

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TẠI KON TUM



PHOTHISALATH SOUKSAMAI

BÁO CÁO TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG
VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU - CHI NHÁNH
KON TUM**

Kon Tum, tháng 05 năm 2022

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TẠI KON TUM



BÁO CÁO TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG
VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU - CHI NHÁNH
KON TUM**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO
HỌ TÊN SINH VIÊN : POTHISALATH SOUKSAMAI
LỚP : K12NH
MSSV : 1817340201023

Kon Tum, tháng 05 năm 2022

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan báo cáo tốt nghiệp là của chính em thực hiện.

Bài báo cáo này là kết quả của quá trình thực tập tại Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum và sự hướng dẫn của cô Nguyễn Thị Phương Thảo. Nội dung bài báo cáo có tham khảo các tài liệu từ các anh chị tại phòng quan hệ khách hàng cá nhân ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum.

Em xin chịu trách nhiệm hoàn toàn về bài báo cáo này.

Kon Tum, ngày tháng 4 năm 2022

Sinh viên thực hiện

Phothisalath Souksamai

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	iii
DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ.....	iv
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	1
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
5. Kết cấu đề tài	2
CHƯƠNG 1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ NGUỒN VỐN KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	3
1.1. NGUỒN VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NHTM.	3
1.1.1. Khái niệm vốn kinh doanh của NHTM	3
1.1.2. Các nguồn vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng	3
1.1.3. Vai trò của vốn đối với hoạt động kinh doanh của NHTM.....	5
1.2. HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG	6
1.2.1. Khái niệm hoạt động huy động vốn	6
1.2.2. Tầm quan trọng của hoạt động huy động vốn	7
1.2.3. Các hình thức huy động vốn của NHTM	8
1.3. CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM.....	12
1.3.1. Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn.....	12
1.3.2. Quy mô, cơ cấu nguồn vốn huy động.....	12
1.3.3. Dư nợ trên tổng vốn huy động.....	13
1.3.4. Chi phí huy động vốn	13
1.3.5. Hiệu quả sinh lời của vốn huy động	14
1.4. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM.....	15
1.4.1. Nhân tố khách quan	15
1.4.2. Nhân tố chủ quan.....	16
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN KINH DOANH TẠI NGÂN HÀNG Á CHÂU – CHI NHÁNH KONTUM.....	19
2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM	19
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum.....	19
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB- CN Kon Tum	23
2.1.3. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng ACB- CN Kon Tum	24
2.2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng ACB- CN Kon Tum.....	25
2.2. THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM GIAI ĐOẠN 2018 - 2020	26

2.2.1. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	26
2.2.2. Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum.....	27
2.2.3. Một số chỉ tiêu về chất lượng huy động vốn tại ngân hàng ACB – CN Kon Tum	29
2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM.....	30
2.3.1. Những kết quả đã đạt được.....	31
2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân.....	32
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM ..	34
3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA ACB – CHI NHÁNH KON TUM.....	34
3.2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHTMCP ACB-CN KON TUM.....	34
3.2.1. Áp dụng cơ chế lãi suất huy động linh hoạt	34
3.2.2. Thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng	35
3.2.3. Phát huy trình độ đội ngũ cán bộ, nhân viên	35
3.2.4. Đa dạng hóa các hình thức huy động tiền gửi	36
3.2.5. Phát triển hệ thống dịch vụ.....	36
3.2.6. Tăng cường hoạt động Marketing Ngân hàng.....	36
3.3. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ	36
3.3.1. Khuyến nghị đối với Nhà nước	36
3.3.2. Khuyến nghị đối với NHTMCP ACB – CN Kon Tum	37
KẾT LUẬN.....	38
TÀI LIỆU THAM KHẢO	
THÔNG TIN DOANH NGHIỆP	
BẢNG ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH THỰC TẬP CỦA SINH VIÊN	
GIẤY XÁC NHẬN CỦA KHOA VÀ GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	TỪ VIẾT TẮT	TỪ VIẾT ĐẦY ĐỦ
1	ACB	Ngân hàng Thương mại cổ phần Á Châu
2	NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
3	NHTM	Ngân hàng thương mại
4	CN	Chi nhánh
5	VHĐ	Vốn huy động
6	NHNN	Ngân hàng nhà nước
7	SXKD	Sản xuất kinh doanh
8	KH	Khách hàng
9	NVHĐ	Nguồn vốn huy động
10	TCKT	Tổ chức kinh tế
11	TGTT	Tiền gửi thanh toán
12	NH	Ngân hàng

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Số hiệu	Tên bảng	Trang
2. 1	Kết quả hoạt động kinh doanh ngân hàng ACB – CN Kon Tum	25
2. 2	Biến động của nguồn vốn huy động qua các thời điểm	26
2. 3.	Cơ cấu huy động nguồn vốn theo kỳ hạn của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 – 2020	27
2.4	Cơ cấu nguồn vốn có kỳ hạn	27
2. 5	Cơ cấu nguồn vốn huy động theo nguồn huy động của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 – 2020	28
2.6	Tổng dư nợ trên nguồn vốn huy động của ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	29
2. 7	Chi phí huy động vốn /tổng vốn huy động của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	30

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hiện nay, nền kinh tế của thế giới nói chung và nền kinh tế đất nước Việt Nam nói riêng đang chịu ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh. Rất nhiều ngành nghề bị đóng băng, tuy nhiên thì hoạt động của các ngân hàng vẫn được duy trì và phát triển, các ngân hàng trong nước vẫn có kết quả kinh doanh lãi. Nhờ vậy mà hoạt động ngành ngân hàng có đóng góp rất nhiều vào nền kinh tế. Trong đó, ngân hàng huy động vốn dư thừa của các cá nhân tổ chức sau đó cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp có nhu cầu vay vốn để duy trì được hoạt động kinh doanh của mình giúp cho họ có thể ổn định hơn trong thời kỳ khủng hoảng.

Ngân hàng Thương mại cổ phần Á Châu (ACB) là một trong những ngân hàng tại Việt Nam cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đa dạng đáp ứng nhu cầu của rất nhiều cá nhân và doanh nghiệp. Cùng với đó, Ngân hàng có một hệ thống rộng rãi các chi nhánh cũng như các điểm giao dịch trên các tỉnh thành của đất nước, nhờ đó có thể tiếp cận được khách hàng (KH) một cách nhanh chóng và tiện lợi.

Tiềm lực về vốn trong nền kinh tế là rất lớn nhưng để thu hút được là điều không đơn giản, vì trên thị trường ngày càng có nhiều các NHTM, các tổ chức tài chính (quỹ tiết kiệm bưu điện, quỹ tín dụng, công ty bảo hiểm...) cạnh tranh nhau phát triển, gây khó khăn cho công tác huy động vốn của các NHTM nói chung và Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum nói riêng. Nhu cầu vốn đầu tư ngày càng tăng của nền kinh tế cũng tương đương với việc huy động vốn của các NHTM phải được tăng cường, mở rộng cho phù hợp. Do vậy, trong thời gian tới để phát huy hơn nữa vai trò của mình và đáp ứng cho sự phát triển của nền kinh tế cũng như cho chính bản thân hệ thống ngân hàng, việc huy động vốn cho kinh doanh trong tương lai chắc chắn sẽ được đặt lên hàng đầu đối với các NHTM và Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum cũng không là ngoại lệ. Vấn đề tìm ra những giải pháp để hoàn thiện hoạt động huy động vốn là rất thiết thực và cấp bách.

Đó là lí do em quyết định chọn ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum để nghiên cứu về các nghiệp vụ mà ngân hàng đang hoạt động hiện nay. Đồng thời lựa chọn đề tài cụ thể để nghiên cứu chuyên sâu là: **“GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU - CHI NHÁNH KON TUM”** làm đề tài cho bài báo cáo tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về hoạt động huy động vốn của NHTM
- Phân tích đánh giá thực trạng chất lượng huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm tăng tăng trưởng nguồn vốn một cách ổn định, vững chắc, nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu vốn cho nền kinh tế, đảm bảo hiệu quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: nghiên cứu các vấn đề liên quan trực tiếp đến nghiệp vụ huy động vốn của NHTM và các hình thức huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Á Châu - CN Kon Tum.

Phạm vi nghiên cứu: hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Á Châu - CN Kon Tum trong giai đoạn 2019 - 2021.

4. Phương pháp nghiên cứu

Bài báo cáo sử dụng các phương pháp nghiên cứu: phương pháp thu nhập thông tin kết hợp với phương pháp thống kê, phân tích, so sánh, tổng hợp nhằm giải quyết mối quan hệ giữa lý luận và thực tiễn, luận giải các vấn đề có liên quan đến nội dung đề tài.

5. Kết cấu đề tài

Kết cấu đề tài gồm có ba phần:

Chương 1: Lý luận chung về nguồn vốn kinh doanh của ngân hàng thương mại

Chương 2: Thực trạng hoạt động huy động vốn kinh doanh tại ngân hàng ACB – chi nhánh Kon Tum.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tại ngân hàng ACB chi nhánh Kon Tum

Em xin chân thành cảm ơn.

CHƯƠNG 1

LÝ LUẬN CHUNG VỀ NGUỒN VỐN KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. NGUỒN VỐN TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NHTM.

1.1.1. Khái niệm vốn kinh doanh của NHTM

Các nhà kinh tế đưa ra định nghĩa về vốn của NHTM như sau:

Vốn của Ngân hàng thương mại là những giá trị tiền tệ do bản thân Ngân hàng thương mại tạo lập hoặc huy động được, dùng để cho vay, đầu tư hoặc thực hiện các dịch vụ kinh doanh khác.

Nguồn vốn của ngân hàng thương mại phần lớn do thu nhập quốc dân tạm thời nhàn rỗi trong sản xuất kinh doanh được gửi vào Ngân hàng với các mục đích khác nhau. Ngân hàng đóng vai trò tập trung nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế để chuyển đến các nhà đầu tư có nhu cầu về vốn để phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh qua đó thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Ngân hàng và các hoạt động về nguồn vốn quyết định trực tiếp đến sự tồn tại và phát triển của các Ngân hàng thương mại. Nguồn vốn đóng vai trò chi phối và quyết định đối với các hoạt động của các ngân hàng thương mại trong việc thực hiện các chức năng của mình.

1.1.2. Các nguồn vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng

Vốn nói chung của Ngân hàng thương mại bao gồm: Vốn tự có, Vốn huy động, Vốn đi vay, Vốn khác. Mỗi loại vốn đều có những tính chất, vai trò riêng trong tổng nguồn vốn hoạt động của Ngân hàng và đều có những tác động ít nhiều đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại.

a. Vốn tự có.

Để bắt đầu hoạt động ngân hàng (được pháp luật cho phép) chủ ngân hàng phải có một lượng vốn nhất định. Đây là loại vốn ngân hàng có thể sử dụng lâu dài, hình thành trang thiết bị, cơ sở vật chất, nhà cửa... cho ngân hàng. Đối với mỗi ngân hàng, nguồn hình thành và nghiệp vụ hình thành loại vốn rất đa dạng tùy theo tính chất sở hữu, năng lực tài chính của chủ ngân hàng, yêu cầu và sự phát triển của thị trường. Đây là nguồn vốn khá quan trọng, nó tạo uy tín cho chính ngân hàng; đồng thời, tạo được cảm giác an toàn cho khách hàng khi đến giao dịch.

Vốn tự có là vốn thuộc sở hữu của ngân hàng. Nếu là NHTM quốc doanh thì vốn này do ngân sách chuyển sang, nếu là NHTM cổ phần thì vốn này là do các cổ đông góp vốn, nếu là ngân hàng liên doanh thì do vốn góp của các bên đối tác, còn nếu là chi nhánh của ngân hàng nước ngoài thì vốn này là của ngân hàng nước ngoài đưa vào. Vốn tự có bao gồm:

Vốn điều lệ: Là vốn mà NHTM phải có để đi vào hoạt động, được ghi trong văn bản pháp quy và vốn điều lệ tối thiểu phải bằng vốn pháp định (vốn pháp định là mức vốn tối thiểu phải có để thành lập ngân hàng do pháp luật quy định).

Các quỹ dự trữ: được trích từ lợi nhuận hàng năm bổ sung vào vốn tự có, bao gồm: quỹ dự trữ để bổ sung vốn pháp định và quỹ dự trữ đặc biệt để dự phòng bù đắp rủi ro.

Vốn khác: như chênh lệch do đánh giá lại tài sản (chênh lệch tỷ giá ngoại tệ, chênh lệch giá vàng, đá quý),...

Vốn tự có là nguồn vốn ổn định, nó chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn hoạt động kinh doanh của ngân hàng nhưng vốn tự có có vai trò khá quan trọng vì nó phản ánh được sự “giàu có và vững chắc” cả một ngân hàng, vừa là cơ sở pháp lý vừa là nguồn bảo đảm tiền gửi của khách hàng, nó là cơ sở để khẳng định sức mạnh, vị thế của một hút và duy trì quan hệ ngân hàng đối với các đối thủ cạnh tranh khác trong việc thu với khách hàng gửi tiền.

Tuy nhiên, không phải vốn tự có càng lớn thì ngân hàng càng hoạt động tốt mà cần phải hòa hợp sao cho lợi tức mà ngân hàng nhận được không quá ít nhưng đồng thời sức mạnh, vị thế của ngân hàng vẫn đảm bảo tính cạnh tranh.

Vốn tự có được gia tăng trong quá trình hoạt động, song vẫn luôn chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn và nguồn vốn kinh doanh chủ yếu của ngân hàng vẫn là nguồn vốn huy động.

b. Vốn huy động.

Vốn huy động của NHTM được xem là những giá trị tiền tệ mà Ngân hàng huy động được từ các tổ chức kinh tế và các cá nhân trong xã hội thông qua việc thực hiện các nghiệp vụ huy động vốn và được dùng làm vốn kinh doanh. Trong thực tế, ngân hàng có thể sử dụng nhiều công cụ huy động vốn khác nhau nhưng nhìn chung vẫn tập chung chủ yếu vào các công cụ sau:

❖ Nhận tiền gửi:

Tiền gửi tại NHTM bao gồm có *tiền gửi có kỳ hạn* và *tiền gửi không kỳ hạn*. Trong đó:

- *Tiền gửi không kỳ hạn*: là tiền gửi mà người gửi có thể rút ra sử dụng bất cứ lúc nào và ngân hàng có trách nhiệm phải thoả mãn yêu cầu đó của khách hàng. Do tính lỏng cao như vậy nên loại tiền gửi này thường được ngân hàng trả lãi thấp hoặc không được trả lãi và bao gồm hai loại đó là: Tiền gửi thanh toán và tiền gửi thanh toán thuận tuý.

- *Tiền gửi có kỳ hạn*: khác với tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn là loại tiền gửi có sự thoả thuận trước giữa khách hàng và Ngân hàng về thời gian rút tiền. Phần lớn nguồn tiền gửi này có nguồn gốc từ tích lũy và xét về bản chất chúng được gửi vào Ngân hàng với mục đích hưởng lãi.

❖ Nhận tiền gửi tiết kiệm:

Về bản chất, tiền gửi tiết kiệm là một bộ phận thu nhập của người lao động chưa sử dụng cho tiêu dùng, họ gửi vào ngân hàng với mục đích tích lũy tiền một cách an toàn và hưởng lãi trên khoản tiền gửi đó. Trên thực tế, trong nền kinh tế thị trường tiền gửi tiết kiệm được phát triển dưới hai hình thức đó là: *Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn* và *tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn*.

- *Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn* là loại tiền gửi mà người gửi có thể rút ra bất cứ lúc nào song không được sử dụng cho việc thanh toán.

- *Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn* là loại tiền gửi có sự thoả thuận giữa Ngân hàng và người gửi về thời gian rút tiền (thường có lãi suất cao hơn tiền gửi không kỳ hạn).

