

# PHẦN MỞ ĐẦU



## 1. Lý do chọn đề tài:

Trong nền kinh tế hiện đại không thể không nhắc tới sự tồn tại của ngành ngân hàng. Sự phát triển bền vững, lành mạnh và ổn định của hệ thống ngân hàng là điều kiện góp phần cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế. Hoạt động của ngành Ngân hàng Việt Nam trong những năm qua đã có những bước tiến đáng kể về trình độ và chất lượng dịch vụ ngày càng cao. Nhưng để cạnh tranh với các tổ chức tín dụng nước ngoài đòi hỏi các Ngân hàng thương mại Việt Nam cần phải có nhiều nỗ lực hơn nữa về việc cải cách nâng cao chất lượng dịch vụ để ngày càng thu hút và giữ vững khách hàng nhằm đạt mục tiêu kinh doanh đã đề ra.

Hoạt động huy động vốn là hoạt động cơ bản và có ý nghĩa to lớn đối với hệ thống Ngân hàng thương mại và đối với xã hội bởi các nguồn vốn mà Ngân hàng thương mại huy động được tạo thành nguồn vốn để ngân hàng cung cấp cho các nghiệp vụ sinh lời chủ yếu – hoạt động tín dụng. Trong thời gian gần đây, các Ngân hàng thương mại Việt Nam phải đương đầu với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn trong hoạt động huy động vốn khi mà nguồn vốn nhàn rỗi của xã hội đã và đang được phân tán trên nhiều kênh huy động khác với nhiều hình thức ngày càng phong phú, đa dạng và mang lại lợi nhuận hấp dẫn. Như là đầu tư vào thị trường chứng khoán, thị trường bất động sản, dự trữ vàng, ngoại tệ mạnh, mua sản phẩm của các công ty bảo hiểm... Vì vậy việc đưa ra các giải pháp để tăng trưởng và đảm bảo trong hoạt động huy động vốn là hết sức cấp thiết và khó khăn đối với các Ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh nói chung và NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú nói riêng. Công tác huy động vốn ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú, đặc biệt là hoạt động tín dụng – nguồn thu chủ yếu của ngân hàng. Và ảnh hưởng đến nguồn tài nguyên để

đầu tư cơ sở hạ tầng, phát triển sản xuất kinh doanh, gián tiếp làm trì trệ sự phát triển của nền kinh tế. Nhận thức được vấn đề này, qua quá trình tìm hiểu và nghiên cứu hoạt động huy động vốn tại NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú, em đã chọn tên đề tài: **“Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Nông Nghiệp và phát triển nông thôn Chi nhánh An Phú”**.

## **2. Tổng quan về lịch sử đề tài:**

Huy động vốn là một mảng hoạt động dịch vụ cơ bản và quan trọng đối với các Ngân hàng thương mại. Bất kỳ một Ngân hàng thương mại nào, dù mới thành lập hay đã hoạt động lâu năm đều phải tập trung đẩy mạnh dịch vụ này. Do đó, nếu có các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh trong hoạt động huy động vốn, xây dựng chính sách hấp dẫn, linh hoạt, đa dạng cùng với chiến lược quảng cáo tốt... thì các Ngân hàng thương mại có thể ổn định và phát triển nguồn vốn huy động. Vì vậy, việc tìm hiểu nguy cơ cạnh tranh, phân tích thực trạng phát triển huy động vốn và hiểu rõ đánh giá của khách hàng đối với các sản phẩm dịch vụ huy động vốn của Ngân hàng thương mại nói chung và NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú nói riêng. Từ đó, xây dựng giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn là hết sức cần thiết đối với NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú trong bối cảnh nền kinh tế hiện nay và khi hội nhập kinh tế quốc tế.

Với đề tài này trước đây đã có nhiều người nghiên cứu ở các trường đại học làm đề tài tốt nghiệp khi ra trường.

Và trường đại học Lạc Hồng cũng không ngoại lệ khi một số sinh viên chọn đề tài này như:

- Phạm Ngọc Dương\_04TC1-1: “ Các giải pháp nhằm nâng cao tăng cường công tác huy động nguồn vốn hoạt động của NHNo&PTNT Nam Hoa”
- Hoàng Phương Thảo\_05TC1: “ Giải pháp nhằm mở rộng và nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tại NHNo&PTNT tỉnh Đồng Nai”
- Đinh Văn Huy\_04TC1-1: “Các giải pháp nâng cao chất lượng của các sản phẩm dịch vụ tại NHNo&PTNT khu công nghiệp Biên Hòa”

Mỗi bài có hướng riêng, có phong cách thể hiện đề tài của mình. Song bên cạnh đó sinh viên khi nghiên cứu đề tài này cần chú trọng thực trạng và giải pháp huy động vốn tại ngân hàng.

### **3. Mục tiêu nghiên cứu :**

- Nghiên cứu cơ sở lý luận về hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động huy động vốn gắn liền với các sản phẩm dịch vụ nói riêng hiện nay và trong bối cảnh kinh tế hội nhập.
- Tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn, các sản phẩm dịch vụ của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú. Đánh giá thực trạng hoạt động huy động vốn gắn liền với các sản phẩm dịch vụ, phân tích ưu điểm và những tồn tại trong hoạt động huy động vốn của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú.
- Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tại NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú.

### **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

#### **• Đối tượng**

- Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động huy động vốn tại Chi nhánh An Phú
- Đối tượng điều tra: Khách hàng đến giao dịch tại ngân hàng

#### **• Phạm vi nghiên cứu**

- Thời gian nghiên cứu: năm 2009 và năm 2010
- Không gian nghiên cứu: NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú

### **5. Phương pháp nghiên cứu :**

- Sử dụng phương pháp so sánh và phân tích các yếu tố tác động đến hoạt động huy động vốn của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú.
- Phương pháp tổng hợp và thống kê số liệu từ các báo cáo qua các năm của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú.
- Điều tra khảo sát khách hàng của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú.

### **6. Điểm mới của đề tài:**

- Đánh giá được tình hình huy động vốn của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú. Từ đó đưa ra và phân tích những ưu nhược điểm của ngân hàng trong thời gian qua.

- Phân khúc khách hàng đánh giá được những khách hàng có số dư tiền gửi thanh toán lớn thường không quan tâm đến lãi suất nhưng vô cùng khát khe trong khâu sử dụng các dịch vụ hỗ trợ như dịch vụ chuyển tiền, rút gửi nhiều nơi, tiện ích của các loại thẻ ATM, Visa, Master Card, thẻ tín dụng.... Từ đó đưa ra các giải pháp nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ này nhằm đẩy mạnh công tác huy động vốn hoàn thiện hơn.

### **7. Kết cấu của đề tài :**

Ngoài phần Mở đầu và Kết luận, bài Báo cáo nghiên cứu khoa học có kết cấu gồm ba chương lớn như sau :

- **Chương 1:** Cơ sở lý luận về huy động vốn của ngân hàng trong nền kinh tế thị trường
- **Chương 2:** Thực trạng hoạt động huy động vốn tại NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú
- **Chương 3:** Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú

Ngoài ra phần cuối bài luận còn có Danh mục tài liệu tham khảo và Phần phụ lục.

**CHƯƠNG 1:**

**CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ**

**HUY ĐỘNG VỐN CỦA**

**NGÂN HÀNG TRONG**

**NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG**

## **CHƯƠNG 1:**

### **CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG**

#### **1.1 NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRONG CƠ CHẾ THỊ TRƯỜNG**

##### **1.1.1 Khái niệm ngân hàng thương mại:**

Từ trước tới nay có rất nhiều khái niệm khác nhau về ngân hàng thương mại, tuy nhiên về bản chất các khái niệm đó không có sự khác biệt. Theo pháp lệnh ngân hàng, hợp tác xã tín dụng ngày 24 tháng 5 năm 1990 của nước CHXHCN Việt Nam:

“Ngân hàng thương mại là một tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi của khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện, nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán”.

Luật tổ chức tín dụng Việt Nam có hiệu lực ngày 1/10/1998 có viết:

- Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp được thành lập theo quy định của luật này và các quy định khác của pháp luật để hoạt động kinh doanh tiền tệ, làm dịch vụ ngân hàng với nội dung nhận tiền gửi và sử dụng tiền gửi để cấp tín dụng, cung ứng các dịch vụ thanh toán.

- Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện mọi hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại ngân hàng gồm: ngân hàng thương mại, ngân hàng phát triển, ngân hàng đầu tư, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác...

Luật các Tổ chức tín dụng Việt Nam số 47/2010/QH12 được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khóa XII, kỳ họp thứ 7 thông qua ngày 16 tháng 6 năm 2010, có viết:

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

*Hoạt động ngân hàng* là việc kinh doanh, cung ứng thường xuyên một hoặc một số các nghiệp vụ sau đây:

- Nhận tiền gửi
- Cấp tín dụng
- Cung ứng dịch vụ thanh toán qua tài khoản

### **1.1.2 Chức năng ngân hàng thương mại:**

#### **1.1.2.1 Chức năng trung gian tín dụng:**

Đặc điểm tuần hoàn và chu chuyển vốn của nền kinh tế là trong quá trình lưu thông không phải bất cứ lúc nào người nắm giữ một khoản tiền tệ nào đó cũng sử dụng đến nó. Trong khi đó lại có những người cần đến tiền để huy động của cải của xã hội cho sản xuất và tiêu dùng nhưng lại chưa có tiền. Vì vậy trong nền kinh tế nảy sinh ra hiện tượng một bên muốn tạm thời vay mượn một khoản tiền tệ nào đó để sử dụng và một bên muốn tạm thời bán quyền sử dụng một khoản tiền nào đó để thu lợi. Quan hệ trực tiếp giữa những người thiếu tiền nhưng cần sử dụng với những người thừa tiền và muốn bán nó để thu một khoản lợi tức, gặp phải nhiều hạn chế vì người có nhu cầu khó tìm gặp người có khả năng cung cấp hoặc ngược lại những người có khả năng cung cấp khó gặp được người có nhu cầu và cũng có khi những người thừa tiền lại là những khoản tiền nhỏ, nhưng người cần tiền lại cần những khoản tiền lớn. Hay nói cách khác cung và cầu về vốn không gặp nhau.

Để thỏa mãn nhu cầu nói trên của một nền kinh tế có hiệu quả chỉ có thể thực hiện bằng con đường gián tiếp thông qua một trung gian tài chính bằng cách thu nhặt các khoản tiền tệ “đang tạm thời nhàn rỗi” và chuyển nó đến tay những người cần sử dụng nó bằng cách cho vay. Giữ vai trò trung gian tín dụng ngân hàng thương mại thực sự là một cầu nối giữa những người có tiền muốn cho vay và những người thiếu vốn. Đồng thời với vai trò cầu nối này, ngân hàng thương mại đã góp phần tạo lợi ích công bằng trọn vẹn cho cả 3 bên trong quan hệ: người gửi tiền, ngân hàng, và người vay.

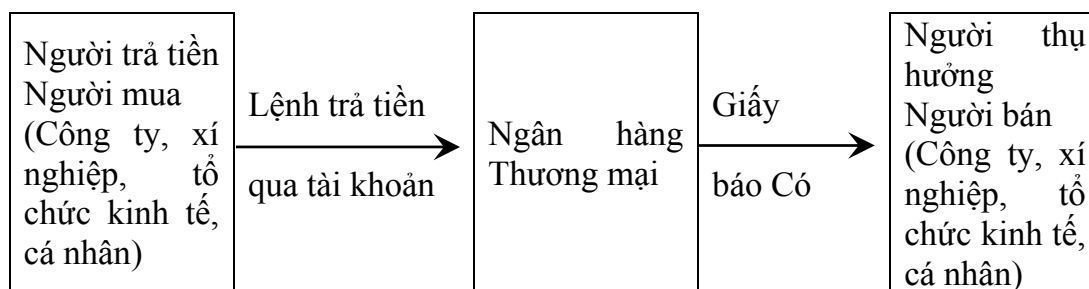
Đối với người gửi tiền họ sinh lời được vốn tạm thời nhàn rỗi của mình bởi lãi suất tiền gửi mà ngân hàng trả cho họ hoặc ngân hàng tạo cho họ các tiện ích như sự an toàn hoặc cung cấp cho họ các phương tiện thanh toán.

Ngược lại đối với người đi vay, sẽ thỏa mãn được nhu cầu kinh doanh hoặc chi tiêu thanh toán mà khỏi tốn nhiều công sức thời gian cho việc tìm kiếm nơi vay tiền tiện lợi, chắc chắn và hợp luật lệ.

Ngân hàng thương mại làm trung gian tín dụng để thông qua đó tìm kiếm lợi nhuận cho bản thân mình từ chênh lệch giữa lãi suất cho vay – lãi suất tiền gửi. Lợi nhuận đó chính là cơ sở tồn tại và phát triển của ngân hàng. Để thực hiện được như vậy hoạt động trung gian tín dụng của ngân hàng phải được xem như hoạt động cho mình. Những người gửi tiền và vay tiền hoàn toàn độc lập với nhau, còn ngân hàng thương mại chịu trách nhiệm pháp lý với những người gửi tiền và vay tiền. Ngân hàng có trách nhiệm hoàn trả tiền gốc và lãi cho người gửi tiền và tự mình sử dụng tiền đó để tự quyết định cho ai vay theo quy luật “lời ăn lỗ chịu”.

Ngày nay vai trò trung gian tín dụng trở nên biến hóa (uyển chuyển) hơn. Sự phát triển của thị trường tài chính làm xuất hiện những khía cạnh khác của chức năng này. Ngân hàng có thể đứng làm trung gian giữa công ty (khi phát hành cổ phiếu) với những nhà đầu tư: chuyển giao các mệnh lệnh trên thị trường chứng khoán, đảm bảo việc mua bán trái phiếu công ty. Theo cách này, ngân hàng làm trung gian giữa những người đầu tư và những người cần vay vốn trên thị trường. Làm trung gian khía cạnh này, ngân hàng không phải hoạt động cho bản thân mình, mà làm môi giới cho người có vốn và những người cần vay vốn gặp nhau để hưởng hoa hồng môi giới. Sau đó hai người phải có quan hệ pháp lý với nhau.[2]





(Nguồn: Sách Nghiệp vụ NHTM, NXB ĐH Quốc Gia Tp.HCM)[2]

### Sơ đồ 1: Sơ đồ chức năng trung gian thanh toán

#### 1.1.2.2 Chức năng làm trung gian thanh toán và tạo các phương tiện thanh toán.

Chức năng này là sự kế thừa và phát triển chức năng ngân hàng là thủ quỹ của các doanh nghiệp, tức là ngân hàng tiến hành nhập tiền vào tài khoản hay chi trả theo lệnh của chủ tài khoản. Công việc của người thủ quỹ chính là ở chỗ làm trung gian thanh toán. Một trong các hoạt động kinh doanh của ngân hàng có nguồn gốc xa xưa đó là hoạt động thanh toán hộ cho khách hàng của mình. Hoạt động thanh toán của ngân hàng là hoạt động cơ sở tín dụng ngày nay, khi một khách hàng thiếu tiền để thanh toán, ngân hàng sẽ trả hộ và khoản trả hộ đó sẽ trở thành khoản vay của khách hàng. Với việc kinh doanh tiền tệ dưới hình thức ban đầu giản đơn và thuần túy của nó, người thủ quỹ thực hiện chức năng thanh toán một cách riêng lẻ, tách khỏi chế độ tín dụng. Còn trong ngân hàng thương mại, chức năng trung gian thanh toán gắn bó chặt chẽ và hữu cơ với chức năng trung gian tín dụng, ngân hàng dùng số tiền gửi của người này để cho người khác vay.

Xuất phát từ chức năng là người thủ quỹ của doanh nghiệp, ngân hàng có đủ điều kiện để thực hiện các dịch vụ thanh toán theo sự ủy nhiệm của khách hàng. Khi các khách hàng gửi tiền vào ngân hàng, họ sẽ được đảm bảo an toàn trong việc cất giữ tiền và thực hiện thu chi một cách nhanh chóng, tiện lợi, nhất là các khoản thanh toán có giá trị lớn, ở mọi địa phương, mà nếu khách hàng tự làm sẽ là rất tốn kém, khó khăn và không an toàn. Nếu như mọi khoản thanh toán được thực hiện không thông qua ngân hàng sẽ có những bất tiện và tốn kém lớn như: những chi phí cho lưu thông tiền mặt (chi phí cho việc đúc tiền, in tiền, bảo quản tiền, vận chuyển

tiền...) và những chi phí liên quan đến người trả tiền và người nhận (như đếm tiền, bảo quản, vận chuyển tiền...). Khi ngân hàng thương mại ra đời và phát triển, thì hầu hết các khoản thanh toán chi trả về hàng hóa, dịch vụ giữa các chủ thể kinh tế (các doanh nghiệp và cá nhân) đều được chuyển giao cho ngân hàng thực hiện, việc thanh toán trở nên tiện lợi, tiết kiệm được nhiều chi phí, mọi quan hệ thanh toán được thanh toán bằng cách ngân hàng tạo ra các phương tiện thanh toán để yêu cầu thực hiện việc thu nhận các khoản tiền vào tài khoản của mình.

### **1.1.2.3 Chức năng tạo tiền cho nền kinh tế.**

Sự ra đời của ngân hàng đã tạo ra một bước phát triển trong việc kinh doanh tiền tệ. Trong quá trình kinh doanh tiền tệ, ngân hàng đã phát hiện ra rằng khách hàng của họ đã chi trả các khoản nợ bằng giấy chứng nhận tiền gửi mà họ đã cấp cho khách hàng. Vì thế ngân hàng đưa vào lưu thông giấy bạc ngân hàng qua nghiệp tín dụng thay thế cho tiền vàng.

Từ khi ngân hàng phát hành tách ra khỏi ngân hàng thương mại, nghĩa là khi hệ thống ngân hàng hai cấp được hình thành các ngân hàng không hoạt động riêng lẻ mà tạo nên một hệ thống. Trong đó ngân hàng phát hành độc quyền đóng vai trò ngân hàng của các ngân hàng. Còn các ngân hàng thương mại chuyên kinh doanh tiền tệ trong mối quan hệ với doanh nghiệp và cá nhân.

Nhờ hoạt động chuyển khoản trong hệ thống ngân hàng mà các ngân hàng thương mại đã tạo ra bút tệ. Việc tạo bút tệ thay thế cho tiền mặt là một sáng kiến quan trọng trong lịch sử hoạt động của ngân hàng. Chính nhờ phương thức tạo tiền này mà ngân hàng đã trở thành trung tâm tiền tệ của đời sống kinh tế hiện đại và quá trình tạo tiền này của ngân hàng thương mại chỉ được thực hiện thông qua các hoạt động tín dụng và thanh toán trong hệ thống ngân hàng.

### **1.1.3 Vai trò ngân hàng thương mại.**

***Một là: Thúc đẩy kinh tế tăng trưởng:***

Thông qua chức năng trung gian tài chính, ngân hàng đã thực sự huy động được sức mạnh tổng hợp của nền kinh tế vào quá trình sản xuất và lưu thông hàng

hóa, góp phần tích cực vào việc điều hòa vốn trong toàn bộ nền kinh tế quốc dân tạo điều kiện phát triển sản xuất làm cho sản phẩm xã hội tăng lên, vốn đầu tư được mở rộng và từ đó đời sống dân chúng được cải thiện, nó là cầu nối giữa tiết kiệm và đầu tư tạo thế cân bằng và ổn định cho nền kinh tế.

