thường xuyên.

Trong tổng nguồn vốn huy động, tiền gửi tiết kiệm chiếm tỷ trọng lớn thứ hai. Đây cũng là thế mạnh Ngân hàng Bắc Á được khẳng định trên thương trường và ngày càng phát triển, được nâng cao trong thời gian vừa qua.

Nhận thức được tầm quan trọng trong vấn đề thu hút vốn từ dân cư, ngoài các hình thức huy động tiết kiệm thông thường với các loại sản phẩm lãi suất định kỳ, lãi suất bậc thang Ngân hàng Bắc Á còn tuyên truyền, khuyến khích khách hàng mở tài khoản cá nhân tại Ngân hàng và thực hiện thanh toán qua ngân hàng. Theo đó Ngân hàng Bắc Á quy định tất cả các cán bộ nhân viên thuộc Ngân hàng Bắc Á phải mở tài khoản tiền gửi cá nhân tại ngân hàng và toàn bộ tiền lương hàng tháng đều chuyển vào tài khoản đó. Khi có nhu cầu chi tiêu, chủ sở hữu viết giấy lĩnh tiền mặt hoặc dùng thẻ ATM. Đến nay, tại Ngân hàng Bắc Á, số tài khoản này không những lớn về mặt số lượng mà các khoản tiền nhàn rỗi của cá nhân cũng được gửi vào đó. Nhờ đó, số dư trên tài khoản tiền gửi cá nhân đã đạt hơn 200 tỷ đồng và xu hướng sẽ tăng mạnh đã giúp cho nguồn vốn của Ngân hàng Bắc Á tăng trưởng rõ rệt.

Tuy nhiên, do phong tục tập quán của dân chúng chưa quen với việc không dùng tiền mặt trong giao dịch thanh toán hàng ngày, do các công cụ

thanh toán đưa ra chưa đáp ứng được nhu cầu cấp thiết của dân chúng, thu nhập của dân chúng chưa có điều kiện để tích lũy, nên việc mở tài khoản tiền gửi cá nhân mới đạt được kết quả hạn chế.

Tiền gửi huy động tiết kiệm từ dân cư chiếm tỷ trọng thứ hai trong tổng nguồn vốn huy động của Ngân hàng Bắc Á, giai đoạn 2008-2011 tốc độ tăng đều qua các năm, tốc độ tăng không lớn do Ngân hàng Bắc Á còn chú trọng tập trung huy động các tổ chức, doanh nghiệp lớn. Tiết kiệm có kỳ hạn Ngân hàng Bắc Á đang sử dụng gồm các loại kỳ hạn từ 01 tuần đến 36 tháng. Mỗi loại hình tiết kiệm có những ưu điểm riêng phù hợp với điều kiện của từng đối tượng, từng tầng lớp dân cư khác nhau.

Tóm lại: Với tinh thần phát huy nội lực, phát huy lợi thế sẵn có về mạng lưới rộng lớn và uy tín trên thị trường, Ngân hàng Bắc Á tìm mọi giải pháp để khơi nguồn vốn huy động như huy động các loại tiền gửi không kỳ hạn, có kỳ hạn với các phương thức lãi trả trước, trả sau, trả hàng tháng phù hợp với các đối tượng khách hàng gửi tiền khác nhau, làm cho nguồn vốn của Ngân hàng Bắc Á ngày càng tăng trưởng ổn định và vững chắc.

Nhờ những nỗ lực trên mà cuối năm 2011 tổng vốn huy động của Ngân hàng Bắc Á đạt 17.928 tỷ đồng (chiếm tỉ trọng 84.06% trong tổng nguồn vốn). Xét về cơ cấu thì cơ cấu nguồn vốn có sự chuyển dịch tích cực. Trong tổng nguồn vốn thì nguồn vốn huy động có tốc độ tăng trưởng lớn nhất và chiếm tới 84.06%.

Phát hành trái phiếu, kỳ phiếu

Bên cạnh những sản phẩm huy động vốn truyền thống, ngân hàng đã triển khai nhiều sản phẩm huy động vốn dân cư hấp dẫn đã góp phần tăng trưởng nguồn vốn: tiết kiệm dự thưởng, phát hành giấy tờ có giá ngắn hạn dưới hình thức kỳ phiếu, phát hành giấy tờ có giá dài hạn dưới hình thức chứng chỉ tiền gửi dài hạn và trái phiếu 3 đến 5 năm. Đặc biệt trong năm 2009

Chi tiêu \ Năm	2008		2009		2010		2011	
	Tỷ đồng	%	Tỷ đồng	%	Tỷ đồng	%	Tỷ đồng	%
Tổ chức kinh tế	5,376	56.68	7,290	57.59	8,674	59.16	0,817	60.34
Dân cư	3,452	36.39	4,473	35.33	5,391	36.77	6,052	33.76
Khác	657	6.93	896	7.08	597	4.07	1,059	5.9

(Nguồn: Báo cáo Nasb 2008-2011)

Qua bảng số liệu về cơ cấu vốn huy động ta thấy:

Huy động vốn theo loại tiền: Tỷ trọng tiền gửi VNĐ chiếm tỷ lệ lớn hơn ngoại tệ và hàng năm đều có mức tăng trưởng tốt vì việc huy động vốn bằng ngoại tệ luôn bị tác động mạnh bởi lãi suất ngoại tệ trên thị trường quốc tế và tình trạng khan hiếm tiền đồng Việt nam (VNĐ). Cục dự trữ liên bang Mỹ (FED) liên tục cắt giảm lãi suất cho vay từ đó lãi suất huy động bằng USD của các ngân hàng luôn giảm mạnh, hệ quả là người dân chuyển sang gửi bằng tiền Việt Nam (VNĐ) để hưởng lãi suất cao hơn. Vốn huy động ngoại tệ chủ yếu là tiền gửi, ký quỹ đảm bảo thanh toán LC, chuyển tiền thanh toán các hợp đồng xuất nhập khẩu của các TCKT và một phần tiền gửi tiết kiệm của dân cư.

Về cơ cấu kỳ hạn: Tiền gửi không kỳ hạn chiếm tỷ trọng lớn gần 70% trong tổng vốn huy động, đây là một lợi thế của Ngân hàng Bắc Á về nguồn vốn huy động với chi phí trả lãi thấp, nếu như huy động có kỳ hạn với lãi suất từ (12-15%/năm, có thời điểm lên tới 18%/năm vào tháng 6/2008) thì lãi suất huy động cho loại không kỳ hạn chỉ bằng 1/5 lần từ 3,6%/năm, đặc biệt trong thời gian vừa qua từ cuối năm 2007 và 6 tháng đầu năm 2008 thị trường tiền tệ biến động rất mạnh, các Ngân hàng đã phải huy động có kỳ hạn đến mức lãi suất 16-18%/năm). Điều này gây ảnh hưởng không nhỏ đến kết quả kinh doanh của rất nhiều ngân hàng. Tuy nhiên nguồn vốn huy động không kỳ hạn mang tính chất không ổn định vì khách hàng có thể rút bất kỳ lúc nào vì mục

đích sử dụng hay mục đích lợi nhuận, đây là vấn đề Ngân hàng Bắc Á đang cần phải lưu ý điều chỉnh theo hướng huy động kỳ hạn dài nhưng vẫn phải đảm bảo với giá rẻ, một vấn đề quá khó khăn trong huy động vốn trên thị trường tiền tệ biến động mạnh như hiện nay. Qua bảng số liệu trên ta thấy Ngân hàng Bắc Á đang điều chỉnh dần cơ cấu tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn từ tỷ trọng 26% của năm 2010 đã tăng lên 30% vào cuối năm 2011.

Bảng 2.6: Cơ cấu kỳ hạn vốn huy động của Ngân hàng Bắc Á (2008 – 2011)

Đơn vị: Tỷ đồng

Chi tiêu \ Năm	2008		2009		2010		2011	
			09/08 (±%)		10/09 (±%)		11/10 (±%)	
Tổng vốn huy động	9,485	12,659	33.46%	14,662	15.82%	17,928	22.28%	
1. Tiền gửi không kỳ hạn	5,956	8,563	43.77%	10,761	25.67%	12,377	15.02%	
<i>Tỷ lệ so với tổng vốn huy động</i>	62.7%	67.64%		73.39%		69.04%		
2. Tiền gửi có kỳ hạn	3,529	4,096	26.85%	3,901	-4.76%	5,551	42.3%	
<i>Tỷ lệ so với tổng vốn huy động</i>	37.3%	32.36%		26.61%		30.96%		
Tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng	1,547	2,040	31.87%	2,148	5.2%	3,519	63.83%	
Tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng	1,982	2,056	3.7%	1,753	16.20%	2,032	15.92%	

(Nguồn: báo cáo tài chính NASB năm 2008-2011)

Nhìn chung, cơ cấu kỳ hạn nguồn vốn huy động của Ngân hàng Bắc Á diễn ra theo xu thế vốn không kỳ hạn tăng dần theo các năm (năm 2008 chiếm 62.7%, năm 2009 chiếm 67.64%, năm 2010 chiếm 73.39%) và vốn có kỳ hạn giảm dần (nếu như trong năm 2008 loại vốn này chiếm 37.3%, năm 2009 chiếm 32.36%, năm 2010 chiếm 26.61% đến năm 2011 tăng nhẹ lên 30.96%). Vốn không kỳ hạn chiếm tỷ trọng trên dưới 70%. Nhìn về mặt tài chính đó là dấu hiệu tốt cho Ngân hàng Bắc Á do lãi suất huy động bình quân sẽ giảm dần. Nó giúp cho Ngân hàng Bắc Á một lợi thế về giảm chi phí huy động vốn tăng lợi nhuận, nhưng khi nhu cầu đầu tư trung và dài hạn tăng, ngân hàng luôn phải có đủ vốn dài hạn để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, khi nguồn vốn ngắn hạn là chủ yếu thì việc chủ động sử dụng nguồn vốn để đầu tư dài hạn bị hạn chế bởi nguồn vốn trung và dài hạn thấp và hạn chế. Một nhiệm vụ khó khăn được đặt ra đối với Ngân hàng Bắc Á là làm thế nào để mở rộng các hình thức huy động vốn trung, dài hạn nhưng với lãi suất thấp trong những năm tiếp theo.

Xét theo đối tượng: Số liệu trong 4 năm cho thấy Ngân hàng Bắc Á có thế mạnh về huy động vốn từ các tổ chức kinh tế. Tỷ trọng tiền gửi từ Tổ chức kinh tế luôn chiếm tỷ lệ lớn (gần 60%) và tăng trưởng cao trong tổng vốn huy động. Đây là lợi thế của Ngân hàng Bắc Á bởi lãi suất huy động loại tiền gửi này thường thấp hơn lãi suất huy động tiền gửi tiết kiệm; do Ngân hàng Bắc Á đã khai thác tốt nguồn tiền gửi này từ các tổ chức kinh tế lớn. Bên cạnh đó tiền gửi tiết kiệm từ dân cư cũng có mức tăng trưởng và cơ cấu đã thay đổi dần vào cuối năm 2011, huy động từ dân cư chiếm tỷ trọng 30% trong tổng vốn huy động. Do nguồn vốn này rất nhạy cảm với sự thay đổi lãi suất, tức là khách hàng đã có sự tính toán trước nhằm mục đích thu lợi từ việc gửi tiền. Vì vậy chỉ cần có sự thay đổi nhỏ về lãi suất tiền gửi thì có thể tăng hoặc giảm nguồn vốn huy động phù hợp với mục đích sử dụng. Điều này cho

thấy giữa các ngân hàng có sự cạnh tranh với nhau gay gắt và quyết liệt, khi lãi suất giữa các ngân hàng tương đương nhau thì việc nâng cao chất lượng phục vụ, bố trí mạng lưới thuận tiện đáp ứng kịp thời nhu cầu gửi và lĩnh tiền của ngân hàng là yếu tố rất quan trọng. Ngoài việc huy động vốn từ tổ chức kinh tế và dân cư là nguồn chiếm ưu thế chính thì nguồn vốn vay từ Ngân hàng Nhà nước và nhận uỷ thác đồng tài trợ từ các tổ chức tín dụng khác tại Ngân hàng Bắc Á chiếm tỷ lệ nhỏ (gần 8%) trong tổng nguồn vốn huy động.