❖ Các nguồn huy động khác:

Bên cạnh nghiệp vụ nhận tiền gửi, các NHTM còn sử dụng một số nghiệp vụ trên thị trường mở để huy động vốn như: phát hành chứng chỉ tiền gửi và trái phiếu.... Thực chất các nghiệp vụ này là ngân hàng huy động vốn từ nền kinh tế bằng việc phát hành các chứng từ có giá. Trong đó, chứng chỉ tiền gửi là công cụ nợ ngắn hạn và trái phiếu là công cụ nợ trung và dài hạn. Việc phát hành hai loại phiếu nợ này tùy thuộc vào mục đích huy động vốn của Ngân hàng cũng như sự chấp thuận của Ngân hàng Trung ương.

c. Vốn đi vay

Đây là vốn được hình thành trên quan hệ vay mượn giữa Ngân hàng thương mại với Ngân hàng Trung ương hoặc với các tổ chức tín dụng khác. Nguồn vốn này thường được sử dụng khi Ngân hàng đã sử dụng hết lượng vốn khả dụng mà vẫn không đủ vốn hoạt động kinh doanh (hay thiếu vốn khả dụng). Thông thường, NHTM sẽ ưu tiên việc vay từ các tổ chức tín dụng trong nền kinh tế trước, sau đó mới đến vay Ngân hàng Trung ương, có nghĩa là NHTM chỉ vay Ngân hàng Trung ương khi đã thực hiện các biện pháp tài chính cần thiết mà vẫn không tìm kiếm đủ vốn đáp ứng cho nhu cầu sử dụng của ngân hàng.

d. Vốn khác

Ngoài các hình thức huy động và vay vốn như trên, NHTM còn có thể tạo lập vốn kinh doanh cho mình thông qua việc thực hiện một số nghiệp vụ như: làm trung gian thanh toán, làm nghiệp vụ đại lý... qua đó Ngân hàng có thể sử dụng một lượng vốn tạm thời nhàn rỗi đáng kể trong quá trình thu hộ hoặc chi hộ khách hàng.

Tóm lại, trong cơ cấu vốn kinh doanh của NHTM, vốn huy động có thể nói là chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn của Ngân hàng, điều này hoàn toàn phù hợp về mặt cơ sở lý luận vì Ngân hàng thương mại luôn được xem là doanh nghiệp kinh doanh đồng vốn, lấy vốn vay để cho vay. Như vậy, vốn huy động là công cụ chính trong hoạt động kinh doanh của các NHTM, giữ vị trí quan trọng trong hoạt động kinh doanh của Ngân hàng, quyết định trực tiếp tới những nguồn lợi cũng như uy tín của Ngân hàng.

1.1.3. Vai trò của vốn đối với hoạt động kinh doanh của NHTM

a. Vốn là cơ sở nền tảng để NHTM hoạt động kinh doanh.

Như đã biết, vốn là điều kiện tiên quyết để các doanh nghiệp duy trì và phát triển sản xuất kinh doanh, đồng thời là cơ sở để phân phối và đánh giá hiệu quả các hoạt động kinh tế. Đối với Ngân hàng, vốn còn là cơ sở nền tảng để tiến hành tổ chức mọi hoạt động kinh doanh. Thật vậy, với đặc trưng của Ngân hàng là tổ chức kinh doanh loại hàng hoá đặc biệt trên thị trường tiền tệ và thị trường vốn thì vốn không còn đơn thuần là phương tiện kinh doanh mà nó còn là đối tượng kinh doanh chính của NHTM, trực tiếp quyết định tới quy mô hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Như vậy, những Ngân hàng có vốn lớn sẽ có nhiều thế mạnh trong kinh doanh, ngược lại những Ngân hàng không có hoặc có ít vốn cũng đồng nghĩa với việc gặp nhiều khó khăn khi tiến hành kinh doanh.

b. Quyết định khả năng cạnh tranh của NHTM.

Những NHTM có quy mô lớn, trình độ nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên cao cũng như trang bị phương tiện kỹ thuật hiện đại là tiền đề quan trọng cho việc thu hút vốn. Đồng thời khả năng vốn lớn lại là điều kiện thuận lợi đối với Ngân hàng trong việc mở rộng quan hệ tín dụng với các tổ chức kinh tế xã hội trong nền kinh tế. Khi đó, Ngân hàng sẽ thu hút được ngày càng nhiều khách hàng đến với ngân hàng, kết quả là doanh số hoạt động của Ngân hàng sẽ tăng lên nhanh chóng và Ngân hàng sẽ có nhiều thuận lợi hơn trong kinh doanh. Mặt khác, vốn lớn sẽ giúp cho Ngân hàng có đủ khả năng tài chính để kinh doanh đa dạng trên thị trường, mở rộng các lĩnh vực kinh doanh như: kinh doanh chứng khoán, kinh doanh dịch vụ thuê mua... chứ không chỉ dừng lại ở dịch vụ cho vay đơn thuần. Và chính các hình thức kinh doanh đa dạng này đã góp phần phân tán giảm thiểu rủi ro, tạo thêm vốn cũng như tăng sức cạnh tranh cho NHTM trên thị trường.

c. Đảm bảo khả năng thanh toán và uy tín của NHTM.

Trong hoạt động Ngân hàng, uy tín có thể nói là yếu tố quan trọng, quyết định trực tiếp đến sự sống còn của Ngân hàng. Uy tín của ngân hàng trong kinh doanh được thể hiện trước hết ở khả năng sẵn sàng thanh toán chi trả cho khách hàng. Khả năng thanh toán chi trả của Ngân hàng càng cao thì uy tín cũng như vốn khả dụng của ngân hàng càng lớn. Hay nói cách khác, khả năng thanh toán của Ngân hàng tỷ lệ thuận với lượng vốn của Ngân hàng nói chung và vốn khả dụng của Ngân hàng nói riêng.

Như vậy, với khả năng cung ứng vốn lớn, các NHTM có thể tiến hành hoạt động kinh doanh với quy mô ngày càng mở rộng, cạnh tranh có hiệu quả nhưng đồng thời lại giữ được chữ tín và nâng cao danh tiếng của Ngân hàng.

d. Quyết định quy mô hoạt động kinh doanh của NHTM.

Thực tế đã chứng minh, những Ngân hàng có vốn lớn thường có khoản mục đầu tư và cho vay đa dạng hơn rất nhiều so với những Ngân hàng có quy mô vốn nhỏ, phạm vi và khối lượng cho vay của các Ngân hàng này cũng lớn hơn. Thật vậy, trong khi các NHTM lớn có thể cho vay tại thị trường trong nước thậm chí là cả thị trường quốc tế thì các NHTM nhỏ lại bị giới hạn trong phạm vi hẹp, thường là thị trường khu vực, thị trường địa phương. Hơn nữa, do lượng vốn hạn hẹp nên các NHTM nhỏ sẽ không phản ứng nhanh nhạy trước những tình huống biến động về lãi suất thị trường, từ đó tác động đến khả năng thu hút vốn đầu tư từ các tầng lớp dân cư và các thành phần kinh tế. Vì vậy, khi khả năng vốn của NHTM dồi dào thì chắc chắn ngân hàng sẽ mở rộng và đáp ứng được nhu cầu vay vốn, có điều kiện để mở rộng thị trường tín dụng, tăng đều khả năng thanh toán và dịch vụ Ngân hàng.

1.2. HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG

1.2.1. Khái niệm hoạt động huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là một trong những hoạt động chủ yếu và quan trọng nhất của NHTM. Hoạt động này mang lại nguồn vốn để Ngân hàng có thể thực hiện các hoạt động khác như cấp tín dụng và cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng.

Có thể tạm thời đưa ra định nghĩa như sau: “Hoạt động huy động vốn của các NHTM là hoạt động mà trong đó các ngân hàng này tìm kiếm nguồn vốn khả dụng từ các chủ thể khác nhằm đảm bảo sự vận hành bình thường, hiệu quả của bản thân nó theo đúng các quy định pháp luật” [Giáo trình quản trị ngân hàng thương mại, PGS.TS Nguyễn Thị Mùi].

Nghiệp vụ huy động vốn có thể hiểu là nghiệp vụ mà ngân hàng thông qua uy tín và các hoạt động kinh doanh của mình tiến hành huy động các nguồn vốn nhàn rỗi từ các thành phần kinh tế trong xã hội, tạo ra nguồn vốn kinh doanh cho mình, góp phần ổn định lưu thông tiền tệ, ổn định giá trị đồng tiền, kiềm chế lạm phát, ...

1.2.2. Tầm quan trọng của hoạt động huy động vốn

Hoạt động huy động vốn tuy không mang lại lợi nhuận trực tiếp cho Ngân hàng nhưng nó là hoạt động rất quan trọng. Không có hoạt động huy động vốn xem như không có hoạt động của NHTM. Một NHTM khi được cấp phép thành lập, phải có vốn điều lệ theo quy định. Tuy nhiên vốn điều lệ chỉ đủ tài trợ cho tài sản cố định như trụ sở, văn phòng, máy móc, thiết bị cần thiết cho hoạt động chứ chưa đủ vốn để Ngân hàng có thể thực hiện các hoạt động kinh doanh như cấp tín dụng và các dịch vụ khác của Ngân hàng. Để có vốn phục vụ cho các hoạt động này Ngân hàng phải huy động vốn từ khách hàng. Do vậy, hoạt động huy động vốn có ý nghĩa quan trọng đối với nền kinh tế, đối với bản thân NHTM cũng như đối với khách hàng.

❖ Đối với nền kinh tế:

Hoạt động huy động vốn của NHTM đã góp phần thực hiện chính sách tiền tệ, kiềm chế lạm phát. Kinh nghiệm ở các nước phát triển cho thấy: để ổn định tiền tệ, kiềm chế lạm phát, Nhà nước phải sử dụng đồng bộ các giải pháp về kinh tế, tài chính, tiền tệ và một trong những biện pháp khá hữu hiệu là không ngừng tăng cường vốn trong nền kinh tế nhất là nguồn vốn huy động của hệ thống NHTM. Thông qua các nghiệp vụ: nhận tiền gửi, phát hành giấy tờ có giá, đi vay... ngân hàng đã huy động được một lượng vốn khá lớn trong nền kinh tế, giúp giảm bớt lượng tiền mặt lưu thông, qua đó góp phần giảm áp lực tăng giá cả từ đó giúp ổn định giá trị đồng nội tệ.

Qua hoạt động huy động vốn sẽ giúp huy động được các nguồn vốn nhỏ lẻ trong xã hội phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh, phát triển kinh tế quốc dân, đóng góp tích cực cho sự nghiệp Công nghiệp hóa- hiện đại hóa đất nước. Bởi lẽ, nó khuyến khích dân cư, các tổ chức kinh tế tăng cường tiết kiệm, tích lũy tiêu dùng từ đó tăng nguồn nội lực cho quốc gia, tạo đà tăng trưởng kinh tế. Đồng thời, mang lại cho họ một khoản thu nhập từ lãi, qua đó góp phần ổn định, nâng cao đời sống cho người gửi tiền, kích thích tiêu dùng làm tăng sức mua của xã hội.

Hoạt động huy động là cơ sở cho hoạt động cho vay mà từ đó các dự án khả thi được thực hiện khiến cho các ngành nghề mới được ra đời, các doanh nghiệp mở rộng sản xuất kinh doanh tạo thêm công ăn việc làm giúp tăng thêm thu nhập, cải thiện đời sống cho người lao động.

Ngoài ra, hoạt động huy động vốn qua hoạt động phát hành giấy tờ có giá, NHTM đã tạo thêm hàng hóa cho thị trường vốn, thúc đẩy thị trường tài chính, tiền tệ phát triển.

❖ **Đối với bản thân NHTM:**

Hoạt động huy động vốn giúp NHTM mở rộng quan hệ với nhiều đối tượng khách hàng, biết được nhu cầu về sản phẩm, dịch vụ của từng đối tượng khách hàng. Mặt khác, hoạt động huy động vốn có hiệu quả sẽ giúp hoạt động kinh doanh của NHTM không bị ngưng trệ. Do thiếu vốn ngân hàng buộc phải từ chối cho vay, đầu tư trong khi các khoản cho vay, đầu tư này sẽ mang lại thu nhập cao cho ngân hàng. Như vậy ngân hàng sẽ mất đi cơ hội kinh doanh, mất khách hàng tốt, và hơn nữa làm giảm uy tín của ngân hàng.

❖ **Đối với khách hàng:**

Hoạt động huy động vốn không chỉ có ý nghĩa quan trọng đối với bản thân các ngân hàng mà còn có ý nghĩa quan trọng đối với khách hàng. Đối với khách hàng, hoạt động huy động vốn cung cấp cho họ một kênh tiết kiệm và đầu tư làm cho tiền của họ sinh lời, tạo cho họ có thể tiêu dùng trong tương lai. Mặt khác, hoạt động huy động vốn còn cung cấp cho khách hàng một nơi an toàn để họ cất trữ và tích lũy vốn tạm thời nhàn rỗi. Cuối cùng nghiệp vụ huy động vốn giúp cho khách hàng có cơ hội tiếp cận với các dịch vụ khác của Ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ thanh toán qua ngân hàng và các dịch vụ tín dụng khi khách hàng cần vốn cho sản xuất, kinh doanh hoặc cần tiền cho tiêu dùng.

Tóm lại: Hoạt động huy động vốn của NHTM sẽ ảnh hưởng tới khả năng thanh toán, quy mô cũng như phạm vi hoạt động của ngân. Huy động vốn là nghiệp vụ truyền thống của NHTM tồn tại trong quá trình kinh doanh. Do vậy, dù thừa hay thiếu vốn, NHTM vẫn phải duy trì bền vững nghiệp vụ này. Tuy nhiên, tùy theo từng mục tiêu trong từng thời kỳ khác nhau NHTM cần lựa chọn cho mình chiến lược huy động vốn cho phù hợp và đem lại hiệu quả cao.

1.2.3. Các hình thức huy động vốn của NHTM

Sau khi đã sử dụng hết lượng vốn tự có nhưng vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu giao dịch, thanh toán của khách hàng thì các NHTM phải tiến hành huy động vốn từ bên ngoài. Thông thường nguồn vốn huy động này chiếm một tỷ trọng tương đối lớn trong kết cấu nguồn vốn của ngân hàng, nó rất cần thiết và không thể thiếu, đảm bảo cho Ngân hàng có thể hoạt động một cách bình thường. Quá trình huy động vốn của NHTM chủ yếu dưới các hình thức sau:

a. Căn cứ theo kỳ hạn

❖ Tiền gửi không kỳ hạn

Tiền gửi không kỳ hạn (còn gọi là tiền gửi giao dịch) là loại tiền gửi mà khách hàng gửi vào ngân hàng với mục đích chính là đảm bảo an toàn về tài sản và sử dụng các dịch vụ thanh toán do ngân hàng cung cấp để thực hiện các khoản chi trả trong hoạt động sản xuất kinh doanh hay tiêu dùng hơn là mục tiêu sinh lời.

Ngân hàng theo dõi tiền gửi giao dịch trên hai nhóm tài khoản:

Tài khoản tiền gửi không kỳ hạn: khách hàng là doanh nghiệp và cá nhân hay còn gọi là tài khoản tiền gửi thanh toán, đây là loại tiền gửi mà khách hàng có thể gửi tiền vào

và rút tiền ra bất cứ lúc nào. Với loại tài khoản này, quyền sử dụng tiền trên tài khoản không thể vượt quá số dư có của tài khoản tại thời điểm chủ tài khoản có nhu cầu. Do đó, tài khoản này chỉ được phép có số dư có, và bên có của tài khoản phản ánh các khoản tiền của khách hàng gửi vào, chuyển vào bên nợ thì phản ánh các khoản chi tiêu của khách hàng. Như vậy, quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng trên tài khoản này luôn là quan hệ giữa chủ nợ (khách hàng) và con nợ (ngân hàng). Thông qua tài khoản này, ngân hàng có thể cung cấp thêm các dịch vụ bổ sung đi kèm như: dịch vụ thanh toán thẻ, ATM,... vừa đa dạng danh mục sản phẩm vừa tăng thu nhập cho ngân hàng vừa giảm được lượng tiền mặt trong lưu thông đồng thời ngân hàng cũng tập trung được nguồn vốn to lớn đáp ứng nhu cầu đầu tư sản xuất kinh doanh góp phần tăng trưởng kinh tế.