***Hai là: Cung cấp các phương tiện thanh toán cho nền kinh tế, góp phần tiết kiệm chi phí lưu thông và nâng cao khả năng tín dụng:***

Việc hệ thống ngân hàng thương mại làm chức năng trung gian thanh toán mang một ý nghĩa rất lớn đối với từng chủ thể của nền kinh tế nói riêng và đối với toàn bộ nền kinh tế nói chung:

- Trước hết, hệ thống ngân hàng thương mại sẽ cung cấp cho các chủ thể của nền kinh tế nhiều công cụ thanh toán mang tiện ích cao như: thẻ thanh toán, thẻ tín dụng, thẻ rút tiền... tùy theo yêu cầu của khách hàng có quyền lựa chọn một trong những công cụ thanh toán thích hợp. Nhờ có phương thức thanh toán và ngân hàng thương mại, các chủ thể kinh tế không phải giữ tiền trong túi, mang tiền đến gặp chủ nợ, gặp người thụ hưởng dù gần hay xa. Mà họ có thể sử dụng một phương thức thanh toán nào đó đơn giản là một tờ séc, một ủy nhiệm chi ... để giao dịch cho khách hàng hoặc yêu cầu ngân hàng chi trả hộ, thu hộ các khoản tiền theo ý muốn của mình.

- Sử dụng các phương thức thanh toán như vậy, bản thân các chủ thể kinh tế tiết kiệm được rất nhiều chi phí lao động, thời gian, lại an toàn. Hệ thống ngân hàng thương mại lại tích tụ được một nguồn vốn khổng lồ để có thể mở rộng khả năng tín dụng của mình.

- Vai trò này cũng cho phép ngân hàng thương mại tạo ra bút tệ (tiền ghi sổ) để mở rộng quy mô tín dụng đối với nền kinh tế, vừa tiết giảm được lượng tiền mặt, vừa đáp ứng được những biến động thương xuyên của hoạt động kinh tế. Mặt khác nó tạo điều kiện cho nhiều dịch vụ ngân hàng khác phát triển.

***Ba là: Ngân hàng thương mại là một trong những tác nhân tích cực trong việc thực thi chính sách kinh tế quốc gia:***

- Ngân hàng thương mại là các chủ thể có vai trò quan trọng trong quá trình thực hiện chính sách tiền tệ của nhà nước: trong nền kinh tế thị trường chức năng nhiệm vụ của Ngân hàng trung ương là cung ứng và điều hòa khối lượng tiền tệ, điều khiển hệ thống tiền tệ và tín dụng, bảo vệ giá trị đồng tiền tệ trong nước và kiểm soát hệ thống ngân hàng.

- Việc bơm tiền vào lưu thông hoặc rút bớt tiền từ lưu thông về nhằm điều hòa khối lượng tiền trong lưu thông, Ngân hàng trung ương không thể tiến hành một cách trực tiếp được mà phải thông qua hệ thống tài chính trung gian mà Ngân hàng thương mại đóng vai trò chủ yếu.

- Như khi Ngân hàng trung ương muốn bành trướng khối lượng tiền tệ thông qua việc bơm tiền vào lưu thông, ngân hàng trung ương sẽ ấn định mức dự trữ bắt buộc ở mức thấp nhất để khuyến khích các ngân hàng thương mại mở rộng mức cho vay và nâng cao số nhân tạo tiền, ngược lại khi nâng cao mức dự trữ bắt buộc ngân hàng trung ương hạn chế khả năng tạo tiền của ngân hàng thương mại cũng như khả năng cho vay của nó, giảm khối lượng tiền trong lưu thông. Hoặc bằng việc hạ lãi suất chiết khấu, tái chiết khấu, ngân hàng trung ương có thể bơm tiền vào lưu thông qua việc cho các ngân hàng thương mại vay tái chiết khấu.

- Để gia tăng tốc độ tăng trưởng kinh tế, tín dụng phát ra từ các ngân hàng thương mại phải mang lại hiệu quả, việc thu hút vốn nước ngoài thông qua ngân hàng thương mại cũng được sử dụng đúng mục đích yêu cầu của nền kinh tế ... Tóm lại, tín dụng của các ngân hàng thương mại phải gắn với việc gia tăng sản xuất của nền kinh tế, thực hiện cơ cấu sản xuất hợp lý đã hoạch định, thúc đẩy quá trình mở cửa của nền kinh tế.

- Tín dụng ngân hàng thương mại trên cơ sở cho vay mở rộng sản xuất phát triển ngành nghề, tạo ra công ăn việc làm cho người lao động, góp phần thực hiện các mục tiêu và chính sách xã hội của nhà nước.[3]

## **1.2 CÁC HÌNH THỨC HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG**

### **1.2.1 Tiền gửi hoạt kỳ ( tiền gửi không kỳ hạn)**

Tiền gửi hoạt kỳ là loại tiền gửi mà người gửi tiền (chủ tài khoản) được sử dụng một cách chủ động và linh hoạt không bị ràng buộc về mặt thời gian.

Tiền gửi hoạt kỳ là loại tiền gửi để phục vụ nhu cầu giao dịch, thanh toán cho chủ tài khoản như trả tiền hàng hóa, dịch vụ, rút tiền mặt từ ATM, chuyển tiền,... Chủ tài khoản gửi tiền vào tài khoản ở ngân hàng, không nhằm mục đích hưởng lãi, mà vì nhu cầu giao dịch, thanh toán, chính vì vậy lãi suất không phải là công cụ để thu hút nguồn vốn này, mà công cụ chính là dịch vụ mà ngân hàng cung cấp kèm theo phải là dịch vụ có nhiều tiện ích, an toàn, nhanh chóng và chính xác.

Tiền gửi hoạt kỳ không những cho phép khách hàng rút tiền mặt, phát hành Sec, trả tiền mặt bằng Lệnh chi, mà còn cho phép khách hàng rút tiền tại ATM của hệ thống liên kết thẻ giữa các NH với nhau.

### **1.2.2 Tiền gửi định kỳ ( tiền gửi có kỳ hạn)**

Tiền gửi định kỳ là loại tiền gửi mà người gửi tiền chỉ có thể rút ra khi đáo hạn, tuy nhiên trong trường hợp bình thường các ngân hàng vẫn cho khách hàng rút tiền trước hạn với điều kiện chỉ được hưởng lãi theo lãi suất không kỳ hạn. Tiền gửi định kỳ có các đặc điểm:

Tiền gửi định kỳ tương đối ổn định, do đó các NHTM thường sử dụng để cho vay trung, dài hạn.

Tiền gửi định kỳ có chi phí sử dụng vốn khá cao. Người gửi tiền có kỳ hạn nhằm mục đích hưởng lãi, do đó lãi suất hấp dẫn, lãi suất cao là đòn bẩy, là công cụ để thu hút nguồn vốn này. Như vậy công cụ chủ yếu gia tăng nguồn vốn tiền gửi định kỳ chính là lãi suất.

Tiền gửi định kỳ vừa phong phú về kỳ hạn (3 tháng, 6, 9, 12, 13, 15, 24 tháng,...), lại vừa áp dụng nhiều phương thức trả lại.

Tiền gửi định kỳ nếu đến hạn mà khách hàng chưa rút tiền sẽ được nhập lãi vào vốn, đồng thời tái lập kỳ hạn tự động cho khách hàng theo lãi suất tại thời điểm tái đáo hạn. Nếu khách hàng rút tiền trước thời gian tái đáo hạn thì chỉ được hưởng lãi không kỳ hạn.

### **1.2.3 Tiền gửi tiết kiệm**

Tiền gửi tiết kiệm là khoản tiền tích lũy để dành cho dân chúng đem gửi vào ngân hàng nhằm tích lũy dần để thực hiện một nhu cầu nào đó trong tương lai, đồng thời cũng nhằm mục đích hưởng lãi do ngân hàng trả với nhu cầu an toàn tài sản.

*Các loại tiền gửi tiết kiệm bao gồm:*

- Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn: gần giống như tiền gửi thanh toán, chỉ khác là ngân hàng bắt buộc phải trả lãi và khách hàng khi gửi tiền tiết kiệm không kỳ hạn không sử dụng các phương tiện thanh toán như: séc, ủy nhiệm chi,..
- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn: đây là nguồn vốn ổn định, giúp cho ngân hàng có được kế hoạch đầu tư cho vay, với thời hạn dài mang lại lợi nhuận cao, lãi suất tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn lớn hơn lãi suất tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn.
- Tiền gửi tiết kiệm khác: đây là loại tiền gửi có gắn với một đích nào đó, gắn với một giải thưởng ... để khuyến khích khách hàng.

### **1.2.4 Phát hành giấy tờ có giá**

Giấy tờ có giá là một loại giấy nợ của ngân hàng phát hành, được bán cho công chúng trong kế hoạch huy động vốn của ngân hàng trong mỗi thời kỳ mà ngân hàng cần vốn, ngưng phát khi đủ vốn.

Lãi suất thường cao hơn lãi suất tiền gửi tiết kiệm thông thường nên có khả năng hấp dẫn lớn đối với người gửi tiền.

### **1.2.5 Huy động vốn từ các tổ chức tín dụng khác**

Bên nguồn vốn bảng cân tài sản của các ngân hàng thương mại có một bộ phận vốn huy động từ các TCTD khác. Các TCTD khác trong khi tham gia hệ thống

thanh toán có thể mở tài khoản tại NHTM. Qua tài khoản này, NHTM có thể huy động vốn giống như đối với các tổ chức kinh tế bình thường.

### **1.2.6 Huy động vốn từ Ngân hàng nhà nước**

Các NHTM vay tiền NHNN trong trường hợp quá thiếu tiền mặt hay thiếu hụt dự trữ. Công cụ tiền tệ là chiết khấu và tái chiết khấu của NHNN là một khoản mục cố định trong tài sản nợ cho dù vay nhiều hay vay ít, vay thường xuyên hay chỉ thỉnh thoảng một vài lần trong năm vì chưa có NHTM nào từ khi thành lập mà lại không vay của NHNN.[2]

## **1.3 VAI TRÒ HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG**

### **1.3.1 Đối với hoạt động kinh doanh ngân hàng**

Hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại tiến hành trên hai hoạt động chủ yếu của mình là hình thành nguồn vốn và sử dụng nguồn vốn sao cho có thu nhập vừa đảm bảo sự tồn tại và phát triển của ngân hàng vừa phục vụ kịp thời nhu cầu phát triển của nền kinh tế.

Trong tổng nguồn vốn của ngân hàng thương mại nguồn huy động tiền gửi chiếm 70% đến 80% đây là nguồn vốn quan trọng để ngân hàng tiến hành cấp tín dụng, đó là một nguồn vốn có chi phí rẻ nhất trong tất cả các nguồn vốn và hơn thế nữa khả năng huy động vốn tiền gửi trong dân cư là rất lớn. Nhờ nguồn vốn này mà ngân hàng mở rộng quy mô kinh doanh, tăng lợi nhuận cho ngân hàng và thông qua hoạt động tiền gửi sẽ tạo điều kiện cho ngân hàng đa dạng hóa các dịch vụ thanh toán, thúc đẩy ngân hàng đổi mới công nghệ thông tin, mở rộng mạng lưới hoạt động, đa dạng hóa các loại hình thức kinh doanh khác và có điều kiện phát triển dịch vụ, tăng cường tối đa mức phục vụ khách hàng.

### **1.3.2 Đối với kinh tế**

Từ thực tế cho thấy, ngành ngân hàng trong những năm qua với chức năng nhiệm vụ của mình đã có những đóng góp quan trọng trong công tác huy động vốn cũng như cung ứng vốn cho nền kinh tế. Có thể nói đất nước ta đang chuyển sang

thời kỳ công nghiệp hóa - hiện đại hóa và hội nhập, vì vậy việc huy động vốn mang ý nghĩa chiến lược sâu sắc đối với nền kinh tế nói chung và đối với ngành ngân hàng nói riêng. Qua phân tích cơ cấu nguồn vốn ta thấy được tầm quan trọng của huy động vốn trong tổng nguồn vốn của ngân hàng. Nó mang tính chất linh hoạt và biến động không ngừng, nếu làm tốt công tác huy động, nguồn vốn sẽ tăng lên đồng thời có những tác động tích cực đối với nền kinh tế.

Vốn nhàn rỗi trong dân cư được gửi vào ngân hàng ngày càng nhiều càng góp phần hạn chế lạm phát tiền tệ.

Do yêu cầu công nghiệp hóa hiện đại hóa và hội nhập, đòi hỏi phải mở rộng phạm vi đầu tư mới với quy mô lớn, đổi mới công nghệ, đầu tư vốn cho vay kinh doanh ngày càng nhiều hơn. Đầu tư để phát triển kinh tế giữa các vùng, đặc biệt là vùng sâu, vùng xa và góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thông qua đó khai thác có hiệu quả tiềm năng của đất nước, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế với tốc độ cao.

### **1.3.3 Đối với khách hàng gửi tiền**

Khi gửi tiền vào ngân hàng, khách hàng dù là một doanh nghiệp, một tổ chức kinh tế, cá nhân cũng đều được bảo quản an toàn về số tiền gửi vào. Sẽ không có ai biết được số dư mình gửi vào hoặc lãnh tiền của mình ra nếu không có sự ủy quyền của chủ sở hữu (trừ trường hợp có lệnh của cơ quan chức năng có thẩm quyền).

Ngoài việc được hưởng một khoản tiền lãi do ký thác vào ngân hàng, khách hàng gửi tiền còn được hưởng các dịch vụ thanh toán miễn phí của ngân hàng, các ngân hàng thương mại cung cấp các phương tiện thanh toán khác như: séc chuyển khoản, séc bảo chi, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thẻ ngân hàng, dịch vụ chuyển tiền cho phù hợp với các nhu cầu thanh toán của từng cá nhân từng doanh nghiệp khi tham gia thanh toán. Ngoài ra, ngân hàng còn trang bị máy móc hiện đại để phục vụ cho công tác thanh toán được đảm bảo an toàn nhanh chóng.

Một lợi ích khác cho khách hàng gửi tiền vào ngân hàng là sẽ được ngân hàng cung cấp vốn tùy theo nhu cầu quy mô sản xuất kinh doanh và tình hình tài



chính của đối tượng xin vay để đảm bảo quá trình sản xuất được lưu thông trong lúc tạm thời thiếu vốn.

Tóm lại, ngày nay gửi tiền vào ngân hàng, đối với người gửi tiền không hoàn toàn vì mục đích tiền lãi mà còn mang nội dung của thời đại văn minh tiên bộ, người gửi tiền ký thác tài sản vào ngân hàng là mong được hưởng các khoản dịch vụ thanh toán thuận lợi, an toàn vốn.

Nhìn chung, ngân hàng thực hiện tốt công tác thu hút tiền gửi vào, đó là điều kiện thuận lợi giúp ngân hàng có thể tranh thủ cho mục tiêu gia tăng lợi nhuận, mở rộng nguồn vốn hoạt động và tạo điều kiện mở rộng cho vay. Đồng thời giúp nền kinh tế phát triển, gửi tiền vào ngân hàng không những người dân đã thể hiện tính tiết kiệm mà còn góp phần kiến thiết xây dựng đất nước.

## **1.4 CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HUY ĐỘNG VỐN**

### **1.4.1 Lãi suất**

Ngày nay cạnh tranh của các ngân hàng đã diễn ra hết sức đa dạng ngân hàng không chỉ cạnh tranh với các ngân hàng khác mà còn các định chế tài chính khác và kể cả các chủ thể phát hành giấy nợ khác. Một chính sách lãi suất đưa ra có thể gia tăng nguồn vốn, có thể tiền gửi rò rỉ chuyển sang nơi khác. Vì vậy các ngân hàng cần phải nghiên cứu thị trường đưa ra một chính sách lãi suất, hấp dẫn linh hoạt có ý nghĩa quyết định đến gia tăng tiền gửi.

### **1.4.2 Cơ sở vật chất, mạng lưới chi nhánh**

Cơ sở vật chất: việc xác lập niềm tin cho công chúng là quan trọng; một tòa đồ sộ trang bị tiện nghi tạo cho dân chúng một hình ảnh giàu có của ngân hàng.

Mạng lưới chi nhánh: ngân hàng có nhiều chi nhánh thuận tiện cho khách hàng là điều kiện thu hút khách hàng tạo thuận tiện cho khách hàng.

### **1.4.3 Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng**

Dịch vụ mà ngân hàng cung cấp kèm theo phải là dịch vụ có nhiều tiện ích, an toàn, nhanh chóng và chính xác.

*Dịch vụ ngân hàng có hai đặc điểm:*

- Các dịch vụ mà chỉ có các ngân hàng với những ưu thế của nó mới có thể thực hiện được một cách trọn vẹn và đầy đủ. Đó là ưu thế về mạng lưới rộng khắp trong và ngoài nước, quan hệ với nhiều công ty, xí nghiệp, tổ chức kinh tế và có trang thiết bị hiện đại, có thông tin chính xác về các diễn biến kinh tế tài chính, tiền tệ ...
- Các dịch vụ gắn liền với hoạt động ngân hàng không những cho phép ngân hàng thực hiện tốt yêu cầu của khách hàng mà còn hỗ trợ tích cực để ngân hàng thực hiện tốt hơn vai trò, chức năng của mình.

*Dịch vụ ngân hàng gồm:*

- Dịch vụ ngân quỹ và chuyển tiền nhanh quốc nội.
- Dịch vụ kiều hối và chuyển tiền nhanh quốc tế.
- Dịch vụ ủy thác (bảo quản, thu hộ, chi hộ, mua bán hộ...)
- Dịch vụ tư vấn đầu tư, cung cấp thông tin ...
- Dịch vụ ngân hàng điện tử (E-Banking).

#### **1.4.4 Đội ngũ nhân viên**

Một đội ngũ nhân viên trực tiếp giao dịch phải niềm nở và cần có trình độ ngành ngân hàng hiện đại hóa là cần thiết. Song sự thân thiết với khách hàng lại cần thiết và bao giờ cũng quan trọng, khách hàng có thể đem vốn của mình vào cho ngân hàng mở rộng kinh doanh và cũng có thể rút vốn khỏi ngân hàng và làm sụp đổ ngân hàng.

#### **1.4.5 Các chính sách cơ bản của ngân hàng**

Một chính sách đầu tư có hiệu quả tạo một hình ảnh trên bảng tổng kết tài sản với những chứng khoán của những công ty làm ăn hiệu quả, những chứng khoán an toàn, ít rủi ro giúp cái nhìn trực diện cho hình ảnh tốt về ngân hàng.

Một chính sách cho vay năng động, hiệu quả với nhiều loại hình cho vay, lãi suất, thủ tục đa dạng tạo thuận lợi cho khách hàng vay, cũng là điều kiện thu hút bởi

vì những người gửi tiền sẽ trở thành những người vay tiền của ngân hàng nếu khơi dậy lòng ham muốn của họ.

Chính sách ngân hàng: một ngân hàng mà quan tâm đến hoạt động kinh doanh, cuộc sống đời thường của khách hàng có tác dụng rất lớn. Nên khi giải quyết những vấn đề rắc rối giữa ngân hàng và khách hàng, ngân hàng cần có chính sách mềm dẻo vừa thực hiện được mong muốn của mình vừa làm hài lòng khách hàng.

#### **1.4.6 Phát triển và nâng cao thị trường tài chính**

Thị trường tiền tệ là thị trường vốn hoạt động càng sôi nổi có hiệu quả là điều kiện để tăng tính thanh khoản của các sản phẩm, thu hút vốn cho ngân hàng tạo thuận lợi cho khách hàng chủ động sử dụng vốn của mình mà vẫn kiếm lời được.

Các thị trường này hoạt động sôi nổi và có hiệu quả cũng tạo điều kiện rất lớn cho ngân hàng trong việc vay tiền điều tiết vốn của mình để tăng tính thanh khoản và kiếm lợi.