Bảng 2.7: Cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng Bắc Á theo thị trường 2008-2011

Chi tiêu \ Năm	2008		2009		2010		2011	
			09/08 (±%)		10/09 (±%)		11/10 (±%)	
Thị trường 1	8,828	11,763	33.25%	14,065	19.57%	16,869	19.94%	
Thị trường 2	657	896	36.38%	597	-33.37%	1,059	77.39%	
Tổng nguồn huy động	9,485	12,659		14,662		17,928		

(Nguồn: báo cáo tài chính NASB năm 2008-2011)

TCKT và dân cư là nguồn vốn quan trọng đối với hoạt động của NHTM xét trên 2 khía cạnh ổn định và chi phí. Qua số liệu bảng 2,7 cho thấy nguồn vốn huy động trên thị trường 1 của ngân hàng Bắc Á tương đối ổn định và tăng qua các năm. Trong khi đó vốn huy động trên thị trường 2 tức là trên thị trường liên ngân hàng của ngân hàng Bắc Á năm 2010 giảm 33.37% thể hiện sự ổn định trong nguồn vốn huy động. Vốn huy động của ngân hàng Bắc Á không phụ thuộc vào nguồn vốn huy động từ thị trường 2 để cấp vốn cho việc phát triển danh mục cho vay và đầu tư.

2.2.2.2 Về sự ổn định của vốn huy động và khả năng thanh toán

Nguồn vốn huy động thường được ngân hàng chia làm ba nhóm với mức độ ổn định khác nhau. Nguồn vốn vay trên thị trường liên ngân hàng có

khả năng kế hoạch hóa cao và chủ động cao. Ngân hàng Bắc Á sử dụng nguồn vốn này như “cái nệm” hay khoản dự phòng trong hoạt động nguồn vốn. Nhóm thứ hai là tiền gửi có kỳ hạn, tiền ký quỹ tương đối ổn định. Nhóm thứ ba là nhóm biến động nhiều nhất là: tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi giao dịch của các ngân hàng khác. Trong cơ cấu huy động vốn của toàn hệ thống ngân hàng Bắc Á thì nguồn tiền gửi trên thị trường 1 chiếm trên 70% tổng nguồn vốn. Trong đó đóng góp đáng kể về nguồn huy động thuộc về các chi nhánh lớn như chi nhánh Hà Nội, chi nhánh Hồ Chí Minh và Hội sở Vinh. Việc điều phối nguồn vốn chung và đảm bảo thanh khoản thuộc về trách nhiệm của văn phòng hội sở. Khi nguồn vốn huy động từ TT1 trên toàn hệ thống không đủ với nguồn vốn sử dụng, ngân hàng Bắc Á cần tính toán để huy động trên TT2. Còn tại các chi nhánh việc thiếu hay thừa nguồn vốn huy động từ tổ chức kinh tế và dân cư so với nhu cầu sử dụng và thanh khoản sẽ vay hoặc cho vay đối với Ngân hàng Bắc Á theo lãi suất nội bộ.

Sự tăng giảm của tổng nguồn vốn chủ yếu phụ thuộc vào biến động của quy mô tiền gửi, nhất là tiền gửi thuộc TT1. Tiền gửi trên TT1 là nguồn vốn có mức độ biến động nhiều so với nguồn trên TT2 và khó kế hoạch hơn. Do đó, trọng tâm của hoạt động quản lý sự ổn định của nguồn vốn nói chung và nguồn huy động nói riêng đặt vào loại tiền gửi giao dịch và phi giao dịch trên TT1. Tức là tập trung sự quản lý vào nhóm đối tượng khách hàng: các TCKT và dân cư. Quy mô và kết cấu của nguồn huy động này phụ thuộc rất nhiều nhân tố như đã phân tích trong chương 1. Do tính chất nhạy cảm với lãi suất, các biến động môi trường và các yếu tố thuộc nội bộ ngân hàng.

Việc phân tích biến động tiền gửi của từng nhóm khách hàng và nguyên nhân được ngân hàng thực hiện thường xuyên. Với mạng máy tính hiện đại được cập nhật từng phút, Ban lãnh đạo và các bộ phận có liên quan như: phòng ngân quỹ, phòng kế toán,... có được thông tin về tình trạng nguồn

vốn và sử dụng vốn ngay sau mỗi giao dịch được thực hiện, từ đó có các biện pháp điều chỉnh kịp thời. Các cán bộ chuyên trách của khối phòng: giao dịch, khách hàng, vốn và kế toán vốn thường xuyên thu thập thông tin và phân tích các nhân tố có thể làm tăng, giảm nguồn tiền gửi và làm giảm thiểu rủi ro có thể có. Nhờ hoạt động dự đoán sự biến động của nguồn vốn tiền gửi, ngân hàng Bắc Á đã duy trì được khả năng thanh toán tốt và đảm bảo khả năng sinh lời cao. Như vậy, hoạt động quản lý sự ổn định của nguồn huy động và khả năng thanh toán được ngân hàng Bắc Á thực hiện thường xuyên và khá tốt với xu hướng đảm bảo sự ổn định của tiền gửi ngay trong những lúc khó khăn nhất.

Trong bối cảnh NHNN thực hiện chính sách thắt chặt tiền tệ, đã có dấu hiệu của rủi ro thanh khoản trên toàn hệ thống ngân hàng. Hiện tượng lãi suất tiền gửi và lãi suất trên thị trường liên ngân hàng liên tục tăng nhanh đặc biệt vào những tháng cuối năm 2011 cho thấy rõ điều này. Sự thiếu hụt thanh khoản xuất phát từ một số ngân hàng cho vay vượt quá khả năng huy động tiền gửi cho thấy những ngân hàng này đang phụ thuộc khá nhiều vào lượng vốn vay trên thị trường liên ngân hàng (TT2). Lý do khiến ngân hàng tìm đến thị trường liên ngân hàng làm lãi suất đội lên cao đã có lúc lên đến 30%, đó là nguồn vốn từ dân cư bị sụt giảm khi phải nghiêm túc thực hiện trần lãi suất. Trong khi đó, các ngân hàng cũng không dễ tiếp cận được nguồn vốn qua hình thức tái cấp vốn từ Ngân hàng Nhà nước. Vì muốn được tái cấp vốn, ngân hàng cần cam kết giảm dư nợ mà điều này không dễ trong một sớm một chiều. Ngân hàng phải tìm vay từ thị trường để cải thiện thanh khoản trước mắt là cách làm duy nhất có thể. Mặc dù vậy ngân hàng Bắc Á vẫn duy trì mức cho vay/huy động là 56,6% năm 2010 và 66% Năm 2011. Do vậy ngân hàng Bắc Á vẫn đảm bảo tốt sự ổn định của nguồn vốn và khả năng thanh toán.

2.2.2.3 Chi phí huy động của Ngân hàng Bắc Á

Chi phí trả lãi là khoản chi phí tương đối cao thường chiếm 70-80% trong tổng chi phí huy động vốn và rất nhạy cảm trước sự biến động lãi suất của thị trường.

Chi phí trả lãi tăng trưởng phản ánh sự tăng trưởng của nguồn vốn huy động trong những năm vừa qua. Năm 2009, chi phí huy động vốn tăng 40% so với năm 2008, năm 2010 tăng 18.4% so với năm 2009, năm 2011 tăng 28% so năm 2010. Tuy nhiên, sự gia tăng chi phí trả lãi của 2-3 năm gần đây không hoàn toàn do tăng nguồn vốn huy động mà một phần khác do mặt bằng lãi suất huy động vốn trên thị trường tăng. Ngân hàng Bắc Á đã sử dụng linh hoạt công cụ lãi suất để thay đổi phù hợp với cung – cầu vốn trên thị trường.

Bảng 2.8: Chi phí huy động vốn của Ngân hàng Bắc Á 2008-2011

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	2011
Tổng chi phí vốn huy động	375.4	525.9	622.7	802
VNĐ	268.1	389	455.1	596
Ngoại tệ quy đổi	107.3	136.9	167.6	206

(Nguồn: Báo cáo NASBS 2008 – 2011)

Việc huy động vốn ngoài việc phải trả lãi cho Khách hàng, Ngân hàng còn chịu các chi phí ngoài lãi khác như: bảo hiểm tiền gửi, trích lập dự phòng rủi ro, chi phí quảng cáo, chi phí khuyến mãi dự thưởng, chi phí hoạt động khác như cước phí thanh toán... Các loại chi phí này chiếm khoảng 2% trong tổng số chi phí huy động vốn. Mặc dù trong quá trình huy động, Ngân hàng Bắc Á đã cố gắng không ngừng giảm thiểu tối đa các loại chi phí liên quan, song trước áp lực của sự cạnh tranh mạnh mẽ trong việc huy động vốn đặc biệt từ năm 2008 đến nay, khi lãi suất huy động vốn bị khống chế bởi trần lãi suất của hiệp hội ngân hàng, việc tăng lãi suất trên mức lãi suất thoả thuận không thực

hiện được, ngân hàng Bắc Á đã đưa ra các sản phẩm huy động vốn với nhiều hình thức khuyến mãi như du lịch Châu Âu cùng Bắc Á(2009), gửi tiền hôm nay nhận ngay quà lớn, đón tết vui xuân cùng Bắc Á (2010)... làm cho chi phí ngoài lãi tăng đột biến.

Chi phí huy động vốn ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí nếu như năm 2008 chi phí huy động vốn chỉ chiếm tỷ trọng 75%/tổng chi phí thì sang năm 2011 đã lên tới 78%. Tuy nhiên, mặc dù chi phí huy động vốn không ngừng gia tăng qua các năm, song chênh lệch lãi suất đầu vào, đầu ra vẫn được đảm bảo bình quân ở mức 3% - 4%

2.2.2.4 Về mối quan hệ giữa huy động vốn và sử dụng vốn

Như vậy, nhằm mục đích an toàn và sinh lợi, ngân hàng Bắc Á phải tìm cách huy động được một nguồn vốn tăng trưởng không ngừng, có chi phí và kỳ hạn phù hợp với nhu cầu sử dụng vốn. Khác với các năm trước, việc sử dụng vốn những năm trở lại đây không chỉ dừng lại ở lĩnh vực đầu tư chứng khoán và tín dụng mà còn được đa dạng hóa trong lĩnh vực hoạt động bán buôn. Đó là các giấy tờ có giá như kỳ phiếu, trái phiếu... do Kho bạc và NHNN, chính phủ và các NHTM khác phát hành nhằm hưởng chênh lệch lãi suất. Điều quan trọng là công tác huy động vốn có ăn khớp với sử dụng vốn hay không và tính cân đối giữa các kỳ hạn huy động vốn và sử dụng vốn có bảo đảm không. Nếu huy động nhiều vốn ngắn hạn để cho vay dài hạn sẽ gây rủi ro mất khả năng thanh toán, hơn nữa về mặt kinh tế sẽ không hiệu quả vì huy động ngắn hạn phải kèm theo dự trữ bắt buộc không sinh lời trong khi vốn huy động trung dài hạn không phải kèm theo dự trữ bắt buộc nên có thể sử dụng hết để đầu tư. Tuy nhiên, phần lớn vốn huy động của ngân hàng Bắc Á được dùng để đầu tư cho tín dụng.

Bảng 2.9: Tình hình huy động và sử dụng vốn của ngân hàng Bắc Á*Đơn vị: tỷ đồng*

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	2011
1- Tổng vốn huy động	9,485	12,659	14,662	17,928
+ Có kỳ hạn	3,529	4,096	3,901	5,551
- Dưới 12 tháng	1,547	2,040	2,148	3,519
- Trên 12 tháng	1,982	2,056	1,753	2,032
+ Không kỳ hạn	5,956	8,563	10,761	12,377
2- Tổng dư nợ cho vay	7,295	8,617	9,408	11,601
+ Cho vay ngắn hạn	5,237	5,376	7,285	7,853
+ Cho vay TDH	2,058	3,241	2,123	3,748
3- Chênh lệch huy động và sử dụng vốn	2,190	4,042	5,254	6,327

(Nguồn: Báo cáo Nasb năm 2008-2011)

Chênh lệch huy động vốn và sử dụng vốn: Qua bảng số liệu trên cho thấy, Ngân hàng Bắc Á đã sử dụng khoảng 70% phần vốn huy động để cho vay khách hàng, phần còn lại được sử dụng để làm nguồn vốn điều hoà cho toàn hệ thống, đồng thời phục vụ cho các hoạt động dịch vụ khác như: bảo lãnh, thẻ thanh toán, nhờ thu, thanh toán quốc tế...