Tóm lại, tiền gửi thanh toán là nguồn vốn có tiềm năng, chi phí rẻ, không phải chịu áp lực cạnh tranh với các tổ chức tài chính phi ngân hàng. Tuy nhiên, ngân hàng không thể sử dụng phần lớn nguồn vốn này để cho vay trung, dài hạn, ngân hàng cũng không thể giảm chi phí lãi, và đây là một nguồn khó thu hút vì phần lớn dân chúng vẫn còn thói quen giữ tiền ở nhà và sử dụng tiền mặt.

Tài khoản vãng lai: đối với tài khoản tiền gửi thanh toán, chủ tài khoản được quyền ra lệnh cho ngân hàng chi trả trong phạm vi số tiền đã gửi vào, còn đối với tài khoản vãng lai, thường áp dụng đối với những khách hàng có uy tín, ngân hàng có thể cho thấu chi đến hạn mức phù hợp với thu nhập bình quân của chủ tài khoản hầu đảm bảo khả năng trả nợ. Do đó, tài khoản này có thể có số dư có hoặc số dư nợ. Bên có của tài khoản phản ánh số tiền mà khách hàng gửi vào hay thu vào như: nộp tiền mặt, séc, chuyển tiền đến, chiết khấu, ủy thác thu cổ tức, lợi tức lãi tiền gửi,...., còn bên nợ thì phản ánh số tiền khách hàng rút ra sử dụng như rút tiền mặt, thanh toán séc, thẻ, ủy nhiệm chi, trả phí, lãi,....luôn cả các khoản ngân hàng trả thay cho khách hàng.

Đặc điểm của loại tiền gửi giao dịch này là ngân hàng luôn ở thế bị động bởi khách hàng có quyền gửi tiền vào hoặc rút tiền ra bất cứ lúc nào trong phạm vi số dư tài khoản mà ngân hàng không thể biết trước, ngân hàng chỉ sử dụng tiền tạm thời trong thời gian nó nhàn rỗi để làm nguồn vốn, khách hàng giữ thế chủ động trong khi ngân hàng lại bị động trong việc sử dụng, vì thế ngân hàng phải duy trì một mức dự trữ lớn để có thể đáp ứng nhu cầu rút tiền bất ngờ của khách hàng.

Ngân hàng phải có trách nhiệm thực hiện các khoản chi trả cho khách hàng một cách kịp thời và chính xác, nếu không thực hiện đầy đủ trách nhiệm ấy thì coi như vi phạm hợp đồng và phải bồi thường thiệt hại theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên ngân hàng được quyền từ chối thanh toán nếu người gửi tiền vi phạm quy định quản lý tài khoản thanh toán và chế độ chứng từ kế toán.

Tiền gửi giao dịch là nguồn tiền gửi chiếm tỷ trọng lớn trong nguồn vốn huy động của ngân hàng. Theo xu hướng phát triển của nền kinh tế, các cá nhân, tổ chức trong xã hội ngày càng có nhu cầu thanh toán, giao dịch qua ngân hàng nhằm tiện lợi và an toàn. Các cá nhân có thể chuyển các khoản thu nhập của mình hàng tháng vào tài khoản giao dịch ở ngân hàng, sau đó sẽ thực hiện các giao dịch mua bán chi trả thông qua các dịch

vụ của ngân hàng. Các doanh nghiệp cũng vậy, khi nền kinh tế phát triển, các hoạt động phát sinh nhiều hơn, nhu cầu về tài chính của doanh nghiệp được phản ánh thông qua tài khoản tại ngân hàng. Do đó, tiền gửi giao dịch có xu hướng ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong nguồn vốn của ngân hàng.

Tiền gửi không kỳ hạn là nguồn vốn rẻ nhất trong nguồn vốn huy động của ngân hàng. So với các loại tiền gửi khác thì tiền gửi thanh toán được xếp vào loại tiền gửi không kỳ hạn, có lãi suất thấp nhất trong các loại tiền gửi, vì thế chi phí cho loại tiền gửi này thuộc vào loại thấp nhất. Tuy nhiên cần phải quan tâm đến chi phí giao dịch mà lớn nhất là các khoản đầu tư vào thiết bị công nghệ ngân hàng, chi phí bảo hiểm tiền gửi, quảng cáo, cơ sở vật chất,...

❖ Tiền gửi có kỳ hạn

Thông thường đây là những loại tiền gửi định kỳ như tiền gửi có kỳ hạn của các doanh nghiệp, tiền gửi tiết kiệm của cá nhân. Đối với loại tiền gửi này, khách hàng chỉ được rút tiền ra theo một kỳ hạn được quy định trước. Khách hàng gửi tiền sẽ được cấp một sổ tiền gửi, định kỳ được nhận lãi và nhận gốc khi đáo hạn, nhưng không được tham gia thanh toán không dùng tiền mặt.

Mục đích của người gửi là để được an toàn tài sản và hưởng lợi tức. Do đó ngân hàng phải trả lãi cao hơn so với tiền gửi không kỳ hạn và theo nguyên tắc thời hạn càng dài lãi suất càng cao. Khách hàng chỉ được hưởng toàn bộ số lãi nếu rút vốn đúng hạn. Tuy nhiên, khách hàng cũng có thể rút vốn trước hạn nhưng trong trường hợp này, người gửi tiền có thể vẫn hưởng lãi nhưng với lãi suất thấp hơn tùy theo chính sách của từng ngân hàng.

Đây là loại tiền gửi mà khách hàng chỉ được rút tiền ra theo một kỳ hạn được quy định trước nên có độ ổn định cao, nên ngân hàng thường áp dụng nhiều kỳ hạn khác nhau với nhiều mức lãi suất khác nhau để thu hút khách hàng. Tiền gửi có kỳ hạn là nguồn vốn có tính ổn định tương đối cao cho nên ngân hàng thường sử dụng vào các hoạt động cho vay và đầu tư có tính lâu dài và khả năng sinh lời cao. Chính vì điều này, các ngân hàng luôn chú trọng vào việc nâng cao tỷ trọng của loại tiền gửi này trong cơ cấu tổng nguồn vốn thông qua chính sách thu hút khách hàng.

b. Căn cứ theo đối tượng gửi tiền

❖ Nguồn vốn từ tổ chức kinh tế

- Là số tiền tạm thời nhàn rỗi phát sinh trong quá trình thực hiện sản xuất kinh doanh và nó được gửi tại ngân hàng. Đây là lượng tiền tạm thời được giải phóng khỏi quá trình luân chuyển vốn nhưng chưa có nhu cầu sử dụng hoặc sử dụng cho những mục tiêu định sẵn vào một thời điểm nhất định.

- Có các loại tiền gửi thuộc loại này như sau: Tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn. Tùy những loại tiền gửi khác nhau, với những đặc điểm khác nhau mà ngân hàng sẽ áp dụng một mức lãi suất theo nguyên tắc kỳ hạn càng dài thì lãi suất càng cao và ngược lại.

+ Tiền gửi không kỳ hạn:

Là khoản tiền mà khách hàng gửi vào ngân hàng nhưng khách hàng có thể rút ra bất cứ lúc nào và ngân hàng phải luôn đảm bảo yêu cầu này.

Mục đích của khách hàng khi gửi tiền vào ngân hàng là an toàn và hưởng các dịch vụ ngân hàng, tạo mối quan hệ với ngân hàng. Tỷ trọng tiền gửi không kỳ hạn của tổ chức kinh tế trong tổng nguồn vốn của ngân hàng cao và nguồn vốn này có tính ổn định tương đối cao vì bao giờ các tổ chức kinh tế cũng duy trì ít nhất ở một số dư nhất định. Đối với nguồn vốn này ngân hàng chỉ phải trả lãi thấp nhưng chi phí phi lãi rất cao. Đó là chi phí mua và vận hành ATM, chi phí phục vụ...

+ Tiền gửi có kỳ hạn:

Là khoản tiền khách hàng gửi vào ngân hàng mà có sự thoả thuận về thời hạn trong đó khách hàng không được rút trước hạn.

Đây là nguồn vốn mà khách hàng gửi vào ngân hàng với mục đích sinh lời là chủ yếu và ngân hàng phải trả lãi cao hơn tiền gửi không kỳ hạn. Đây là nguồn vốn có tính ổn định rất cao nhưng thường có thời hạn ngắn vì đây là những khoản tiền tạm thời nhàn rỗi trong quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và nguồn vốn này chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng nguồn vốn của ngân hàng.

❖ *Nguồn vốn từ cá nhân*

Là bộ phận thu nhập bằng tiền của cá nhân gửi tại ngân hàng. Nguồn này bao gồm: Tiền gửi tiết kiệm, tài khoản tiền gửi cá nhân, giấy tờ có giá phát hành.

+ Tiền gửi không kỳ hạn:

Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng với mục đích an toàn là chủ yếu và hưởng các dịch vụ của ngân hàng. Đối với nguồn vốn này chi phí trả lãi ngân hàng bỏ ra không đáng kể nhưng chi phí trả lãi rất cao. Ở các nước phát triển thì tỷ trọng nguồn vốn này rất cao nhưng các nước đang phát triển thì tỷ trọng này lại rất thấp do người dân chưa có thói quen sử dụng các dịch vụ của ngân hàng. Nguồn vốn từ tiền gửi không kỳ hạn của cá nhân có tính ổn định thấp do nhu cầu tiêu dùng của cá nhân không ổn định, khi cần khách hàng có thể rút tiền ra bất cứ lúc nào do đó ngân hàng phải chuẩn bị sẵn một khoản tiền để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

+ Tiền gửi có kỳ hạn:

Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng với mục đích sinh lời là chủ yếu. Tiền gửi có kỳ hạn của cá nhân chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng vốn huy động và là nguồn vốn chủ yếu để ngân hàng cho vay. Nguồn vốn này có tính ổn định cao nhất và ngân hàng phải trả lãi rất cao cho nguồn vốn này.

c. Phát hành trái phiếu ngân hàng

Trái phiếu ngân hàng là một công cụ nợ dài hạn của ngân hàng, với cam kết thanh toán gốc vào ngày đáo hạn và thanh toán lãi vào những thời gian xác định.

Trái phiếu dùng để huy động vốn trung và dài hạn phục vụ cho những kế hoạch phát triển kinh doanh có quy mô lớn và dài hạn với sự ổn định cao về thời hạn và lãi suất. Trong khi kỳ phiếu được phát hành ở từng chi nhánh với khung lãi suất, thời gian phát riêng biệt, trái phiếu được phát hành với quy mô lớn, đồng loạt trong hệ thống mỗi ngân hàng.

Trái phiếu gồm nhiều loại: trái phiếu ghi danh, trái phiếu không ghi danh, trả lãi trước, trả lãi sau, có thể chuyển nhượng... các loại trái phiếu có đặc trưng là mệnh giá được xác định trước, ngày đáo hạn được công bố khi phát hành.

Như vậy, trái phiếu, kỳ phiếu ngân hàng là những hình thức huy động rất tiện lợi, tùy theo tính cân đối nguồn vốn và cho vay từng thời kỳ với lãi suất hấp dẫn của NHTM. Không những chủ động thu gom một lượng vốn cần thiết đủ để đáp ứng nhu cầu vốn trong một thời gian ngắn mà còn có thể kiếm chế lạm phát, góp phần phát triển thị trường vốn, thị trường chứng khoán một cách hiệu quả.

1.3. CÁC CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM

1.3.1. Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn

Để thỏa mãn nhu cầu kinh doanh và tăng trưởng của ngân hàng, vốn huy động cần có sự tăng trưởng ổn định về số lượng qua từng năm. Đối với ngân hàng, tính ổn định về nguồn vốn rất quan trọng. Sự tăng trưởng ổn định về nguồn vốn giúp ngân hàng tránh phải đối mặt với vấn đề thanh khoản, tăng tính hiệu quả.

Chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng nguồn vốn phản ánh mức độ của huy động vốn giữa 2 thời gian nghiên cứu đã tăng hay giảm bao nhiêu lần hay bao nhiêu phần trăm.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng} = \frac{\sum \text{VHĐ kì này} - \sum \text{VHĐ kì trước}}{\text{VHĐ kì trước}} * 100 (\%)$$

1.3.2. Quy mô, cơ cấu nguồn vốn huy động

Quy mô nguồn vốn huy động cho ta biết quy mô cũng như vị thế của một ngân hàng. Trong khi đó, việc tính toán cơ cấu từng loại nguồn vốn trong tổng nguồn vốn của NHTM giúp ngân hàng đánh giá được sự phù hợp giữa cơ cấu nguồn vốn huy động với cơ cấu sử dụng vốn huy động. Cơ cấu nguồn vốn huy động của NHTM là tỷ trọng và mối quan hệ của từng loại nguồn vốn huy động so với tổng nguồn vốn của NHTM tại một thời điểm nhất định. NHTM hoạt động có hiệu quả khi nguồn vốn huy động có cơ cấu hợp lý. Chỉ tiêu này xác định kết cấu nguồn vốn huy động để phát hiện điểm mạnh, điểm yếu của ngân hàng trong kinh doanh. Ta có thể sử dụng công thức tính tỷ trọng từng loại nguồn vốn huy động trong tổng nguồn vốn huy động của NHTM để xác định cơ cấu từng nguồn vốn huy động của NHTM. Thuận tụy về mặt công thức thì:

$$\text{Tỷ trọng nguồn vốn thứ } i = \frac{\text{Số dư nguồn vốn thứ } i}{\text{Tổng nguồn vốn huy động của NHTM}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh quan hệ tỷ lệ giữa các loại vốn huy động, tính hợp lý trong quá trình huy động các loại vốn khác nhau. Cơ cấu vốn cần đa dạng, cân đối trong đó cần đảm bảo một tỷ lệ hợp lý giữa vốn huy động ngắn hạn với trung hạn và dài hạn, giữ nội tệ và ngoại tệ... mỗi nguồn vốn có điểm mạnh, điểm yếu riêng biệt trong việc huy động và khai thác. Do đó sự biến đổi về cơ cấu vốn sẽ kéo theo sự thay đổi trong cơ cấu sử dụng vốn và theo đó là sự thay đổi về lợi nhuận, mức độ an toàn của ngân hàng. Xu hướng biến đổi trong cơ cấu vốn huy động phụ thuộc một phần vào kế hoạch chủ động điều chỉnh của ngân hàng và sự biến động của các yếu tố bên ngoài, điều này đặt ra yêu cầu

ngân hàng phải luôn quan tâm, nghiên cứu thị trường, để có những điều chỉnh phù hợp và kịp thời

- Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng

$$\text{Tỷ trọng VHD theo đối tượng} = \frac{\text{Khối lượng VHD theo đối tượng}}{\text{Tổng NVHD}} * 100$$

- Cơ cấu nguồn vốn huy động theo kỳ hạn

$$\text{Tỷ trọng VHD theo kỳ hạn} = \frac{\text{Khối lượng VHD theo kỳ hạn}}{\text{Tổng NVHD}} * 100$$

- Cơ cấu vốn huy động theo loại tiền

$$\text{Tỷ trọng VHD theo loại tiền} = \frac{\text{Khối lượng VHD theo loại tiền}}{\text{Tổng NVHD}} * 100$$

1.3.3. Dư nợ trên tổng vốn huy động

Tỉ lệ dư nợ tín dụng trên vốn huy động (Loan to Deposit Ratio – LDR) là chỉ số được tính bằng cách lấy dư nợ cho vay khách hàng chia cho vốn huy động.

$$\text{LDR} = (\text{Dư nợ cho vay khách hàng}) / (\text{Vốn huy động})$$

Trong đó:

Vốn huy động = Tiền gửi khách hàng – tiền gửi vốn chuyên dùng – tiền gửi ký quỹ + Giấy tờ có giá. Nguồn vốn huy động quy định chi tiết tại Thông tư 13/2010/TT-NHNN ngày 20/05/2010 của Ngân hàng Nhà nước.