### **1.5 MỘT SỐ TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN**

Để đánh giá hiệu quả tình hình huy động vốn tại một ngân hàng, ta dựa vào một số tiêu chí sau:

- ❖ **Dư nợ cho vay / Tổng vốn huy động**

$$\text{DNCV/TVHĐ} = \frac{\text{Dư nợ cho vay}}{\text{Tổng vốn huy động}}$$

Chỉ tiêu này cho biết dư nợ cho vay chiếm bao nhiêu phần trăm trong tổng vốn huy động. Nếu chỉ tiêu này lớn chứng tỏ vốn huy động được sử dụng vào mục đích cho vay cao. Từ đó ta có thể thấy được hiệu quả của việc huy động vốn.

- ❖ **Tổng vốn huy động/Tổng số lượng nhân viên ngân hàng**

$$\text{SLNV/TVHĐ} = \frac{\text{Tổng số lượng nhân viên tại ngân hàng}}{\text{Tổng vốn huy động}}$$

Chỉ tiêu này cho biết số lượng đồng vốn huy động trên mỗi nhân viên tại ngân hàng là bao nhiêu. Nếu chỉ tiêu này lớn chứng tỏ hiệu quả huy động vốn tại ngân hàng tăng.

❖ Lợi nhuận / Tổng vốn huy động

$$\text{LN/TVHĐ} = \frac{\text{Lợi nhuận}}{\text{Tổng vốn huy động}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ một đồng huy động đem lại bao nhiêu lợi nhuận cho ngân hàng. Nếu chỉ tiêu này lớn chứng tỏ đồng vốn huy động đem lại nhuận cao cho ngân hàng, từ đó cho thấy hiệu quả của việc huy động vốn tăng.

❖ Tổng vốn huy động / Chi phí hoạt động

$$\text{TVHĐ/CPHĐ} = \frac{\text{Tổng vốn huy động}}{\text{Chi phí huy động}}$$

Chỉ tiêu này cho biết cứ mỗi đồng chi phí mang lại bao nhiêu đồng vốn huy động. Chỉ tiêu này lớn chứng tỏ việc huy động mang lại hiệu quả cao, chi phí ít mà đồng vốn huy động nhiều.

## KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Hoạt động huy động vốn là hoạt động không thể thiếu trong hoạt động kinh doanh của ngành ngân hàng, nhờ hoạt động huy động vốn mà ngân hàng đáp ứng được nguồn vốn cho nền kinh tế và cũng qua chức năng đi vay ngân hàng đã thực hiện được mục tiêu đó là cầu nối giữa những người đang tạm thời nhàn rỗi vốn và những người thiếu vốn. Vì mục tiêu lợi nhuận ngân hàng phải đánh giá hiệu quả hoạt động huy động vốn của mình để từ đó đưa ra những sản phẩm, chính sách thích hợp mang lại lợi ích cao cho khách hàng đồng thời mang lại hiệu quả kinh doanh cho ngân hàng. Với cơ sở lý luận nghiên cứu về hoạt động huy động vốn trên đã giúp em hiểu được phần nào về hoạt động huy động vốn của ngành ngân hàng trong nền kinh tế thị trường. Từ đó em có thể áp dụng để đánh giá và phân tích thực trạng huy động vốn của Chi nhánh An Phú trong chương 2 của báo cáo dưới đây.

**CHƯƠNG 2**

**THỰC TRẠNG**

**HUY ĐỘNG VỐN TẠI**

**NHNo&PTNT**

**CHI NHÁNH AN PHÚ**

## **CHƯƠNG 2:**

### **THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHNo&PTNT CHI NHÁNH AN PHÚ**

#### **2.1 QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN CỦA NHNo&PTNT VIỆT NAM VÀ NHNo&PTNT CHI NHÁNH AN PHÚ**

##### **2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển NHNo&PTNT Việt Nam**

Căn cứ vào Nghị định 53 HĐBT của Hội đồng Bộ trưởng ngày 26/03/1988 NHNo&PTNT Việt Nam ra đời và đi vào hoạt động, trên cơ sở Vụ tín dụng nông nghiệp và sau đó gọi là Ngân hàng Nông nghiệp của Ngân hàng Nhà nước, cùng với các phòng tín dụng nông nghiệp của chi nhánh ngân hàng nhà nước địa phương, đánh dấu một bước ngoặt lớn trong sự nghiệp đổi mới và phát triển của hệ thống Ngân hàng Việt Nam.

Sau khi hai pháp lệnh ngân hàng có hiệu lực thi hành (tháng 10/1990), và theo quyết định 402/CT ngày 14/11/1990 của chủ tịch HĐBT, cùng với quyết định số 285/QĐ – NH5 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam mới thực sự trở thành một NHTM có chức năng kinh doanh tiền tệ.

Từ tháng 1/1991 đến tháng 9/1996 mô hình tổ chức kinh doanh được định rõ: NHNo&PTNT VN là một pháp nhân thuộc sở hữu Nhà nước, thực hiện hạch toán kế toán độc lập, có các chi nhánh là các đơn vị trực thuộc.

Từ tháng 9/1996 đến nay: theo mô hình tổng công ty nhà nước, NHNo&PTNT VN được quản lý bởi hội đồng quản trị, điều hành bởi Tổng giám đốc, có các chi nhánh là các đơn vị thành viên hạch toán phụ thuộc (chi nhánh cấp I) và các chi nhánh trực thuộc (chi nhánh cấp II).

NHNo&PTNT Việt nam, khi mới thành lập ngoài trụ sở chính có 32 chi nhánh tại các tỉnh và thành phố. Đến nay, NHNo&PTNT VN có hệ thống mạng lưới kinh doanh rộng khắp, với trụ sở chính đặt tại Hà Nội, văn phòng đại diện tại TP HCM và TP Đà Nẵng. Là ngân hàng thương mại hàng đầu trong hệ thống ngân

hàng Việt Nam, ngoài 2.300 chi nhánh và phòng giao dịch, Agribank hiện có 8 công ty trực thuộc, đó là: Công ty cho thuê Tài chính I (ALC I), Công ty cho thuê Tài chính II (ALC II), Tổng Công ty Vàng Agribank (AJC), Công ty In thương mại và dịch vụ, Công ty Cổ phần chứng khoán (Agriseco), Công ty Du lịch thương mại (Agribank tours), Công ty Vàng bạc đá quý TP Hồ Chí Minh (VJC), Công ty Cổ phần bảo hiểm (ABIC).

Ngày 30/01/2011, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) đã có Quyết định số 214/QĐ – NHNN chuyển đổi Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (NHNo&PTNT VN) thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên (TNHH MTV) do Nhà nước làm chủ sở hữu.

Theo đó, Thống đốc NHNN quyết định chuyển đổi NHNo&PTNT VN thành công ty TNHH MTV do Nhà nước làm chủ sở hữu, với những nội dung chính sau:

- Về tên gọi, tên đầy đủ bằng tiếng Việt là Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam; tên gọi tắt bằng tiếng Việt là Ngân hàng Nông nghiệp; tên giao dịch quốc tế bằng tiếng Anh: *Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development*; tên viết tắt bằng tiếng Anh: Agribank.

- Về hình thức pháp lý, NHNo&PTNT là Công ty TNHH MTV do Nhà nước sở hữu 100% vốn điều lệ. Cơ cấu tổ chức quản lý của NHNo&PTNT VN bao gồm Hội đồng thành viên, Ban kiểm soát, Tổng giám đốc, NHNo&PTNT VN có tư cách pháp nhân theo pháp luật Việt Nam; có con dấu và tài khoản riêng; tổ chức và hoạt động theo quy định của Luật các Tổ chức tín dụng, các quy định của pháp luật có liên quan và Điều lệ tổ chức và hoạt động của NHNo&PTNT VN.

### **2.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển của NHNo&PTNT Chi nhánh**

#### **An Phú (*Agribank An Phú*)**

Agribank An Phú có trụ sở đặt tại số 472 – 476, Cộng Hòa, Phường 13, Quận Tân Bình, Tp Hồ Chí Minh. Agribank CN An Phú trực thuộc Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) là Doanh nghiệp Nhà nước đặc biệt.

Agribank CN An Phú tiền thân là chi nhánh cấp 2 phụ thuộc Agribank Chi nhánh Sài Gòn – khai trương và hoạt động vào tháng 6 năm 2003.

Ngày 29/02/2008 theo Quyết định số 153/QĐ/HĐQT – TCTB của Hội đồng quản trị Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam, đã điều chỉnh Agribank CN An Phú về việc phụ thuộc Agribank Việt Nam.

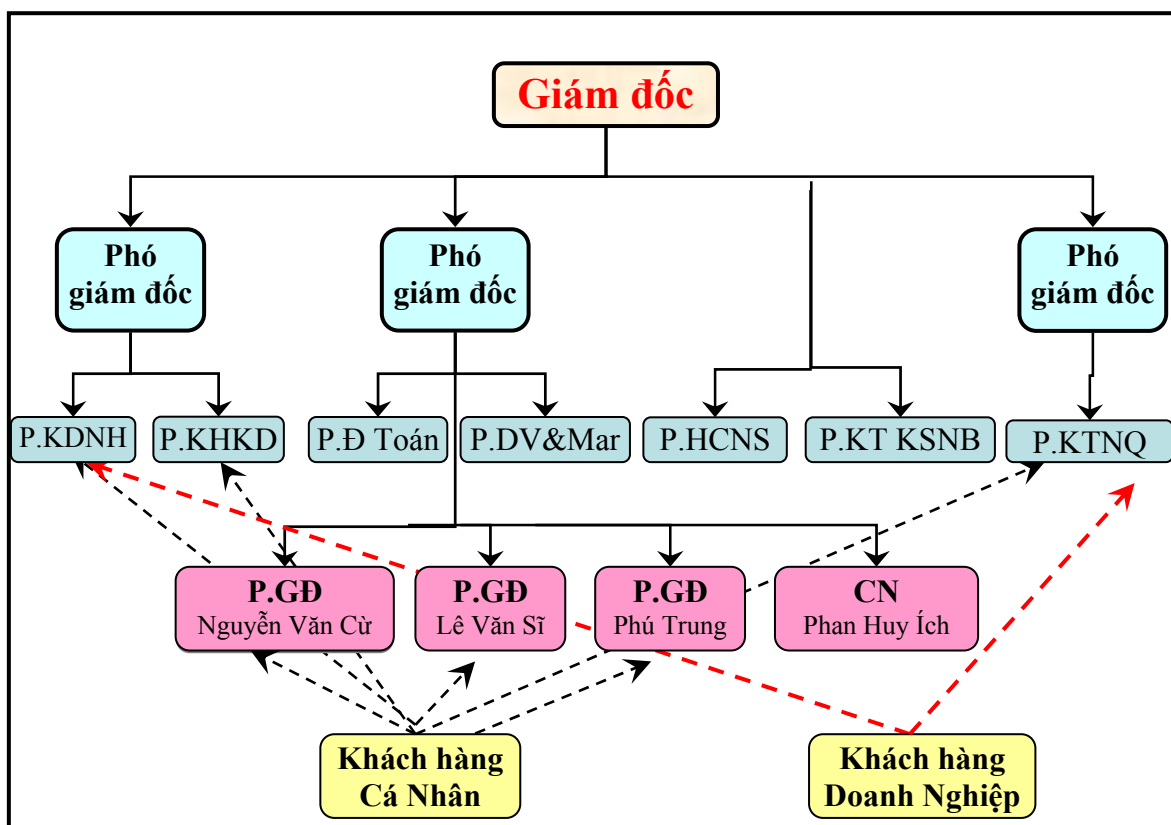
Agribank CN An Phú quy tụ được đội ngũ cán bộ nhân viên giỏi về nghiệp vụ, nhạy bén trong quan hệ giao tiếp. Hiện tại, Giám đốc Agribank An Phú là thành viên của Hội doanh nghiệp Quận Tân Bình, Tp Hồ Chí Minh. Agribank An Phú thực hiện tất cả các nghiệp vụ, dịch vụ của một ngân hàng hiện đại.

Qua hơn 7 năm hoạt động Agribank An Phú không ngừng phát triển và lớn mạnh về quy mô và chất lượng hoạt động nghiệp vụ, dịch vụ. Để mở rộng thị phần và thuận tiện cho khách hàng, Agribank An Phú đã mở thêm 3 phòng giao dịch và điểm giao dịch

- Phòng giao dịch Nguyễn Văn Cừ
- Phòng giao dịch Lê Văn Sỹ
- Phòng giao dịch Phú Trung
- Điểm giao dịch tại trường Cao Đẳng Văn Hóa Nghệ Thuật và Du lịch Sài Gòn



### 2.1.3 Cơ cấu tổ chức của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú



(Nguồn từ Website: [Agribankanphu.com.vn](http://Agribankanphu.com.vn))[11]

### Sơ đồ 2: Sơ đồ tổ chức của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú

#### 2.1.4 Mục tiêu và chiến lược của Agribank An Phú – cũng là mục tiêu của Agribank Việt Nam

- Nâng cao năng lực tài chính và phát triển giá trị thương hiệu trên cơ sở đầy mạnh và kết hợp với văn hóa doanh nghiệp.
- Tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng ở mức độ hợp lý, đảm bảo cân đối, an toàn và khả năng sinh lời.
- Mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng đủ năng lực cạnh tranh.
- Phân đầu tăng tổng nguồn vốn 25 – 28%/năm, tổng dư nợ từ 20 – 25%/năm, trong đó tỷ trọng tín dụng trung dài hạn tối đa chiếm 45% tổng dư nợ

trên cơ sở cân đối nguồn vốn cho phép; nợ quá hạn dưới 1% tổng dư nợ; lợi nhuận tối thiểu tăng 10%.

- Tập trung đầu tư cho hệ thống tin học trên cơ sở đẩy nhanh tốc độ thực hiện tạo ra nhiều sản phẩm đáp ứng điều hành và phục vụ nhiều tiện ích thu hút khách hàng.

- Thực hiện các biện pháp phòng ngừa rủi ro nhằm đảm bảo cho hoạt động ngân hàng được an toàn, hiệu quả, bền vững.

- Tập trung đầu tư, đào tạo nguồn nhân lực, đổi mới công nghệ ngân hàng theo hướng hiện đại hóa, đủ năng lực cạnh tranh và hội nhập.

### **2.1.5 Chính sách khách hàng của Agribank An Phú**

*Agribank An Phú cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng với chất lượng cao, giá rẻ với thái độ phục vụ tốt nhất và phong cách chuyên nghiệp.*

- Cung cấp đầy đủ các loại sản phẩm dịch vụ của một ngân hàng hiện đại.
- Kết hợp chặt chẽ giữa dịch vụ tín dụng – thanh toán quốc tế – chuyển tiền – kinh doanh ngoại tệ.
- Tìm hiểu nhu cầu của từng khách hàng.
- Quy trình thuận lợi.
- Ứng dụng công nghệ ngân hàng để cung cấp tiện ích.

*Agribank Chi nhánh An Phú – Phong cách phục vụ chuyên nghiệp.*

- Cùng đội ngũ cán bộ giàu kinh nghiệm, lớp kế cận trẻ, năng động, thái độ phong cách phục vụ văn minh lịch sự, chất lượng dịch vụ nâng cao, chúng tôi sẽ mang lại sự hài lòng đến khách hàng mỗi khi nghĩ về Agribank Chi Nhánh An Phú với độ tín nhiệm cao.
- Không đợi khách hàng tìm đến mình, Agribank Chi nhánh An Phú

chủ động tiếp cận khách hàng, thỏa mãn nhu cầu khách hàng bằng việc đa dạng việc cung ứng dịch vụ.

- Agribank Chi nhánh An Phú luôn quan tâm đến đổi mới công nghệ theo hướng ngân hàng hiện đại để thuận tiện hơn cho khách hàng và đúng pháp luật.
- Dự đoán xu hướng thị trường trong và ngoài nước, sáng tạo và đưa ra sản phẩm phù hợp, an toàn cho khách hàng.

*Agribank Chi nhánh An Phú – cạnh tranh lành mạnh cạnh tranh để cùng phát triển.*

- Sức cạnh tranh của chi nhánh hài hòa với sức mạnh của hệ thống.
- Agribank An Phú luôn phối hợp chặt chẽ với ngân hàng bạn – hợp tác đôi bên cùng có lợi.
- Cạnh tranh trong khuôn khổ pháp luật
- Giữ vững tăng thị phần và nâng cao vị thế kinh doanh của chính mình.
- Cạnh tranh không chỉ là lãi suất mềm dẻo, linh hoạt mà bằng phong cách phục vụ, thủ tục đơn giản, nhanh chóng, chính xác và chất lượng phục vụ tốt hơn, linh hoạt hơn.
- Phát triển dịch vụ Marketing và quảng cáo để thu hút khách hàng.
- Không ngừng hoàn thiện mình để đứng vững trong cơ chế thị trường.

## **2.2 THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHNo&PTNT CHI NHÁNH AN PHÚ**

### **2.2.1 Tổng quan tình hình hoạt động kinh doanh của CN An Phú**

Đối mặt với những thách thức khó khăn của nền kinh tế nước nhà trong hai năm qua do ảnh hưởng sự phục hồi kinh tế toàn cầu, chỉ số giá cả tăng mạnh đã tác động không ít. Tuy nhiên với nỗ lực rất lớn của mình, Chi nhánh đã đưa ra những

giải pháp linh động về lãi suất, chính sách khách hàng, chiến lược quảng cáo... nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh được cụ thể qua số liệu sau:

**Bảng 2.1: Bảng phân tích hoạt động kinh doanh**

*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

STT	Chi tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
				Giá trị	Tỷ lệ
<b>I</b>	<b>Tổng dư nợ</b>	<b>1,300</b>	<b>1,700</b>	<b>400</b>	<b>30.77%</b>
	Cho vay ngắn hạn	1,160	1,500	340	29.31%
	Cho vay trung, dài hạn	140	200	60	42.86%
	Bình quân 1 CBNV	22.81	27.87	5.06	22.18%
<b>II</b>	<b>Tổng vốn huy động</b>	<b>1,500</b>	<b>1,900</b>	<b>400</b>	<b>26.67%</b>
	Không kỳ hạn	250	400	150	60%
	Có kỳ hạn	1,250	1,500	250	20%
	Bình quân 1 CBNV	26.32	31.15	4.83	18.35%
<b>III</b>	<b>Kết quả kinh doanh</b>				
	Tổng thu	160	230	70	43.75%
	Tổng chi	140	203	63	45%
	Chênh lệch thu chi	20	27	7	35%
<b>IV</b>	<b>Lao động trong biên chế</b>	<b>57</b>	<b>61</b>	<b>4</b>	<b>7.02%</b>

*(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]*

Nhìn một cách tổng thể quy mô hoạt động kinh doanh của Chi nhánh An Phú tăng trưởng đều, công tác huy động vốn của Chi nhánh rất tốt. Đạt được kết quả trên là do nghiệp vụ huy động vốn với các loại tiền gửi được áp dụng mức lãi suất linh hoạt, hấp dẫn, thu hút được khách hàng. Năm 2010 Chi nhánh có nhiều chính sách linh hoạt, hấp dẫn thu hút đã thu hút được nhiều doanh nghiệp, cá nhân mở tài khoản tiền gửi, tài khoản tiết kiệm tại Chi nhánh. Đặc biệt Chi nhánh đã làm tốt công tác chăm sóc khách hàng, thực hiện giao tiếp văn minh, hiện đại trong giao dịch với khách hàng nên đã có được nguồn tiền gửi huy động khá ổn định và ngày càng tăng trưởng.

Song song với nghiệp vụ huy động vốn thì nghiệp vụ cho vay đóng vai trò quyết định trong quá trình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng, đây là nguồn thu nhập chủ yếu của Chi nhánh. Do đó, Chi nhánh đã đưa ra chính sách tín dụng một cách khoa học, chặt chẽ và linh hoạt để sử dụng vốn một cách có hiệu quả nhất. Từ việc tăng trưởng nghiệp vụ huy động vốn và nghiệp vụ tín dụng đã mang lại lợi nhuận ngày càng tăng cho Chi nhánh.