Kỳ hạn huy động vốn và sử dụng vốn: Nhìn chung quy mô về tín dụng và nguồn vốn đều tăng đều qua các năm. Tuy nhiên do phần lớn vốn huy động của khách hàng là ngắn hạn, huy động vốn trung và dài hạn cũng chỉ dừng lại ở kỳ hạn 13 tháng – 3 năm và với tỷ trọng nhỏ, chủ yếu là huy động không kỳ hạn và có kỳ hạn loại 3 đến 6 tháng. Như vậy ngân hàng đã sử dụng một phần vốn ngắn hạn để cho vay trung và dài hạn. Số vốn huy động trung và dài hạn chiếm tỷ trọng thấp trong tổng nguồn vốn huy động. Mặt khác nhu cầu vốn trung dài hạn lại có xu hướng tăng lên, nếu tính riêng từng loại kỳ

hạn thì tình trạng mất cân bằng kỳ hạn giữa vốn huy động và cho vay khách hàng đang ở mức báo động, đòi hỏi các nhà quản trị phải đặc biệt lưu tâm. Nếu tính riêng kỳ hạn huy động vốn 12 tháng trở lên, hiện nay Ngân hàng Bắc Á chi huy động được ít, chiếm khoảng 20% trong tổng số vốn huy động. Con số này quá khiêm tốn trong khi sử dụng vốn trung dài hạn ở mức khoảng 2-3000 tỷ đồng (chiếm hơn 40% dư nợ). Vì vậy ngân hàng Bắc Á phải có biện pháp tăng cường huy động nguồn dài hạn để đảm bảo sự cân đối về kỳ hạn trong việc huy động và sử dụng vốn.

2.3 ĐÁNH GIÁ VỀ TÌNH HÌNH HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP BẮC Á

2.3.1 Những kết quả đạt được

- Cơ chế điều hành lãi suất khá linh hoạt và sử dụng công cụ lãi suất mềm dẻo. Các chi nhánh của ngân hàng Bắc Á được giao quyền chủ động quyết định, đàm phán lãi suất huy động và cho vay tại đơn vị mình phù hợp với từng địa bàn, tạo được khả năng cạnh tranh và hấp dẫn khách hàng.

- Ngân hàng Bắc Á cũng đã xây dựng được một chính sách dịch vụ khách hàng cá nhân, đặc biệt đối với khách hàng lâu năm và khách hàng lớn của Bắc Á cụ thể là vào các dịp lễ lớn hay sinh nhật khách hàng ngân hàng đều gửi tặng đến khách hàng những lời chúc tốt đẹp kèm theo tặng phẩm. Điều đó nhằm tăng cường độ trung thành của khách hàng với ngân hàng.

- Ngân hàng Bắc Á đã bước đầu triển khai thành công phần mềm Golive áp dụng trên toàn hệ thống theo dự án hiện đại hóa ngân hàng nhờ đó công tác huy động vốn của ngân hàng đã có nhiều bước phát triển mới. Khách hàng có thể giao dịch “gửi một nơi, lĩnh nhiều nơi” đó là điều kiện thuận lợi đối với khách hàng và ngân hàng để có thể thu hút vốn. Vì vậy nguồn vốn Bắc Á trong khoảng thời gian này luôn giữ được tốc độ tăng trưởng cao và ổn định.

- Trong năm vừa qua ngân hàng Bắc Á cũng đã thu hút được nhiều nhân sự lãnh đạo cao cấp và cấp trung gian được đào tạo ở nước ngoài, có nhiều năm kinh nghiệm làm việc tại các ngân hàng nước ngoài và ngân hàng có uy tín khác ở Việt Nam. Số lượng cán bộ công nhân mới của ngân hàng Bắc Á tăng 218% so với cùng kỳ năm ngoái với trên 1000 cán bộ công nhân viên trong đó lực lượng lao động trẻ chiếm tỷ lệ cao trong ngân hàng. Các nhân viên mới đều được tuyển dụng kỹ lưỡng theo các quy trình tuyển dụng chuẩn, sau khi tuyển dụng được tham dự các chương trình đào tạo nghiệp vụ, quy trình phục vụ khách hàng và kỹ năng giao tiếp trong thời gian thử việc.

2.3.2 Những hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được nêu trên hoạt động huy động vốn của ngân hàng Bắc Á còn nhiều hạn chế phải khắc phục để có thể tăng trưởng nguồn vốn huy động theo định hướng hoạt động của ngân hàng.

- Về hình thức huy động: Các sản phẩm huy động vốn của ngân hàng Bắc Á vẫn chỉ dừng lại ở hình thức truyền thống, chưa có được sự khác biệt nổi trội so với các NHTM khác. Tính đa dạng và phong phú của các hình thức huy động vốn là một nhân tố không thể thiếu nhằm huy động vốn, nhất là vốn trên thị trường 1.

Nếu so sánh với các NHTMCP khác, các sản phẩm huy động của ngân hàng Bắc Á ít hơn hẳn cả về số lượng và chủng loại. Ví như chỉ tính riêng sản phẩm tiết kiệm, trong khi số lượng sản phẩm tiết kiệm của NHTMCP Techcombank là 11 loại (tiết kiệm thường, tiết kiệm bội thu, tiết kiệm đảm bảo bằng vàng, tiết kiệm theo tuần, tiết kiệm phát lộc, tiết kiệm đa năng và các sản phẩm tiết kiệm Bancassurance) thì tại ngân hàng Bắc Á chỉ có 3 loại là tiết kiệm thường, tiết kiệm lĩnh lãi định kỳ và tiết kiệm lĩnh lãi bậc thang. Điều này đòi hỏi ngân hàng Bắc Á cần phải nghiên cứu và cho ra nhiều sản phẩm tiện ích để thu hút khách hàng.

- Quy mô vốn huy động của Ngân hàng TMCP Bắc Á vẫn còn nhỏ so với ưu thế và tiềm lực tài chính sẵn có của ngân hàng. Tốc độ phát triển nguồn vốn của NH Bắc Á tuy có tăng trưởng nhưng vẫn chưa đủ đáp ứng nhu cầu vay của các tổ chức kinh tế, đặc biệt trong thời gian tới khi Việt Nam gia nhập mạnh mẽ vào thị trường quốc tế thì nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh ngày càng tăng

- Cơ cấu nguồn vốn chưa hợp lý: Tỷ lệ vốn huy động tiết kiệm từ dân cư thấp (chiếm khoảng 34% trong tổng nguồn vốn huy động). Tỷ lệ này còn quá thấp so với mặt bằng các Ngân hàng thương mại khác (Tỷ lệ vốn huy động tiết kiệm bình quân ở thường đạt 40-60%), trong khi đó nguồn vốn nhân rỗi trong dân cư còn rất dồi dào.

- Chất lượng các dịch vụ hỗ trợ cho công tác huy động vốn còn nhiều hạn chế:

+ Dịch vụ thanh toán: tốc độ xử lý các giao dịch khác hệ thống và quốc tế còn chậm, ngân hàng vẫn chưa chú trọng quảng bá, giới thiệu dịch vụ chuyên tiền quốc tế đến khách hàng.

+ Dịch vụ thẻ: Thẻ thanh toán của ngân hàng Bắc Á chỉ thanh toán được trong nước và mới chỉ cung cấp cho khách hàng các dịch vụ tiện ích cơ bản, chưa có các dịch vụ gia tăng đặc thù, nổi trội để thu hút khách hàng.

- Hoạt động marketing của ngân hàng chưa thực sự được chú trọng. Các chương trình quảng cáo về ngân hàng trên các phương tiện thông tin đại chúng, báo đài chưa phổ biến do đó có một số người dân vẫn chưa biết đến sự tồn tại của ngân hàng. Trang web ngân hàng cũng chưa được đầu tư đúng mức, chưa có nhiều thông tin cũng như các báo cáo về kết quả hoạt động của ngân hàng được đưa lên để mọi người tham khảo. Bên cạnh đó định vị về thương hiệu ngân hàng cũng là một yếu tố cần được ngân hàng quan tâm hơn nữa.

- Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin còn nhiều hạn chế. Tình trạng nghẽn mạch, rớt mạng trong xử lý giao dịch với khách hàng còn xảy ra thường xuyên đặc biệt là vào những lúc cao điểm như các ngày đầu tuần hoặc sau các ngày nghỉ lễ...điều này không những làm khách hàng không hài lòng mà còn có thể gây ra rủi ro tác nghiệp đối với ngân hàng

2.3.3 Nguyên nhân hạn chế

2.3.3.1 Nguyên nhân chủ quan

- Công tác nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới của ngân hàng Bắc Á vẫn chưa được phát huy đúng tầm do đó sản phẩm, dịch vụ ngân hàng còn mang tính truyền thống, vẫn nghèo nàn về chủng loại, chất lượng dịch vụ thấp, tính tiện ích chưa cao, chưa định hướng theo nhu cầu khách hàng.

- Kênh phân phối không đa dạng, hiệu quả thấp, phương thức giao dịch và cung cấp các dịch vụ chủ yếu vẫn là giao dịch trực tiếp tại quầy. Dịch vụ ngân hàng điện tử chưa được triển khai rộng rãi, chưa ứng dụng được hình thức thanh toán qua điện thoại di động sử dụng tài khoản ngân hàng.

- Song song cùng tồn tại với Ngân hàng Bắc Á trên địa bàn là hàng loạt các Ngân hàng thương mại quốc doanh từ lâu đời (Ngân hàng Ngoại thương, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn) người dân còn chưa thực sự tin tưởng khi gửi tiền vào các Ngân hàng cổ phần. Hơn nữa, chính sách chăm sóc khách hàng của Ngân hàng Bắc Á chưa thực sự phát huy hiệu quả, thể hiện ở chỗ khi có đợt huy động tiết kiệm dự thưởng hay phát hành kỳ phiếu với lãi suất ưu đãi hoặc khuyến mại nhưng lượng khách hàng đến giao dịch không tăng lên nhiều, hầu hết vẫn là những khách hàng thường xuyên giao dịch đến hạn ra đời sổ mà không hề biết trước có sản phẩm mới hay khuyến mãi. Cho nên, mặc dù có sự nỗ lực rất lớn trong công tác huy động vốn nhưng tỷ lệ tiết kiệm từ dân cư vẫn còn rất thấp.

- Chưa thiết lập được chính sách cạnh tranh năng động và hiệu quả đó là tổ chức nghiên cứu đối thủ cạnh tranh (các NHTM quốc doanh, NHTM cổ phần, Ngân hàng nước ngoài). Đây là công việc quan trọng để chiến lược cạnh tranh có hiệu quả của các NHTM. Việc nghiên cứu đòi hỏi các chi nhánh định kỳ hàng quý phải có các báo cáo so sánh sản phẩm, giá cả (lãi suất), các hoạt động quảng cáo, mạng lưới ngân hàng của Bắc Á với các ngân hàng cùng địa bàn sau đó nộp về trụ sở chính. Trên cơ sở tổng hợp báo cáo, trụ sở chính phân tích xác định những điểm mạnh, điểm yếu của sản phẩm huy động vốn hiện hữu từ đó làm căn cứ cho việc cải thiện phát triển sản phẩm, dịch vụ huy động vốn trên toàn hệ thống ngân hàng Bắc Á.

2.3.3.2 Nguyên nhân khách quan

- Lạm phát gia tăng trong những năm gần đây, đặc biệt là từ cuối năm 2007 đến năm 2008, đã gây tâm lý lo sợ đồng tiền trượt giá nên người dân thích cất trữ tài sản dưới dạng ngoại tệ mạnh, vàng và bất động sản hơn là gửi tiền vào ngân hàng. Tâm lý người Việt chưa quen sử dụng các công cụ thanh toán khác thay cho tiền mặt. Tuy nhiên lạm phát vẫn là con số có thể kiểm soát được nên nhà nước vẫn chưa ban hành các chính sách tiền tệ tích cực nhằm mục đích tăng cường huy động vốn, hút vốn về từ lưu thông.

- Dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt ở Việt Nam còn chưa phổ biến, người dân chưa có thói quen giao dịch qua ngân hàng. Với một thị trường rộng lớn hơn 85 triệu dân, đây là một tiềm năng to lớn để phát triển các dịch vụ ngân hàng bán lẻ nói chung và dịch vụ ngân hàng hiện đại nói riêng. Tuy vậy thói quen sử dụng tiền mặt trong thanh toán hàng ngày không dễ gì thay đổi trong một sớm một chiều và chính tâm lý ngại thay đổi thói quen chi tiêu khiến người dân chưa muốn tiếp cận với những dịch vụ mới. Mặt khác nhu cầu đối với các dịch vụ ngân hàng hiện đại của nhiều bộ phận dân cư không thực sự cấp bách. Ngay như đối với dịch vụ thẻ, nhiều người

còn cảm thấy rắc rối khi phải dùng thẻ bởi cho tới thời điểm hiện nay khả năng thanh toán bằng thẻ chưa cao, các tiện ích của thẻ chưa được khai thác hết, nhiều người vẫn quan niệm rằng thẻ ATM là để rút tiền mặt.