Dư nợ cho vay khách hàng hay còn gọi là cấp tín dụng là hoạt động cấp tín dụng bao gồm các hình thức cho vay, cho thuê tài chính, bao thanh toán, bảo lãnh, chiết khấu giấy tờ có giá và công cụ chuyển nhượng.

Hệ số này cho biết trong một đồng huy động vốn có bao nhiêu đồng được đem cho vay và đầu tư. Hệ số này càng cao chứng tỏ hiệu quả sử dụng vốn huy động càng cao

Nguồn vốn huy động quy định chi tiết tại Thông tư 22/2019/TT-NHNN ngày 15/11/2019 của Ngân hàng Nhà nước. Theo Thông tư 22, Ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài phải duy trì tỷ lệ dư nợ cho vay so với tổng tiền gửi tối đa 85%. Đối với ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài mới thành lập trong ba năm đầu tiên, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước quy định tỷ lệ cụ thể khác với các tỷ lệ nêu trên đối với từng ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài

1.3.4. Chi phí huy động vốn

Chi phí huy động vốn = Lãi trả cho nguồn huy động + Chi phí huy động khác

Phân tích chi phí huy động vốn là xác định các loại và cơ cấu lãi suất trả cho các nguồn tiền khác nhau, nhằm đảm bảo duy trì quy mô và kết cấu nguồn phù hợp với yêu cầu sinh lợi của ngân hàng.

Khi đánh giá hiệu quả hoạt động vốn trên phương diện chi phí thì ngân hàng phải đạt được những tiêu chí sau:

- Thứ nhất: tìm kiếm các nguồn chi phí thấp nhất để đáp ứng nhu cầu cho vay và đầu tư trong khi vẫn thỏa mãn yêu cầu phù hợp về mặt quy mô, thời hạn và cơ cấu.

- Thứ hai: Tăng lợi nhuận cho ngân hàng mà không phải chấp nhận rủi ro cao vì sức ép tăng chi phí vốn. Về cơ bản, lợi nhuận ngân hàng được tính bằng tổng thu nhập trừ đi tổng chi phí, mà phần lớn ở đây là chi phí trả lãi, do vậy để tối đa lợi nhuận, ngân hàng phải tối thiểu hóa chi phí hoạt động. Nguồn ngắn hạn thường có chi phí thấp, kém ổn định và ngược lại, nguồn có thời hạn càng dài thì chi phí càng cao nhưng ổn định hơn. Do vậy để hoạch định chiến lược kinh doanh cho mỗi giai đoạn, căn cứ vào quy định pháp luật hiện hành, căn cứ trả lãi, ngân hàng sẽ đưa ra các chính sách huy động vốn phù hợp. Tùy theo đặc điểm từng nguồn vốn, ngân hàng sẽ đưa ra mức lãi suất danh nghĩa khác nhau. Để cạnh tranh mở rộng nguồn tiền, các ngân hàng đều cố gắng tạo ra ưu thế riêng của mình trong đó có ưu thế về cạnh tranh lãi suất.

1.3.5. Hiệu quả sinh lời của vốn huy động

a. Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động (Lãi ròng từ cho vay và đầu tư):

Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động là khoản thu nhập của NHTM thu được từ hoạt động cho vay và đầu tư sau khi trừ chi phí huy động và chi phí hoạt động khác. Nội dung của chỉ tiêu này phản ánh lợi nhuận ròng thu được từ hoạt động huy động vốn của NHTM và kết quả hoạt động huy động vốn của NHTM trong kỳ báo cáo.

Chỉ tiêu lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động có ý nghĩa quan trọng trong việc đánh giá hiệu quả nghiệp vụ huy động vốn. Thông qua việc phân tích và so sánh chỉ tiêu này ta đánh giá được lợi nhuận thực tế của nguồn vốn huy động. Và cũng qua đó, các NHTM có sự so sánh lẫn nhau để tìm ra biện pháp tăng cường lợi nhuận thu được từ hoạt động huy động vốn.

Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động = Thu từ lãi cho vay và đầu tư – (Chi phí trả lãi tiền gửi, tiền vay + chi phí hoạt động khác)

b. Tỷ suất lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động (Tỷ suất lãi ròng từ cho vay, đầu tư):

Tổng mức lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động của NHTM ảnh hưởng bởi hai yếu tố là quy mô nguồn vốn của một NHTM và chất lượng hoạt động cho vay, đầu tư. Do đó, để đánh giá đúng hiệu quả của hoạt động huy vốn, cần tính và phân tích chỉ tiêu về tỷ suất lợi nhuận cho vay và đầu tư.

Chỉ tiêu này cho biết trong kỳ phân tích, từ 100 đồng nguồn vốn huy động được, qua quá trình cho vay và đầu tư, NHTM thu được bao nhiêu đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này càng cao thì hiệu quả sử dụng vốn huy động của NHTM tốt, góp phần nâng cao mức lợi nhuận trong kỳ. Chỉ tiêu này được xác định như sau:

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận} = \frac{\text{Lợi nhuận kinh doanh từ vốn huy động}}{\text{Tổng vốn huy động}} * 100 \%$$

1.4. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NHTM

1.4.1. Nhân tố khách quan

a. Các chính sách của Nhà nước

Pháp luật được đặt ra là để điều chỉnh mọi quan hệ xã hội. Do vậy tất cả mọi hoạt động của ngân hàng đều chịu sự điều chỉnh của luật pháp. Cụ thể là Luật các tổ chức tín dụng (2017), Luật ngân hàng Nhà nước Việt Nam số 46/2010/QH12 (2010), các văn bản pháp luật khác như: chỉ thị, thông tư... Lĩnh vực hoạt động của ngân hàng là vô cùng quan trọng trong nền kinh tế, vì vậy các hoạt động của ngân hàng luôn được Nhà nước quản lý chặt chẽ bằng các văn bản pháp luật. Mỗi văn bản đều ảnh hưởng sâu sắc đến hoạt động của ngân hàng, cụ thể là hoạt động huy động vốn.

Chính phủ đề ra chính sách tiền tệ quốc gia và hệ thống ngân hàng là công cụ đắc lực để thực hiện. Chẳng hạn khi nền kinh tế làm phát tăng, Nhà nước có chính sách thắt chặt tiền tệ bằng cách tăng lãi suất tiền gửi để thu hút tiền ngoài xã hội thì lúc đó NHTM huy động vốn dễ dàng hơn.

Các quy định của pháp luật đòi hỏi NHTM luôn phải tuân thủ. Pháp luật quy định số tiền huy động của ngân hàng không được lớn hơn 20 lần vốn chủ sở hữu. Hay thông qua tỉ lệ dự trữ bắt buộc chính phủ điều chỉnh việc cung ứng tiền cho nền kinh tế. Việc điều chỉnh tỷ lệ dự trữ bắt buộc hay lãi suất tái chiết khấu là tùy theo định hướng phát triển của từng thời kỳ. Các chính sách đầu tư, ưu đãi, ưu tiên phát triển mũi nhọn... cũng ảnh hưởng sâu sắc tới việc huy động vốn của NHTM. Nói chung bất cứ NHTM nào khi cần huy động vốn đều phải xem xét các quy định của luật pháp.

b. Tình hình kinh tế - xã hội trong và ngoài nước

Có thể nói đây là yếu tố khách quan đối với tất cả các ngành nghề kinh tế, không riêng gì ngân hàng. Sự ổn định chính trị cả trong và ngoài nước có tác động rất rõ. Các cuộc đình công, biểu tình, sụp đổ chính phủ luôn kéo theo tình trạng huy động vốn của ngân hàng bị trì trệ bởi người dân không còn tin tưởng. Ngược lại, sự đồng tâm, nhất trí, ổn định trong bộ máy lãnh đạo sẽ làm cho các NHTM huy động vốn được dễ dàng.

Nền kinh tế ở vào trạng thái tăng trưởng hay suy thoái đã tác động tới việc huy động vốn của ngân hàng. Ở tình trạng tăng trưởng, người dân cần nhiều vốn và càng có điều kiện để huy động do tích lũy được nhiều hơn. Ngược lại ở tình trạng suy thoái, sản xuất đình trệ, đầu tư bị thu hẹp, ngân hàng huy động vốn khó khăn.

c. Đối thủ cạnh tranh và môi trường xã hội

❖ Đối thủ cạnh tranh:

Sức ép cạnh tranh trên thị trường huy động vốn hiện nay là rất lớn. Với sự phát triển cùng mạng lưới rộng khắp, các định chế tài chính này cũng thu hút được lượng vốn đáng kể. Sự cạnh tranh gay gắt hiện nay làm cho công tác huy động vốn của ngân hàng càng khó khăn hơn, đòi hỏi các ngân hàng phải nhanh chóng thích nghi với cơ chế thị trường và đưa ra được những sản phẩm tốt để thu hút khách hàng.

❖ Môi trường xã hội

Môi trường xã hội là yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn nói riêng. Phân bố dân cư, thu nhập của người dân là một nguồn lực tiềm năng có thể khai thác nhằm mở rộng quy mô huy động vốn của NHTM. Vì vậy những khu vực đông dân cư, với thu nhập cao sẽ dễ dàng hơn trong việc huy động vốn với ngân hàng. Môi trường văn hóa như tập quán, tâm lý, thói quen sử dụng nhiều tiền mặt của dân cư ảnh hưởng nhiều đến quyết định kinh tế về tiêu dùng và tiết kiệm của người có thu nhập, mức độ chấp nhận rủi ro khi gửi tiền vào các tổ chức tín dụng hay quyết định chỉ tiêu số tiền nhàn rỗi của mình vào đầu tư bất động sản, chứng khoán.

1.4.2. Nhân tố chủ quan

a. Chiến lược kinh doanh của Ngân hàng:

Mỗi một ngân hàng đều xây dựng cho mình một chiến lược kinh doanh cụ thể tùy vào từng thời kỳ. Việc xây dựng dựa trên việc Ngân hàng xác định vị trí của mình trong hệ thống; xác định được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đồng hành, dự đoán được biến động của môi trường kinh doanh trong thực tế. Thông qua chiến lược kinh doanh, Ngân hàng có thể quy định việc thu hẹp hay mở rộng việc huy động vốn. Nếu chiến lược kinh doanh đúng đắn thì các nguồn vốn được huy động một cách tối đa và hoạt động huy động vốn sẽ phát huy được hiệu quả.

b. Chính sách lãi suất:

Là một chính sách quan trọng bố trí cho công tác huy động vốn của Ngân hàng. Bất kỳ một cá nhân hay tổ chức nào khi gửi tiền vào Ngân hàng đều quan tâm đến lãi suất nên Ngân hàng sử dụng chính sách lãi suất như một công cụ quan trọng trong huy động vốn và thay đổi quy mô của nguồn vốn. Vì vậy, nguồn vốn huy động phụ thuộc vào lãi suất Ngân hàng, lãi suất của các loại hình đầu tư khác và của dân cư. Do đó, Ngân hàng phải đưa ra một chiến lược lãi suất hợp lý, đảm bảo được khả năng cạnh tranh và đảm bảo thu hút được nhiều nguồn vốn.

Cùng với sự phát triển của đất nước các tổ chức phi tài chính, phi Ngân hàng, các quỹ tín dụng, bảo hiểm, các NHTM không ngừng phát triển nên sự cạnh tranh diễn ra rất lớn. Các Ngân hàng cạnh tranh dành vốn không chỉ với nhau mà còn với các tổ chức tiết kiệm và người phát hành các công cụ nợ khác nhau của thị trường vốn. Chính vì vậy, lãi suất tiền gửi đóng vai trò hết sức quan trọng trong lĩnh vực thu hút các khoản tiền mới và duy trì các khoản tiền gửi hiện có, đặc biệt khi lãi suất thị trường ở mức cao. Vì vậy, chính sách lãi suất ảnh hưởng lớn đến quy mô nguồn vốn thu hút và quy mô tiền gửi.

c. Trình độ công nghệ Ngân hàng:

Trong cạnh tranh các Ngân hàng không ngừng đổi mới công nghệ Ngân hàng bởi lẽ các dịch vụ đặc biệt, các dịch vụ về chuyên môn Ngân hàng sẽ được đa dạng, đổi mới ngày càng tốt hơn. Đáp ứng được tình hình kinh doanh của các NHTM, cụ thể được thể hiện qua các yếu tố:

- Các loại dịch vụ mà Ngân hàng cung ứng.
- Cơ sở vật chất trang thiết bị phục vụ cho hoạt động của Ngân hàng.

Một Ngân hàng có cơ sở vật chất, trang thiết bị đầy đủ, quy mô chắc chắn sẽ tạo dựng được sự tin tưởng ở khách hàng. Ngoài ra, với hệ thống thông tin hiện đại sẽ tạo dựng được sự tin tưởng ở khách hàng. Ngoài ra, với hệ thống thông tin hiện đại sẽ tạo thuận lợi trong việc thực hiện các nghiệp vụ của Ngân hàng. Vốn cùng tiền lãi suất huy động như nhau nhưng Ngân hàng nào có chất lượng dịch vụ tốt hơn, trang thiết bị hiện đại, thuận tiện cho khách hàng thì Ngân hàng đó dành được ưu thế. Như vậy, công nghệ Ngân hàng là một yếu tố quan trọng giúp Ngân hàng cạnh tranh phi lãi suất.

d. Chính sách khách hàng:

Liên quan đến nhân tố này là tâm lý của người dân trong việc sử dụng tiện ích của Ngân hàng, độ tin tưởng của người dân vào Ngân hàng, thói quen tiết kiệm, sở thích tiêu dùng. Điều này có thể thấy rất rõ qua việc so sánh tâm lý của công chúng các nước. Những nước có nền kinh tế hàng hoá phát triển thì Ngân hàng trở nên gắn gũi với công chúng và việc sử dụng những tiện ích do Ngân hàng cung ứng trở nên thường xuyên hơn. Ngược lại, đối với các nước đang phát triển thì Ngân hàng cũng là một điều xa lạ đối với một bộ phận lớn công chúng.

Bên cạnh đó, Ngân hàng thường chia khách hàng ra làm nhiều loại để có cách đối xử phù hợp. Với những khách hàng lâu năm, giao dịch thường xuyên, số dư tiền gửi lớn, được Ngân hàng tín nhiệm thì Ngân hàng sẽ có chính sách lãi suất ưu đãi cũng như việc thực hiện xét thưởng cho các đối tác.

Qua phân tích ta thấy rằng, việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của Ngân hàng là rất cần thiết. Qua đó, Ngân hàng có thể xác định được vị trí hiện tại của mình trong hệ thống Ngân hàng, có thể thấy những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội cũng như những thách thức mà Ngân hàng phải đối mặt để từ đó có thể phán đoán nghiên cứu và dự báo sự thay đổi của môi trường để xác định cho mình một chiến lược kinh doanh phù hợp mà trong đó chiến lược phát triển quy mô và chất lượng nguồn vốn là một bộ phận hết sức quan trọng.

e. Các dịch vụ cung ứng

Mở rộng thị trường tài chính làm tăng số lượng các ngân hàng có tiềm lực mạnh về tài chính, công nghệ và trình độ quản lý. Áp lực cạnh tranh cũng tăng dần khi các qui định đối với các tổ chức tài chính nước ngoài theo lộ trình được nói lỏng dần, nhất là mở các chi nhánh và các điểm giao dịch, phạm vi hoạt động, đối tượng khách hàng và tiền gửi được phép huy động. Trong khi đó, các NHTM Việt Nam còn nhiều điểm yếu kém, hiệu quả hoạt động và sức cạnh tranh thấp và sẽ mất dần lợi thế cạnh tranh về qui mô cũng như khách hàng.