### **2.2.2 Phân tích tình hình huy động vốn**

Huy động vốn là một trong những nghiệp vụ quan trọng nhất hiện nay của các NHTM, có ý nghĩa quyết định đến các mặt hoạt động kinh doanh khác của ngân hàng. Đồng thời đây cũng là lĩnh vực có sự cạnh tranh gay gắt nhất giữa các NHTM trong giai đoạn hiện nay.

Trong thời qua Chi nhánh An Phú đã thực hiện nhiều giải pháp tích cực, đảm bảo tăng trưởng nguồn vốn ổn định, bền vững; một mặt Ban Lãnh đạo Chi nhánh đẩy mạnh công tác tuyên truyền, tiếp thị tại Hội sở và các Phòng giao dịch trực thuộc trên nhiều phương tiện (Băng rôn, tờ rơi, báo, tài trợ...) và thông báo kịp thời các mức lãi suất huy động tương ứng với các loại hình tiền gửi đồng thời đưa ra chiến lược chăm sóc khách hàng khá linh hoạt để huy động nguồn vốn tại chỗ tối đa. Mặt khác, Ban Lãnh đạo Chi nhánh phát động thi đua giao chỉ tiêu huy động vốn cho mỗi CBCNV, khen thưởng kịp thời đột xuất và định kỳ cho công tác huy động vốn và phát triển sản phẩm dịch vụ góp phần ổn định nguồn vốn tại Chi nhánh.

#### **2.2.2.1 Huy động vốn theo loại hình tiền gửi**

Từ năm 2009 đến nay tình hình biến động lãi suất huy động có nhiều biến động phức tạp nên khách hàng ưa chuộng loại tiền gửi có kỳ hạn ngắn ngày, để theo dõi dòng biến động của lãi suất, chủ yếu là loại 1 đến 3 tháng. Về phía các ngân hàng cũng đưa ra mức lãi suất từ 1 đến 3 tháng cao hơn. Từ 6 đến 36 tháng thường đưa ra mức lãi suất thấp hơn để chờ ổn định giá cả trên thị trường tiền tệ, được thể hiện qua bảng số liệu sau:

**Bảng 2.2: Tình hình huy động vốn theo loại hình tiền gửi***Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Số tiền	Tỷ lệ
<b>Tổng vốn huy động</b>	<b>1,500</b>	<b>1,900</b>	<b>400</b>	<b>26.67%</b>
Không kỳ hạn	250	400	150	60%
Kỳ hạn dưới 12 tháng	900	1,100	200	22.22%
Kỳ hạn trên 12 tháng	350	400	50	14.28%

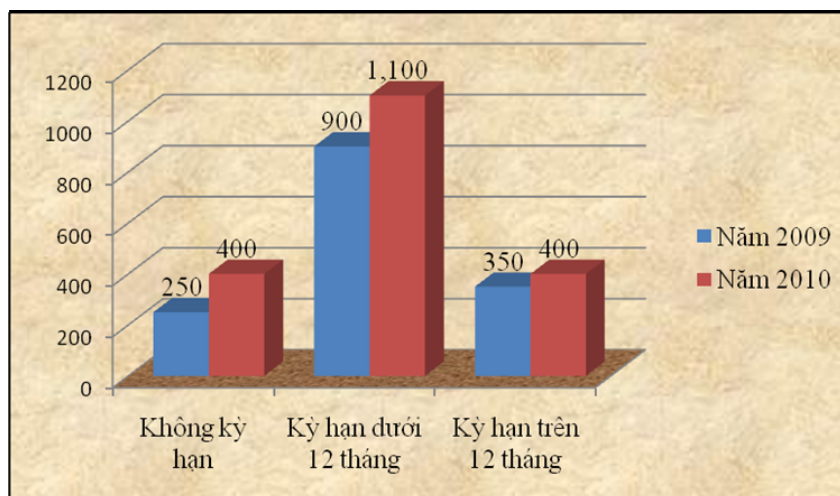
*( Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]*

Năm 2010 tổng vốn huy động đạt 1,900 tỷ đồng, so với 1,500 tỷ đồng năm 2009 thì tốc độ tăng là 26.67%. Mặc dù thị trường tiền tệ có nhiều biến động, lạm phát tăng cao, sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng trong thời kì này nhưng Chi nhánh An Phú đã có những kết quả khá tốt trong nghiệp vụ huy động vốn. Cụ thể:

Tiền gửi không kỳ hạn đạt tốc độ tăng 60%, đây là loại hình tiền gửi tăng nhanh nhất trong cơ cấu vốn huy động phân theo loại hình tiền gửi, điều này cho thấy Chi nhánh An Phú đã tận dụng được nguồn vốn nhàn rỗi của dân cư và các TCKT. Mặc khác do tâm lý của khách hàng, họ muốn gửi tiền ngắn hạn hơn vì họ mong chờ lãi suất cao, về phía ngân hàng họ chờ đợi lãi suất ổn định để đưa ra mức lãi suất cao hơn. Việc gia tăng nhanh chóng của tiền gửi không kỳ hạn còn cho biết rằng đã có thêm nhiều khách hàng quan tâm đến việc thanh toán qua ngân hàng và sử dụng dịch vụ này tại Chi nhánh An Phú, là một dấu hiệu tốt trong quá trình tiến tới thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam.

Tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng đạt 1,100 tỷ đồng với tốc độ tăng 22.22%. Tiền gửi có kỳ hạn từ 12 tháng trở lên tăng chậm hơn với tốc độ tăng 14.28%. Như vậy có thể thấy được sự thay đổi trong chính sách huy động của ngân hàng đối với loại hình tiền gửi có chi phí huy động cao hơn.

Cụ thể tình hình huy động vốn theo loại hình tiền gửi được biểu hiện theo biểu đồ sau:



(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

### Biểu đồ 2.1: Huy động vốn theo thời gian

Trong năm 2010 tiền gửi không kỳ hạn tăng 150 tỷ đồng so với năm trước đạt 400 tỷ đồng. Tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng đạt 1,100 tỷ đồng tăng 200 tỷ đồng so năm 2009, và tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng tăng nhẹ đạt 400 tỷ đồng tăng 50 tỷ đồng so năm 2009. Tốc độ tăng của tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng nhỏ hơn tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng và nhỏ hơn nhiều so với tiền gửi không kỳ hạn. Nguyên nhân là vì xu thế hiện nay, lãi suất ngắn hạn cao hơn nhiều so với lãi suất dài hạn, nên dân chúng sẽ chuyển hướng sang loại hình tiền gửi có lợi cho họ hơn.

#### 2.2.2.2 Huy động vốn theo loại tiền

Vốn huy động nội tệ luôn chiếm tỷ trọng cao hơn nhiều so với vốn huy động ngoại tệ. Ngày nay, việc giữ tiền ngoại tệ mạnh có xu hướng gia tăng, tuy nhiên với quy định về quản lý ngoại tệ của Nhà nước và một số chính sách linh động của các Ngân hàng thương mại đa số lượng ngoại tệ nhận rồi này đã được thu hút theo kênh tiền gửi NH. Tại chi nhánh An Phú tiền gửi ngoại tệ dù chiếm tỷ trọng không cao trong tổng vốn huy động, song tỷ trọng vốn ngoại tệ có chiều hướng tăng nhanh. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho Ngân hàng hoạt động tốt trong lĩnh vực thanh toán xuất nhập khẩu.

**Bảng 2.3: Tình hình huy động vốn theo loại tiền***Đơn vị tính: Tỷ đồng*

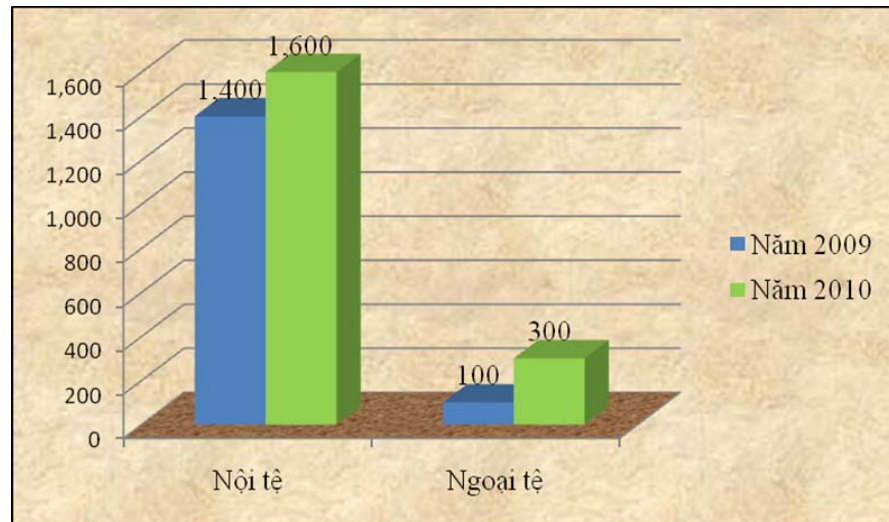
Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Chênh lệch	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ lệ
<b>Tổng vốn huy động</b>	<b>1,500</b>	<b>100%</b>	<b>1,900</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>	<b>26.67%</b>
Nội tệ (VND)	1,400	93.33%	1,600	84.21%	200	14.28%
Ngoại tệ quy đổi	100	6.67%	300	15.79%	200	200%

*(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]*

Vốn huy động nội tệ luôn chiếm tỷ trọng cao hơn nhiều so với vốn huy động ngoại tệ trong tổng vốn huy động. Năm 2009 vốn huy động nội tệ chiếm 93.33%, năm 2010 chiếm 84.21% tổng vốn huy động. Tuy nhiên nguồn vốn này lại tăng khá chậm so với tốc độ tăng trưởng chung của tổng vốn huy động: nguồn vốn nội tệ VNĐ trong năm 2010 chỉ tăng 14.28% trong khi tổng vốn huy động tăng 26.67%.

Trong thời gian qua Chi nhánh có nhiều biện pháp thu hút nguồn vốn ngoại tệ nên dù chiếm tỷ trọng không cao trong tổng vốn huy động, tỷ trọng nguồn vốn ngoại tệ có chiều hướng tăng nhanh: năm 2009 chiếm 6.67%, năm 2010 chiếm 15.79%. Nguồn vốn huy động bằng ngoại tệ đạt tốc độ tăng trưởng rất tốt: tăng 200%. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho Chi nhánh hoạt động tốt trong lĩnh vực thanh toán xuất nhập khẩu.

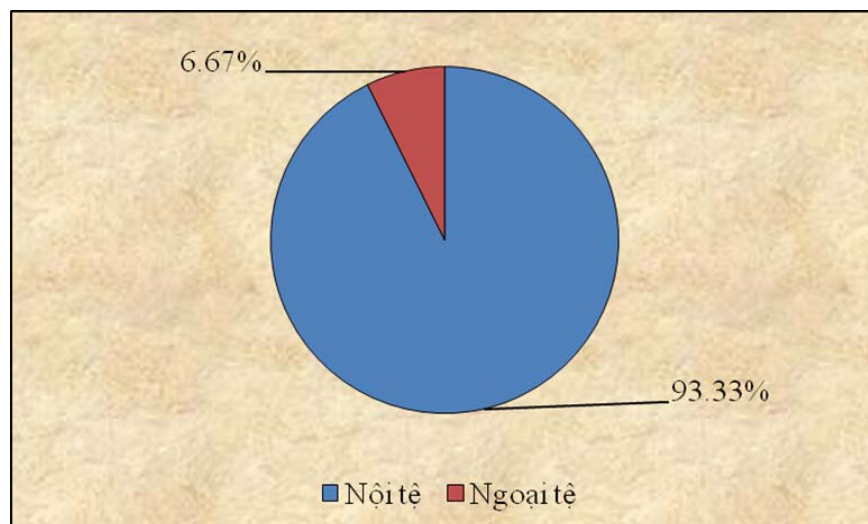




(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

### Biểu đồ 2.2: Huy động vốn theo loại tiền

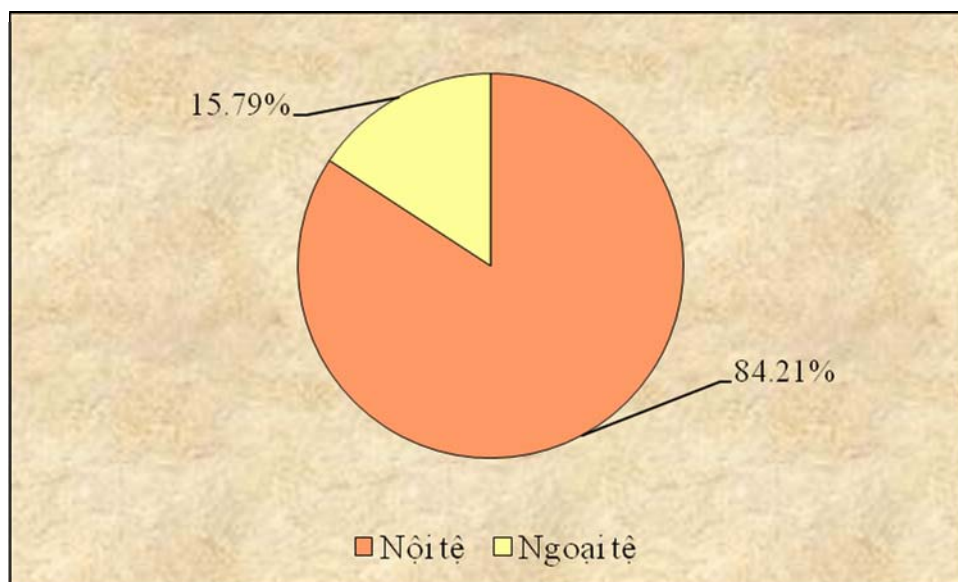
Tổng vốn huy động năm 2010 đạt 1,900 tỷ đồng tăng 400 tỷ đồng so với năm 2009. Trong đó: tiền gửi bằng nội tệ (VND) đạt 1,600 tỷ đồng ; còn ngoại tệ quy đổi là đồng đô la Mỹ đạt 300 tỷ đồng. Như vậy trong năm 2010 tình hình huy động vốn theo loại tiền đã có bước chuyển biến khá rõ rệt đặc biệt là tỷ trọng ngoại tệ đã tăng lên nhưng vẫn còn thấp so với vốn huy động. Điều này cho thấy còn một lượng ngoại tệ lớn đang còn tồn tại trong xã hội mà ngân hàng cần phải đưa ra các biện pháp tích cực để huy động.



( Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

### Biểu đồ 2.3: Phân theo loại tiền năm 2009

Trong năm 2009, vốn huy động bằng nội tệ chiếm 93.33% tổng vốn huy động, còn vốn huy động bằng ngoại tệ mới chỉ chiếm 6.67%, một tỷ lệ còn khá khiêm tốn. Điều đó cho thấy đến năm 2009, huy động vốn bằng ngoại tệ chưa thật sự tạo được chỗ đứng trong hoạt động huy động vốn tại Chi nhánh.



(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

**Biểu đồ 2.4: Phân theo loại tiền năm 2010**

Sang năm 2010, vốn huy động bằng ngoại tệ chiếm 15.79% tương ứng với số tiền là 300 tỷ đồng, tăng gấp 3 lần so với năm 2009. Như vậy hoạt động xúc tiến thu hút tiền gửi ngoại tệ của đội ngũ cán bộ Ngân hàng đã có hiệu quả trong năm này. Chi nhánh cần tiếp tục phát huy hơn nữa khả năng thu hút nguồn vốn tiền gửi này. Bên cạnh đó, khách hàng có xu hướng thích gửi tiền bằng ngoại tệ, do tỷ giá ngoại tệ trong năm biến động mạnh chủ yếu là đồng đôla Mỹ, theo ngân hàng ngoại thương Việt Nam đầu năm 2010 tỷ giá là 16.500VND/USD nhưng đến cuối năm tỷ giá tăng lên đến 19.500VND/USD và biên độ tỷ giá trên thị trường tự do và tỷ giá trong hệ thống ngân hàng chênh lệch khá cao. Nên tâm lý của người dân muốn giữ và gửi vào ngân hàng ngoại tệ mạnh, đặc biệt là đồng đôla Mỹ.

### 2.2.2.3 Huy động vốn phân theo thành phần kinh tế

Thông thường trong kết cấu của vốn huy động của bất cứ ngân hàng nào hiện nay vốn huy động của các TCKT luôn chiếm tỷ trọng cao hơn so với tiền gửi dân

cư. Kết cấu vốn huy động theo thành phần kinh tế của Chi nhánh An Phú cũng không ngoại lệ, cụ thể qua bảng số liệu sau:

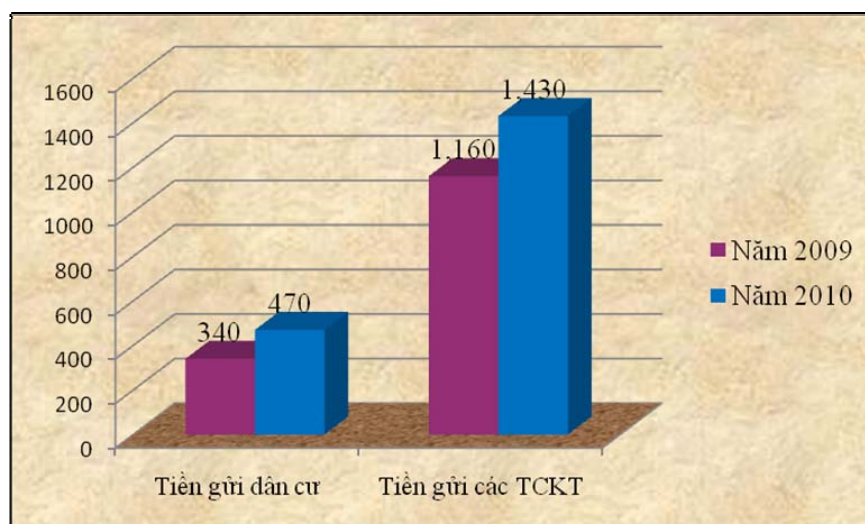
**Bảng 2.4: Tình hình huy động vốn phân theo thành phần kinh tế**

*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Chênh lệch	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ lệ
<b>Vốn huy động</b>	<b>1,500</b>	<b>100%</b>	<b>1,900</b>	<b>100%</b>	<b>400</b>	<b>26.67%</b>
Tiền gửi dân cư	340	22.67%	470	24.74%	130	38.34%
Tiền gửi các TCKT	1,160	77.33%	1,430	75.26%	270	23.28%

*(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]*

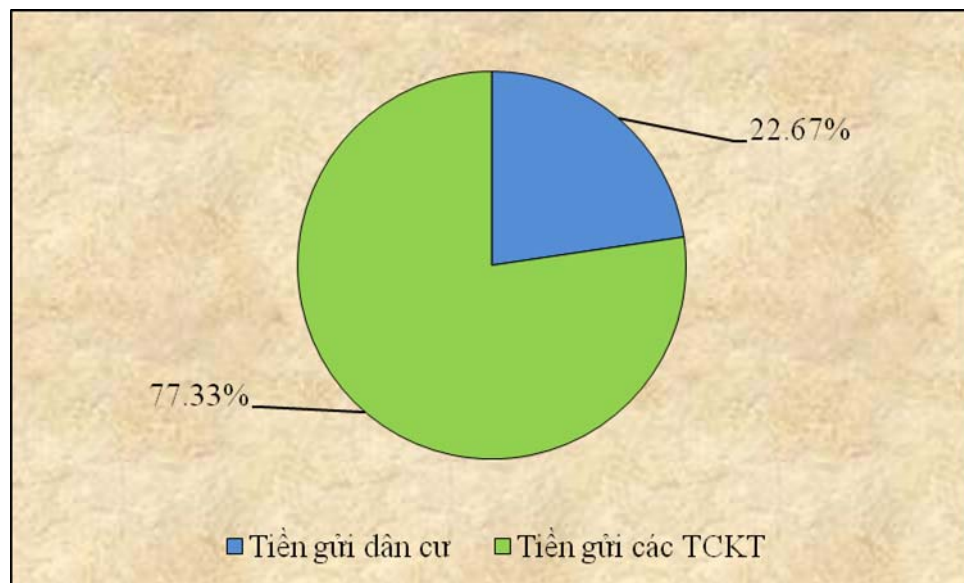
Tiền gửi các TCKT tăng 270 tỷ đồng so với năm 2009 tương ứng với tốc độ tăng 23.28%, đặc điểm của loại tiền gửi này là số lượng khách hàng không nhiều nhưng giá trị mỗi món huy động lại rất lớn. Tiền gửi dân cư tăng nhẹ 130 tỷ đồng so với năm 2009 vì sau khủng hoảng người dân vẫn chưa lấy lại được lòng tin vào hệ thống tài chính Việt Nam, tâm lý lo lắng vẫn kéo dài.