- Hạ tầng cơ sở thông tin viễn thông nước ta còn kém phát triển, thiếu sự đồng bộ kết nối giữa các ngân hàng trong khi đó các sản phẩm hiện đại của ngân hàng lại phụ thuộc vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin. Các ngân hàng khó kết nối với nhau đó là điều tất yếu bởi trên thực tế việc ứng dụng các công nghệ hiện nay còn nhiều bất cập, mặt bằng trình độ công nghệ của các ngân hàng còn ở mức thấp, khoảng chênh lệch trình độ công nghệ giữa các ngân hàng khá xa nhau dẫn đến hai tình trạng trái ngược nhau: hoặc là chỉ có thể ứng dụng công nghệ ở mức độ thấp do hạn chế về vốn hoặc chưa khai thác sử dụng hết tính năng công nghệ hiện đại do một số quy trình, chuẩn mực nghiệp vụ chưa được ban hành đầy đủ.

- Trên thị trường ngày càng xuất hiện nhiều ngân hàng và các tổ chức phi ngân hàng có chức năng huy động tiền gửi làm cho thị phần của mỗi ngân hàng có nguy cơ bị thu hẹp lại. Trong quá trình cạnh tranh để tạo lập và mở rộng thị phần, thu hút được vốn các tổ chức này đua nhau tăng lãi suất không dựa trên cơ sở cung cầu về vốn làm cho mặt bằng lãi suất trên thị trường tăng lên, gây khó khăn cho công tác huy động vốn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Sau khi đưa ra thực trạng và phân tích tình hình huy động vốn tại ngân hàng TMCP Bắc Á giai đoạn 2008 - 2011, chúng ta đã có cái nhìn khá toàn diện về những kết quả đạt được cũng như hạn chế cần phải khắc phục. Từ đó phân tích các nguyên nhân ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn tại ngân hàng TMCP Bắc Á trong thời gian qua.

Trên cơ sở này chương 3 sẽ đưa ra một số giải pháp và kiến nghị góp phần giải quyết những khó khăn để công tác huy động vốn tại ngân hàng TMCP Bắc Á được hoàn thiện hơn nhằm gia tăng nguồn vốn với việc tối thiểu hóa chi phí.

CHƯƠNG 3
GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BẮC Á

3.1 ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG CỦA NHTM CP BẮC Á

3.1.1 Định hướng hoạt động kinh doanh

Với tốc độ tăng trưởng cao hơn so với trung bình ngành, Ngân hàng TMCP Bắc Á đang bước dài trên con đường tới mục tiêu là một trong những tập đoàn tài chính – ngân hàng hàng đầu Việt Nam. Bên cạnh yếu tố tăng trưởng, Ngân hàng Bắc Á nâng cao chất lượng hoạt động đảm bảo an toàn và hiệu quả. Ngân hàng Bắc Á sẽ tiếp tục tái cơ cấu, hoàn thiện mô hình tổ chức hướng tới khách hàng và quản trị rủi ro. Đồng thời Ngân hàng Bắc Á cũng không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng mạng lưới hoạt động, nâng cao năng lực quản trị điều hành, nâng cao năng lực quản trị rủi ro. Trong năm, Ngân hàng Bắc Á cũng thực hiện cơ cấu lại cổ đông, chú trọng xây dựng nhóm cổ đông chiến lược, đồng thời củng cố tổ chức bộ máy Hội đồng quản trị, Ban điều hành. Về dài hạn, Ngân hàng Bắc Á thực hiện kế hoạch tăng trưởng thông qua mở rộng hoạt động, tăng cường hợp tác, liên minh đồng thời đa dạng hoá hoạt động để trở thành một tập đoàn đa năng trong lĩnh vực ngân hàng - tài chính - bảo hiểm.

Về mở rộng và đa dạng hoá hoạt động:

Ngân hàng TMCP Bắc Á đang tích cực phát triển mạng lưới với thị trường mục tiêu là các khu vực thành thị trên toàn quốc. Đồng thời Ngân hàng Bắc Á cũng đẩy mạnh nghiên cứu phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng mới và hiện đại để đáp ứng những nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Mục tiêu của Ngân hàng Bắc Á là trở thành một tập đoàn lớn có khả năng cung cấp các sản phẩm trọn gói cho khách hàng. Bên cạnh các Công ty con là Công ty Chứng khoán Việt, Công ty Quản lý nợ và Khai thác tài sản

(AMC). Đồng thời Ngân hàng Bắc Á còn tham gia góp vốn và là cổ đông sáng lập của Công ty sữa TH... Với hệ thống các công ty thành viên và các công ty góp vốn, liên doanh, Ngân hàng Bắc Á hoàn toàn có thể cung cấp các dịch vụ ngân hàng – tài chính - bảo hiểm toàn diện, đa năng cho các khách hàng, đa dạng hoá hoạt động, phân tán rủi ro, tiến tới mô hình tập đoàn Ngân hàng Bắc Á.

Tái cơ cấu mô hình tổ chức

Tiến hành đánh giá mô hình tổ chức hiện đại để hoàn thiện, bổ sung nhằm đáp ứng yêu cầu phát triển của Ngân hàng Bắc Á trong tương lai theo hướng tổ chức khoa học, nâng cao năng lực quản trị rủi ro, đáp ứng yêu cầu mở rộng kinh doanh trên hai mảng: Thị trường Ngân hàng truyền thống và Ngân hàng đầu tư; hướng tới khách hàng, đảm bảo cho Ngân hàng hoạt động hiệu quả và tăng trưởng bền vững.

Trong thời gian tới, Ngân hàng Bắc Á tập trung hoàn thiện chiến lược nhân sự, xác định Tổ chức – Nhân sự là vấn đề trọng tâm hàng đầu trong thời gian tới. Tổ chức lại các khối, cơ quan Hội sở, chuẩn hoá lại mô hình tổ chức của hệ thống...

Hoàn thiện dự án công nghệ thông tin

Khai thác một cách có hiệu quả những ưu việt của hệ thống Corebanking, đầu tư tiếp các module về quản trị kinh doanh, tài chính và nhân sự.

Tích cực phát triển hệ thống kênh phân phối bao gồm các điểm giao dịch, hệ thống máy ATM, POS, kênh ngân hàng điện tử... Phát triển các sản phẩm mới như dịch vụ thanh toán và thương mại điện tử, hệ thống chuyển mạch và quản lý thẻ.

Đẩy mạnh phát triển thương hiệu Ngân hàng Bắc Á trên toàn quốc, đặc biệt là ở khu vực phía Nam.

Nâng cao chất lượng dịch vụ, chuẩn hoá phong cách phục vụ của nhân viên theo hướng chuyên nghiệp. Duy trì và phát triển văn hoá doanh nghiệp.

3.1.2 Định hướng hoạt động huy động vốn của Ngân hàng Bắc Á đến năm 2015

Mức tăng trưởng huy động vốn bình quân hàng năm 20 - 22% năm. Bằng mọi biện pháp, hình thức mở rộng quan hệ với khách hàng để thu hút tiền gửi cả VND và các loại ngoại tệ, nhằm thay đổi cơ cấu tiền gửi, theo hướng tiền gửi với lãi suất tăng lên, tiền gửi có kỳ hạn và dài hạn tăng, phát triển các loại tài khoản tiền gửi truyền thống và mở rộng thêm các hình thức mới. Trong từng thời kỳ tiến hành phát hành cổ phiếu để gia tăng vốn điều lệ và quy mô hoạt động một cách hợp lý. Phát triển phong phú các loại tiền gửi về nhiều nội dung kinh tế, với nhiều mốc kỳ hạn khác nhau, mức độ lãi suất ưu đãi, mức độ thuận tiện. Đối với nguồn vốn ngoại tệ, tìm kiếm thu nhập, mở tài khoản tiền gửi cho các tổ chức kinh tế trong nước, nước ngoài, các công ty liên doanh, các tổ chức phi chính phủ, các tổ chức quốc tế, các cá nhân và cả người nước ngoài không cư trú; nhận uỷ thác vốn đầu tư nước ngoài, hoặc trong nước, vay vốn của các tổ chức tín dụng.

Hoạt động huy động vốn là một bộ phận quan trọng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng, nó luôn có xu hướng vào mục tiêu tăng doanh lợi ngân hàng và tối đa hoá giá trị tài sản của chủ sở hữu.

Để tài trợ cho các danh mục tài sản không ngừng tăng trưởng, ngân hàng cần khối lượng vốn khổng lồ từ nhiều nguồn khác nhau. Tuy nhiên để đạt được mục tiêu kinh doanh như trên các ngân hàng không chỉ quan tâm đến việc mở rộng quy mô nguồn vốn mà phải xây dựng danh mục nguồn vốn có cơ cấu hợp lý, ổn định và chi phí thấp nhất.

Căn cứ vào thực lực của mình, những đặc thù trong điều kiện kinh tế xã hội và xu thế phát triển của nền kinh tế cũng như yêu cầu phát triển của

NHTM CP Bắc Á, sau đây là định hướng huy động vốn của NHTM CP Bắc Á:

Một là, mở rộng các hình thức huy động vốn, ngân hàng có thể đưa ra các hình thức tiền gửi tiết kiệm hoặc tiền gửi có kỳ hạn nhưng lại có một số thuộc tính của tiền gửi không kỳ hạn, chủ động khai thác những nguồn mới, làm cho ngân hàng ít lệ thuộc vào các nguồn, nhóm nguồn tiền gửi hay biến động.

Hai là, nâng cao chất lượng dịch vụ, thanh toán, cải tiến hiện đại hóa trong hệ thống thanh toán theo hướng giảm sự ràng buộc vào các giấy tờ, tăng an toàn trong hoạt động thanh toán nhằm củng cố lòng tin của khách hàng.

Ba là, xây dựng cơ cấu nguồn vốn hợp lý, phù hợp với mục tiêu hoạt động và yêu cầu phát triển hoạt động kinh doanh, tiết kiệm chi phí. Tiếp tục tăng cường tỷ trọng huy động vốn trong dân cư để đảm bảo duy trì nguồn vốn ổn định, tích cực huy động các nguồn vốn trung và dài hạn để đảm bảo cân đối giữa cơ cấu huy động và cho vay.

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

Năm là, thực hiện trả lãi cho các loại tiền gửi và áp dụng hệ thống lãi suất mang tính cạnh tranh. Giảm bớt việc vay vốn với chi phí cao trên thị trường liên ngân hàng, tạo ra sự chủ động hoàn toàn về vốn.

Sáu là, đẩy mạnh hoạt động marketing và xây dựng chính sách khách hàng hợp lý. Đồng thời phát triển mạng lưới rộng khắp và nguồn nhân lực năng động, hiệu quả. Việc phát triển mạng lưới toàn hệ thống hướng tới mục tiêu là cung cấp dịch vụ tài chính ngân hàng toàn diện, trọn gói đảm bảo tăng trưởng quy mô hoạt động gắn với nâng cao hiệu quả, giảm thiểu rủi ro trong

hoạt động kinh doanh.

3.2 GIẢI PHÁP HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHTM CP BẮC Á

3.2.1 Các giải pháp về thị trường

3.2.1.1 Đa dạng hóa sản phẩm tiền gửi

- Đối với tiền gửi không kỳ hạn: Mở các loại tài khoản phục vụ khách hàng thường xuyên giao dịch với ngân hàng. Tùy theo đối tượng khách hàng để mở cho họ một tài khoản thích hợp hoặc một khách hàng có thể mở hai hay ba tài khoản phù hợp với hoạt động kinh doanh của mình. Ngân hàng luôn có sự hướng dẫn và tạo điều kiện cho khách hàng chuyển số dư tài khoản này sang tài khoản khác một cách dễ dàng, thuận tiện. Mở rộng xu hướng chung của ngân hàng là mở tài khoản cá nhân cho cán bộ công nhân viên của các doanh nghiệp và ở khu vực hành chính sự nghiệp. Nghiên cứu áp dụng tài khoản vãng lai ở những cơ quan doanh nghiệp hoạt động tốt, thu nhập cao và có sự đảm bảo, cam kết chắc chắn. Tạo điều kiện cho những người gửi tiền được hưởng các dịch vụ như thanh toán nhanh, chuyển tiền nhanh, thấu chi tài khoản theo mức thỏa thuận với ngân hàng.

- Đối với tiền gửi có kỳ hạn: Ngân hàng cần đa dạng hóa về kỳ hạn, về hình thức và chuyển nhượng. Hiện nay NH TMCP Bắc Á đã có nhiều hình thức huy động có kỳ hạn như 1 tháng, 2 tháng, 3 tháng, 6 tháng...

- Đối với tiền gửi tiết kiệm: Không ngừng hoàn thiện và phát triển các hình thức huy động tiết kiệm hiện có đồng thời xây dựng những hình thức huy động mới. Ngoài những hình thức huy động truyền thống ngân hàng nên đưa ra một số hình thức mới vừa có tính chất huy động vừa có tính chất cho vay nhằm giải quyết mối quan hệ giữa huy động vốn và sử dụng vốn như tiết kiệm có mục đích, tiết kiệm dưỡng lão.