Chính vì vậy, bản thân các NHTM phải liên tục nỗ lực thực hiện các biện pháp cần thiết để củng cố và nâng cao chất lượng dịch vụ bằng các phương tiện thiết bị hiện đại,... tăng cường hợp tác để chuyển giao công nghệ, phát triển sản phẩm và dịch vụ ngân hàng tiên tiến, tiếp cận thị trường một cách dễ dàng. Hiệu quả huy động vốn nhờ đó được nâng cao.

f. Các nhân tố khác

Hoạt động huy động vốn của NHTM còn chịu tác động của nhiều nhân tố khác như:

Hoạt động Marketing ngân hàng: giúp đưa các sản phẩm của ngân hàng đến với khách hàng nhanh chóng và hiệu quả hơn, tạo cho khách hàng tâm lý thoải mái dễ chịu khi giao dịch, thông hiểu các thủ tục, thể lệ gửi tiền cũng như các chính sách ưu đãi mà họ được. Nhờ vậy, khách hàng sẽ tìm thấy được cơ hội hấp dẫn cho mình khi gửi tiền tại ngân hàng, tạo điều kiện cho ngân hàng có thể tiếp xúc và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Ngoài ra, còn phải kể đến một vài nhân tố cũng có tác động không nhỏ đến hoạt động huy động vốn như: uy tín của ngân hàng trên thị trường; đội ngũ các cán bộ nhân viên phải có năng lực, trình độ, đầy đủ tiêu chí của một nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp...

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN KINH DOANH TẠI NGÂN HÀNG Á CHÂU – CHI NHÁNH KONTUM

2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum

a. Khái quát lịch sử hình thành và phát triển của ACB

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á châu (ACB) được thành lập theo Giấy phép số 0032/NH-GP do Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cấp ngày 24/4/1993, và Giấy phép số 533/GP-UB do Ủy ban Nhân dân Tp. HCM cấp ngày 13/05/1993. Thời hạn hoạt động: 50 năm kể từ ngày của Giấy phép đầu tiên. Ngày 04/6/1993, ACB chính thức đi vào hoạt động. Vốn điều lệ ban đầu là 20 tỷ VND.

Trong suốt hơn 29 năm hoạt động, với tầm nhìn và chiến lược đúng đắn, chính xác trong đầu tư công nghệ và nguồn nhân lực, nhạy bén trong điều hành, cổ đông và nhân viên ACB đều đồng tâm bám sát theo mục tiêu và chiến lược nêu trên và những kết quả đạt được đã chứng minh đó là các định hướng đúng đắn, giúp ACB khẳng định vị trí dẫn đầu của mình trong hệ thống NHTM tại Việt Nam. Dưới đây có thể kể ra một số cột mốc quan trọng và đáng nhớ của ACB:

❖ Giai đoạn 1993- 1995: Giai đoạn hình thành ACB.

Giai đoạn này, xuất phát từ vị thế cạnh tranh, ACB hướng về khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trong khu vực tư, với quan điểm thận trọng trong việc cấp tín dụng, đi vào sản phẩm dịch vụ mới mà thị trường chưa có (cho vay tiêu dùng, dịch vụ chuyển tiền nhanh Western Union, dịch vụ thẻ,...).

❖ Giai đoạn 1996- 2000:

ACB là ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên của Việt Nam phát hành thẻ tín dụng quốc tế MasterCard và Visa.

Năm 1999, ACB triển khai chương trình hiện đại hóa công nghệ thông tin ngân hàng, xây dựng hệ thống mạng diện rộng, nhằm trực tuyến hóa và tin học hóa hoạt động giao dịch.

Năm 2000, ACB đã thực hiện tái cấu trúc như là một bộ phận của chiến lược phát triển trong nửa đầu thập niên 2000. Cơ cấu tổ chức được thay đổi theo định hướng kinh doanh và hỗ trợ. Ngoài các khối, còn có một số phòng ban do Tổng giám đốc trực tiếp chỉ đạo. Hoạt động kinh doanh của Hội sở được chuyển giao cho Sở giao dịch. Việc tái cấu trúc nhằm đảm bảo sự chỉ đạo xuyên suốt toàn hệ thống; sản phẩm được quản lý theo hướng khách hàng và được thiết kế phù hợp với từng phân đoạn khách hàng; quan tâm đúng mức việc phát triển kinh doanh và quản lý rủi ro.

❖ Giai đoạn 2001- 2005:

Cuối năm 2001, ACB chính thức vận hành hệ thống công nghệ ngân hàng lõi là TBCS (The Complete Banking Solution: Giải pháp ngân hàng toàn diện), cho phép tất cả chi nhánh và phòng giao dịch nối mạng với nhau, giao dịch tức thời, dùng chung cơ sở dữ liệu tập chung.

Năm 2003, ACB xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và được công nhận đạt tiêu chuẩn trong các lĩnh vực huy động vốn, cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn, thanh toán quốc tế và cung ứng nguồn lực tại Hội sở.

Năm 2005, ACB và ngân hàng Standard Chartered (SCB) ký kết thỏa thuận hỗ trợ kỹ thuật toàn diện; và SCB trở thành cổ đông chiến lược của ACB. ACB triển khai giai đoạn hai của chương trình hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, gồm các cấu phần: nâng cấp máy chủ, thay thế phần mềm xử lý giao dịch thẻ ngân hàng bằng một phần mềm mới có khả năng tích hợp với nền công nghệ lõi hiện có lắp đặt hệ thống ATM.

❖ Giai đoạn 2006- 2010:

ACB niêm yết tại Trung tâm giao dịch Chứng khoán Hà Nội vào tháng 11/2006. Năm 2007, ACB đẩy nhanh việc mở rộng mạng lưới hoạt động, thành lập mới 31 chi nhánh và phòng giao dịch, thành lập Công ty Cho thuê tài chính ACB, hợp tác với các đối tác như Open Solutions (OSI) – Thiên Nam để nâng cấp hệ ngân hàng cốt lõi, hợp tác với Microsoft về áp dụng công nghệ thông tin vào vận hành và quản lý, hợp tác với SCB về phát hành trái phiếu. ACB phát hành 10 triệu cổ phiếu mệnh giá 100 tỷ đồng, với số tiền thu được là hơn 1.800 tỷ đồng.

Năm 2008, ACB thành lập mới 75 chi nhánh và phòng giao dịch, hợp tác với American Express về séc du lịch, triển khai dịch vụ chấp nhận thanh toán thẻ JCB. ACB tăng vốn điều lệ lên 6.355 tỷ đồng. ACB đạt danh hiệu “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2008” do Tạp chí Euromoney trao tặng tại HongKong.

Riêng trong năm 2009, ACB hoàn thành cơ bản chương trình tái cấu trúc nguồn nhân lực, tái cấu trúc hệ thống kênh phân phối, xây dựng mô hình chi nhánh theo định hướng bán hàng. Tăng thêm 51 chi nhánh và phòng giao dịch. Hệ thống chấm điểm tín dụng đối với khách hàng cá nhân và doanh nghiệp cũng đã hoàn thành và áp dụng chính thức. Hệ thống bàn trợ giúp (help desk) bắt đầu được triển khai. Và lần đầu tiên tại Việt Nam năm 2009 do 6 tạp chí tài chính ngân hàng danh tiếng quốc tế bình chọn (Asiamoney, FinanceAsia, Global Finance, Euromoney, The Asset và The Banker). Tính đến ngày 09/10/2010, ACB nhận được 4 giải thưởng Ngân hàng tốt nhất Việt Nam 2010. từ các tạp chí tài chính danh tiếng là Asiamoney, FinanceAsia, The Asian Banker và Global Finance.

❖ Giai đoạn từ 2011- 2013:

Năm 2011, “Định hướng chiến lược phát triển của ACB giai đoạn 2011-2015 và tầm nhìn 2020” được ban hành vào đầu năm. Trong đó nhấn mạnh đến chương trình chuyển đổi hệ thống quản trị điều hành phù hợp với các quy định pháp luật Việt Nam và hướng đến áp dụng các thông lệ quốc tế tốt nhất. Cuối năm, ACB đã khánh thành Trung tâm Dữ liệu dạng mô- đun (enterprise module data center) tại Tp. Hồ Chí Minh. Trong năm, ACB đưa vào hoạt động thêm 45 chi nhánh và phòng giao dịch.

Năm 2012, sự cố tháng 8/2012 đã tác động đáng kể đến nhiều mặt hoạt động của ACB, đặc biệt là huy động và kinh doanh vàng. Tuy nhiên ACB đã ứng phó tốt sự cố và nhanh chóng khôi phục toàn bộ số dư huy động tiết kiệm VND chỉ trong thời gian 2

tháng sau đó. ACB đã lành mạnh hóa cơ cấu bảng tổng kết tài sản thông qua việc xử lý các tồn đọng liên quan đến hoạt động kinh doanh vàng theo chủ trương của Ngân hàng Nhà nước. ACB cũng thực thi quyết liệt việc cắt giảm chi phí trong 6 tháng cuối năm; bước đầu hoàn chỉnh khuôn khổ quản lý rủi ro về mặt quy trình chính sách và thành lập mới 16 chi nhánh và phòng giao dịch.

Năm 2013, tuy hiệu quả hoạt động không như kì vọng nhưng ACB vẫn có mức độ tăng trưởng khả quan về huy động và cho vay VND. Nợ xấu được kiểm soát ở mức 3% sau những biện pháp mạnh mẽ về thu hồi nợ, xử lý rủi ro tín dụng và bán nợ cho 3% sau những biện pháp mạnh mẽ về thu hồi nợ, xử lý rủi ro tín dụng và bán nợ cho Công ty quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC). ACB cũng kéo giảm hệ số chi phí/ thu nhập xuống còn khoảng 66%, giảm 7% so với năm 2012. Về nhân sự, quy mô được tính giảm, và việc thay thế và bổ sung cấp quản lý được thực hiện thường xuyên. Mạng lưới kênh phân phối cũng được sắp xếp lại theo quy định mới của Ngân hàng Nhà nước.

❖ Giai đoạn 2014 – 2018:

Năm 2014, ACB nâng cấp hệ nghiệp vụ ngân hàng lõi (core banking) từ TCBS lên DNA, thay thế hệ cũ đã sử dụng 14 năm. Hoàn tất việc thay đổi logo, bảng hiệu mặt tiền trụ sở cho toàn bộ các chi nhánh và phòng giao dịch và ATM theo nhận diện thương hiệu mới (công bố ngày 05/01/2015). Hoàn tất việc xây dựng khung quản lý rủi ro nhằm đáp ứng đầy đủ các quy định mới về tỷ lệ đảm bảo an toàn. Quy mô và hiệu quả hoạt động kinh doanh của kênh phân phối được nâng cao.

Năm 2015, ACB hoàn thành các dự án chiến lược như tái cấu trúc kênh phân phối, hình thành trung tâm thanh toán nội địa (giai đoạn 1), hoàn thiện phương thức đánh giá hiệu quả hoạt động đơn vị và nhân viên Hội sở; đồng thời cho khởi tạo và triển khai các dự án ngân hàng giao dịch (transaction banking), ngân hàng ưu tiên (priority banking), quản lý bán hàng (customer management system), v.v. nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

Năm 2016, tổng số nhân viên của ACB là 9.813 người. Cán bộ có trình độ đại học và trên đại học chiếm 93%, thường xuyên được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ tại trung tâm đào tạo riêng của ACB.

Đến năm 2017, vốn điều lệ của ACB là 11.259.140.250.000 đồng. Năm 2018, số vốn điều lệ tiếp tục tăng và đạt mức 12.885.877.380.000 đồng.

❖ Giai đoạn 2019 cho đến nay:

ACB đã hoàn thành theo tiến độ nhiều hạng mục của các dự án công nghệ để hỗ trợ hoạt động kinh doanh, vận hành và quản lý hệ thống, tiêu biểu như chuyển đổi hệ thống core chứng khoán ACBS; cải tiến các chương trình CLMS, CRM, ACMS, ELM, PASS để hỗ trợ việc tinh gọn quy trình nghiệp vụ; nâng cấp hệ thống các máy ATM, website ACB, gia tăng tiện ích, dịch vụ thanh toán cho khách hàng, v.v.

b. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum

Ngân hàng TMCP Á Châu- Chi nhánh Kon Tum được thành lập ngày 24/04/1993 theo giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh mã số: 0301452948-129 do Cục Thuế Tỉnh Kon Tum cấp đăng ký, hiện tại ngân hàng đang hoạt động tại địa điểm: Số 252 Lê Hồng Phong, Phường Quyết Thắng, Thành phố Kon Tum, Kon Tum.

Ngân hàng Thương mại Á Châu- Ngân hàng ACB - CN Kon Tum trực thuộc hệ thống kênh phân phối Ngân hàng Á Châu, có con dấu riêng theo quy định của ngân hàng Nhà nước, chấp hành mọi thể lệ chế độ của ngân hàng ACB, các mệnh lệnh chỉ thị của tổng giám đốc. Chi nhánh thực hiện các nghiệp vụ khi ACB đã có văn bản hướng dẫn thực hiện các nghiệp vụ đó. Những vấn đề ngoài nhiệm vụ quyền hạn của Giám đốc Chi nhánh phải trình thị ý kiến của Tổng giám đốc.

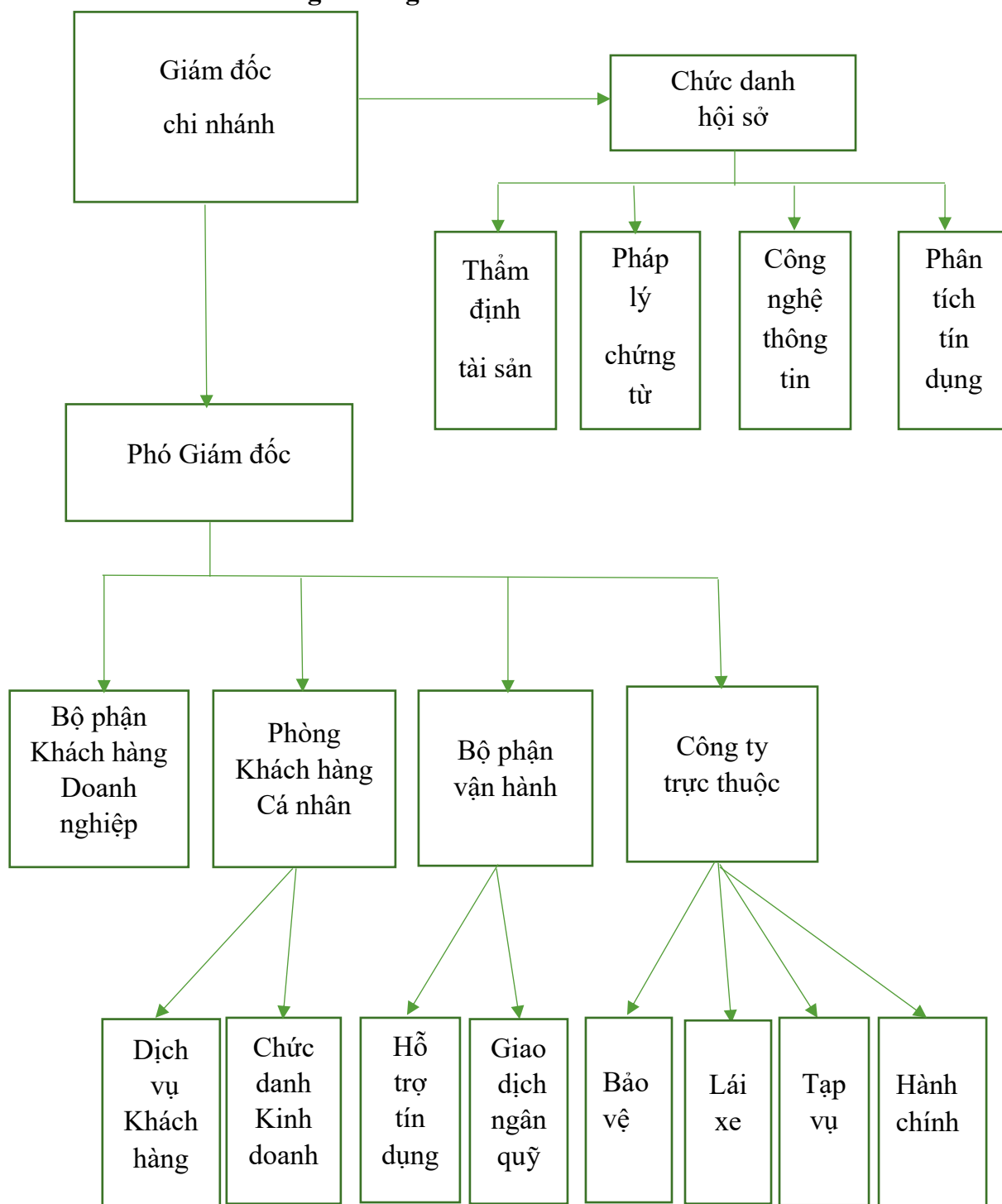
❖ Giai đoạn 2011-2015:

Là giai đoạn khởi đầu cho sự phát triển của ngân hàng Á Châu – CN Kon Tum. Giai đoạn này ngân hàng chủ yếu tập trung hướng đến những khách hàng cá nhân (KHCCN) và doanh nghiệp tư nhân vừa và nhỏ.