*(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]*

**Biểu đồ 2.5: Phân theo thành phần kinh tế**

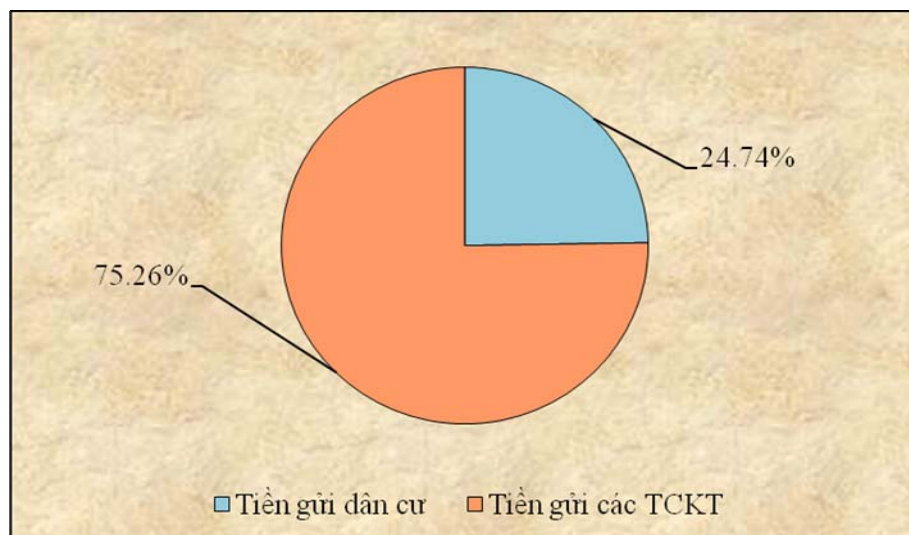
Qua bảng phân tích số liệu theo thành phần kinh tế và biểu đồ 2.5 cho thấy năm 2010 tiền gửi dân cư đạt 470 tỷ đồng tăng 130 tỷ đồng so với năm 2009, chiếm 77.33% trong tổng vốn huy động. Tiền gửi các tổ chức kinh tế năm 2010 tăng 270 tỷ đồng đạt 1,430 tỷ đồng, chiếm 22.67% trong tổng vốn huy động. Cho thấy tốc độ tiền gửi tăng trưởng đều trên cả hai thành phần kinh tế. Điều đó cho thấy quy mô về hoạt động huy động vốn tại Chi nhánh An Phú đã thu hút được một lượng tiền nhàn rỗi trong các thành phần kinh tế.



( Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

#### **Biểu đồ 2.6: Phân theo thành phần kinh tế năm 2009**

Vốn huy động từ nguồn tiền nhàn rỗi của dân chúng trong năm 2009 chiếm 22.67% tổng vốn huy động, trong khi nguồn tiền huy động được từ các tổ chức kinh tế chiếm 77.33% gấp 3.4 lần so với nguồn tiền gửi dân cư. Đây là một thành công lớn của Chi nhánh, trong điều kiện vẫn còn nhiều khó khăn của giai đoạn phục hồi kinh tế thế giới sau khủng hoảng, không ít các doanh nghiệp Việt Nam chịu ảnh hưởng, khả năng vay được tiền của các doanh nghiệp giảm, lượng tiền nhàn rỗi của các doanh nghiệp được tận dụng triệt để, nhưng tỷ trọng tiền gửi từ các doanh nghiệp tại Chi nhánh vẫn chiếm tỷ lệ rất cao.



(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

### Biểu đồ 2.7: Biểu đồ phân theo thành phần kinh tế năm 2010

Sang năm 2010, tiền gửi các tổ chức kinh tế giảm về tỷ trọng. Tiền huy động được từ khu vực này chiếm 75.26%, trong khi tiền huy động được từ khu vực dân cư tăng lên đến 24.74%. Lượng tiền nhận rồi từ khách hàng cá nhân so với khách hàng doanh nghiệp tuy không lớn nhưng có ưu điểm là tương đối độc lập và ít chịu rủi ro từ những biến động kinh tế. Trong đó tiền gửi các TCKT bao gồm:

### Bảng 2.5: Tình hình huy động vốn của các TCKT

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Chênh lệch	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ lệ
<b>Tiền gửi các TCKT</b>	<b>1,160</b>	<b>100%</b>	<b>1,430</b>	<b>100%</b>	<b>270</b>	<b>23.28%</b>
Không kỳ hạn	190	16.38%	320	22.38%	130	68.42%
Có kỳ hạn	970	83.62%	1,110	77.62%	140	14.43%

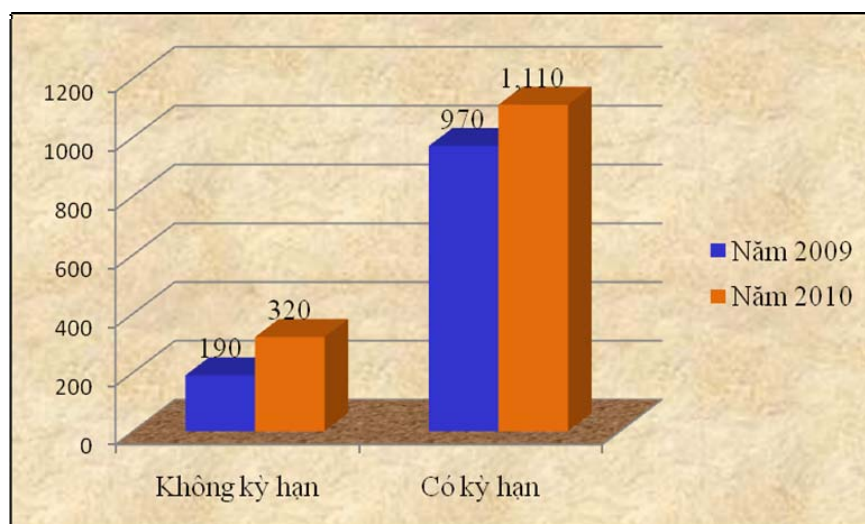
(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

Tiền gửi các TCKT chiếm tỷ trọng không cao trong vốn huy động, trong đó tiền gửi có kỳ hạn thông thường, có kỳ hạn dưới 12 tháng chiếm tỷ trọng cao nhất. Năm 2010 tiền gửi có kỳ hạn của các TCKT tại Chi nhánh đạt 1,110 tỷ



đồng chiếm tỷ trọng 77.62% trên tiền gửi các TCKT tăng 140 tỷ đồng với tốc độ tăng 14.43%.

Tiền gửi không kỳ hạn của các TCKT chiếm tỷ trọng thấp, năm 2010 đạt 320 tỷ đồng tương ứng với tốc độ tăng 68.42%, tuy tốc độ tăng nhanh nhưng vốn không kỳ hạn vẫn chiếm tỷ trọng thấp trong tiền gửi của các TCKT với 320 tỷ đồng, chiếm 23.38%.



(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]

### **Biểu đồ 2.8: Biểu đồ huy động vốn của các TCKT**

Tiền gửi không kỳ hạn đã tăng từ 190 tỷ đồng năm 2009 lên 320 tỷ đồng năm 2010, như vậy đã đạt được tốc độ tăng trưởng rất cao 68.42%. Từ đây có thể thấy trong giai đoạn này, Chi nhánh An Phú đã thu hút được tối đa nguồn tiền tạm thời nhàn rỗi của các doanh nghiệp, nhờ những chính sách huy động hấp dẫn, đồng thời cũng cho thấy số lượng gia tăng các doanh nghiệp sử dụng các dịch vụ thanh toán tại Ngân hàng. Đặc điểm của loại hình tiền gửi không kỳ hạn là lãi suất huy động thấp (2% – 3%), và Ngân hàng có thể sử dụng để đảm bảo mức dự trữ thanh khoản.

Tiền gửi có kỳ hạn đạt được tốc độ tăng trưởng thấp hơn 14.43%, năm 2010 tiền gửi có kỳ hạn tăng tới 130 tỷ đồng trong khi tiền gửi có kỳ hạn chỉ tăng 140 tỷ đồng. Nguyên nhân là trong thời kỳ này, tình hình hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp trên địa bàn quận Tân Bình gặp không ít khó khăn, vòng luân chuyển

dòng tiền kéo dài và kém ổn định, các doanh nghiệp khó khăn chủ động xây dựng kế hoạch sử dụng dòng tiền hợp lý, nên lượng tiền gửi có kỳ hạn không nhiều.

### 2.2.3 Đánh giá hiệu quả huy động vốn của Chi nhánh An Phú

Hoạt động huy động vốn là hoạt động khởi đầu song phải gắn với hoạt động sử dụng vốn, hoạt động huy động vốn phải lấy nhu cầu sử dụng vốn làm mục tiêu. Nếu vốn huy động thấp không đáp ứng đủ nhu cầu sử dụng vốn thì Chi nhánh sẽ bỏ qua cơ hội đầu tư có hiệu quả, hơn nữa nó còn làm giảm uy tín của khách hàng đối với ngân hàng. Ngược lại nếu huy động vốn quá nhiều, vượt quá nhu cầu sử dụng vốn sẽ gây ra tình trạng ứ đọng vốn, khoản ứ đọng vốn này phải chịu chi phí huy động song lại không tạo ra thu nhập nên sẽ làm giảm lợi nhuận của ngân hàng. Vì vậy Chi nhánh luôn phải cố gắng duy trì sự cân đối giữa vốn huy động và nhu cầu sử dụng vốn. Hiệu quả huy động tại Chi nhánh An Phú được thể hiện qua một số tiêu chí sau:

**Bảng 2.6: Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả huy động vốn tại CN An Phú**

*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Giá trị	Tỷ lệ
Tổng vốn huy động	1,500	1,900	400	26.67%
Dư nợ cho vay	1,300	1,700	400	30.77%
Tổng số CBNV (người)	57	61	4	7.02%
Lợi nhuận	20	27	7	35%
Chi phí hoạt động	120	147	27	22.5%
DNCV/TVHĐ	0.867	0.8947	0.0277	3.19%
TVHĐ/SLNV	26.32	31.15	4.83	18.35%
LN/TVHĐ	0.013	0.014	0.001	7.69%
TVHĐ/CPHĐ	12.5	12.9	0.4	3.2%

*(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD năm 2009 – 2010)[5]*

❖ Chỉ tiêu *Dư nợ cho vay/ Tổng vốn huy động* năm 2010 tăng 3.19% so với năm 2009. Chỉ tiêu này tăng cho thấy tỷ lệ sử dụng vốn huy động vào mục đích cho vay tăng, từ đó cho thấy hiệu quả huy động vốn tăng.

❖ Chỉ tiêu *Tổng vốn huy động/ Số lượng CBNV* năm 2010 tăng 18.35% so với năm 2009. Trong năm 2009, số lượng vốn huy động trên một nhân viên Ngân hàng là 26.32 tỷ đồng, đến năm 2010 con số này tăng đến 31.15 tỷ đồng. Điều này cho thấy hiệu quả huy động vốn tăng, dẫn đến doanh số huy động trên mỗi nhân viên tại chi nhánh tăng.

❖ Chỉ tiêu *Lợi nhuận/ Tổng vốn huy động* năm 2010 tăng 7.69% so với năm 2009. Trong năm 2009, cứ một đồng vốn huy động đem lại 0.013 đồng lợi nhuận. Đến năm 2010, cứ một đồng vốn huy động đem lại 0.014 đồng lợi nhuận. Chỉ tiêu này tăng cho thấy đồng vốn huy động mang lại lợi nhuận cao hơn cho Chi nhánh An Phú.

❖ Chỉ tiêu *Tổng vốn huy động/ Chi phí hoạt động* năm 2010 tăng 3.2% so với năm 2009. Vào năm 2009, cứ một đồng chi phí mang lại 12.5 đồng vốn huy động cho Chi nhánh. Đến năm 2010, cứ một đồng chi phí bỏ ra đem lại 12.9 đồng vốn huy động cho Chi nhánh. Chỉ tiêu này tăng chứng tỏ việc huy động vốn tại chi nhánh An Phú đạt hiệu quả cao, chi phí bỏ ra ít mà huy động được nhiều vốn.

Tóm lại, qua các chỉ tiêu phân tích trên nghiệp vụ huy động vốn và sử dụng vốn tại Chi nhánh An Phú ngày càng có hiệu quả từ tỷ lệ sử dụng vốn huy động vào mục đích cho vay, doanh số huy động trên mỗi CBNV cho đến chi phí hoạt động của Chi nhánh đều góp phần mang lại lợi nhuận cao.

#### **2.2.4 Thị phần huy động vốn CN An Phú trên địa bàn quận Tân Bình**

Sự cạnh tranh trong công tác huy động vốn giữa các NHTM trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh diễn ra ngày càng gay gắt và khốc liệt, đặc biệt là từ năm 2008 đến nay, trên địa bàn quận Tân Bình sự cạnh tranh cũng không nằm trong ngoại lệ. Tuy nhiên do các kênh đầu tư vốn như bất động sản, đầu tư chứng



khoản... có những biến động xấu khiến người dân có tâm lý gửi tiền vào Ngân hàng và hầu hết các NHTM đều làm tốt công tác huy động vốn của mình. Cụ thể sau:

**Bảng 2.7 : Tình hình huy động vốn của các NHTM trên địa bàn quận Tân Bình**

*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch	
			Số tiền	Tỷ lệ
NHNo&PTNT Tân Bình	1,780	2,030	250	<sup>1</sup> 4.04%
NH Đầu tư Bắc Sài Gòn	1,900	2,420	520	27.37%
<b>NHNo&amp;PTNT CN An Phú</b>	<b>1,500</b>	<b>1,900</b>	<b>400</b>	<b>26.67%</b>
NH Công Thương CN 12	2,565	2,660	95	3,70%
NH Quân đội	2,713	2,865	152	5,60%
NH TMCP Á Châu	1,931	2,246	315	16.31%
NH TMCP Techcombank	1,257	1,333	76	6.05%
NH TMCP Liên Việt	815	901	86	10.55%
NH TMCP Hàng Hải	1,138	1,269	131	11.51%
NH Ngoại thương	2,848	2,930	82	2.88%
NH Phát triển nhà HaBuBank	964	1,112	148	15.35%
NH Việt Thái	1,264	1,397	133	10.52%
NH TMCP Sacombank	1,419	1,568	149	10.50%
NH Eximbank	946	1,048	102	10.78%
NH CPTM Đông Á	1,044	1,109	65	6.23%
<b>Tổng cộng</b>	<b>24,084</b>	<b>26,788</b>	<b>2,704</b>	<b>11.23%</b>

(Nguồn: Kết quả HĐKD phòng thống kê kinh tế quận Tân Bình năm 2009-2010)[7]

Qua bảng số liệu trên cho thấy Chi nhánh An Phú đã thể hiện được vị trí của mình mặc dù chưa đứng đầu trong công tác huy động vốn trên địa bàn quận Tân Bình, nhưng qua đó đánh giá được sự vươn mình rất mạnh của Chi nhánh. Mới được nâng cấp từ tháng 4 năm 2008 thành Chi nhánh cấp 1 trực thuộc NHNo Việt Nam nhưng với sự nỗ lực rất lớn Chi nhánh An Phú đã đưa ra những chính sách, chiến lược thích hợp thu hút được lượng vốn huy động không nhỏ và có sự tăng trưởng mạnh cụ thể: năm 2009 vốn huy động đạt 1,500 tỷ đồng đến năm 2010 tăng 400 tỷ đồng đạt 1,900 tỷ đồng tương ứng với tốc độ tăng 26.67%, chiếm thị phần 7.09% trên tổng vốn huy động của quận Tân Bình.

### **2.2.5 Đánh giá thực trạng tại NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú**

Để giúp quá trình nghiên cứu khoa học sát với thực tế và đạt kết quả tốt, em đã thực hiện một cuộc khảo sát thực tế khách hàng tại NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú. Nhằm tìm hiểu nhu cầu, nguyện vọng và thu thập những ý kiến đóng góp của khách hàng về nghiệp vụ huy động vốn của ngân hàng An Phú. Từ những kết quả điều tra đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn của Chi nhánh An Phú. Tuy nhiên thời gian, địa điểm, khả năng nghiên cứu còn hạn chế và gặp một số khách quan,... Vì vậy kết quả khảo sát của em chưa nắm bắt được hết nhu cầu và mong đợi của khách hàng.

Dữ liệu thu thập trong quá trình nghiên cứu được xử lý bằng phần mềm SPSS. Có 3 bước phân tích dữ liệu với phần mềm SPSS. Bước 1 phân tích mô tả cho các biến định tính bằng phân tích tần suất (Frequencies) và thống kê mô tả (Descriptives). Bước 2 thực hiện phân tích mối quan hệ giữa các nhân tố gây ra ảnh hưởng bằng rút gọn dữ liệu (Data Reduction-Factor). Cuối cùng là bước 3 kiểm định sự khác biệt của các biến định tính và kết quả của biến định lượng bằng kiểm định (Independent-Samples T-test và One-Way ANOVA).

Tổng số phiếu phát ra để khảo sát khách hàng của Chi nhánh là 120 phiếu, trong đó, số phiếu thu hồi là 100 phiếu với đầy đủ thông tin được điền, đạt tỷ lệ 83.33%, đây là một tỷ lệ cao. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ khách hàng nam chiếm đa số 64%, khách hàng đại diện cho cá nhân được khảo sát chỉ chiếm 32%,

và 68% là khách hàng doanh nghiệp, 65% khách hàng đã kết hôn, khách hàng trình độ từ trung cấp trở lên chiếm 96%, thu nhập của khách hàng được phỏng vấn chiếm khá cao từ 10 – 20 triệu đồng 26% và trên 20 triệu đồng 39%.[Phụ lục 2]

Với những đặc điểm như vậy cho thấy cơ cấu khách hàng được khảo sát là phù hợp, họ là những người có trình độ khá cao và có đủ sự hiểu biết cần thiết để trả lời những câu hỏi, do vậy những thông tin mà họ cung cấp có thể sử dụng để đánh giá chất lượng sản phẩm và dịch vụ của Chi nhánh.[4]

Trước khi tiến hành phân tích nhân tố, việc kiểm định sự phù hợp của mô hình đã được thực hiện, thông qua kiểm định Bartlett's với mức ý nghĩa Sig bằng 0.000 (Kiểm định Bartlett's với giả thuyết là không ( $H_0$ ) là “các biến không tương quan với nhau”. Nếu xác suất của trị thống kê này nhỏ hơn 0.05 thì bác bỏ giả thuyết trên đồng nghĩa với việc các biến có tương quan với nhau) và hệ số phù hợp của việc lấy mẫu KMO (Sampling adequacy, Kaiser-Meyer-Olkin) bằng 0.775 (bảng 2.8) cho thấy việc phân tích nhân tố là thích hợp để phân tích.