+ Tiết kiệm có mục đích: Đó là hình thức tiết kiệm trung dài hạn với mục đích như xây dựng nhà ở, mua ô tô... người gửi tiền có thể thỏa thuận với

ngân hàng hàng tháng trích từ tiền lương của mình một số tiền nhất định để chuyển vào tài khoản tiền gửi tiết kiệm có mục đích. Với tài khoản này người gửi sẽ nhận được lãi suất thấp hơn lãi suất tiền gửi tiết kiệm nhưng họ sẽ được ngân hàng cho vay tiền để thực hiện mục đích khi số tiền tiết kiệm đạt tới hai phần ba giá trị ký kết mua tài sản. Hiện nay hình thức tiết kiệm này đang được người dân quan tâm, ngân hàng cần triển khai thực hiện. Hình thức này giúp ngân hàng thu hút được nhiều tiền gửi trong dân cư, mặt khác giúp ngân hàng có thêm nguồn vốn trung, dài hạn.

+ Tiết kiệm dưỡng lão: Hợp đồng tiết kiệm dưỡng lão có thể coi là sản phẩm kết hợp giữa bảo hiểm và ngân hàng. Đó là một loại bảo hiểm nhân thọ đặc thù do ngân hàng cung cấp cho dân cư nhằm bổ khuyết vào sự thiếu vắng về loại sản phẩm này trên thị trường bảo hiểm Việt Nam nhờ các lợi thế sau:

* Cung cấp cho người dân dịch vụ quản lý nguồn tích lũy của cá nhân để đảm bảo cuộc sống khi về già hoặc hết khả năng lao động mà không đòi hỏi quá nhiều giấy tờ, thủ tục hành chính như các loại bảo hiểm khác.

* Phần gốc không mất đi nếu người thụ hưởng mất trước thời hạn mà sẽ được thừa kế trọn vẹn theo pháp luật.

* Tính linh hoạt, mềm dẻo của một số sản phẩm tiền tệ được thể hiện ở chỗ người gửi tiền được toàn quyền quyết định về số tiền gửi mỗi lần tùy theo khả năng tích lũy của mình chứ không bó buộc định kỳ, định mức như đóng bảo hiểm.

* Khi cung cấp các loại hình tiết kiệm dưỡng lão 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 một nguồn tiền ổn định, liên tục và lâu dài vì vậy có quyền quyết định sử dụng để đầu tư trung và dài hạn.

Với các sản phẩm tiền gửi này ngân hàng có thể phối hợp với các công ty bảo hiểm có uy tín, các công ty phát triển nhà ở để phối hợp bán chéo sản

phẩm của nhau. Sự hợp tác này sẽ giúp khách hàng cảm thấy thuận tiện đó là khi giao dịch với NH TMCP Bắc Á còn có thể sử dụng các loại hình dịch vụ tài chính đa dạng.

3.2.1.2 Thực hiện chính sách lãi suất linh hoạt

Lãi suất là một trong các yếu tố kinh tế có tác động mạnh đến việc thu hút vốn, đặc biệt là vốn trung và dài hạn, vì người dân khi có tiền nhàn rỗi gửi vào ngân hàng với thời hạn dài thường đặt mục tiêu lãi suất lên hàng đầu. Do đó ngân hàng TMCP Bắc Á cần có chính sách lãi suất linh hoạt và hợp lý.

Hiện nay, đối với NHTM CP Bắc Á việc xác định lãi suất này cần tuân thủ theo nguyên tắc: Nâng cao lãi suất đối với tiền gửi trung và dài hạn, đồng thời hạ lãi suất tiền gửi không kỳ hạn hoặc kỳ hạn ngắn để đảm bảo lãi suất trung bình không bị tăng lên đối với toàn bộ vốn huy động. Việc nâng cao lãi suất trung, dài hạn phải nằm trong khung giá, phải có tính cạnh tranh, ngân hàng có thể dựa vào khung lãi suất kỳ phiếu, trái phiếu của các ngân hàng lớn để đưa ra mức lãi suất vừa hấp dẫn, vừa mang tính cạnh tranh.

Ngoài ra để thực hiện lãi suất linh hoạt cũng nên mở rộng các hình thức trả lãi. Bên cạnh việc áp dụng hình thức trả lãi sau, trả lãi hàng tháng, NHTM CP Bắc Á có thể áp dụng hình thức lãi suất lũy tiến theo số lượng tiền gửi. Với cùng một kỳ hạn như nhau, ngân hàng có thể thay đổi mức lãi suất với những khoản tiền lớn.

Ngược lại, với các khoản tiền gửi trung và dài hạn thì mục đích chính của người gửi tiền là để hưởng lãi hoặc tích lũy cho các mục đích mua sắm... Do đó, ngân hàng có thể tăng lãi suất loại tiền gửi này để khuyến khích người dân. Tuy nhiên, tăng ở mức vừa phải để đảm bảo tốc độ tăng huy động lớn hơn tốc độ tăng chi phí để không làm ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh cũng như trái với quy định của Ngân hàng Nhà Nước..

Đối với khách hàng rút tiền trước hạn, khách hàng được hưởng lãi suất bậc thang, ngược lại, ngân hàng có thể khuyến khích người gửi giữ tiền trên tài khoản với một thời gian dài hơn kỳ hạn gửi ban đầu. Ví dụ: người gửi tiết kiệm một năm nhưng không rút tiền trong 2 năm thì có thể được ngân hàng thưởng thêm một tỷ lệ phần trăm nào đó.

Trong những năm tới, khi dịch vụ ngân hàng phát triển, công tác thanh toán qua ngân hàng được hiện đại hoá, ngân hàng sẽ tiến tới không trả lãi đối với các tài khoản tiền gửi không kỳ hạn như ở các ngân hàng nước ngoài đã làm hiện nay.

3.2.1.3 Phát triển các dịch vụ đa dạng liên quan đến huy động vốn

Cần phải thực hiện giải pháp này vì hiện nay phương thức cạnh tranh hiện đại giữa các ngân hàng là cạnh tranh bằng loại hình và chất lượng dịch vụ. Một số khó khăn vướng mắc của các hoạt động dịch vụ tác động trực tiếp đến khả năng tăng trưởng nguồn huy động của các ngân hàng thương mại. Do đó NHTM CP Bắc Á cần chú trọng đến phát triển các dịch vụ mà quan trọng hơn cả là cải thiện chất lượng và gia tăng tiện ích dịch vụ thẻ ATM. Cụ thể:

- NHTM CP Bắc Á nên trang bị thêm máy rút tiền tự động và nâng cấp, thay thế những máy đã quá cũ. Xử lý nhanh chóng, kịp thời khi phát hiện các sự cố kỹ thuật xảy ra với máy cũng như khách hàng khiếu nại sự cố liên quan đến thẻ thanh toán.

- Phát triển thêm các tính năng tiện ích của máy rút tiền tự động như thanh toán hóa đơn tiền điện, tiền nước, tiền điện thoại, nạp cước trả trước tiền điện thoại di động hay nộp tiền mặt trực tiếp qua ATM mà hiện nay ngân hàng Đông Á đã thực hiện được tính năng này.

- Bên cạnh đó có thể mở rộng thêm dịch vụ cho thuê két sắt để khách hàng gửi tài sản an toàn tại Ngân hàng. Thực hiện dịch vụ này, Ngân hàng vừa thu được phí dịch vụ lại có thể khai thác thêm thông tin để vận động

khách hàng, đặt khách hàng trước sự lựa chọn gửi tài sản như vàng bạc, ngoại tệ, kim khí quý hay gửi tiền vào lấy lãi.

Tiếp tục giữ vững quan hệ với các công ty bảo hiểm lớn, đặc biệt là PJICO. Bên cạnh mục tiêu khoán doanh số sản phẩm huy động vốn thì doanh số bán bảo hiểm cũng phải được tính vào doanh số thường cho đơn vị thực hiện.

- Hoạt động tư vấn cho khách hàng, theo đó ngân hàng cung cấp cho khách hàng các thông tin về thị trường trong và ngoài nước, lập dự án, phân tích dự án, tư vấn pháp lý, tư vấn tài chính... cho khách hàng. Tính khả thi của hoạt động này rất cao nhờ ngân hàng có lượng thông tin lớn, quan hệ rộng và có đội ngũ cán bộ am hiểu trên nhiều lĩnh vực, đặc biệt là tài chính, pháp lý và thị trường...

3.2.1.4 Xây dựng và tổ chức thực hiện chính sách khách hàng đặc biệt là khách hàng VIP

Chiến lược khách hàng được xem như là quá trình hoạch định và tổ chức thực hiện những hoạt động nhằm duy trì và phát triển mạng lưới khách hàng trên cơ sở thỏa mãn tốt nhất các nhu cầu của khách hàng, mục tiêu duy trì phối hợp giữa khả năng của ngân hàng với điều kiện thị trường. Thực hiện tốt chính sách khách hàng không chỉ giữ chân và thu hút khách hàng mà còn tạo ưu thế cho ngân hàng trong cạnh tranh khi có được sự trung thành của khách hàng. Để thực hiện chiến lược khách hàng thành công, ngân hàng TMCP Bắc Á cần phải:

- Mang đến cho khách hàng sự thoải mái và hài lòng khi đến giao dịch. Điều này phụ thuộc vào phong cách phục vụ của các nhân viên ngân hàng. Trong xu thế cạnh tranh khốc liệt giữa các ngân hàng hiện nay khiến cho các lợi thế cạnh tranh khác như lãi suất, sản phẩm...rất dễ bị đối thủ bắt chước nhanh chóng chỉ có cung cách phục vụ nhiệt tình, tạo ấn tượng đẹp trong lòng

khách hàng mới có thể tạo ra điểm khác biệt với các đối thủ cạnh tranh. Hiện nay tại ngân hàng TMCP Bắc Á phong cách phục vụ đã được thực hiện tương đối tốt tuy nhiên vẫn còn một số trường hợp ở các phòng giao dịch phong cách này vẫn chưa chuyên nghiệp, khách hàng còn phàn nàn. Do đó ngân hàng TMCP Bắc Á cần đưa ra chính sách chấm điểm phong cách phục vụ của nhân viên thông qua khách hàng hoặc có hộp thư góp ý như vậy tất cả mọi nhân viên đều phải cố gắng phục vụ và làm hài lòng khách hàng một cách tốt nhất.

- Duy trì mối quan hệ lâu bền với khách hàng. Điều này sẽ giúp ngân hàng rất nhiều. Vừa tiết kiệm chi phí thẩm định khi khách hàng có nhu cầu vay căn cứ vào số dư tài khoản tiền gửi, vừa nâng cao khả năng thu hút khách hàng mới thông qua lời giới thiệu từ chính khách hàng của mình. Hơn nữa, do là khách hàng truyền thống của ngân hàng nên việc đàm phán về lãi suất, chính sách phí... sẽ dễ dàng hơn khi có sự thay đổi hoặc trong cạnh tranh.

- Khi phát hiện trường hợp các khách hàng ngừng giao dịch, rút tiền gửi chuyển sang ngân hàng khác thì cần tìm hiểu nguyên nhân để có biện pháp thích hợp nhằm khôi phục lại và duy trì quan hệ tốt với khách hàng.

- Mở rộng dịch vụ quỹ lưu động, giao dịch với khách hàng lớn tại địa điểm do khách hàng chỉ định như nhà của khách hàng, nơi khách hàng thu tiền,... có xe ô tô đưa đón, dịch vụ bảo vệ cho khách hàng khi khách hàng đến giao dịch với những khoản tiền lớn. Bên cạnh đó ngân hàng có thể tổ chức Hội nghị khách hàng hàng năm để nghe ý kiến góp ý của khách hàng và phổ biến chế độ, chính sách Ngân hàng cho khách hàng từ đó làm tốt hơn công tác quản trị ngân hàng.

- Đặc biệt cần xây dựng chiến lược quan tâm, hỗ trợ khách hàng VIP trong mọi hoàn cảnh. Có thể được tiến hành theo một quy trình cụ thể như sau:

+ Thiết lập bộ hồ sơ quà tặng cho khách hàng VIP: Với sự hỗ trợ của công cụ hệ thống phần mềm quản trị quan hệ khách hàng là nơi lưu trữ đầy đủ các thông tin về khách hàng đại trà cũng như khách hàng VIP. Khi tiến hành chiến dịch tặng quà, nhân viên chăm sóc khách hàng có thể căn cứ vào đó để lựa chọn quà tặng, hình thức trao quà tặng sao cho phù hợp với tâm lý từng khách hàng. Khác với quà lưu niệm thông thường, quà tặng cho khách hàng, đối tác thuộc khách hàng VIP đòi hỏi một trí tưởng tượng và phải thể hiện được tính cá nhân hóa, phù hợp và hàm ý trong món quà yếu tố cảm xúc cùng những trải nghiệm tâm đắc, giàu ý nghĩa từ quà tặng. Đó là cách thức ghi lại dấu ấn, là sợi dây vô hình gắn kết ngân hàng và khách hàng VIP trong mối quan hệ là những đối tác tin cậy, hiểu biết lẫn nhau.