❖ Giai đoạn 2015 đến nay:

Trong năm 2016, các dự án áp dụng công nghệ vào hoạt động ngân hàng đã hoàn thành xuất sắc, theo đúng tiến độ đề ra trong các giai đoạn trước. Có thể kể đến: Dự án chuyển đổi hệ thống core chứng khoán ACBS; Dự án cải tiến các chương trình CLMS, CRM, ACMS, ELM, PASS để hỗ trợ việc tinh gọn nghiệp vụ ngân hàng; Dự án nâng cấp hệ thống các máy ATM; Dự án nâng cấp website ACB và nhận diện thương hiệu, gia tăng tiện ích, dịch vụ thanh toán cho khách hàng,...

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB- CN Kon Tum



Sơ đồ 2. 1. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB – CN Kon Tum

Nguồn: Phòng giao dịch ngân hàng Á Châu – CN Kon Tum

Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban:

- Giám đốc: Điều hành toàn bộ hoạt động của chi nhánh, xây dựng, thực hiện, kiểm tra các chương trình hành động để hoàn thành kế hoạch do Tổng Giám đốc giao cho.
- Phó giám đốc: Phụ trách trực tiếp phòng, tổ được Giám đốc phân công, ủy quyền (bao gồm 01 Phó giám đốc quản lý khối bán lẻ và 01 Phó giám đốc quản lý rủi ro).
- Bộ phận Kiểm soát: Giám sát các hoạt động tại đơn vị.

- Phòng KHCN: Có chức năng hoàn thiện và phát triển các sản phẩm dịch vụ cho KHCN theo định hướng chiến lược của Ngân hàng TMCP Á Châu gồm: các sản phẩm huy động vốn, thanh toán, cho vay tiêu dùng và SXKD cá nhân, phát hành và thanh toán thẻ NH, chuyển tiền cá nhân trong và ngoài nước, các sản phẩm liên kết (bảo hiểm).

- Phòng Khách hàng Doanh nghiệp: Có đối tượng phục vụ là các DN. Sản phẩm phục vụ cho Kh bao gồm: mở tài khoản và thanh toán, cho vay phục vụ SXKD, thực hiện các dịch vụ thanh toán quốc tế, bảo lãnh trong nước.

- Phòng Giao dịch và Ngân quỹ: Gồm hai bộ phận chính là Kế toán – Ngân quỹ. Thực hiện các chức năng: tiếp xúc, giao dịch KH, thực hiện việc thu chi, kinh doanh vàng, các loại ngoại tệ và trực tiếp hạch toán kế toán, hạch toán thống kê và thanh toán theo quy định.

- Bộ phận hỗ trợ nghiệp vụ: Thực hiện các chức năng hỗ trợ công tác nghiệp vụ chuyên môn cho các bộ phận: Theo dõi hồ sơ vay, quản lý KH, tư vấn sản phẩm cho KH tiền vay và tiền gửi, lập và thực hiện hợp đồng, thẩm định tài sản, xử lý nợ quá hạn,...

- Bộ phận hành chính: Thực hiện tham mưu, giúp việc cho Giám đốc NH hoặc Phó giám đốc được phân công phụ trách trong chỉ đạo, điều hành và tổ chức thực hiện công tác văn thư, lưu trữ, nhân sự, hành chính tổng hợp tại CN; chịu trách nhiệm tổ chức cán bộ, theo dõi nhân sự, thi đua. Ngoài ra bộ phận này còn thực hiện các hoạt động về mua sắm, sửa chữa máy móc thiết bị.

- Bộ phận thẩm định tài sản: Tham mưu, hỗ trợ trưởng phòng/ phó trưởng phòng trong chỉ đạo, điều hành và thực hiện công tác thẩm định, định giá tài sản bảo đảm (TSBĐ), đảm bảo tuân thủ quy định của ACB và pháp luật, hướng tới sự chuyên nghiệp, an toàn và hiệu quả trong hoạt động kinh doanh; thực hiện công tác thẩm định và định giá TSBĐ: Thẩm định và định giá TSBĐ của các khoản cấp tín dụng, khảo sát, nghiên cứu thị trường, thu thập thông tin, lập báo cáo đánh giá diễn biến thị trường và đề xuất khung giá thị trường tài sản theo địa bàn được phân công, tính toán giá trị của tài sản và lập báo cáo thẩm định.

- Bộ phận công nghệ thông tin (IT): Chịu trách nhiệm giám sát, thực hiện và bảo trì các hoạt động công nghệ của công ty, đảm bảo hiệu quả của tất cả các hệ thống máy tính, ứng dụng, phần mềm và phần cứng.

2.1.3. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng ACB- CN Kon Tum

Về sản phẩm kinh doanh, ngân hàng TMCP Á Châu hiện đang thực hiện đầy đủ các chức năng của một ngân hàng bán lẻ. Danh mục sản phẩm của ACB rất đa dạng tập trung vào các phân đoạn khách hàng mục tiêu, bao gồm cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngân hàng ACB - CN Kon Tum cung cấp các sản phẩm, dịch vụ của ACB bao gồm:

- Huy động vốn ngắn, trung và dài hạn theo các hình thức gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán, chứng chỉ tiền gửi.

- Cho vay ngắn, trung và dài hạn; Chiết khấu thương phiếu, công trái và giấy tờ có giá; đầu tư vào chứng khoán và các tổ chức kinh tế; làm dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng; kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc.

- Tiếp nhận vốn ủy thác đầu tư; nhận vốn từ các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước.

- Thanh toán quốc tế, bao thanh toán, môi giới và tư vấn đầu tư chứng khoán, lưu ký, tư vấn tài chính doanh nghiệp và bảo lãnh phát hành, cung cấp các dịch vụ về đầu tư, quản lý nợ và khai thác tài sản, cho thuê tài chính và các dịch vụ ngân hàng khác...

- Cung cấp các tài khoản giao dịch và thực hiện thanh toán: ngân hàng mở tài khoản cho khách hàng bằng nhiều hình thức.

2.2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng ACB- CN Kon Tum

Bảng 2. 1. Kết quả hoạt động kinh doanh ngân hàng ACB – CN Kon Tum

(Đơn vị: tỷ đồng)

Nội dung	2018	2019	2020	2018/2019		2019/2020	
				+/-	%	+/-	%
Phần thu	7.81	8.23	6.96	0.42	5.36	-1.27	-15.42
Thu lãi cho vay	6.61	6.52	5.66	-0.09	-1.36	-0.86	-13.19
Thu dịch vụ	0.23	0.34	0.19	0.11	50.00	-0.15	43.65
Thu khách	0.98	1.37	1.11	0.39	39.84	-0.26	-19.06
Phần chi	7.02	7.23	7.42	0.21	2.95	0.19	2.61
Chi trả tiền gửi	4.01	4.22	4.53	0.21	5.19	0.31	7.45
Chi dịch vụ	0.11	0.15	0.17	0.04	35.71	0.02	12.28
Chi nội bộ	1.51	1.87	2.03	0.36	24.01	0.16	8.82
Trích dự phòng rủi ro	1.39	0.99	0.68	-0.40	-28.88	-0.31	-31.06
Tổng thu-tổng chi	0.79	1.00	-0.46	0.21	26.28	-1.46	146.22

Qua bảng số liệu trên ta thấy:

Phần thu:

Năm 2018, phần thu đạt 7.81 tỷ; sang năm 2019 đã tăng lên 8,23 tỷ đồng, tăng 0.42 tỷ đồng tương ứng 5.36% so với năm 2018; tới năm 2020 phần thu chỉ đạt 6,96 tỷ đồng giảm 1.27 tỷ đồng so với năm 2019 tương ứng với tốc độ giảm xuống 15.42%.

Phần chi:

Năm 2018, phần chi là 7.02 tỷ đồng; sang năm 2019 cơ số này tăng lên 7,23 tỷ đồng, tăng 0.21 tỷ đồng tương ứng với tăng 2.95% so với năm 2018; đến năm 2020 phần chi tiếp tục tăng lên 7,42%, tăng 0.19 tỷ đồng tương ứng với tốc độ tăng trưởng 2.61%. Đây là cơ sở giúp cho ngân hàng có số dư tiền gửi tăng mạnh mặc dù lãi suất huy động của ACB so với các NHTM khác trên cùng địa bàn chưa thực sự hấp dẫn.

2.2. THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM GIAI ĐOẠN 2018 - 2020

2.2.1. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Trong những năm gần đây, tình hình nền kinh tế diễn biến phức tạp. Năm 2019, nền kinh tế thế giới nói chung và nước Việt Nam nói riêng bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi dịch bệnh Covid 19, NHNN tiếp tục thực hiện chính sách tiền tệ thắt chặt, bất động sản đóng băng, nguồn vốn giải ngân cho các dự án chậm, tỷ giá ngoại tệ ổn định, giá vàng biến động phức tạp, thị trường chứng khoán liên tục lao dốc

Năm 2020, nền kinh tế tiếp tục bị ảnh hưởng nặng nề, các ngành nghề thuộc dịch vụ không thể hoạt động, nhiều doanh nghiệp bị phá sản, hoạt động sản xuất kinh doanh bị đình trệ khiến cho người dân và các nhà đầu tư có nhiều nguồn tiền nhàn rỗi gửi vào ngân hàng. Mặc dù lãi suất huy động liên tiếp giảm trong năm (từ 9%/năm ở thời điểm đầu năm xuống còn 7%/năm vào thời điểm cuối năm) nhưng với quyết tâm giữ vững và gia tăng nền vốn, bám sát chỉ đạo của ACB, CN đã triển khai nhiều biện pháp nhằm gia tăng tiền gửi của khách hàng, đặc biệt là khách hàng dân cư, gia tăng các chương trình khuyến mãi, nhằm tạo tính hấp dẫn với lãi suất tiền gửi tiết kiệm. Bên cạnh đó CN đã chủ động đàm phán những khách hàng có nguồn tiền lớn và tiền gửi đến hạn để giữ chân, áp dụng chính sách phí, lãi suất phù hợp nhằm thu hút và duy trì khách hàng. Điều chỉnh, bổ sung cơ chế động lực đối với các tập thể, cá nhân trong huy động vốn; xây dựng chính sách chăm sóc, khuyến mại; lựa chọn các kênh quảng bá sâu rộng tới mọi đối tượng khách hàng.

Với phương châm coi hoạt động kinh doanh là nghiệp vụ quan trọng và được quan tâm kỹ lưỡng nên trong những năm qua hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum cũng thu được những kết quả được thể hiện qua bảng số liệu sau:

Bảng 2. 2. Biến động của nguồn vốn huy động qua các thời điểm

(Đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	So sánh 2018/2019		So sánh 2019/2020	
				+/-	%	+/-	%
NV huy động	39.7	43.1	43.4	3.40	8.56	0.24	0.56

(Nguồn: Báo cáo KOHĐKD NHTM ACB chi nhánh Kon Tum cấp)

Về nguồn vốn huy động

Giai đoạn 2019-2020, nền kinh tế Việt Nam đang trong giai đoạn suy giảm kinh tế do dịch Covid 19, nhờ sự chỉ đạo kịp thời của Chính phủ và việc vận dụng tốt các chính sách tài khóa mang tính chiến lược và có nhiều giải pháp hợp lý đã giúp cho nguồn vốn huy động của ngân hàng ACB - Chi nhánh Kon Tum tăng liên tục.

Ta nhận thấy rằng nguồn vốn huy động của ngân hàng tăng lên qua các năm. Cụ thể: năm 2018 là 39.7 tỷ đồng và năm 2019 là 43.1 tỷ đồng tăng 8.56% so với năm 2018,

năm 2020 tiếp tục tăng lên 0.24 tỷ đồng tương ứng với tốc độ tăng trưởng 0.56%. Tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng tăng liên tục qua các năm thể hiện sự phát triển ngày càng lớn mạnh của ngân hàng.

2.2.2. Cơ cấu nguồn vốn huy động tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum

❖ Cơ cấu nguồn huy động vốn theo kỳ hạn

Để thu hút tối đa nguồn tiền nhàn rỗi từ dân cư và các tổ chức kinh tế xã hội đang hoạt động trên địa bàn, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum liên tục đa dạng hóa các hình thức nhận tiền gửi. Trong đó, lãi suất không kỳ hạn VNĐ ở sản phẩm tiền gửi đầu tư trực tuyến có lúc lên tới mức cao nhất 9,6%/năm; kỳ hạn từ 1 tuần đến 3 tuần với mức gửi tối thiểu cho kỳ hạn tuần từ 50 Trđ giảm xuống 10 triệu đồng; các kỳ hạn 1 tháng, 2 tháng, 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng, 12 tháng, 13 tháng, 24 tháng, 36 tháng kết hợp lãi suất linh hoạt với phương thức trả lãi theo yêu cầu của khách hàng như: trả lãi hàng tháng, trả lãi hàng quý hoặc trả lãi cuối kỳ; ... nhằm tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng đến gửi tiền.

Để thấy rõ hơn nguồn huy động tiền gửi theo kỳ hạn của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum ta phân tích các số liệu sau:

Bảng 2. 3. Cơ cấu huy động nguồn vốn theo kỳ hạn của ngân hàng ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 – 2020

(Đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2018		2019		2020	
	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng
Tổng nguồn vốn huy động	39.7	100	43.1	100	43.4	100
Vốn không kỳ hạn	8.61	21.7	8.96	20.8	9.83	21.5
Vốn có kỳ hạn	31.13	78.3	34.18	79.2	34.05	78.5

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh NHTM ACB chi nhánh Kon Tum)

Bảng 2.4 : Cơ cấu nguồn vốn có kỳ hạn

(Đơn vị tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2018		2019		2020	
	Số dư	Tỷ đồng	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng
Nguồn vốn có kỳ hạn	31.13	100	34.18	100	34.05	100
Dưới 12 tháng	22.65	72.8	25.33	74.1	25.70	75.5
Trên 12 tháng	8.48	27.2	8.86	25.9	8.34	24.5

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh NHTM ACB chi nhánh Kon Tum)

Qua bảng 2.3 và 2.4 ta thấy cả nguồn vốn không kỳ hạn và có kỳ hạn đều có xu hướng tăng qua 3 năm. Trong đó nguồn vốn có kỳ hạn chiếm tỷ trọng hơn 78%.

Trong đó nguồn vốn ngắn hạn lại chiếm tỷ trọng lớn cụ thể chiếm khoảng 75% tỷ trọng; nguồn vốn có kỳ hạn tương đương với 78,45% trong tổng nguồn vốn huy động.

Nguồn vốn không kỳ hạn và nguồn vốn ngắn hạn cao có thể gây khó khăn cho NH trong quá trình sử dụng vốn để cho vay. Tỷ trọng nguồn vốn ngắn hạn cao sẽ giảm khả năng cho vay trung và dài hạn, từ đó giảm lợi nhuận của NH.