**Bảng 2.8: Trị số KMO và kiểm định Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.775
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1050.174
	df	45
	Sig.	0.000

(Nguồn: Do tác giả khảo sát thực tế 03/2011)[9]

Dịch nghĩa:

Trị số KMO		0.775
Kiểm định Bartlett's Test	Kiểm định sự phân bố dữ liệu	1050.174
	Bậc tự do	45
	Mức ý nghĩa	0.000

## Hệ số Cronbach's Alpha

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục đòi hỏi trong thang đo tương quan với nhau, một trong những phương pháp kiểm tra tính đơn khía cạnh của thang đo được gọi là kiểm định độ tin cậy chia đôi.

Nunnally & Burnstein (1994) cho rằng hệ số Cronbach's Alpha  $\geq 0.7$  là sử dụng được. Trong đề tài này tác giả sẽ sử dụng hệ số Cronbach's Alpha  $\geq 0.7$  làm căn cứ để kiểm định thang đo.

Kết quả xử lý thông tin từ khảo sát khách hàng của chi nhánh An Phú cho thấy thang đo của cả 3 thành phần chất lượng dịch vụ đều đảm bảo hợp lý với hệ số Cronbach's Alpha = 0.873, cụ thể bảng sau đây:

**Bảng 2.9 : Kết quả phân tích độ tin cậy**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
0.873	0.884	10

(Nguồn: Do tác giả khảo sát thực tế 03/2011)[9]

Dịch nghĩa:

Hệ số Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Số câu hỏi
0.873	0.884	10

Kết quả phân tích nhân tố tổng hợp với những biến quan sát có trọng số nhỏ hơn 0.6 bị loại còn lại 10 biến độc lập (định lượng) chia thành 3 nhóm, trong đó nhóm yếu tố về khả năng phục vụ của các nhân viên trong ngân hàng đại diện cho nhân tố 1, nhân tố 2 đại diện nhóm yếu tố về nhu cầu đáp ứng của khách hàng và nhân tố 3 đại diện cho yếu tố về phương tiện hữu hình của chi nhánh. [Phụ lục 2]

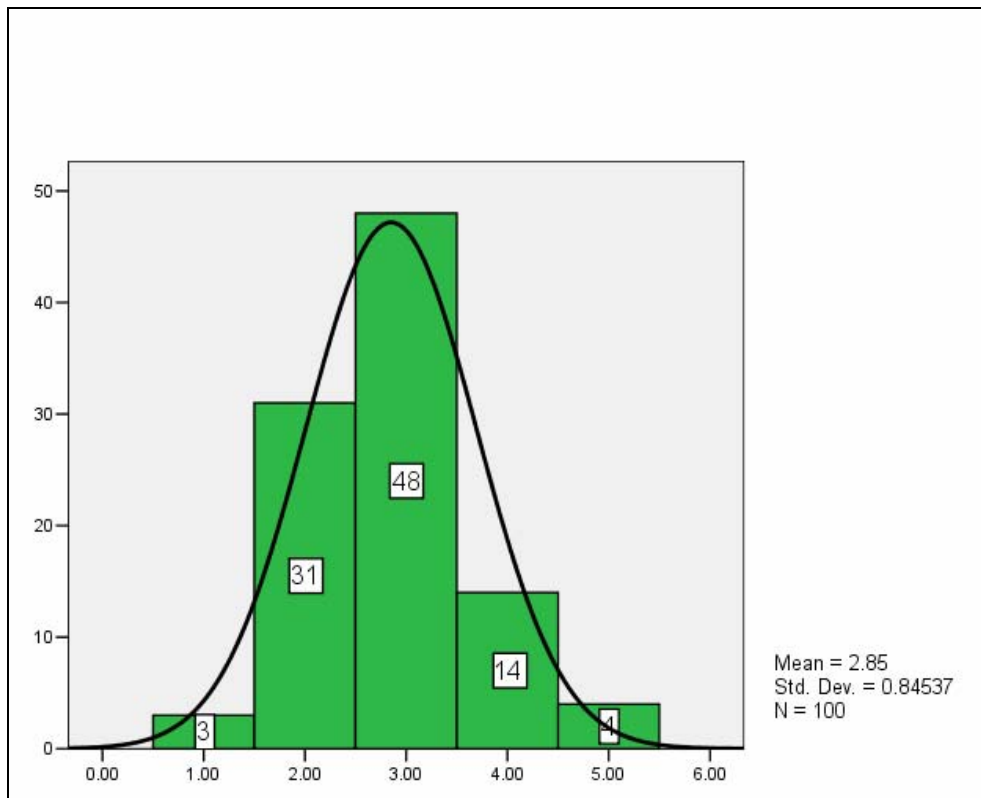
Trị trung bình của các yếu tố thuộc nhóm yếu tố phương tiện hữu hình với giá trị trung bình Mean = 4.16, điều này cho thấy sự ổn định của các yếu tố nằm trong nhóm khảo sát được đánh giá khá cao. Với trụ sở khang trang, máy móc trang

bị hiện đại, sở hữu phần mềm Ipcas II của hệ thống NHNo Việt Nam với nhiều tiện ích, tốc độ xử lý cao, thương hiệu Agribank Chi nhánh An Phú. [Phụ lục 4]

Trị trung bình của các yếu tố thuộc nhóm yếu tố khả năng phục vụ nằm trong khoảng 2.13 đến 2.81. Kết quả này thể hiện tính tương đối ổn định về thái độ phục vụ của giao dịch viên, kỹ năng nghiệp vụ của giao dịch viên, kỹ năng chăm sóc khách hàng. [Phụ lục 4]

Nhân tố 1 và 2 chính là các nhân tố trực tiếp ảnh hưởng đến công tác huy động vốn đây là các nhân tố có giữ được khách hàng quay lại với mình và phát triển thêm khách hàng mới hay không? Nhân tố thuộc yếu tố nhóm 2 có giá trị trung bình từ 2.63 đến 3.43 có nghĩa là Chi nhánh cần đầu tư vào hai nhân tố này để công tác huy động vốn được nâng cao, chiếm lĩnh thị phần ngày càng nhiều hơn trên địa bàn Quận Tân Bình. [Phụ lục 4]

Tóm lại, qua các kiểm định về sự khác biệt với giả thuyết Ho, kết quả kiểm định của tác giả cho mức quan sát đều lớn hơn 0.05, chứng tỏ không thể bác bỏ giả thuyết Ho. Vì vậy kết quả kiểm định về giới tính, tình trạng hôn nhân, trình độ học vấn, thu nhập bình quân và thành phần kinh tế đều tương đồng và không có sự khác nhau về cảm nhận chung về tình hình huy động vốn và các dịch vụ hỗ trợ tại Chi nhánh An Phú. [Phụ lục 5]



(Nguồn: Do tác giả khảo sát thực tế 03/2011)[9]

### **Biểu đồ 2.9: Cảm nhận chung về tình hình sản phẩm huy động vốn**

Khách quan cảm nhận chung theo biểu đồ và bảng số liệu rất phù hợp với kết quả đánh giá chất lượng sản phẩm, mức độ trung dung chiếm 48%, tạm hài lòng chiếm 32%, rất hài lòng đạt 14%, hoàn toàn hài lòng chiếm 4%. Kết hợp hai kết quả trên, trong đó 3% khách hàng hoàn toàn không hài lòng về chất lượng sản phẩm và dịch vụ tại Chi nhánh. Đó chính là sự chưa thấu cảm của khách hàng về khả năng phục vụ như kỹ năng nghiệp vụ, kỹ năng chăm sóc khách hàng và chưa hài lòng về khả năng phục vụ như yếu tố lãi suất, chất lượng của sản phẩm thẻ khi sử dụng chuyển khoản, rút tiền mặt, thanh toán qua POS.

#### **2.2.5.1 Đánh giá ưu nhược điểm trong hoạt động huy động vốn**

Theo kết quả khảo sát trình bày ở trên khách hàng đánh giá cả 3 nhóm nhân tố chất lượng dịch vụ tại Chi nhánh An Phú còn ở mức khá khiêm tốn, trong đó chỉ có nhân tố phương tiện hữu hình được đánh giá cao nhất trên mức trung bình với điểm bình quân là 4.16 trên thang đo 5 mức. Nhóm nhân tố về khả năng đáp ứng bao gồm các hình thức gửi tiền, lãi suất tiền gửi và hạn mức sử dụng thẻ cũng được

đánh giá trên mức trung bình. Còn lại các nhân tố thuộc nhóm 2 và nhân tố nhóm 1 đều ở dưới mức 2.85 điểm, thậm chí về thái độ phục vụ của giao dịch viên được đánh giá khá thấp, chỉ đạt 2.13 điểm. Thực tế này cho thấy, Chi nhánh An Phú cần phải cải thiện nhiều mặt để nâng cao chất lượng dịch vụ và có thể đáp ứng được mong đợi của khách hàng.

Dựa trên kết quả phân tích số liệu và khảo sát nghiên cứu đã đưa ra được một số điểm đạt được và những tồn tại của Chi nhánh An Phú trong công tác huy động vốn:

◆ **Ưu điểm:**

- Có chính sách lãi suất linh hoạt, chiến lược khách hàng hợp lý.
- Hoạt động marketing tốt, đã quảng bá tiếp thị hình ảnh chi nhánh và một số sản phẩm dịch vụ thông qua nhiều kênh như tờ rơi, băng rôn và đặc biệt chi nhánh đã phát triển được kênh quảng cáo, tiếp thị mới thông qua website [agribankanphu.com.vn](http://agribankanphu.com.vn)
- Đầu tư tốt cơ sở vật chất cho chi nhánh từ trụ sở cho đến phương tiện máy móc hiện đại... đội ngũ nhân viên trẻ, năng động, nhiệt tình có kỹ năng nghiệp vụ.
- Hình thức huy động khá phong phú, ngoài các hình thức huy động của NHNo Việt Nam chi nhánh còn đưa ra sản phẩm phát hành chứng chỉ ngắn hạn của chi nhánh An Phú. Thủ tục mở tài khoản và các sản phẩm huy động vốn đơn giản, nhanh gọn.
- Chính sách chăm sóc khách hàng tốt, thường xuyên tặng quà trong các dịp lễ, tết, sinh nhật đối với khách hàng có số dư tiền gửi lớn, truyền thông tại chi nhánh.
- Phân khúc khách hàng đánh giá được những khách hàng có số dư tiền gửi thanh toán lớn thường không quan tâm đến lãi suất nhưng vô cùng khắt khe trong khâu sử dụng các dịch vụ hỗ trợ như dịch vụ chuyển tiền, rút gửi nhiều nơi, tiện ích của các loại thẻ ATM, Visa, Master Card, thẻ tín dụng.... Từ đó có chính sách quan tâm và thúc đẩy các dịch vụ hỗ trợ cho công tác huy động vốn này.

- Được tham gia thanh toán điện tử liên ngân hàng qua mạng Citad của NHNN nên công tác thanh toán cho khách hàng nhanh chóng, kịp thời, tạo uy tín tốt cho chi nhánh.

- Có đa dạng các sản phẩm dịch vụ hỗ trợ cho công tác huy động vốn của một Ngân hàng hiện đại.

Những ưu điểm trên đã mang lại kết quả vốn huy động tăng trưởng tốt năm 2009 đạt 1.500 tỷ đồng, năm 2010 đạt 1.900 tỷ đồng tăng 400 tỷ đồng với tốc độ tăng 26,67%, chiếm thị phần 7,06% vốn huy động trên địa bàn quận Tân Bình đứng thứ 6 trong 15 NHTM tại địa bàn .

#### ◆ Những tồn tại trong công tác huy động vốn:

Chi nhánh An Phú với vai trò của một định chế tài chính trung gian trong thời gian qua đã tổ chức tốt hoạt động kinh doanh nhất là công tác huy động vốn, nguồn tiền gửi tại Chi nhánh luôn giữ nhịp độ tăng trưởng, đây là thuận lợi cơ bản trong hoạt động kinh doanh của Chi nhánh. Tuy nhiên bên cạnh thuận lợi này thì công tác huy động vốn tại Chi nhánh vẫn còn những tồn tại cần khắc phục sau:

- Các hình thức gửi tiền đa dạng, phong phú nhưng tính hấp dẫn chưa cao để nhiều đối tượng tham gia gửi tiền.

- Lãi suất huy động chưa thực sự hấp dẫn để thu hút khách hàng như một số ngân hàng cạnh tranh trên địa bàn.

- Mặc dù vốn huy động tăng nhưng chủ yếu ở loại tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng, chiếm 58% trên tổng vốn huy động đây là loại vốn có tính ổn định thấp và chi phí đầu vào cao. Nguồn vốn rẻ (tiền gửi không kỳ hạn) còn chiếm tỷ lệ thấp chỉ đạt 21% trên tổng vốn huy động, làm ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của chi nhánh.

- Thẻ ATM kết quả mở có tăng theo hàng năm, số dư tiền gửi trên thẻ góp phần không nhỏ trong số dư huy động vốn không kỳ hạn tại chi nhánh song cũng có rất nhiều thẻ phát hành nhưng khách không đến nhận, chủ yếu là sinh viên của các trường đại học, cao đẳng...

- Thị phần vốn huy động trên địa bàn còn thấp, chỉ chiếm 7,06% trên tổng vốn huy động của địa phương, chưa xứng tầm là một NHTM Nhà nước.



- Một số tiện ích của các dịch vụ hỗ trợ còn hạn chế như việc rút gửi nhiều nơi chỉ thông dụng đối với tiền gửi thanh toán cá nhân, tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn và chỉ thông dụng đối với nội tệ. Đối với tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, tiền gửi thanh toán của các TCKT thì không được rút gửi nhiều nơi như một số NHTM khác. Rút tiền mặt tại các máy ATM ngoài giờ hành chính rất hay bị trục trặc, lỗi mạng, chuyển khoản lúc được lúc không. Báo tin biến động số dư tài khoản qua hệ thống SMS lúc có lúc không, hay Internet Banking chưa giao dịch được chỉ đáp ứng vẫn tin số dư biến động của tài khoản song vẫn không đầy đủ các yếu tố như đơn vị nào, Ngân hàng nào chuyển đến làm khách hàng không theo dõi được công nợ của họ...

#### **2.2.5.2 Nguyên nhân của những tồn tại trong công tác huy động vốn tại chi nhánh:**

##### **◆ Nguyên nhân khách quan:**

Trong những thời điểm cạnh tranh về lãi suất huy động gay gắt giữa các NHTM, NHNN có đưa ra mức lãi suất trần bằng các văn bản, chỉ thị, thông tư. Tuy nhiên quá trình thực hiện chưa kiểm tra thường xuyên và việc thưởng phạt chưa công minh nên trên thị trường tiền tệ các NH thường vẫn tìm cách phá rào dưới nhiều hình thức.

NHNo Việt Nam quan tâm nhiều đến các sản phẩm dịch vụ hỗ trợ cho công tác huy động vốn nhưng chỉ đáp ứng về số lượng sản phẩm chứ chưa quan tâm đồng bộ đến chất lượng sản phẩm như đã nêu trong phần tồn tại.

##### **◆ Nguyên nhân chủ quan:**

Đưa ra nhiều hình thức huy động vốn mới nhưng chưa đánh giá kết quả thực hiện như tiền gửi tiết kiệm rút gốc linh hoạt, tiết kiệm học đường hiện nay số dư rất thấp, từ đó đưa ra các biện pháp nhằm thu hút khách hàng gửi tiền.

Hoạt động marketing chưa đồng bộ, chưa chuyên nghiệp như việc in ra tờ rơi nhưng tờ rơi không đến tay người tiêu dùng... chưa chuyên nghiệp như quà tặng khách hàng chưa đa dạng phong phú, chưa bắt mắt để khách hàng hài lòng và ấn tượng với món quà mình nhận được.

Chưa nghiên cứu các biểu phí của các NH đối thủ trên địa bàn để đưa ra biểu phí dịch vụ phù hợp nhằm thu hút khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của mình để hỗ trợ cho công tác huy động vốn giá rẻ.

Như kết quả khảo sát trên cho thấy giá trị trung bình về cảm nhận chung của khách hàng 2.85 trong đó thông tin khách hàng không hài lòng 3%, khách hàng tạm hài lòng chiếm 31% và đánh giá được nguyên nhân của sự chưa thấu cảm này. Về mặt chủ quan chúng ta phải nói đến kỹ năng nghiệp vụ của một số nhân viên chưa được chuyên nghiệp. Do để kịp tăng trưởng theo quy mô hoạt động của Chi nhánh nhân sự cũng được tăng theo để đáp ứng công việc tuy nhiên một số nhân viên mới này về mặt nghiệp vụ chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 2**

Trên cơ sở thu thập số liệu hoạt động kinh doanh và qua cuộc khảo sát điều tra thực tế khách hàng đến giao dịch tại Chi nhánh An Phú. Việc phân tích hoạt động huy động vốn tại Chi nhánh An Phú đã cho thấy bức tranh toàn cảnh về vai trò của hoạt động này trong mối quan hệ so sánh với toàn bộ hoạt động kinh doanh tại Chi nhánh. Dễ thấy vai trò của hoạt động này đang ngày càng nâng cao, hứa hẹn đem lại những khoản lợi nhuận lớn, đóng góp đáng kể vào hiệu quả toàn bộ hoạt động kinh doanh của Chi nhánh. Mặc khác, hoạt động huy động vốn cũng còn tồn tại nhiều nhược điểm đòi hỏi đội ngũ lãnh đạo và toàn thể nhân viên cần phải hoàn thiện hơn nữa hệ thống các chủ trương, chính sách, quy trình để phát huy tối đa hiệu quả cũng như khả năng sinh lời của hoạt động này, là nền tảng để phát triển hoạt động tín dụng của Ngân hàng. Có như vậy Chi nhánh mới có thể phát triển một cách toàn diện. Việc phân tích nguyên nhân của những hạn chế này sẽ là cơ sở để đưa ra những giải pháp khắc phục ở chương 3 dưới đây.

**CHƯƠNG 3:**  
**GIẢI PHÁP**  
**NÂNG CAO HIỆU QUẢ**  
**HUY ĐỘNG VỐN TẠI**  
**NHNo&PTNT CHI NHÁNH**  
**AN PHÚ**

### **CHƯƠNG 3:**

## **GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN TẠI NHNo&PTNT CHI NHÁNH AN PHÚ**

### **3.1 PHƯƠNG HƯỚNG VÀ MỤC TIÊU KINH DOANH NĂM 2011**

#### **3.1.1 Phương hướng triển khai nhiệm vụ kinh doanh năm 2011**

<1> Công tác huy động vốn là vấn đề được đặt ra hàng đầu trong tất cả nhiệm vụ hoạt động kinh doanh ngân hàng, phải thay đổi nhận thức trong từng cán bộ, lãnh đạo trong công tác huy động vốn là nghĩa vụ là “mệnh lệnh” phải thực hiện nhằm góp phần mở rộng và phát triển cho Chi nhánh.

<2> Tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát hoạt động tín dụng, phát hiện và sửa sai kịp thời các sai sót khi kiểm tra. Thực hiện việc cho vay phải quản lý được dòng tiền từ các kênh phân phối, chỉ cho vay ngắn hạn, hạn chế tối đa cho vay trung và dài hạn để kịp thời cân đối nguồn vốn. Có tăng trưởng nguồn vốn ổn định mới nghĩ đến cho vay.

<3> Học tập từ các chi nhánh bạn xem xét phương pháp khoán tài chính cho các phòng giao dịch và đánh giá cán bộ qua chất lượng công việc đạt được chứ không áp dụng cao bằng như trước đây.

<4> Khuyến khích các phòng tổ, cá nhân có đề tài sáng kiến áp dụng vào thực tiễn, công trình nghiên cứu khoa học đóng góp cho sự phát triển hoạt động kinh doanh, đặc biệt mở rộng và phát triển sản phẩm dịch vụ mới góp phần tăng thu dịch vụ, phát triển khách hàng, tăng trưởng nguồn vốn cho Chi nhánh.