+ Trước khi tặng quà: căn cứ tình hình thực tế để lên kế hoạch về mật độ tặng quà, kinh phí cho dịch vụ quà tặng dự kiến. Liên lạc với khách hàng VIP để xác nhận một số thông tin căn bản và tìm hiểu về nhu cầu quà tặng của khách hàng.

+ Tiến hành tặng quà: Nhân viên chăm sóc khách hàng phải được hướng dẫn và đào tạo chi tiết kỹ năng chăm sóc khách hàng trực tiếp bao gồm tác phong, cử chỉ, lời nói chào hỏi và giao tiếp. Nhân viên cần được rèn luyện các kỹ năng để thích ứng với từng đối tượng khách hàng VIP về tính cách, phương pháp xử lý trong các tình huống đa dạng có thể xảy ra trong quá trình trao quà. Mục đích cuối cùng là khách hàng được trải nghiệm và cảm nhận được sự chăm sóc riêng biệt, làm khách hàng thấy hài lòng và thỏa mãn với dịch vụ mà mình nhận được.

+ Sau khi tặng quà: Sau khi tặng quà cho khách hàng từ 2-4 ngày bộ phận chăm sóc khách hàng sẽ liên hệ (điện thoại/email) để cảm ơn khách hàng và kết hợp tìm hiểu thêm một số thông tin như mức độ hài lòng của khách hàng về quà tặng, phong cách tặng cũng như một số dịch vụ sản phẩm

mà ngân hàng đang cung cấp, tìm hiểu thêm về sở thích của khách hàng cho lần tặng quà kế tiếp và hình thức tặng quà mong muốn.

Bên cạnh đó chính sách chăm sóc khách hàng VIP phải gắn với chiến lược kinh doanh của ngân hàng qua từng thời kỳ. Chẳng hạn hiện nay ngân hàng Bắc Á đang hướng đến thị trường bán lẻ thì các chính sách ưu đãi khách hàng VIP cần hướng tới việc sử dụng trọn gói sản phẩm dịch vụ ngân hàng như miễn phí sử dụng giao dịch tài chính qua internet, gửi tặng các sản phẩm có khả năng ứng dụng những tiện ích ngân hàng một cách dễ dàng, thuận tiện, ưu đãi khi phát hành thẻ...

3.2.1.5 Đẩy mạnh giải pháp Marketing

Lịch sử hình thành Marketing đã khẳng định: Marketing là sản phẩm của nền kinh tế thị trường. Marketing đã trở thành hoạt động không thể thiếu trong các doanh nghiệp nói chung và trong các NHTM nói riêng. Có thể thấy rằng, trong thời gian qua, các NHTM đã rất tích cực trong việc tiến hành các hoạt động Marketing. Các chương trình khuyến mãi làm thẻ, quảng cáo thương hiệu, huy động vốn với lãi suất cao, các chương trình quảng cáo trên phương tiện thông tin đại chúng... liên tục được áp dụng rộng rãi đã tạo tiền đề để các NHTM đạt được những kết quả nhất định và nâng cao hoạt động Marketing ngân hàng tiến dần đến thông lệ khu vực và quốc tế. Do đó trong thời gian tới NH TMCP Bắc Á cần đặc biệt chú ý tới việc quảng bá thương hiệu, chủ động tìm đến với khách hàng, tiếp thị khách hàng sử dụng các sản phẩm và dịch vụ của NH TMCP Bắc Á. Các biện pháp cụ thể cần thực hiện là:

- Xây dựng các chương trình quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng nhằm quảng bá hình ảnh, thương hiệu của NH TMCP Bắc Á, tài trợ cho các chương trình giải trí truyền hình hoặc các chương trình chuyên về tài chính ngân hàng. Hiện tại việc quảng bá thương hiệu của NH TMCP Bắc Á

còn chưa được chú trọng nên khách hàng còn chưa biết nhiều về ngân hàng do đó trong thời gian tới cần có những chiến lược quảng cáo phù hợp để NH TMCP Bắc Á đều được mọi người biết đến.

- Bên cạnh việc quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng NH TMCP Bắc Á có thể áp dụng hình thức quảng cáo trực tiếp bằng tờ rơi. Tờ rơi này được để sẵn trong các hộp ở quầy tiết kiệm, quầy giao dịch của ngân hàng. Nội dung của tờ rơi gồm các thông tin về NH TMCP Bắc Á như lãi suất huy động, lãi suất cho vay và các dịch vụ thanh toán khác. Đây là hình thức quảng cáo vừa rẻ, đơn giản mà lại hiệu quả cao.

- Ngoài ra nắm bắt tâm lý người tiêu dùng bao giờ cũng rất quan tâm tới những đợt khuyến mãi để ngân hàng có thể đưa ra nhiều hình thức khuyến mãi khác nhau đem lại lợi ích thiết thực và hấp dẫn khách hàng như: chiến dịch khuyến mãi mở thẻ ATM tại các điểm giao dịch, áp dụng lãi suất bậc thang, tặng quà cho khách hàng trong những dịp khai trương trụ sở mới hay giới thiệu sản phẩm, dịch vụ mới ... Cùng với đó để thu hút thêm khách hàng, NH TMCP Bắc Á có thể cử cán bộ về các doanh nghiệp, các trường đại học giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của mình, liên kết với các trường đại học, cơ quan, đơn vị để đặt máy ATM tại các nơi này đồng thời miễn phí cho sinh viên và cán bộ khi lập thẻ...

- NH TMCP Bắc Á nên thường xuyên cung cấp thông tin về khả năng tài chính, báo cáo kiểm toán của các ngân hàng qua các phương tiện thông tin đại chúng để mọi người có thể tìm hiểu về năng lực tài chính và kết quả kinh doanh của ngân hàng. Từ đó tạo cho khách hàng cái nhìn tổng quát về ngân hàng, tăng lòng tin và sự an tâm của khách hàng. Hiện truy cập trang web của NH TMCP Bắc Á, khách hàng có thể lấy được các thông tin tài chính, tuy nhiên những thông tin mới chưa được cập nhật.

3.2.2 Các giải pháp liên quan đến nhân sự, đào tạo

3.2.2.1 Chú trọng công tác đào tạo và nâng cao năng lực cán bộ

Con người chính là yếu tố quan trọng nhất cho quá trình phát triển ngân hàng. Nhân lực tốt không những làm chủ mạng lưới, công nghệ mà còn là nhân tố quyết định việc cải tiến mạng lưới, công nghệ, quy trình... và điều quan trọng hơn là tạo ra và duy trì các mối quan hệ bền vững với khách hàng. Một NHTM chỉ có thể phát triển bền vững nếu có một nền tảng khách hàng bền vững. Máy móc, công nghệ, thiết bị không thể làm thay con người trong lĩnh vực này. Chính vì tầm quan trọng đó nên ngân hàng TMCP Bắc Á cần phải có chính sách nhân sự hợp lý. Trước hết ngân hàng tập trung vào việc đào tạo mà cụ thể là:

- Đào tạo bồi dưỡng, cập nhật kiến thức kinh doanh cơ bản theo cơ chế thị trường cho nguồn cán bộ hiện có nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng phức tạp và chịu áp lực cạnh tranh ngày càng lớn của môi trường kinh doanh.

- Chú trọng việc đào tạo kỹ năng mềm, kỹ năng quản lý cho cán bộ quản lý cấp trung và cấp cao nhằm tạo sự đột phá về tư duy và kỹ năng quản lý theo cơ chế thị trường, tạo tiền đề cho việc triển khai kế hoạch cải tổ, cải cách và chấp nhận sự thay đổi ở các cấp điều hành và cấp thực hiện.

- Đa dạng hóa việc đào tạo các kỹ năng chuyên nghiệp cho đội ngũ giao dịch viên và chuyên viên quan hệ khách hàng tại các phòng giao dịch nhằm tạo dựng phong cách kinh doanh hiện đại.

- Hiện nay trình độ ngoại ngữ một số nhân viên của NH TMCP Bắc Á còn hạn chế do vậy song song với việc đào tạo kiến thức và kỹ năng cơ bản NH TM CP Bắc Á cần quan tâm thích đáng tới việc đào tạo trình độ ngoại ngữ (đặc biệt tiếng Anh) ở các phòng giao dịch đóng tại các trung tâm đô thị lớn để đón trước thời cơ mở rộng hoạt động giao dịch với người nước ngoài khi nền kinh tế đã thâm thấu sâu vào kinh tế thế giới, cũng như tăng cường khả năng quan hệ giao dịch với các ngân hàng nước ngoài ở Việt Nam và các

nước khác trên thế giới.

3.2.2.2 Xây dựng văn minh giao tiếp khách hàng

Xây dựng văn minh giao tiếp khách hàng là một bộ phận quan trọng trong xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Giao tiếp là hoạt động phổ biến nhất trong hoạt động của con người. Nó là một nhu cầu không thể thiếu của con người (Hơn nữa, giao tiếp còn là nhu cầu bậc cao theo cách phân cấp độ nhu cầu của Maslow- nhu cầu của con người được phân thành 5 cấp bậc từ thấp đến cao: nhu cầu sinh lý, an ninh, xã hội, được tôn trọng và tự khẳng định mình). Hoạt động giao tiếp mang lại cho khách hàng sự thỏa mãn. Một lời nói hay, một cử chỉ đẹp có thể biến thành tiền bạc, tạo nên những ấn tượng tốt đẹp, sự tin cậy. Nếu không, nó có thể phá vỡ các mối quan hệ, làm mất khách hàng, tổn hại đến uy tín của chính bản thân doanh nghiệp.

Văn minh giao tiếp khách hàng chỉ trình độ của một nhà cung cấp dịch vụ nói chung hay nhân viên ngân hàng nói riêng trong việc giao tiếp và xử lý công việc một cách lịch thiệp, nhanh chóng vừa đảm bảo hiệu quả công việc, vừa đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Xuất phát từ thực tế khách hàng là yếu tố quan trọng nhất trong kinh doanh, khách hàng là sự tồn tại của các doanh nghiệp, hãy làm tất cả vì sự hài lòng của khách hàng, nên phương châm mà Ngân hàng Bắc Á đặt ra là nhân viên phải biết đặt mình vào địa vị người khác, hiểu được ý muốn của họ và suy xét trên lập trường của chính họ. Nhìn chung văn minh giao tiếp khách hàng là tổng hợp của các yếu tố như: trang phục văn minh, lịch sự; thái độ nhiệt tình và chu đáo; biết lắng nghe ý kiến khách hàng; nắm vững nghiệp vụ.

Tất cả cán bộ, nhân viên của Ngân hàng Bắc Á từ cấp thấp nhất cũng phải có được tinh thần tận tụy vì sự thành công của chính sách khách hàng. Văn hóa và phong cách của toàn ngân hàng cũng như của mỗi thành viên đều

nhằm tạo ra sự thỏa mãn cho khách hàng. Chính sách này không chỉ đơn thuần là việc thiết lập một bộ phận riêng biệt giải quyết những thắc mắc của khách hàng mà phải được hòa trộn vào mọi hoạt động của tất cả các phòng ban, nếu như không thuộc phạm vi giải quyết của đơn vị phòng này thì phải kết hợp với phòng ban khác giải quyết.

Mọi thành viên của Ngân hàng Bắc Á cần hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của cả khách hàng bên trong (cán bộ, nhân viên) và khách hàng bên ngoài. Họ cần phải hiểu rõ chính sách khách hàng là gì, tại sao phải sử dụng chính sách này, điều gì làm khách hàng thỏa mãn, cần phải làm gì để đáp ứng nhu cầu khách hàng. Dịch vụ khách hàng sẽ không thể tồn tại nếu thiếu sự hiểu biết một cách hệ thống và sâu sắc của nhân viên ngân hàng. Khi khách hàng gửi tiền hỏi thêm thông tin về các dịch vụ khác mà ngân hàng cung cấp không thuộc nghiệp vụ của phòng huy động vốn, sẽ không thể xuất hiện những câu trả lời thiếu trách nhiệm của nhân viên ngân hàng như: “không biết” hoặc “đây không phải là nghiệp vụ của phòng”. Nhân viên này phải có một hiểu biết tổng thể nói chung, sau đó nhiệt tình giới thiệu khách hàng lên các phòng có liên quan, làm như vậy mới có thể để lại một ấn tượng tốt cho khách hàng. Ngay cả cung cách giao tiếp như: lời ăn tiếng nói, cách đi đứng, cách nói chuyện qua điện thoại... cũng phải được cán bộ nhân viên tiếp thu một cách triệt để, thực hiện tốt kỹ năng giao tiếp và đàm phán. Do đó, chính sách phát triển dịch vụ khách hàng không phải là các chính sách hay hoạt động ngắn hạn mà phải được duy trì thường xuyên và lâu dài. Dịch vụ khách hàng phải thường xuyên ở trong đầu mọi thành viên, kể cả những người trực tiếp hay không trực tiếp giao dịch với khách hàng và nó phải ảnh hưởng đến tất cả các hoạt động của họ.