❖ Cơ cấu nguồn vốn huy động theo nguồn huy động

Như trình bày ở phần trên, các hình thức huy động vốn có thể từ: nhận tiền gửi của khách hàng, phát hành giấy tờ có giá, đi vay. Cơ cấu nguồn vốn huy động từ các cá nhân và các tổ chức kinh tế được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2. 5. Cơ cấu nguồn vốn huy động theo nguồn huy động của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 – 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2018		2019		2020	
	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng
Tổng nguồn vốn huy động	39.7	100	43.1	100	43.4	100
Tiền gửi từ dân cư	21.20	53.3	22.98	53.3	26.19	60.4
Phát hành công cụ nợ	0.86	2.2	1.11	2.6	1.03	2.4
Tiền gửi từ tổ chức kinh tế xã hội	12.37	31.1	13.18	30.5	11.25	25.9
Nguồn vốn đi vay	3.97	10	4.10	9.5	2.78	6.4
Vốn khác	1.35	3.4	1.84	4.3	2.16	5

(Nguồn: Báo cáo hoạt động NHTM ACB chi nhánh Kon Tum)

Ta thấy: Nguồn tiền gửi từ dân cư và tiền gửi từ tổ chức kinh tế xã hội chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động, cụ thể năm 2018 Tiền gửi từ dân cư đạt 21,20 tỷ đồng tương ứng với 53,3%; sang năm 2019 con số này là 22,98 tỷ đồng chiếm 53,3%; đến năm 2020 số tiền này đã tăng lên 26,19 tỷ đồng chiếm tới 60,4%.

Nguồn tiền gửi từ tổ chức kinh tế xã hội năm 2018 là 12,37 tỷ đồng chiếm 31,1%; tới năm 2019 đã tăng lên 13,18% tương ứng 30,5%; và đến cuối năm 2020 con số này lại giảm xuống chỉ còn 11,25 tỷ đồng chiếm 25,9%. Nguồn tiền này có xu hướng giảm qua 3 năm.

Qua những số liệu trên ta có thể thấy nguồn huy động vốn của ngân hàng chủ yếu đến từ tiền gửi từ dân cư và tiền gửi từ tổ chức kinh tế xã hội điều này chứng tỏ qua các

năm ngân hàng đã có sự điều chỉnh nhích dần lên để cho phù hợp và cân đối về quy mô tỷ trọng nguồn vốn.

2.2.3. Một số chỉ tiêu về chất lượng huy động vốn tại ngân hàng ACB – CN Kon Tum

a. Phân tích khả năng đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của NVHĐ

Huy động vốn và sử dụng vốn là hai hoạt động kinh doanh cơ bản của các NHTM, có mối quan hệ qua lại, ràng buộc lẫn nhau. Các NHTM không chỉ quan tâm tới việc huy động thật nhiều vốn mà còn phải tìm nơi cho vay, đầu tư sao cho có hiệu quả. Nếu ngân hàng chỉ chú trọng tới việc huy động nhiều vốn mà bỏ ngỏ hoạt động cho vay, đầu tư thì sẽ dẫn đến tình trạng ứ đọng vốn; trong khi nguồn huy động vào vẫn phải trả chi phí thì lợi nhuận của ngân hàng tất yếu sẽ suy giảm. Ngược lại, nếu nguồn vốn huy động không đủ để đáp ứng hoạt động cho vay, đầu tư thì ngân hàng sẽ dần mất đi cơ hội kinh doanh, mở rộng khách hàng... từ đó làm uy tín ngân hàng giảm sút.

Xác định cho vay là nghiệp vụ sinh lời chủ yếu ở các NHTM Việt Nam. Vì vậy, Ngân hàng ACB - CN Kon Tum luôn cố gắng đáp ứng nhu cầu khách hàng trên cơ sở hai bên cùng có lợi, từ đó đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng dư nợ một cách an toàn, hiệu quả và chắc chắn với nền kinh tế. Bởi vậy, việc tăng trưởng nguồn vốn là điều kiện trước nhất để CN mở rộng cho vay, đáp ứng nhu cầu vốn cho khách hàng.

Việc phân tích chỉ tiêu dư nợ/ tổng NVHĐ nhằm đánh giá khả năng chủ động trong hoạt động tín dụng và khả năng sử dụng nguồn vốn huy động của CN có hiệu quả hay không. Chỉ tiêu này quá lớn hay quá nhỏ đều không tốt, bởi vì nếu chỉ tiêu này lớn thì khả năng huy động vốn của CN kém. Ngược lại, chỉ tiêu này nhỏ thì Ngân hàng sử dụng nguồn vốn huy động không hiệu quả. Vì vậy, ta cùng xem xét bảng số liệu sau:

Bảng 2.6. Tổng dư nợ trên nguồn vốn huy động của ACB - CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tổng dư nợ	249.29	288.24	212.23
Tổng vốn huy động	39.7	43.1	43.4
Tổng dư nợ/ tổng vốn huy động	6.27	6.68	4.89

Nguồn: Báo cáo KQH ĐKD NNHTM ACB chi nhánh kontum)

Qua bảng 2.6 ta thấy năm 2018, tỷ lệ dư nợ so với tổng vốn huy động chỉ đạt 6,27 lần cho thấy một đồng vốn huy động chỉ cho vay được 6,27 đồng; sang năm 2019 chỉ số này là 6,68%, điều này chứng tỏ CN đã tranh thủ vốn huy động tốt hơn so với năm 2018; tới năm 2020 do phải chi trả các khoản lãi cũng như tình hình dịch Covid-19 nên tỷ lệ dư nợ so với tổng vốn huy động của CN giảm xuống sâu chỉ còn 4,89.

b. Chi phí huy động vốn

Như ta đã biết, một nguồn vốn huy động được coi là có hiệu quả khi đáp ứng hai điều kiện:

+ Thứ nhất, về qui mô và cơ cấu của nguồn đáp ứng được các nhu cầu kinh doanh của ngân hàng

+ Thứ hai, chi phí cho nguồn phải ở mức chấp nhận được.

Trong hai điều kiện trên thì điều kiện thứ hai được các ngân hàng quan tâm hơn cả. Bởi vì, nó quyết định trực tiếp tới lợi nhuận của ngân hàng. Chi phí vốn thường bao gồm các khoản như: chi phí trả lãi tiền gửi, chi phí về cơ sở vật chất kỹ thuật, chi phí giao dịch... nhưng trong đó chủ yếu vẫn là chi phí trả lãi.

Để tăng cường nguồn vốn huy động, thu hút khách hàng, trong thời gian qua, ACB đã liên tục đưa ra một mức lãi suất hợp lý trong từng thời kỳ. Chi phí huy động và lãi suất bình quân đầu vào của ngân hàng ACB – CN Kon Tum được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.7. Chi phí huy động vốn /tổng vốn huy động của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Tổng vốn huy động	39.7	43.1	43.4
Chi phí trả lãi	4.01	4.22	4.53
Chi phí phi trả lãi	1.37	1.40	1.44
Chi phí huy động/tổng vốn huy động	0.14	0.13	0.14

(Nguồn: báo cáo KQH ĐKD NHTM ACB chi nhánh kontum)

Qua bảng bảng trên cho thấy, chi phí trả lãi thực tế có xu hướng giảm trong giai đoạn 2018- 2019. Chi phí trả lãi năm 2018 là 4,01 tỷ đồng. Năm 2019 con số này là 4,22 tỷ đồng. Đến năm 2020, chi phí trả lãi tiếp tục tăng lên đến 4,53 tỷ đồng, mặc dù lãi suất huy động có giảm so với năm 2019 nhưng mức tăng lượng vốn huy động lại nhiều hơn. Ngân hàng ACB - CN Kon Tum tăng cường huy động tiền gửi của khách hàng nên chi phí lãi vay tiền gửi năm 2020 cũng tăng lên so với năm 2019.

Chi phí huy động/tổng vốn huy động cho vốn huy động của Chi nhánh khá ổn định qua từng năm. Năm 2018 chi phí là 14% sang năm 2019 giảm còn 13% và đến năm 2020 lại tăng lên 14%. Như vậy CN đang xây dựng cho mình một chiến lược khá tốt khi lượng vốn huy động hàng năm tăng lên trong khi chi phí huy động vốn giữ ở mức ổn định.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG CHẤT LƯỢNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG ACB - CN KON TUM

Qua quá trình phân tích thực trạng cơ cấu nguồn vốn huy động cũng như qua một vài nhận xét đánh giá sơ bộ về khả năng huy động vốn, cung ứng vốn, bảo đảm an toàn vốn... tại Ngân hàng ACB - CN Kon Tum ở trên, ta có thể đưa ra một số ý kiến về hoạt động huy động vốn tại CN trong thời gian qua như sau:

2.3.1. Những kết quả đã đạt được

Hoạt động huy động vốn của ngân hàng ngày càng được coi trọng và có những kết quả đáng khích lệ. Nguồn vốn huy động của CN luôn tăng, năm sau lớn hơn năm trước. Năm 2019, CN huy động được 43,1 tỷ đồng, tăng 3,4 tỷ đồng so với năm 2018. Năm 2020, CN huy động được 43,4 tỷ đồng, tăng 0,24 tỷ đồng so với năm 2019. Kết quả này không phải ngẫu nhiên có được mà đó là sự nỗ lực phấn đấu vượt qua mọi khó khăn của CN.

Công tác huy động vốn ngày càng hoàn thiện. Đảm bảo phân công, phân nhiệm đến từng bộ phận, phòng ban liên quan đến huy động vốn, tăng cường hiệu quả hoạt động của bộ phận nguồn vốn.

Nguồn vốn huy động tương đối ổn định và có sự tăng trưởng tương đối tốt. Bằng những sản phẩm dịch vụ đa dạng, phong phú và hữu ích đối với khách hàng, với phong cách phục vụ, giao dịch văn minh, hiện đại...Ngân hàng ACB - CN Kon Tum ngày càng thu hút được nhiều khách hàng tiềm năng. Chính vì vậy nguồn vốn của CN tăng trưởng, hoàn thành vượt mức kế hoạch. Năm 2020, tổng nguồn vốn huy động Chi nhánh đạt 43,4 tỷ đồng vượt 1,08% kế hoạch đề ra.

Ngân hàng ACB - CN Kon Tum thuộc địa bàn đông dân cư nên có những thuận tiện trong công tác huy động vốn. Với việc đưa ra các chiến lược phù hợp và an toàn nên CN đã thu hút được lượng lớn tiền nhàn rỗi từ bộ phận đối tượng không thích gửi tiền mà thường giữ ở nhà hoặc đầu tư mua vàng về trữ tại nhà.

ACB đưa ra mức lãi suất, các chi phí đầu vào hợp lý từ đó chủ động được lãi suất đầu ra. Những năm gần đây, CN cũng đẩy mạnh việc huy động các nguồn vốn trung và dài hạn, là cơ sở tạo nhiều lợi nhuận cho ngân hàng, bởi từ đó ngân hàng có thể tiến hành cho vay trung và dài hạn nhiều hơn với lãi suất cao. Huy động được nhiều vốn trung và dài hạn cũng chứng tỏ rằng uy tín của CN đang được nâng cao, tăng ưu thế trong cạnh tranh.

Song song với việc huy động vốn, CN cũng hết sức chú ý đến việc sử dụng vốn: cho vay,... Huy động vốn tạo cơ sở cho cho vay và cho vay lại là điều kiện để thúc đẩy huy động vốn. Nâng cao việc sử dụng vốn một cách có hiệu quả sẽ giúp cho CN tăng cường huy động vốn và làm cho lợi nhuận của ngân hàng tăng lên.

Ngân hàng ACB - CN Kon Tum đã cố gắng rất nhiều trong việc cải tiến quy trình dịch vụ đơn giản hóa thủ tục tiền gửi tiết kiệm. Nó liên quan đến thời gian giao dịch và cảm nhận của khách hàng về chất lượng phục vụ của CN. Khách hàng đến giao dịch với CN rất hài lòng vì thủ tục nhanh chóng, đơn giản, tiết kiệm thời gian cho khách hàng. Đặc biệt, các sản phẩm tiền gửi Online không chỉ làm tăng thêm tiện ích cho “dịch vụ ngân hàng điện tử” của ACB mà còn được ACB chú trọng trong giai đoạn này với mức lãi suất cao nhất ở tất cả các kỳ hạn, đang thực sự đem lại sự hài lòng, thuận lợi cho khách hàng.

Lợi thế từ quy mô, thương hiệu nổi tiếng, năng lực tài chính và uy tín từ ACB đã thu hút được nhiều khách hàng đến với CN để gửi tiền. Ngoài ra, đội ngũ nhân viên có

trình độ chuyên môn cao, trẻ trung, năng động, nhiệt tình, sáng tạo... thường xuyên được đào tạo, nâng cao trình độ nghiệp vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng phát triển trong các hoạt động, giao dịch, phục vụ khách hàng.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đã đạt được trong việc huy động vốn, ACB- CN Kon Tum vẫn còn một số hạn chế, cần phải vượt qua:

- Với chỉ tiêu tăng trưởng huy động giao xuống cho các CN ở ACB hàng năm luôn cao thì việc hoàn thành kế hoạch đề ra đang là thách thức lớn, cần sự nỗ lực vượt bậc của lãnh đạo và toàn thể nhân viên của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum.

- Trong cơ cấu tiền gửi của Ngân hàng ACB - CN Kon Tum, tỷ lệ tiền gửi của TCKT còn thấp (tỷ trọng <30%), trong khi nguồn này chủ yếu hình thành từ nguồn TGTT nên có chi phí tương đối thấp và khối lượng vốn lại lớn, hơn nữa qua hình thức huy động này CN có thể nắm bắt rõ hơn về tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp,... Do vậy trong các năm tiếp theo, CN cần chú ý khai thác nguồn này, đặc biệt là từ đó có thể mở rộng quan hệ tín dụng, các dịch vụ thanh toán khác...

- Mặc dù cơ cấu vốn theo kỳ hạn của CN tương đối ổn định song tỷ trọng nguồn vốn không kỳ hạn và nguồn vốn ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn. Điều này có thể gây áp lực cho ngân hàng khi cho vay.

- Lãi suất huy động và các chương trình khuyến mại của ACB tại nhiều thời điểm không thực sự hấp dẫn hơn so với các ngân hàng khác.

- Sản phẩm huy động của ACB ngày càng một phong phú song các ngân hàng bạn cũng có những sản phẩm hấp dẫn tương tự, có chăng chỉ khác nhau ở tên gọi và các chế độ khuyến mại, hậu mãi...

b. Nguyên nhân

❖ Nguyên nhân chủ quan:

- Ngân hàng ACB – CN Kon Tum còn khá trẻ so với các ngân hàng khác trên địa bàn nên tâm lý của khách hàng sẵn sàng không giao dịch tại địa bàn mà chuyển sang giao dịch tại ngân hàng lớn hoạt động lâu dài trong khu vực. Một số doanh nghiệp lớn đều có quan hệ với Ngân hàng quốc doanh và được hưởng ưu đãi về lãi suất, phí... nên rất khó đặt quan hệ với họ.

- ACB chưa có cơ chế khuyến khích, động viên các CN. Điều này thể hiện ở công tác điều hành kế hoạch chủ yếu bằng biện pháp giao chỉ tiêu kế hoạch buộc các CN phải thực hiện, khi cần vốn thì giao chỉ tiêu huy động vốn, khi thừa vốn thì giao chỉ tiêu giảm huy động vốn. Do vậy, các CN không chủ động được trong hoạt động huy động vốn.

- Hiện nay, trong vấn đề huy động vốn, CN vẫn theo những quy định của NHNN và của ACB nói riêng. Đặc biệt là vấn đề lãi suất nên cũng ảnh hưởng tới quy mô huy động vốn của CN.

- Sản phẩm huy động của ACB ngày càng một phong phú song các ngân hàng bạn cũng có những sản phẩm hấp dẫn tương tự, có chăng chỉ khác nhau ở tên gọi và các chế

độ khuyến mại, hậu mãi... Chính yếu tố tương đồng đã ảnh hưởng đến các chiến lược cạnh tranh của Ngân hàng. Trong khi đó, một số sản phẩm của ACB có quy trình nội bộ còn tương đối phức tạp nên nhiều khi nhân viên ngại thực hiện, giới thiệu đến khách hàng.