<5> Xây dựng chính sách phát triển khách hàng năm 2011, trong đó đảm bảo nội dung về chính sách chăm sóc khách hàng VIP, truyền thông, đưa ra kế hoạch ký kết hợp tác toàn diện đối với một số khách hàng lớn như các trường ĐH Sư phạm, ĐH Sài Gòn, Nutifood, Công ty Chương Dương..., giải pháp thu hút khách hàng mới, phát triển khách hàng tiềm năng, ưu tiên phát triển khách hàng xuất khẩu thu hút thêm nguồn ngoại tệ.

<6> Duy trì và phát huy việc quản bá thương hiệu qua trang web, tăng cường các bài viết đóng góp, đa dạng nội dung của website Agribank An Phú

thu hút nhiều bạn đọc ghé thăm tạo được kênh quảng bá thương hiệu với chi phí thấp nhưng rất hiệu quả. Thường xuyên cập nhật các thay đổi kịp thời về sản phẩm dịch vụ của trang web, đưa ra nội dung các quy trình nghiệp vụ và các mẫu biểu trên website để đọc giả có thể tham khảo và download nhằm giảm lượng giao dịch trực tiếp, góp phần giảm ùn tắc giao dịch khách hàng cho Chi nhánh.

<7> Đào tạo lại kỹ năng giao tiếp, văn hóa giao dịch nơi công sở cho các giao dịch viên, làm thay đổi nhận thức cho giao dịch viên ý thức làm việc giao tiếp với khách hàng là yếu tố quyết định thành công cho hoạt động kinh doanh của Chi nhánh.

<8> Cơ cấu sắp xếp lại các cán bộ trong từng phòng tổ, phân công phân nhiệm vụ trong từng cán bộ cụ thể theo quy chế điều hành của từng đơn vị đảm bảo công việc hiệu quả, sử dụng nhân sự có năng suất cao đưa bộ máy vào hoạt động ổn định và phát triển. Hàng quý CBCNV trong phòng tổ đều được nhận xét đánh giá lãnh đạo mình qua phiếu điều tra kín, qua đó giúp Ban lãnh đạo có sự thay đổi phù hợp trong việc điều động luân chuyển.

<9> Mở rộng quy mô của Phòng giao dịch, tận dụng về mạng lưới phát triển quy mô kinh doanh cho Chi nhánh, thực hiện chỉnh trang trụ sở trang thiết bị, cơ cấu con người cho phù hợp đặc biệt là bộ phận lãnh đạo nhằm tăng khả năng cho phòng giao dịch.

<10> Tăng cường công tác an toàn cơ quan, kiểm tra kiểm soát toàn diện, xây dựng chính sách bảo vệ an toàn hoạt động trong Chi nhánh đặc biệt an toàn kho quỹ, máy ATM, bảo vệ trụ sở... theo từng thời kỳ, từng hoàn cảnh cụ thể, có đánh giá kiểm soát lại việc thực hiện. Thường xuyên giám sát tính an toàn hiệu quả của các hoạt động và bổ sung chỉnh sửa quy trình thực hiện cho phù hợp điều kiện thực tế.[5]

### **3.1.2 Mục tiêu phấn đấu**

- Chi nhánh phấn đấu hoàn thành tốt các chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2011 đặc biệt là chỉ tiêu nguồn vốn.
- Phấn đấu hoàn thành chỉ tiêu tài chính năm 2011 của Trụ sở chính giao.

- Không ngừng mở rộng quy mô hoạt động của Chi nhánh không những về số lượng mà phải chú trọng chất lượng, quyết tâm triển khai thực hiện tất cả các sản phẩm dịch vụ của NHNo Việt Nam một cách có hiệu quả và phát triển tồn tại lâu dài.

***Cụ thể:***

- + Căn cứ vào nhu cầu tăng trưởng dư nợ để tăng trưởng nguồn vốn, nhưng mức tăng trưởng nguồn vốn phải cao hơn tăng trưởng dư nợ là 5%, Chi nhánh phấn đấu tăng trưởng nguồn vốn nội tệ là 29%, trong đó tỷ trọng tiền gửi dân cư đạt tối thiểu là 35%.
- + Tỷ lệ tăng dư nợ nội tệ trên nguồn vốn tăng thêm là 40%, đối với ngoại tệ là 70%, hạn chế tăng trưởng dư nợ trung và dài hạn, tỷ lệ trung dài hạn nội tệ chi nhánh tối đa bằng năm trước là 20%.
- + Tăng thu ngoài tín dụng theo chủ trương của NHNo Việt Nam và nghị quyết Hội đồng quản trị về tăng tỷ lệ thu ngoài tín dụng 15% so năm trước.
- + Quỹ thu nhập phấn đấu tăng 10% so năm 2010.[5]

### **3.2 GIẢI PHÁP CÓ TÍNH CHẤT NGHIỆP VỤ**

#### **3.2.1 Đa dạng hóa các sản phẩm huy động tiền gửi:**

Huy động tiền gửi là nghiệp vụ rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh của NHTM. Chính sách làm tốt công tác huy động vốn sẽ tạo nguồn vốn phong phú, đáp ứng được yêu cầu vay vốn của khách hàng – đầu ra của NH – mang lại thu nhập chính cho NH. Tuy nhiên không phải lúc nào và ngân hàng nào cũng có khả năng và có thể huy động một cách có hiệu quả. Bởi vì điều đó không chỉ phụ thuộc nhiều yếu tố như uy tín, phương pháp huy động vốn của ngân hàng mà còn phụ thuộc cả khả năng kinh tế, tâm lý của khách hàng. Vì vậy để huy động vốn có hiệu quả đòi hỏi phải sử dụng tổng hợp các biện pháp.

Thực hiện việc thống kê kết quả các sản phẩm tiền gửi đang áp dụng, từ các sản phẩm tiền gửi tiết kiệm truyền thống, các sản phẩm tiền gửi mới áp dụng như: tiết kiệm học đường, tiết kiệm rút gốc linh hoạt... để đánh giá lại và đưa ra giải pháp phát triển các sản phẩm này. Đây là nền tảng cho việc triển khai các sản phẩm

sau này mang lại hiệu quả thu hút được nguồn vốn từ việc đa dạng các sản phẩm tiền gửi.

Bên cạnh những hình thức huy động truyền thống từ trước ngân hàng cần có thêm nhiều hình thức huy động tiền gửi khác để phù hợp với từng đối tượng khách hàng, và để thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng nhằm nâng cao khả năng huy động vốn cho ngân hàng:

**Một là:** Mở rộng thêm các loại tiền gửi tiết kiệm khác:

Ngoài những hình thức tiết kiệm đã và đang thực hiện, Chi nhánh cần đa dạng hóa các hình thức huy động với nhiều loại và nhiều thời hạn khác nhau để khách hàng dễ dàng lựa chọn một loại tiền gửi tiết kiệm hợp với mình như:

- Tiết kiệm có thưởng: mỗi khách hàng khi gửi tiền tiết kiệm đều được cấp một sổ tiết kiệm trong đó có sổ tài khoản riêng mỗi người, hàng năm xổ số trúng thưởng dưới nhiều hình thức quay số hoặc bốc thăm.

- Tiết kiệm có kỳ hạn và lãi suất thỏa thuận: thay vì trước đây thời hạn và lãi suất tiền gửi đều do ngân hàng định sẵn thì nay chi nhánh nên tạo ra loại hình tiết kiệm mới này: với loại hình này khách hàng có quyền thỏa thuận kỳ hạn và lãi suất với ngân hàng như: 1 ngày, 5 ngày, 1 tuần, 1 vài tháng... Kỳ hạn và lãi suất áp dụng chỉ khi được thỏa thuận giữa ngân hàng và khách hàng.

**Hai là:** Tiền gửi trung và dài hạn

Nhìn chung, trong những năm qua vốn huy động tiền gửi của NHNo là tương đối ổn định, nhưng tất cả những nguồn vốn này đều mang tính chất ngắn hạn, các loại tiền gửi trung và dài hạn chưa được áp dụng tại chi nhánh. Mà hiện nay hầu hết các doanh nghiệp thời điểm đầu tư, mở rộng sản xuất. Vì vậy nhu cầu vốn vay trung và dài hạn ngày càng tăng. Trong những năm qua chi nhánh đã dùng tiền gửi ngắn hạn để cho vay trung và dài hạn, điều này nếu kéo dài thì sẽ không tốt cho ngân hàng. Vì vậy vấn đề cấp thiết nhất của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú hiện nay là phải làm thế nào để thu hút được nguồn tiền gửi trung và dài hạn một cách tối ưu.

Đặc điểm tiền gửi trung và dài hạn: thời gian gửi trên 12 tháng, đây là loại tiền gửi có thời gian đáo hạn lâu, người dân thường có tâm lý không muốn gửi loại tiền này vì họ sợ mất giá và không chủ động được kế hoạch chi tiêu của mình.

Vì vậy để thu hút được loại tiền gửi này ngân hàng cần đưa ra các loại sản phẩm phù hợp. Các loại tiền gửi trung và dài hạn mà ngân hàng có thể đưa ra là:

- **Hợp đồng “tiết kiệm dưỡng lão:**

Loại hình tiền gửi này rất giống với bảo hiểm, nó thích ứng hơn với đặc điểm tâm lý của người Việt Nam nhờ các đặc điểm sau:

Cung cấp cho mọi người dân có thu nhập một dịch vụ quản lý tiền tích lũy cá nhân để đảm bảo lâu dài nguồn sinh sống khi về già hoặc hết khả năng lao động, mà không đòi hỏi nhiều giấy tờ, thủ tục hành chính quản lý như các loại hình bảo hiểm truyền thống.

***Lợi ích của loại tiền gửi này là:***

**Thứ nhất:** Phần vốn gốc tích lũy không bị mất đi nếu người thụ hưởng chết trước hạn (giống như khi mua bảo hiểm hưu trí), mà sẽ được thừa kế trọn vẹn theo pháp luật hoặc có thể hoàn trả toàn bộ cùng với lãi (sau thời hạn nhất định, tối thiểu 10 năm) cho người thụ hưởng ngay khi còn sống; hoặc được sự chuyển đổi thành các khoản thu nhập ổn định trọn đời, tùy theo sự lựa chọn của người thụ hưởng, đồng thời tổng thu nhập từ lãi được miễn thuế hoàn toàn.

**Thứ hai:** Ngân hàng đảm bảo giá trị cho phần vốn gốc và trả một tỷ lệ thu nhập tối thiểu hàng năm, đồng thời toàn bộ số lãi đã nhập gốc cũng được hưởng sự đảm bảo giống như phần vốn gốc.

**Thứ ba:** Khi cung cấp loại hình “tiền gửi tiết kiệm dưỡng lão” này, có nghĩa là ngân hàng sẽ khai thác được ưu thế về mặt tài chính từ một sản phẩm bảo hiểm truyền thống: ngân hàng thu nhận và quản lý được một nguồn tiền ổn định, liên tục, lâu dài (vì người gửi không được rút ra trước hạn; trừ trường hợp đột tử) do đó ngân hàng có thể đạt tỷ suất sinh lời cao hơn cho chính mình, chẳng hạn bằng việc đầu tư vào trái phiếu các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh tế, công nghệ mang lại giá trị tăng cao.

- **Tiền gửi tiết kiệm dài hạn có mục đích:**

Với loại hình này, khách hàng đem tiền gửi vào ngân hàng dưới hình thức ký thác nhằm sử dụng cho mục đích trong tương lai như xây dựng nhà ở, mua sắm hàng tiêu dùng cao cấp, trang trải chi phí học tập cho con cái... Những người tham



gia gửi tiền tiết kiệm loại này sẽ được ngân hàng cho vay bổ sung thêm vốn sử dụng cho mục đích của họ. Số tiền vay tối đa bằng số tiền gửi vào ngân hàng.

Mục đích của kế hoạch tiết kiệm cho nhà ở: nhằm giúp ngân hàng:

- Tạo nguồn tiền gửi ổn định, khả dụng ở thời gian trung hạn, có thể phát triển thành dài hạn để cho vay, đầu tư trung và dài đối với các công trình phát triển nhà ở đô thị hay ở nông thôn theo hướng quy hoạch tổng thể của nhà nước.

- Ngoài ra qua các sản phẩm này, ngân hàng còn phát triển hàng loạt hoạt động nghiệp vụ liên quan như tín dụng thuê mua, tư vấn về kinh doanh, đầu tư bất động sản...

Nội dung của “kế hoạch tiết kiệm cho nhà ở”:

- Người gửi tiền ký kết với ngân hàng một bảng hợp đồng cho phép mở một tài khoản các nhân phong tỏa tại ngân hàng (tối thiểu 4 năm), cam kết sẽ gửi một số tiền nhất định nào đó trong mỗi năm, bằng nhiều lần gửi với số tiền mỗi lần tùy ý, vào thời điểm thích hợp, liên tục trong thời gian không hạn chế, lãi suất tiền gửi được thỏa thuận, ấn định trước (trong mỗi tương quan hợp lý với mặt bằng thị trường) và được nhập gốc.

***Quyền của chủ tài khoản:***

- Kể từ năm thứ hai trở đi có thể khế ước vay ngắn hạn của ngân hàng theo mức lãi suất tiền gửi cộng phí quản lý của ngân hàng, với số tiền tương đương tổng vốn gốc và lãi dồn tích trên tài khoản đến thời điểm đó, nếu họ có nhu cầu vay để sửa chữa nhỏ, cải tạo nhà ở của bản thân và gia đình.

- Trong trường hợp này ngân hàng lưu giữ giấy chứng nhận gốc về quyền sử dụng đất trên đó có công trình nhà ở hoặc giấy tờ gốc về quyền sở hữu nhà ở hay căn hộ cá nhân đó để làm đảm bảo cho đến khi trả nợ xong tiền vay cả gốc và lãi.

- Sau khi gửi liên tục từ năm từ 5 trở đi, khách hàng được vay của ngân hàng để bổ sung đủ tiền mua nhà ở hoặc xây dựng mới nhà ở, nếu số tiền gửi và lãi tích lũy đến thời điểm đó (cộng với các nguồn vốn tự có khác nếu có) đạt 50% giá trị căn nhà hoặc giá trị xây dựng mới. Sau khi kiểm tra, thẩm định ngân hàng sẽ căn cứ vào khả năng thực lực tích lũy và hoàn trả của khách hàng để quyết định cho vay

theo các điều kiện; lãi suất cho vay được tính toán trên lãi suất tiền gửi cộng phí quản lý và lãi ngân hàng.

- Các khoản vay nói trên sẽ được ngân hàng hạch toán “khấu hao” theo phương thức áp dụng trong nghiệp vụ thuê mua, với thời hạn thỏa thuận giữa ngân hàng và khách hàng; ngân hàng nắm giữ giấy tờ sở hữu căn hộ, ngôi nhà hoặc quyền sử dụng đất trên đó xây dựng nhà cho đến khi người vay hoàn trả hết gốc và lãi theo định kỳ thanh toán đã cam kết, ngân hàng có quyền phát mãi tài sản căn hộ hoặc căn nhà để thu đủ gốc và lãi, số còn lại được hoàn trả cho người vay.

- Mỗi thành viên trong cùng một gia đình đều có thể một tài khoản riêng của cá nhân mình và trong trường hợp cần thiết ngân hàng có thể tính gộp tổng mức tiền gửi của nhiều người để cho một người có khả năng vay lớn hơn nhằm cải tạo điều kiện sinh hoạt chung và có trách nhiệm liên đới trong việc hoàn trả vốn vay.

- **Phát hành trái phiếu trung và dài hạn:**

Thông thường người gửi tiền có kỳ hạn dài lâu và khi họ cần chuyển khoản tiền gửi này thành thanh khoản họ sẽ gặp khó khăn, hoặc ngân hàng phá sản họ sẽ không thu hồi được khoản tiền gửi. Vì vậy đối với tài khoản tiền gửi dài hạn cần phát hành các trái phiếu dài hạn có thể chuyển nhượng được một cách dễ dàng trên thị trường. Các trái phiếu này có thể bán lại cho các cá nhân khác, cho các doanh nghiệp, các ngân hàng, cho bất cứ tổ chức cơ quan nào có khả năng tài chính và họ muốn mua nó. Ngân hàng có thể huy động trực tiếp bằng VND hoặc bằng USD.

Ngoài ra, ngân hàng có thể huy động bằng cách phát hành trái phiếu dài hạn có đảm bảo bằng USD, loại hình này có thể hiểu như sau: ngân hàng vẫn huy động và thanh toán bằng VND nhưng đảm bảo giá trị bằng USD theo tỷ giá hối đoái của NHNN công bố. Bằng hình thức này ngân hàng thu thêm được nguồn vốn tiền gửi trong dân chúng vì đảm bảo giá trị bằng USD, mà như chúng ta đã biết giá trị USD thì tương đối ổn định qua các năm.

- Tiền gửi này được đảm bảo giá trị bằng USD có nghĩa là sau một kỳ hạn gửi ngoài phần lãi được nhận, số tiền gốc được đảm bảo giá trị theo USD tại thời điểm họ gửi tiền. Về nguyên tắc huy động tiền gửi đảm bảo bằng USD cũng

giống như đảm bảo bằng vàng mà có một số NHTM thường làm. Nhưng hiện nay tỷ giá giữa USD và VND ngày càng có xu hướng tăng lên nên việc huy động tiền gửi dưới hình thức phát hành trái phiếu dài hạn có đảm bảo bằng USD sẽ có sức hấp dẫn hơn.

- Chi nhánh có thể định kỳ hạn trái phiếu tùy theo kế hoạch đầu tư, cho vay của mình có thể 1 năm, 2 năm, 5 năm hoặc 10 năm... Có thể huy động vốn trung và dài hạn theo kế hoạch hàng năm theo đợt căn cứ vào nhu cầu của chi nhánh.

- **Tiền gửi trung và dài hạn khác:**

Ngoài ra, còn có một số loại hình tiết kiệm khác như: mở tài khoản cho trẻ sơ sinh đến 18 tuổi để thu hút các khoản tiền của bé nhận được dưới nhiều hình thức: mừng tuổi, sinh nhật, phần thưởng học giỏi, hoặc mở tài khoản tiết kiệm học sinh, sinh viên để huy động những món tiền nhỏ bé do các em để giành.[8]

### **3.2.2 Củng cố và không ngừng nâng cao uy tín của NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú**

Trong hoạt động kinh doanh của NHTM nói chung và NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú nói riêng, củng cố niềm tin nơi khách hàng là một trong những vấn đề sống còn của ngân hàng. Ngân hàng có huy động được nhiều hay không là nhờ vào lòng tin của người gửi tiền. Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng trong nền kinh tế ngày càng gay gắt do đó ngân hàng phải tạo ra thương hiệu riêng cho mình.

Theo kinh nghiệm của những nước có bề dày về lịch sử huy động ngân hàng xây dựng trụ sở, các quỹ tiết kiệm và các điểm giao dịch khang trang, bề thế cơ sở vật chất vững mạnh và trang trí bề ngoài khang trang sao cho thu hút được khách hàng ngay từ cái nhìn đầu tiên là một trong những yếu tố tạo ấn tượng cho khách hàng. Chi nhánh An Phú với vẻ bề thế khang trang tọa lạc trên đường Cộng Hòa là một ưu thế về cơ sở vật chất của mình tuy nhiên Chi nhánh cần chú trọng cách bài trí các quầy giao dịch gọn gàng, ngăn nắp hơn nữa thì sẽ đem lại ấn tượng mạnh và dài lâu cho khách hàng.