Để xây dựng được văn minh giao tiếp khách hàng như trên thì ngân hàng TMCP Bắc Á cần phải xây dựng quy trình giao tiếp khách hàng bởi có

như vậy thì mới tạo được dấu ấn và bản sắc của Ngân hàng Bắc Á. Cụ thể nội dung quy trình có các vấn đề cơ bản sau

- Quy định về trang phục đối với cán bộ: Yêu cầu bắt buộc đối với cán bộ nhất là cán bộ trực tiếp giao dịch với khách hàng phải có trang phục thống nhất và đeo biển hiệu khi thi hành nhiệm vụ. Biển hiệu tên cán bộ cũng cần có sự thống nhất trong toàn hệ thống và thiết kế sao cho 2 mặt đều như nhau để tránh bị lật do "vô tình hay hữu ý". Nội dung này đã quy định cho nội quy lao động tại mỗi đơn vị vì vậy cần thiết nhắc lại hoặc bổ sung, chỉnh sửa để tạo nên nét riêng biệt, mang bản sắc của Ngân Hàng Bắc Á.

- Quy định trong giao tiếp, phục vụ khách hàng: Quy định những nội dung cơ bản đối với cán bộ ngân hàng kể từ khi gặp gỡ cho đến khi kết thúc một giao dịch được cụ thể hoá theo nội dung tiêu chuẩn "5C" sau:

+ "Cười" (mim cười), chào đón và hướng dẫn khách hàng, đây là yêu cầu bắt buộc khi khách hàng đến là yêu cầu đơn giản, ai cũng có thể thực hiện được nhưng lại rất quan trọng, vì nó là tiền đề cho quyết định tiếp theo của khách hàng là: Có sử dụng sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng hay không? đồng nghĩa với nó là Ngân hàng có nhận được tiền (tăng thu nhập) hay không nhận được tiền;

+ "Chia sẻ", cảm thông, cán bộ ngân hàng phải luôn chia sẻ, cảm thông với khách hàng, phải xác định khách hàng chính là người nuôi ta chứ không phải đến để nhờ vả. Nhiều việc làm rất nhỏ nhưng mang lại lợi ích rất lớn vì sức lan tỏa nhanh và rộng Ví dụ: Khách bị ướt vì trời mưa, bị nắng, nóng cán bộ phải tìm khăn lau, máy sấy tóc, quạt... giúp khách, tặng áo mưa khi khách về; khi phát hiện tiền của khách gửi có tiền giả cần chia sẻ, hỏi han, động viên, tìm cách giúp khách đòi lại hoặc khi khách gửi xe bị thủng xăm, mất chìa khoá cán bộ trông xe phải gọi thợ giúp khách sửa chữa nếu chi phí nhỏ có thể đề nghị lãnh đạo chi trả...;

+ “Chu đáo, ân cần”, trong quy trình thực hiện nghiệp vụ cần phải ân cần chu đáo thể hiện trong việc hướng dẫn tận tình, đi nhẹ, nói khẽ, xử lý công việc, xử lý các tình huống nhanh, chính xác và đặc biệt phải luôn cầu thị, chú ý lắng nghe ý kiến của khách. Trường hợp khách hàng phải chờ lâu do lỗi đường truyền, lỗi hệ thống (gọi chung là lỗi của ngân hàng) nhất thiết người có thẩm quyền phải thông báo để được sự chia sẻ, đồng cảm của khách...;

+ “Chăm sóc”, có chính sách, chiến lược chăm sóc như tặng quà sinh nhật, hỏi thăm khi ốm đau... Thời điểm, cách thức tặng quà phải thể hiện và mang đậm nét văn hóa, truyền thống dân tộc không quá lạm dụng dẫn tới phản tác dụng của việc tặng quà, khuyến mại hoặc vi phạm pháp luật;

+”Cảm ơn, hẹn gặp lại”, khi khách hàng ra về cần cảm ơn, mong muốn được gặp lại và nhớ là phải xem khách có cần sự trợ giúp gì không như: mang vắc đồ đạc, túi, bao đựng tiền... để hỗ trợ kịp thời.

- Đánh giá kết quả thực hiện: Cần phải thiết kế bảng câu hỏi để hàng ngày thăm dò ý kiến, đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng sản phẩm dịch vụ của đơn vị, đây cũng là cơ sở trong đánh giá phân loại cán bộ hàng năm để trả lương theo vị trí và chất lượng, hiệu quả đồng thời có biện pháp chấn chỉnh, cải tiến kịp thời.

- Triển khai học tập và thực hiện: Xây dựng quy trình giao tiếp phục vụ khách hàng, triển khai học tập, tuyên truyền cho các đối tượng, đi đôi với tăng cường kiểm tra, giám sát chặt chẽ, chắc chắn rằng chỉ sau một vài năm, văn hóa giao tiếp ngân hàng Bắc Á sẽ lan tỏa nhanh, hình ảnh và những dấu ấn tốt đẹp sẽ đọng lại trong tâm trí khách hàng làm nên thương hiệu, bản sắc ngân hàng Bắc Á, là tiền đề đi đến thành công.

3.2.2.3 Áp dụng phương pháp trả lương dựa trên hiệu quả công việc

Bên cạnh việc đào tạo nhân viên, ngân hàng cần xây dựng một hệ thống

lương, thưởng và phúc lợi công bằng, rõ ràng. NH TMCP Bắc Á đã chi phí nhiều để thu hút nhân tài, giữ nhân tài. Việc tổng kết, đánh giá lại hiệu quả của việc đầu tư này là cần thiết. Xây dựng một hệ thống đánh giá hiệu quả công việc cho nhân viên để nâng cao ý thức, vai trò của họ và sự cố gắng để đạt được những mục tiêu ngân hàng đề ra, từ đó có chế độ đãi ngộ phù hợp. Hệ thống đánh giá phải làm bật lên được sự khác biệt giữa người làm tốt và không tốt. Trên cơ sở hệ thống đánh giá này đưa ra các chính sách tăng lương, thăng chức và thưởng cho nhân viên một cách công bằng và hợp lý.

Đó là ngân hàng có thể căn cứ vào doanh số huy động vốn mà các chi nhánh cũng như nhân viên đạt được để tính lương tăng thêm. Tuy nhiên, việc trả lương theo doanh số cũng không được bỏ qua việc nâng bậc lương trong quá trình công tác. Để làm được điều đó, phải có sự phối hợp giữa Giám đốc các chi nhánh nói riêng và hệ thống ngân hàng nói chung kết hợp với các bộ phận liên quan để đưa ra được chính sách hợp lý. Cụ thể là, dựa vào tình hình kinh tế của từng địa bàn và những ảnh hưởng kinh tế nói chung kết hợp với những kết quả huy động mà các chi nhánh đã đạt được trong năm vừa qua hội sở đặt ra mức chỉ tiêu để các chi nhánh thực hiện trong năm tới. Nếu mức độ hoàn thành khác nhau thì mức lương và thưởng cũng khác nhau. Từ đó, cán bộ nhân viên ngân hàng mới có động lực thiết thực trong công việc.

Phát triển nghề nghiệp và cơ hội thăng tiến cũng là một yếu tố cần được NH TMCP Bắc Á quan tâm. Đó là một trong những yếu tố quan trọng quyết định việc nhân viên có gắn bó lâu dài với NH TMCP Bắc Á hay không. Đặc biệt là những người tài và có tiềm năng mà ngân hàng muốn giữ.

3.2.3 Các giải pháp về mạng lưới, cơ cấu tổ chức và phát triển công nghệ, trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại

3.2.3.1 Thành lập phòng khách hàng cá nhân đặc biệt và phòng doanh nghiệp đặc biệt

Tỷ lệ 20%- 80% được đúc kết từ kinh nghiệm của các tập đoàn và ngân hàng lớn: 20% số khách hàng mang lại 80% doanh thu và 80% số khách hàng còn lại đóng góp 20% doanh thu. Điều này cho thấy chúng ta cần có chính sách quản lý, chăm sóc 20% khách hàng này theo một cách thức khác. Vì vậy ý tưởng thành lập Phòng khách hàng doanh nghiệp đặc biệt và phòng khách hàng cá nhân đặc biệt bắt nguồn từ đây. Hai phòng này có trách nhiệm chăm sóc các khách hàng nhóm VIP. Hai phòng này cần đảm nhiệm tốt vai trò tư vấn, chăm sóc dịch vụ trước và sau khi bán sản phẩm. Bước đầu, phòng khách hàng tổ chức được Hội nghị khách hàng để thăm dò và lấy thông tin phản hồi từ phía khách hàng, sau đó là công tác quảng cáo và tiếp thị tới khách hàng rồi đến các dịch vụ chăm sóc, tư vấn cho khách hàng về các dịch vụ mà Ngân hàng Bắc Á đang thực hiện. Chính trong quá trình tiếp xúc trực tiếp với khách hàng mà ngân hàng sẽ có thêm các thông tin để mở rộng thị trường, tạo sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Việc thành lập thêm phòng Khách hàng đặc biệt là một giải pháp nhằm phân đoạn thị trường theo tiêu chí về số lượng tiền gửi, tiền tới phòng khách hàng đặc biệt phải tới tận nơi phục vụ khách hàng – thực hiện dịch vụ ngân hàng tận nhà- chứ không phải chờ khách hàng tới ngân hàng.

3.2.3.2 Xây dựng và mở rộng mạng lưới chi nhánh

Sau gần 20 năm hoạt động trên thị trường, ngân hàng Bắc Á hiện có 13 chi nhánh với 58 điểm giao dịch trên toàn quốc. So sánh với các NHTMCP hiện nay thì số lượng điểm giao dịch của ngân hàng Bắc Á là chưa nhiều. Vì vậy một trong các giải pháp để nâng cao hơn nữa vị thế của ngân hàng và tăng cường huy động vốn, đặc biệt là vốn huy động trên thị trường dân cư là thành lập thêm mạng lưới các chi nhánh. Xây dựng mạng lưới chi nhánh theo tiêu chí bao phủ đến các khu dân cư tập trung, khu siêu thị, khách sạn, nhà

hàng... để khách hàng luôn dễ dàng tiếp cận với ngân hàng và hình ảnh ngân hàng Bắc Á càng trở nên gần gũi, thân thiện hơn.

Sau khi thực hiện thành công mục tiêu chiếm lĩnh thị phần trong giao dịch với các khối khách hàng, ngân hàng Bắc Á cần thực hiện giải pháp cơ cấu tổ chức theo đối tượng khách hàng kết hợp sản phẩm nhằm đáp ứng các yêu cầu đa dạng của khách hàng. Tổ chức hoạt động của ngân hàng sẽ được phân theo nhóm/ khối đối tượng phục vụ chuyên biệt: khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp, các định chế tài chính.

3.2.3.3 Phát triển công nghệ và trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại

Để chất lượng sản phẩm dịch vụ huy động vốn có thể đáp ứng được các yêu cầu ngày càng phức tạp và tinh vi của khách hàng, đòi hỏi công nghệ phải không ngừng được cải tiến, nâng cấp và hiện đại, thực sự trở thành một công cụ hỗ trợ đắc lực cho các nhân viên ngân hàng. Hiện nay, hệ thống công nghệ thông tin NHTM CP Bắc Á đang được quan tâm đầu tư hiện đại hóa, tạo điều kiện để NHTM CP Bắc Á đa dạng hoá sản phẩm với mức độ tiện ích cao nhất.

Vừa qua hệ thống phần mềm Golive đã được đưa vào sử dụng một thời gian nhưng hiệu quả đã được thấy rõ. Trước đây, hệ thống quản lý rời rạc thì bây giờ chuyển sang quản lý tập trung, tất cả các giao dịch được chuyển đổi sang trực tuyến. Tại bất cứ đâu khách hàng cũng có thể sử dụng dữ liệu của mình thông qua đại lý hay internet. Trước đây mỗi nhân viên phải thuộc lòng tài khoản của khách hàng thì hiện nay họ làm sao để thao tác nhanh, năng suất cao. Họ phải trở thành người tư vấn cho khách hàng chứ không phải chỉ ngồi loay hoay với mã số.