- Hoạt động Marketing chưa được chú trọng đúng mức, hoạt động Marketing còn đơn điệu, cò điếu. Việc quảng bá chương trình chủ yếu là băng rôn tại cửa của CN nên còn nhiều người chưa biết đến. Nhiều khách hàng nhìn thấy các chương trình khuyến mại hấp dẫn nhưng vẫn còn nghi ngờ vì chưa hiểu rõ các thủ tục và qui chế ràng buộc.

❖ Nguyên nhân khách quan:

- CN còn gặp phải những hạn chế từ phía nền kinh tế ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng: biến động của thị trường tài chính không theo quy luật tự nhiên mà còn đặt nặng cơ chế quản lý của Nhà nước,...

- Các tổ chức phi tài chính như: bảo hiểm nhân thọ, tiết kiệm bưu điện, công ty cho thuê tài chính, các quỹ tín dụng... với tiềm lực lớn về vốn, công nghệ và lao động là những đối thủ đáng gờm của các NHTM trong việc thu hút nguồn vốn nhàn rỗi.

- Đây là địa bàn tập trung đông dân cư nhưng những khách hàng có thu nhập cao chưa nhiều nên qui mô các món tiền gửi nhỏ, sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ và có tới hơn 20 chi nhánh, Chi nhánh của các Ngân hàng như: Ngân hàng ngoại thương, Ngân hàng công thương, Ngân hàng NN&PTNT VN, Ngân hàng đầu tư, Techcombank, SHB... Hầu hết các Ngân hàng bạn đều có quy mô chi nhánh hoặc đã hoạt động lâu năm tại địa bàn, có thể cung cấp tất cả các sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng một cách nhanh chóng và toàn diện nên mức độ cạnh tranh tại đây rất lớn.

- Một số ngành như điện, nước, xăng dầu... có số thu bằng tiền mặt lớn, nhưng chưa sẵn sàng chấp nhận các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt, chưa thật sự tạo điều kiện cần thiết cho các dịch vụ thanh toán qua tài khoản cá nhân mở tại các Ngân hàng.

Công nghệ thông tin chưa phát triển như mong muốn. Đặc biệt là đường truyền dữ liệu phụ thuộc vào chất lượng đường truyền của ngành Bưu chính viễn thông, sự nghẽn mạch hoặc tốc độ truyền chậm thường xuyên xảy ra. Vì vậy, đã tác động và hạn chế hiệu quả của hoạt động dịch vụ Ngân hàng, nhất là dịch vụ thanh toán; dịch vụ chuyển tiền điện tử... và các quan hệ giao dịch khác trên mạng.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA ACB – CHI NHÁNH KON TUM

Xuất phát từ định hướng phát triển của NHTMCP ACB Việt Nam : Giữ vững vị thế là một trong những NHTMCP lớn nhất Việt Nam , giữ vai trò quan trọng trong cung ứng vốn cho nền kinh tế, luôn nỗ lực cao nhất để đáp ứng sự nghiệp công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước, phục vụ nhiệm vụ tăng trưởng kinh tế , ổn định tiền tệ. Từng bước xây dựng NHTMCP ACB Việt Nam trở thành một Ngân hàng toàn diện để nhanh chóng hội nhập với các Ngân hàng trong khu vực và Thế giới.

Xuất phát từ định hướng chiến lược huy động vốn của Ngân hàng TMCP Á Châu Việt Nam:

- Coi nguồn vốn trong nước là quyết định , vốn ngoài nước là quan trọng
- Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn . Có biện pháp để nâng tỷ trọng vốn tiền gửi có kỳ hạn của các doanh nghiệp , các tổ chức kinh tế, đồng thời tăng lượng vốn huy động từ các tầng lớp dân cư.

- Coi trọng huy động vốn dài hạn , trung hạn thông qua phát hành kỳ phiếu, trái phiếu trung và dài hạn

- Gắn chiến lược huy động vốn với sử dụng vốn

- Đổi mới phong cách phục vụ

- Tăng cường chính sách lãi suất linh hoạt đối với khách hàng

- Áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt đối với khách hàng

Định hướng phát triển nguồn huy động vốn của Ngân hàng TMCP ACB – CN Kon Tum trong thời gian tới

Tiếp tục hoàn thiện các biện pháp tăng nguồn vốn. Trong đó nguồn vốn trong nước là quyết định, nguồn vốn bên ngoài là quan trọng

Tích cực huy động nguồn vốn mới trong nước bằng cách :

- Tiếp tục triển khai việc mở tài khoản cá nhân

- Mở rộng mạng lưới huy động vốn

- Áp dụng linh hoạt rộng rãi mọi hình thức để huy động vốn trong dân cư.

- Tập trung khai thác nguồn tiền gửi có tính chất ổn định lâu dài

- Có chiến lược khách hàng đúng đắn : Chiến lược thu hút nhiều khách hàng mới và duy trì mối quan hệ với các khách hàng cũ nhằm huy động được nhiều nguồn lực trong xã hội.

3.2. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHTMCP ACB-CN KON TUM

3.2.1. Áp dụng cơ chế lãi suất huy động linh hoạt

Lãi suất là một trong những công cụ quan trọng để đẩy mạnh nguồn vốn huy động, và cũng là một trong những yếu tố gây khó khăn cho các ngân hàng trong việc xác định

mức lãi suất hợp lý cho mỗi kỳ kinh doanh. Lãi suất huy động của ngân hàng không được phép vượt mức trần quy định của NHNN, đồng thời cũng không thể quá thấp vì sẽ làm giảm đi khả năng cạnh tranh trên thị trường so với các ngân hàng khác.

Vì vậy, khi hoạch định chính sách cho từng thời kỳ, chi nhánh cần áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt, phù hợp và có tính cạnh tranh cao để thu hút vốn. Trong đó, các DN luôn là một kênh huy động với lượng vốn khá lớn, nếu chi nhánh có thể đưa ra các mức lãi suất hấp dẫn kèm theo nhiều ưu đãi để thu hút đối tượng KH này, thì sẽ luôn có một lượng vốn dồi dào bổ sung cho nguồn vốn huy động nhằm phục vụ việc kinh doanh của chi nhánh. Bên cạnh đó, việc sử dụng vốn hiệu quả cũng là vấn đề cần được quan tâm, vì hoạt động huy động vốn phải luôn gắn liền và cân đối với hoạt động sử dụng vốn mới có thể mang lại lợi nhuận cao cho chi nhánh.

3.2.2. Thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng

Có thể nhận thấy hiệu quả kinh doanh và lợi ích của ngân hàng chủ yếu phụ thuộc vào lợi ích của các khách hàng. Vì vậy, việc xây dựng và triển khai thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng là một trong những vấn đề cần được quan tâm hàng đầu của mỗi ngân hàng. Chính sách chăm sóc khách hàng được thực hiện tốt thì chi nhánh mới có thể duy trì được nhóm khách hàng trung thành, đồng thời thu hút thêm được nhiều khách hàng mới; từ đó mở rộng mạng lưới khách hàng và mở rộng HĐKD của ngân hàng.

Công tác thực hiện chính sách chăm sóc khách hàng cần nhắm đến mục tiêu là sự hài lòng của khách hàng. Mức độ hài lòng của khách hàng càng cao thì mối quan hệ mà chi nhánh thiết lập được với khách hàng càng bền vững và lâu dài. Cụ thể, chính sách chăm sóc khách hàng có thể phân loại khách hàng theo từng nhóm rõ ràng để chi nhánh dễ dàng áp dụng các chương trình khuyến mãi, ưu đãi và tư vấn phù hợp cho khách hàng. Đặc biệt, đối với nhóm khách hàng lâu năm, có số dư tiền gửi lớn, lịch sử giao dịch và sử dụng dịch vụ ngân hàng thường xuyên,... thì chi nhánh có thể áp dụng chế độ ưu tiên về lãi suất, kỳ hạn món vay cùng những chương trình xét thưởng định kỳ.

3.2.3. Phát huy trình độ đội ngũ cán bộ, nhân viên

Đội ngũ nhân viên có ảnh hưởng rất lớn đến HĐKD của chi nhánh, vì họ là những người trực tiếp tiếp xúc và tư vấn khách hàng. Do đó, để có thể thực hiện tốt công tác tư vấn cũng như đảm bảo chất lượng phục vụ khách hàng, đòi hỏi các nhân viên phải thường xuyên nâng cao trình độ, có sự hiểu biết thấu đáo về các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng để có thể giải thích và đưa ra lời khuyên hữu ích cho khách hàng. Mặt khác, nếu khách hàng được tiếp xúc và làm việc với những nhân viên chuyên nghiệp, nhiệt tình, thì họ cũng sẽ yên tâm hơn khi đến giao dịch, đặc biệt là có thể duy trì quan hệ lâu dài với ngân hàng. Vì vậy, Ngân hàng ACB nói chung và CN Kon Tum nói riêng cần tiếp tục duy trì công tác đào tạo cán bộ công nhân viên, bồi dưỡng nghiệp vụ và nâng cao trình độ chuyên môn, cập nhật những thông tin và tình hình kinh tế thị trường, để mỗi nhân viên đều là một mắt xích vững chắc của chi nhánh.

Bên cạnh đó, chi nhánh có thể tổ chức các kỳ thi đua nhằm nâng cao tinh thần và tạo động lực làm việc cho các nhân viên. Đồng thời, các chính sách khen thưởng dành

cho những nhân viên có thành tích xuất sắc trong công việc cũng là vấn đề cần được quan tâm, để làm tăng sự gắn bó giữa chi nhánh và đội ngũ nhân viên. Ngoài ra, chi nhánh có thể định kỳ thực hiện các cuộc khảo sát nhỏ, thăm dò ý kiến nhân viên, để nắm bắt tình hình HĐKD của chi nhánh cũng như tiến độ công việc của các nhân viên. Một mặt có thể kịp thời hỗ trợ nếu có nhân viên gặp khó khăn, mặt khác có thể tìm ra các biện pháp nhằm khuyến khích, động viên nhân viên trong quá trình làm việc.

3.2.4. Đa dạng hóa các hình thức huy động tiền gửi

CN cần đưa ra những sản phẩm tiền gửi nhằm thu hút lượng tiền gửi từ dân cư. Khoản tiền này phụ thuộc chủ yếu vào khả năng phân tích thị trường cũng như việc đưa ra quyết định của người gửi tiền.

Bên cạnh việc chú trọng thu hút tiền gửi từ dân cư, CN cần chú trọng thu hút tiền gửi từ các tổ chức kinh tế. Tuy việc sử dụng vốn trong loại tiền gửi này không cao và thường biến động, nhưng đây là loại tiền gửi động có lãi suất thấp, góp phần làm giảm lãi suất bình quân đầu vào, chí phí trả lãi tiền gửi thấp.

3.2.5. Phát triển hệ thống dịch vụ

Trong thời gian tới CN có thể xem xét hoàn thiện và đưa ra các dịch vụ như sau:

- Phát triển và hoàn thiện dịch vụ thanh toán, chuyển tiền
- Dịch vụ tư vấn
- Dịch vụ bảo lãnh
- Dịch vụ bảo quản giấy tờ, tài sản cho khách hàng

3.2.6. Tăng cường hoạt động Marketing Ngân hàng

Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền về hoạt động dịch vụ sản phẩm mới. Đây là hình thức quảng bá hình ảnh, xây dựng thương hiệu của Ngân hàng.

CN cần tổ chức các chương trình khuyến mại khác nhau đem lại lợi ích thiết thực và hấp dẫn khách hàng như khuyến mại mở thẻ ATM miễn phí tại nhà, ...

Cần có đội ngũ nhân viên làm Marketing chuyên nghiệp, làm tốt các công tác tiếp cận thị trường, giới thiệu sản phẩm và dịch vụ của ngân hàng đến từng khách hàng.

3.3. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

3.3.1. Khuyến nghị đối với Nhà nước

Hoàn thiện môi trường pháp lý, tạo lập môi trường tâm lý xã hội ổn định, phát triển thị trường chứng khoán. Hoàn chỉnh hệ thống pháp luật đồng bộ đảm bảo các quyền lợi chính đáng của Ngân hàng, môi trường pháp lý ổn định để tạo điều kiện Ngân hàng cho vay, vừa đáp ứng được nhu cầu về cung cấp vốn cho đầu tư phát triển vừa đảm bảo được an toàn vốn ngân hàng. Tạo lập môi trường pháp lý ổn định sẽ thu hút được khách hàng tin tưởng quay trở lại với ngân hàng. Chính phủ cần tạo lòng tin đối với người dân để họ tin tưởng vào các biện pháp của Chính Phủ sẽ đưa nền kinh tế của chúng ta đi lên, đẩy lùi lạm phát.

3.3.2. Khuyến nghị đối với NHTMCP ACB – CN Kon Tum

CN cần đầu tư thích đáng cho việc nghiên cứu những vấn đề chiến lược kinh doanh lâu dài của hệ thống . Sớm đưa ra các dự báo khoa học hỗ trợ và tạo điều kiện cho việc chủ động hơn trong kinh doanh.

Có chế độ thưởng phạt hợp lý đối với bộ phận làm công tác huy động vốn trong các thời kỳ huy động kỳ phiếu, trái phiếu.

KẾT LUẬN

Qua những nội dung được tìm hiểu, nghiên cứu và trình bày trong bài báo cáo thực tập “Giải pháp phát triển công tác huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum”, có thể thấy chi nhánh đã thực hiện khá tốt công tác huy động vốn trong những năm qua. Bên cạnh đó, nhận thức được vai trò quan trọng của nguồn vốn huy động đối với các hoạt động kinh doanh của ngân hàng, nên chi nhánh đã phát huy tối đa năng lực và khả năng cạnh tranh của mình để duy trì sự tăng trưởng của vốn huy động trong nhiều năm qua.

Ngoài ra, nguồn vốn huy động còn là cơ sở để ngân hàng có thể triển khai thực hiện những kế hoạch kinh doanh với quy mô lớn, cũng như mở rộng hoạt động kinh doanh của mình. Do đó, chi nhánh luôn không ngừng tìm kiếm những giải pháp thích hợp và hữu hiệu nhằm tăng cường công tác huy động vốn, đảm bảo luôn có một nguồn vốn huy động dồi dào để đáp ứng nhu cầu kinh doanh ngày một tăng của chi nhánh.

Xuất phát từ nhu cầu và tình hình kinh doanh thực tế của chi nhánh, cũng như dựa trên các phân tích và những quan sát thực tiễn tại đơn vị, bài báo cáo thực tập đã tập trung làm rõ thực trạng công tác huy động vốn tại chi nhánh. Từ đó, đưa ra những giải pháp thích hợp nhằm hoàn thiện hơn nữa và tăng cường công tác huy động vốn của chi nhánh trong thời gian sắp tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Đức Nghiêm . “Giám lãi suất huy động VNĐ : Chờ hiệu lệnh”, thời báo ngân hàng.
- [2]. Nguyễn Minh Kiều , *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại* , NXB Thống kê , Tp. Hồ Chí Minh
- [3]. Nguyễn Minh Kiều , *Nghiệp vụ ngân hàng Thương mại* , Tp. Hồ Chí Minh, Tái bản lần thứ 2 , NXB Lao động – xã hội
- [4]. Giáo trình Phân tích tài chính doanh nghiệp – Học viện tài chính
- [5]. Giáo trình Ngân hàng thương mại – Nguyễn Đăng Dờn
- [6]. Giáo trình Quản trị Ngân hàng thương mại – Học Viện Tài chính
- [7]. Tạp chí thông tin ACB Việt Nam

GIẤY XÁC NHẬN
HOÀNH THÀNH BÁO CÁO THỰC TẬP, KHÓA LUẬN, ĐỒ ÁN
TỐT NGHIỆP

Họ và tên sinh viên: PHOTHISALATH SOUKSAMAI

Lớp: K12 NH

Mã sinh viên: 1817340201023

Xác nhận sinh viên đã chỉnh sửa báo cáo tốt nghiệp /khóa luận/đồ án theo ý kiến của giảng viên hướng dẫn và Hội đồng đánh giá.

Tên báo cáo /khóa luận /đồ án tốt nghiệp: **GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU - CHI NHÁNH KON TUM**

Kon Tum, ngàytháng.....năm.....

Trưởng khoa

Người hướng dẫn