Ngân hàng trước hết phải là nơi đảm bảo an toàn tài sản của khách hàng, phải đảm bảo “gửi vào thuận lợi, rút ra dễ dàng”. Muốn vậy, Chi nhánh An Phú

phải tăng cường nâng cao chất lượng hoạt động, làm dịch vụ thanh toán nhanh kịp thời tạo uy tín cho khách hàng từ đó tạo uy tín cho Chi nhánh, nâng cao chất lượng phục vụ làm cho người gửi tiền có cảm tình, thường xuyên giao dịch với ngân hàng mong nhận sự giúp đỡ, tư vấn của các nhân viên ngân hàng. Công việc của ngân hàng gắn với tiền bạc nên phải luôn luôn đảm bảo sự an toàn, chính xác, mọi thắc mắc của khách hàng phải được giải quyết hợp tình hợp lý.

### **3.2.3 Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên:**

Các ngân hàng ngày càng hiểu rằng đội ngũ nhân viên quyết định chất lượng dịch vụ ngân hàng. Đây là đội ngũ thường xuyên tiếp xúc với khách hàng, là bộ mặt của ngân hàng nên cần có kiến thức tổng quát về ngân hàng để có thể giải thích, tư vấn cho khách hàng những thủ tục, hình thức thanh toán sao cho có lợi nhất.

Vì vậy, Chi nhánh An Phú cũng cần có phải chú ý tiến hành các biện pháp nhằm củng cố nâng cao kiến thức nghiệp vụ, tin học, ngoại ngữ với các phương thức mở lớp tự đào tạo hoặc khuyến khích tạo điều kiện cho đội ngũ nhân viên đi học ở các trung tâm, các trường. Chi nhánh tạo điều kiện hỗ trợ chi phí học tập cho những người đi học, mặc khác nếu học tập kết quả tốt sẽ có các hình thức khen, thưởng...

Ngoài bổ sung kiến thức chuyên môn Chi nhánh cần quan tâm nâng cao kỹ năng bán hàng, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng ứng xử và kỹ năng chăm sóc khách hàng cho tất cả đội ngũ nhân viên. Bởi sản phẩm dịch vụ ngân hàng là sản phẩm dịch vụ vô hình, người mua không thể cảm nhận chúng bằng các giác quan mà sẽ cảm nhận chúng bằng cảm tính, bằng sự thỏa mãn mà hiệu quả của sản phẩm dịch vụ đó cung ứng thông qua các giao dịch viên

Tác phong, trang phục chuyên nghiệp không chỉ tạo sự tự tin cho cá nhân mà còn tạo uy tín, ấn tượng đối với khách hàng. Điều này rất quan trọng, quyết định hình ảnh, uy tín của ngân hàng, Chi nhánh An Phú đã trang bị một số trang phục rất lịch sự chuyên nghiệp. Tuy nhiên trong quá trình thực hiện có một số nhân viên chưa chấp hành nghiêm chỉnh tạo hình ảnh không đẹp mắt để lại ấn tượng chưa chuyên nghiệp đối với khách hàng. Chi nhánh cần đưa ra nội quy, quy chế nghiêm

khắc hơn để gây ấn tượng đẹp mắt trong khách hàng nâng cao hơn nữa uy tín của mình.

Tiếp tục phát huy công tác tập huấn nội bộ trong cơ quan, đặc biệt thực hành trực tiếp cho CBNV mới sử dụng chương trình giao dịch, cách khai thác văn tin dữ liệu nhanh nhạy.

Bên cạnh việc chú trọng nâng cao kiến thức cho đội ngũ nhân viên sẵn có, Chi nhánh cần chú trọng hơn công tác tuyển dụng nhằm có được đội ngũ nhân viên tốt ngay từ đầu. Đội ngũ nhân viên phải được đào tạo trở thành người không chỉ trình độ về chuyên môn mà phải có đạo đức chuẩn mực, hiểu biết về tâm lý, tâm sự của khách hàng khi cần thiết, thái độ lịch sự, nhã nhặn có kiến thức về văn hóa, chính trị, kinh tế nói chung để khách hàng gửi tiền tin tưởng.

#### **3.2.4 Nâng cao hiệu quả hoạt động của bộ phận Marketing:**

NHTM là một doanh nghiệp như mọi doanh nghiệp và marketing có vai trò quan trọng trong kinh doanh, nó hướng dẫn chỉ đạo và phân hợp các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Nhờ các hoạt động marketing các quyết định đề ra trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp có cơ sở khoa học vững chắc hơn ngân hàng có điều kiện và thông tin đầy đủ hơn thỏa mãn yêu cầu của khách hàng.

Marketing tìm hiểu và đánh giá tiềm lực, khả năng vay mượn của khách hàng từ đó giúp ngân hàng có kế hoạch cụ thể trong từng thời kỳ, tìm hiểu nhu cầu sở thích, khả năng vay trả, thu nhập bình quân của khách hàng, từ đó phân loại khách hàng để cho ra những sản phẩm phù hợp với khách hàng giúp ngân hàng huy động được mọi tiềm lực vốn với giá rẻ, tín dụng chặt chẽ hơn hạn chế được rủi ro, đảm bảo an toàn nguồn vốn nâng cao lòng tin của người gửi tiền.

Nghiên cứu và dự báo sự thay đổi của môi trường kinh doanh, chính sách tiền tệ trong tương lai từ đó ngân hàng có thể tìm kiếm các cơ hội kinh doanh hay thấy được những cản trở để giúp ngân hàng có thể tránh được hoặc đề ra những biện pháp khắc phục, nó dự báo được sự thay đổi lãi suất, giảm chi phí đầu vào tăng lợi nhuận.

Trong năm 2011 phải thực hiện phiếu khảo sát điều tra ít nhất 300 khách hàng cũ và khách hàng mới để có thông tin cơ bản về các đối tượng khách hàng từ đó mới có định hướng phát triển thể mạnh của sản phẩm dịch vụ tại Chi nhánh.

Hỗ trợ thêm kinh phí cho tổ chức quản trị website và có khen thưởng cho những cá nhân có bài viết đóng góp hoặc những thông tin hay, ý tưởng sáng tạo cho website: [agribankanphu.com.vn](http://agribankanphu.com.vn) làm phong phú thêm nội dung và đổi mới diện mạo cho trang web.

Thường xuyên quảng bá tiếp thị các sản phẩm dịch vụ mới, chú ý việc gắn các sản phẩm dịch vụ mới này vào các chương trình khuyến khích sử dụng các sản phẩm dịch vụ này để khách hàng làm quen các tiện ích mới.

### **3.2.5 Hoạt động kiểm tra, kiểm soát nội bộ:**

Chi nhánh cần đôn đốc và theo dõi các đơn vị thực hiện sửa sai sau kiểm tra. Kiểm tra một số hoạt động như: quy trình thu chi tiền mặt, chế độ quản lý an toàn kho quỹ, an toàn hoạt động của máy ATM,..

Tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát làm tăng chất lượng hoạt động của Ngân hàng, đây là yếu tố cần thiết làm tăng uy tín nâng cao vị thế cạnh tranh của chi nhánh. Do vậy để làm tốt công tác huy động vốn nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung Chi nhánh An Phú cần quan tâm nhiều hơn đến hoạt động kiểm tra, kiểm soát nội bộ.

### **3.2.6 Mở rộng mạng lưới giao dịch**

Mở rộng quy mô của Phòng giao dịch, tận dụng lợi thế về mạng lưới phát triển quy mô kinh doanh cho chi nhánh là điều bất cứ Chi nhánh nào trong chiến lược kinh doanh lâu dài đều quan tâm. Tuy nhiên Chi nhánh An Phú với mạng lưới 1 hội sở chính, 3 phòng và 1 điểm giao dịch như hiện nay thì việc mở rộng mạng lưới là chưa cần thiết mà chi nhánh cần thực hiện chỉnh trang trụ sở trang thiết bị, cơ cấu con người cho phù hợp đặc biệt là nâng cao năng lực của bộ phận lãnh đạo nhằm tăng khả năng kinh doanh của phòng giao dịch. Trong vai trò, nhiệm vụ huy động vốn được đặt lên hàng đầu đối với các phòng giao dịch hiện nay việc nâng cao chất lượng hoạt động của các phòng giao dịch là rất cần thiết.

## **3.2 MỘT SỐ KIẾN NGHỊ**

### **3.3.1 Đối với Cơ quan quản lý nhà nước**

#### **3.3.1.1 Duy trì chính sách bảo hiểm tiền gửi**

Như chúng ta đã biết sự an toàn về tài sản cho khách hàng là một trong những điều kiện quyết định để thu hút khách hàng. Vì vậy, tham gia bảo hiểm tiền gửi (BHTG) là một trong những yêu cầu để thu hút khách hàng. Bởi vì thông qua BHTG sẽ:

- Bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền.
- Duy trì sự ổn định của tổ chức tham gia BHTG (các ngân hàng, các tổ chức tài chính khác...).

Tiền gửi là tài sản của người gửi tiền, là nguồn vốn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của NHTM, luật lệ các nước thường yêu cầu đảm bảo an toàn vốn tiền gửi cho người gửi tiền.

Tuy nhiên, rủi ro trong hoạt động kinh doanh ngân hàng là rất lớn, đôi khi ngân hàng để đáp ứng được các trách nhiệm đối với những gửi tiền là vỡ nợ. Việc vỡ nợ một ngân hàng nghĩa là những người gửi tiền sẽ mong đợi lấy lại tiền vốn của họ cho đến khi ngân hàng đó được thanh lý (khi những tài sản của nó chuyển thành tiền mặt), lúc ấy người gửi tiền sẽ chỉ được thanh toán một phần của giá trị món tiền gửi. Điều đó thật tệ hại đối với người gửi tiền vì thế để giảm bớt thiệt hại cho người gửi tiền các nhà chức trách quản lý ngân hàng đòi hỏi phải có một cơ quan bảo hiểm chuyên nghiệp. Nếu ngân hàng bị vỡ nợ cơ quan bảo hiểm sẽ có trách nhiệm hoàn trả các món tiền gửi cho người gửi tiền, các ngân hàng phải chịu trách nhiệm đóng phí bảo hiểm cho cơ quan bảo hiểm.

“Nghị định 89/1999/NĐ-CP của Chính phủ về BHTG. Nhưng chính sách này được triển khai thực sự có hiệu quả, thuận tiện khi được sửa đổi, bổ sung tại Nghị định số 109/2005/NĐ-CP, về BHTG” yêu cầu các TCTD và các tổ chức không phải là TCTD được phép thực hiện một số hoạt động ngân hàng theo quy định của luật các TCTD có nhận tiền gửi của cá nhân phải tham gia BHTG bắt buộc. Đối tượng tiền gửi được bảo hiểm là tiền gửi bằng đồng Việt Nam, chủ yếu là tiền gửi cá nhân,

của hộ gia đình, không bảo hiểm tiền gửi ngoại tệ. Tổ chức BHTG thực hiện các nhiệm vụ gồm:

- Cấp và thu hồi Chứng nhận BHTG, thu phí bảo hiểm ở mức đồng hạng 0.15%/năm trên số dư tiền gửi được bảo hiểm.
- Giám sát các tổ chức nhận tiền gửi, đầu tư tài chính, hỗ trợ tài chính đối với các tổ chức nhận tiền gửi.
- Chi trả BHTG tối đa 50 triệu đồng cho một người gửi tiền tại một tổ chức nhận tiền gửi, thu hồi và thanh lý tài sản.
- Chi nhánh An Phú cần duy trì trích nộp bảo hiểm tiền gửi hàng quý theo quy định và nên công khai giấy chứng nhận tham gia bảo hiểm tiền gửi cho khách hàng rõ.

Để hỗ trợ cho việc thu hút tiền nhàn rỗi trong dân cư để phục vụ cung ứng vốn cho nền kinh tế thông qua kênh tín dụng ngân hàng nói chung và hỗ trợ công tác huy động vốn của Ngân hàng nói riêng, Chính phủ nên đưa ra mức “Chi trả BHTG **tối đa** cho một người gửi tiền tại một tổ chức nhận tiền gửi, thu hồi và thanh lý tài sản”. [6]

### 3.3.1.2 Duy trì lãi suất trần

Việc cạnh tranh lành mạnh giữa các NHTM đã thúc đẩy các sản phẩm dịch vụ Ngân hàng ngày càng hoàn thiện hơn, đáp ứng nhu cầu thanh toán cho khách hàng ngày càng nhanh chóng, kịp thời, chính xác dù đang ở bất kỳ nơi đâu ... Tuy nhiên trong các năm gần đây cạnh tranh giữa các NHTM khá gay gắt không lành mạnh trong việc chấp hành lãi suất trần do NHNN ban hành. Một số NHTMCP liên tục tìm cách phá rào lãi suất trần đã làm ảnh hưởng đến giá cả trên thị trường tiền tệ và bình ổn giá.

NHNN đã đưa ra mức lãi suất trần bằng các văn bản 9779/NHNN – CSTT ngày 14/12/2021 v/v “lãi suất huy động bằng đồng Việt Nam” chỉ đạo các TCTD huy động vốn bằng VND không vượt quá 14% năm. Cần đề ra chương trình kiểm tra thường xuyên thưởng phạt chưa công minh để ổn định thị trường tiền tệ, đẩy mạnh phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng góp phần phát triển kinh tế nước nhà. [10]



### **3.3.1.3 Mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng**

Lâu nay người dân ở nước ta vẫn chưa quen và rất ngại thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng. Để khuyến khích dân chúng thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng, chính phủ đã đưa ra một số chính sách lớn như chi trả lương qua tài khoản, quy định đối với các khoản chi trả từ 20 triệu đồng trở lên phải thanh toán bằng chuyển khoản để được khấu trừ thuế đầu vào. Đến nay phần lớn bộ phận các thành phần kinh tế đã có thói quen thanh toán qua ngân hàng, tuy nhiên phần lớn tầng lớp dân cư vẫn còn thói quen thanh toán với nhau bằng tiền mặt. Nhà nước cần đưa ra các biện pháp hữu hiệu để các ngành cùng tham gia tạo cho người dân ưa thích hình thức thanh toán qua ngân hàng.[1]

### **3.3.2 Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam**

Cần có các biện pháp mạnh để chỉ đạo các TCTD thực hiện tốt lãi suất trần đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh giữa các NHTM để ổn định thị trường tiền tệ, đẩy mạnh phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng góp phần phát triển kinh tế nước nhà.

Hiện nay các NHTM trong nước đã được tham gia thanh toán qua hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng CITAD nhưng đường truyền chưa nhanh làm cho việc thanh toán giữa các ngân hàng chưa đáp ứng kịp nhu cầu thanh toán của khách hàng làm cho vòng vốn quay chậm đi. Để tăng vòng vốn thanh toán cho nền kinh tế NHNN cần nâng cấp đường truyền hỗ trợ cho các NHNTM hoạt động thanh toán nhanh chóng kịp thời.

### **3.3.3 Đối với NHNo&PTNT Việt Nam**

Các khách hàng có số dư tiền gửi lớn thường có nhu cầu sử dụng các sản phẩm dịch vụ rất lớn và đòi hỏi chất lượng rất khắc khe. Vì vậy khi đưa ra bất cứ sản phẩm dịch vụ nào NHNo Việt Nam cần phải quan tâm đến chất lượng sản phẩm, chẳng hạn đối với các sản phẩm thẻ.

Đối với sản phẩm rút gửi nhiều nơi, NHNo Việt Nam đã triển khai rút gửi nhiều nơi đối với tiền gửi thanh toán, tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, TGTK bậc thang và đối tượng là khách hàng cá nhân với loại tiền VND. “Gửi vào thuận tiện, rút ra dễ dàng” là nhu cầu thiết yếu của khách hàng do vậy NHNo Việt Nam cần

tiếp tục triển khai đối với cả loại TGTK có kỳ hạn và cả với đối tượng khách hàng là TCKT với cả loại tiền USD.

Sản phẩm giao dịch Internet banking của NHNo Việt Nam hiện chưa hoàn chỉnh, để cạnh tranh với các NHTM khác sản phẩm này cần nâng cao chất lượng để khách hàng sớm giao dịch được trên mạng Internet banking của NHNo Việt Nam ngày càng nâng cao uy tín của NHNo Việt Nam trên thương trường.

Hiện nay có một số NHTM cổ phần đã quản lý khách hàng bằng vân tay mang lại tiện ích cho khách hàng và cả ngân hàng. NHNo Việt Nam nên nghiên cứu và phát triển việc quản lý này.

### **3.3.4 Đối với NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú**

Chi nhánh An Phú cần phải làm tốt những sản phẩm dịch đã có để hỗ trợ công tác huy động vốn và phải tận dụng ưu thế về mạng lưới của mình để phát huy thế mạnh của hệ thống. Chẳng hạn như: thanh toán chuyển khoản đi và chuyển khoản đến cho khách hàng phải nhanh chóng kịp thời để nâng cao uy tín cho chi nhánh, nhất là chuyển khoản trong cùng hệ thống.

Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên: quy định đồng phục nghiêm khắc hơn, nâng cao kỹ năng giao tiếp, kỹ năng nghiệp vụ và kỹ năng chăm sóc khách hàng. Bên cạnh đó bộ phận Marketing nên khảo sát một số NHTM để đổi mới và hoàn thiện vai trò chức năng của mình.

Tập trung chỉ đạo đẩy mạnh công tác huy động vốn, giao chỉ tiêu cụ thể cho từng phòng, từng CBNV thực hiện “lôi kéo khách hàng mới đi đôi với việc bám sát và giữ vững nguồn vốn đang có”, và thực hiện cơ chế thưởng phạt kịp thời.

Thông kê kết quả thực hiện các sản phẩm tiền gửi đang có áp dụng từ đó có kế hoạch phát triển đa dạng hóa sản phẩm tiền gửi. Tích cực duy trì và phát triển thẻ Success, thẻ ghi Nợ, dịch vụ chuyển lương qua thẻ để khơi tăng nguồn vốn rẻ...

Thực hiện điều hành lãi suất huy động, linh hoạt nhằm hạn chế tối đa rủi ro lãi suất. Đồng thời đảm bảo mức chênh lệch lãi suất ròng đủ bù đắp các khoản chi phí ngoài lãi và có lợi nhuận.

# KẾT LUẬN

Công tác huy động vốn là vấn đề bắt buộc và kiên quyết trong hoạt động ngân hàng và là vấn đề khó khăn đang thách thức ngân hàng. Vì vậy để khắc phục những khó khăn trong công tác huy động vốn đòi hỏi các NHTM nói chung và Chi nhánh An Phú nói riêng, cần phải áp dụng một cách khéo léo, có hệ thống, có khoa học những giải pháp nêu trên, đồng thời phải có sự kết hợp của nhiều ngành, nhiều cấp trong việc thu hút khối lượng tiền nhàn rỗi trong dân cư, các TCKT và trong xã hội vào ngân hàng, đặc biệt là tiền gửi trung và dài hạn.

Để thu hút khách hàng trong công tác huy động vốn vấn đề chất lượng dịch vụ ngân hàng được đặt lên hàng đầu, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam đã cam kết mở cửa thị trường dịch vụ, điều này làm cho cạnh tranh giữa các ngân hàng Việt Nam và khối ngân hàng ngoại ngày càng gay gắt. Vì vậy việc đưa ra các giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Nông Nghiệp và phát triển nông thôn Chi nhánh An Phú là hết sức cần thiết trong tình hình kinh tế hiện nay. Bài viết dựa trên cơ sở lý luận, nghiên cứu các số liệu thống kê và điều tra khảo sát thực tế đã đánh giá thực trạng về công tác huy động vốn. Từ đó đưa ra các giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện hơn công tác huy động vốn tại các NHNo&PTNT Chi nhánh An Phú.

Từ việc đưa ra một số giải pháp nói trên em hy vọng góp phần nhỏ bé của mình trong việc “ khơi tăng vốn huy động”, đối với ngân hàng. Thời gian nghiên cứu còn hạn chế do vậy em không tránh được những thiếu sót về mặt lý luận cũng như thực tiễn. Kính mong nhận được sự góp ý của quý thầy cô cũng như các cô chú trong ngân hàng và các bạn sinh viên.