Hệ thống dữ liệu tập trung cũng giúp mỗi người có những báo cáo nhanh chóng, chuẩn xác để có thể quyết định công việc hàng ngày, hàng giờ của mình. Lỡ lẫn có thể tính được ngay, lượng tiền mặt đang nằm ở đâu, chi

nhánh nào, điều hòa thanh khoản ra sao...Hệ thống công nghệ thông tin vì thế đã đóng góp nhiều cho sự phát triển của NHTM CP Bắc Á, tạo điều kiện thiết lập chính xác hơn về chiến lược kinh doanh, giúp ban giám đốc theo dõi thường xuyên để có những tác động kịp thời và đưa ra những quyết định mang tính chiến lược.

3.3 KIẾN NGHỊ

Để thực hiện các giải pháp trên một cách có hiệu quả không chỉ dựa vào bản thân ngân hàng mà còn cần một môi trường kinh tế xã hội với những điều kiện thuận lợi nhất để thực hiện. Sau đây là một số kiến nghị với ngân hàng Nhà Nước và Chính phủ.

3.3.1 Kiến nghị đối với NHNN

NHTM CP Bắc Á nằm trong hệ thống NHTM cổ phần, chịu sự quản lý của NHNN. Vì vậy trong công tác huy động vốn cũng như hoạt động kinh doanh của NHTM CP Bắc Á cần có sự hướng dẫn chỉ đạo từ NHNN, tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng huy động vốn và sử dụng vốn hiệu quả. Để làm được điều này thì NHNN cần tập trung vào một số vấn đề sau:

3.3.1.1 Về điều hành chính sách tiền tệ

Đã đến lúc Ngân hàng Nhà nước điều hành kinh doanh của các Ngân hàng thương mại bằng những cơ chế, chính sách để các Ngân hàng thương mại đi đúng quỹ đạo của cơ chế thị trường là cạnh tranh giảm chi phí nhiệm vụ, đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ có chất lượng ngày càng cao chứ không phải cạnh tranh tăng lãi suất huy động để huy động vốn. Cụ thể bằng các biện pháp:

- NHNN cần điều hành chủ động, linh hoạt và hiệu quả các công cụ chính sách tiền tệ để điều tiết lượng tiền cung ứng, kết hợp chặt chẽ với thanh tra, giám sát việc thực hiện quy định của pháp luật đối với hoạt động kinh doanh của tổ chức tín dụng.

- Điều hành linh hoạt lãi suất tái cấp vốn, lãi suất nghiệp vụ thị trường mở, hoàn thiện cơ chế điều hành lãi suất phù với quy định của luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, kết hợp với các công cụ chính sách tiền tệ khác để kiểm soát lãi suất thị trường ở mức hợp lý, phù hợp với mục tiêu kiềm chế lạm phát.

- Tổ chức thanh tra, kiểm tra, xử lý nghiêm minh các trường hợp vi phạm pháp luật về tiền tệ và hoạt động Ngân hàng đặc biệt đối với các trường hợp huy động vốn trái phép, cạnh tranh không lành mạnh giữa các Ngân hàng thương mại

- NHNN ban hành ngay các văn bản quy phạm pháp luật để hoàn thiện cơ chế như: Thông tư về lãi suất cơ bản, thông tư về lãi suất trong trường hợp thị trường tiền tệ và hoạt động ngân hàng có diễn biến bất thường, thông tư về áp dụng lãi suất không kỳ hạn trong trường hợp người gửi tiền rút trước hạn.

- Chủ động phối hợp với Bộ tài chính trong việc phát hành trái phiếu Chính phủ trong nước và quốc tế, điều hành thị trường vốn nhằm đảm bảo sự thống nhất, nhịp nhàng giữa chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa theo hướng kiểm soát lạm phát, bình ổn kinh tế vĩ mô.

3.3.1.2 Về điều hành tỷ giá và thị trường ngoại hối

- Điều hành tỷ giá và thị trường ngoại hối linh hoạt, phù hợp với diễn biến thị trường. Tăng cường quản lý ngoại hối, thực hiện ngay các biện pháp cần thiết để các tổ chức, cá nhân bán ngoại tệ cho ngân hàng khi có nguồn thu và được mua khi có nhu cầu hợp lý, bảo đảm thanh khoản ngoại tệ, bình ổn tỷ giá, đáp ứng phát triển sản xuất kinh doanh thiết yếu của nền kinh tế và tăng dự trữ ngoại hối.

- Có các giải pháp phát triển thị trường, sử dụng một số công cụ phái sinh nhằm góp phần điều hành tỷ giá linh hoạt, hỗ trợ cho thực thi chính sách tiền tệ chủ động; tạo điều kiện cho doanh nghiệp và ngân hàng chủ động cân đối và phòng ngừa rủi ro ngoại hối.

- Có các biện pháp để kiểm soát chặt chẽ việc sử dụng thẻ thanh toán Quốc tế và chỉ tiêu ngoại tệ ra nước ngoài của các tổ chức và cá nhân.

3.3.2 Kiến nghị đối với Chính Phủ

- Một trong những điều đầu tiên để đảm bảo cho hoạt động của ngân hàng là môi trường vĩ mô phải ổn định bởi môi trường kinh tế không ổn định sẽ gây cản trở cho hoạt động sản xuất kinh doanh, giảm hiệu quả huy động vốn của ngân hàng. Các ngân hàng thương mại không huy động được nhiều nguồn vốn trung và dài hạn vì người dân chưa thực sự tin tưởng vào ngân hàng. Nếu môi trường vĩ mô trong đó các yếu tố chính trị, kinh tế, văn hóa... được ổn định thì người dân sẽ đặt hết lòng tin vào ngân hàng. Khi đó, họ gửi tiền vào ngân hàng thay vì phải đầu tư vào vàng hay bất động sản. Chính phủ cần phải có trách nhiệm quản lý đất nước để các ngành, các thành phần kinh tế hoạt động một cách nhịp nhàng, cân đối. Chính phủ và các cơ quan chức năng phải dự báo, tránh cho nền kinh tế các cú sốc lớn, nên có những bước đệm hoặc những giải pháp thiết thực tháo gỡ những khó khăn khi có sự chuyển đổi, điều chỉnh cơ chế, chính sách liên quan đến toàn bộ hoạt động nền kinh tế.

- Yếu tố tâm lý xã hội, trình độ văn hóa của từng dân tộc, từng vùng miền cũng ảnh hưởng tới việc huy động vốn, chính vì vậy đây là vấn đề cần được cân nhắc khi xây dựng chính sách và các biện pháp huy động vốn phù hợp. Nhà nước cần có chương trình giáo dục tuyên truyền với quy mô toàn quốc nhằm làm thay đổi quan điểm của người dân thích giữ tiền trong nhà, xóa bỏ tâm lý e ngại, thích tiêu dùng hơn tích lũy của người dân. Qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho công tác huy động vốn của ngân hàng.

- Hoàn thiện hệ thống pháp lý điều chỉnh tổ chức hoạt động của hệ thống các tổ chức tín dụng Việt Nam bao gồm: Luật NHNN, Luật các TCTD và các nghị định hướng dẫn chi tiết thi hành 2 luật theo hướng tăng cường vai trò quản lý và điều tiết của NHNN đối với hoạt động tiền tệ và ngân hàng của

nền kinh tế, áp dụng các thông lệ và chuẩn mực quốc tế về tiền tệ và hoạt động ngân hàng phù hợp với thực tiễn nước ta, tạo môi trường kinh doanh lành mạnh, bình đẳng cho các tổ chức tín dụng, tạo điều kiện cho việc huy động vốn của các ngân hàng thương mại được dễ dàng.

- Hoàn thiện cơ sở pháp lý để cho phép ra đời các tổ chức cung cấp dịch vụ hỗ trợ thanh toán và xử lý bù trừ tập trung đối với các giao dịch thanh toán bán lẻ trên cơ sở đó huy động các nguồn lực để phát triển thanh toán không dùng tiền mặt. Tổng kết việc thực hiện đề án thanh toán không dùng tiền mặt đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020, đề xuất kế hoạch mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt cho giai đoạn tiếp theo.

- Tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức bộ máy của thanh tra, giám sát ngân hàng từ Trung ương đến các chi nhánh NHNN tỉnh, thành phố. Nâng cao hiệu quả hoạt động thanh tra, giám sát ngân hàng thông qua việc hoàn thiện hệ thống pháp luật về thanh tra ngân hàng. Đổi mới phương pháp thanh tra, giám sát ngân hàng, tăng cường năng lực giám sát từ xa, đẩy mạnh phối hợp và trao đổi thông tin giữa cơ quan thanh tra, giám sát ngân hàng với các cơ quan thanh tra tài chính khác, các cơ quan an ninh bảo vệ pháp luật và với các cơ quan giám sát tài chính ở nước ngoài để giám sát các TCTD nước ngoài tại Việt Nam và các TCTD Việt Nam ở nước ngoài. Đó là điều kiện để giúp các ngân hàng cạnh tranh một cách công bằng và lành mạnh nhất là trong lĩnh vực huy động vốn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Qua nghiên cứu cơ sở lý luận ở chương 1 và đánh giá thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Bắc Á trong chương 2, chương 3 đã nêu ra một số giải pháp huy động vốn cho Ngân hàng TMCP Bắc Á. Bên cạnh đó, chương 3 còn đưa ra những kiến nghị đối với cơ quan quản lý nhà nước và các kiến nghị đối với Chính phủ. Các giải pháp này nhằm nâng cao hiệu quả công tác huy động đối với Ngân hàng TMCP Bắc Á nói riêng và các NHTM nói chung.

KẾT LUẬN

Qua quá trình nghiên cứu “Giải pháp huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á” nội dung luận văn đã hoàn thành được một số nhiệm vụ sau:

Hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về nguồn vốn và phương thức huy động vốn

Phân tích và đánh giá thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bắc Á trong giai đoạn từ năm 2008-2011. Qua đó nêu bật được đặc điểm cơ bản của nguồn vốn huy động tại Ngân hàng Bắc Á, những kết quả đạt được cũng như những hạn chế còn tồn tại trong hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Bắc Á.

Trên cơ sở nhìn nhận những mặt hạn chế luận văn đưa ra những đề xuất, kiến nghị với Chính phủ, NHNN và các giải pháp đối với Ngân hàng Bắc Á nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn tại ngân hàng Bắc Á.

Luận văn trên là kết quả đạt được của tôi từ những nghiên cứu lý luận và thực tế trong những năm công tác tại Ngân hàng Bắc Á.

Với mong muốn đóng góp một phần nhỏ bé kiến thức của mình vào hoạt động thực tế nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Bắc Á. Tác giả mong muốn những ý kiến, giải pháp của mình trong luận văn này sẽ có cơ hội thử nghiệm tại Ngân hàng Bắc Á cũng như các Ngân hàng thương mại khác và thông qua đó góp phần nâng cao vị thế của Ngân hàng Bắc Á trong công tác huy động vốn.

Với những đặc điểm phức tạp và thường xuyên thay đổi của thị trường tiền tệ trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, hoạt động huy động vốn cần phải được nghiên cứu sâu hơn kết hợp cùng với hoạt động sử dụng vốn để có thể đạt được hiệu quả. Trong khuôn khổ luận văn thạc sỹ không thể tránh khỏi những hạn chế và thiếu sót, tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng

góp của các thầy cô và những người quan tâm để có thể hoàn thiện hơn đề tài nghiên cứu này.

Tôi xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của Tiến sĩ Võ Duy Khương và các thầy cô giáo khoa Tài chính – Ngân hàng trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng; các anh chị ở Ngân hàng TMCP Bắc Á đã giúp đỡ tôi hoàn thành cuốn luận văn này.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Võ Thị Thúy Anh (2010), “*Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*”, Nhà xuất bản tài chính, Đà Nẵng.
- [2] Phan Thị Thu Hà (2006), “*Giáo trình Ngân hàng thương mại*”, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- [3] Nguyễn Minh Kiều (2006), “*Nghiệp vụ ngân hàng*”, Nhà xuất bản thống kê, TP. Hồ Chí Minh.
- [4] Học viện Ngân hàng (2001), “*Lý thuyết tiền tệ và Ngân hàng*”, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- [5] Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2002), *Quyết định 1287/2002/QĐ-Ngân hàng Nhà nước của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế phát hành giấy tờ có giá của tổ chức tín dụng để huy động vốn trong nước*, Hà nội
- [6] Báo cáo thường niên của Ngân hàng TMCP Bắc Á các năm từ 2008 – 2011.
- [7] David Cox (1994), “*Nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại*”, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
- [8] F. Rederic S.Myshkin, “*Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính*”, Nhà xuất bản Khoa học kỹ thuật.
- [9] Peters. Rose (2004), “*Quản trị Ngân hàng thương mại*”, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
- [10] Các website:
<http://www.sbv.gov.vn> Ngân hàng Nhà nước Việt Nam
<http://www.vneconomy.com.vn> Thời báo Kinh tế Việt Nam

