

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

PHẠM TRỌNG VŨ

**GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
SÀI GÒN CHI NHÁNH KHÁNH HÒA**

Chuyên ngành: Tài chính - Ngân hàng

Mã số: 60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng – 2013

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Lâm Chí Dũng

Phản biện 1: PGS.TS. Võ Thị Thúy Anh

Phản biện 2: TS. Phạm Long

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 28 tháng 9 năm 2013.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm thông tin học liệu – Đại học Đà Nẵng
- Thư viện Trường Đại học Kinh tế – Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ở Việt Nam hiện nay, vấn đề vốn đang là đòi hỏi cấp bách trong sự nghiệp công nghiệp hoá và hiện đại hoá. Nó đóng vai trò quyết định đến sự tăng trưởng và phát triển kinh tế của đất nước. Do vậy, để đáp ứng nhu cầu vốn cho nền kinh tế thì nước ta cần phải có các biện pháp, chính sách nhằm huy động tối đa nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế.

Đặc biệt hơn, trong vài năm trở lại đây, nhất là kể từ năm 2008 đến nay, với sự không ổn định của nền kinh tế vĩ mô trong và ngoài nước cùng với sự tăng tốc và phát triển không ngừng để nâng cao chất lượng dịch vụ và mở rộng mạng lưới của các ngân hàng thương mại, đã làm cho mức độ cạnh tranh ngày càng khốc liệt và đã khiến cho không ít các ngân hàng gặp rất nhiều khó khăn trong công tác điều hành về huy động và sử dụng vốn.

SCB Khánh Hòa mới đi vào thành lập kể từ tháng 5-2008 đến nay, đó cũng là thời điểm bắt đầu ngành ngân hàng đang phải trải qua giai đoạn rất nhiều khó khăn trong những điều kiện kinh tế vĩ mô như đã đề cập ở trên nên trực trạng công tác huy động vốn của SCB cũng gặp vô vàn những khó khăn. Công tác huy động vốn của SCB luôn phải luôn đối mặt với những bất ổn và rủi ro từ chính sách điều hành tiền tệ của ngân hàng nhà nước. Đó là, SCB cũng là một trong những ngân hàng cỡ trung và khát vốn để đáp ứng cho nhu cầu giải ngân, thanh khoản nên phải chấp nhận huy động vốn với lãi suất đầu vào rất cao trong khi kỳ hạn gửi rất ngắn, để cạnh tranh với các ngân hàng khác nên luôn phải đối diện với rủi ro thanh khoản cao. Có lúc, nhu cầu vốn là bức thiết, nhưng ngân hàng nhà nước ấn định trần lãi suất huy động, nên công tác huy động để đáp ứng cho các nhu cầu giải ngân và thanh khoản rất khó khăn, đòi hỏi Ban Giám Đốc SCB Chi nhánh Khánh Hòa

phải hết sức năng động và nhạy bén trong điều hành để giúp cho công tác huy động vốn của SCB ổn định và hiệu quả.

Sau một thời gian tìm hiểu và nghiên cứu, với mong muốn tìm ra các giải pháp hữu hiệu cho việc tăng cường huy động vốn của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn – Chi Nhánh Khánh Hòa, tôi đã chọn đề tài:

“Giải pháp tăng cường huy động vốn tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Sài Gòn - Chi Nhánh Khánh Hoà”

2. Mục tiêu nghiên cứu

Xuất phát từ vai trò của nguồn vốn huy động trong hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại, luận văn đã nêu ra được các mục tiêu cần nghiên cứu như sau:

- Tổng hợp, phân tích và xây dựng những vấn đề lý luận về công tác tăng cường huy động vốn của NHTM.

- Đánh giá, phân tích thực trạng công tác tăng cường huy động vốn tại SCB Khánh Hòa.

- Đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường công tác huy động vốn tại SCB Khánh Hòa, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: những vấn đề lý luận liên quan đến hoạt động huy động vốn và thực tiễn công tác huy động vốn của SCB - CN Khánh Hòa.

Phạm vi nghiên cứu: về các số liệu phân tích, luận văn chỉ đề cập trong khoảng thời gian từ năm 2010 đến hết năm 2012.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu

- Số liệu được SCB Khánh Hòa cung cấp bao gồm các báo cáo

phân tích, kế hoạch hoạt động kinh doanh 3 năm 2010, 2011, 2012 và những thông tin, văn bản khác liên quan.

- Thông tin về lĩnh vực Ngân hàng được thu thập từ mạng Internet, báo chí, tạp chí và thống kê của Ngân hàng Nhà nước tỉnh Khánh Hòa.

Phương pháp phân tích số liệu

- Phương pháp thống kê, so sánh, tổng hợp: đây là phương pháp phổ biến trong việc phân tích vấn đề. Nội dung của phương pháp này là nhìn nhận từng chỉ tiêu cả về tuyệt đối và tương đối, theo diễn biến về thời gian (kỳ này so với kỳ trước) hay về không gian (ngân hàng này so với ngân hàng khác) để đưa ra nhận xét về chất lượng công tác huy động của SCB Khánh Hòa.

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về huy động vốn tại ngân hàng thương mại

Chương 2: Thực trạng công tác huy động vốn tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Chi nhánh Khánh Hòa

Chương 3: Giải pháp nhằm tăng cường huy động vốn tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Chi nhánh Khánh Hòa

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1
CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HUY ĐỘNG VỐN
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
1.1. NGUỒN VỐN VÀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1.1. Nguồn vốn của ngân hàng thương mại

Vốn của ngân hàng thương mại bao gồm:

- Vốn chủ sở hữu.
- Vốn huy động.
- Vốn đi vay.
- Vốn khác.

Mỗi loại vốn đều có tính chất và vai trò riêng trong tổng nguồn vốn hoạt động của ngân hàng và đều có những tác động nhất định đến hoạt động kinh doanh của NHTM.

Trong đó, vốn huy động là bộ phận lớn nhất trong tổng nguồn vốn của ngân hàng thương mại. Với việc huy động vốn, ngân hàng có được quyền sử dụng vốn và có trách nhiệm phải hoàn trả cả gốc lẫn lãi đúng hạn cho người gửi. Ngân hàng có thể huy động vốn từ dân cư, các tổ chức kinh tế – xã hội... với nhiều hình thức khác nhau.

1.1.2. Hoạt động huy động vốn của ngân hàng thương mại

NHTM đã tiến hành huy động vốn từ các tổ chức kinh tế và dân cư. Việc huy động vốn này giúp cho NHTM có đủ lượng vốn đáp ứng cho nhu cầu của nền kinh tế. Tạo ra thu nhập cho người gửi tiền là một lợi ích mà hoạt động huy động vốn của ngân hàng mang lại. Để huy động được nhiều tiền gửi NHTM đã phát triển rất nhiều loại tiền gửi khác nhau: có kỳ hạn hoặc không có kỳ hạn, tiền gửi thanh toán hoặc tiền gửi tiết kiệm,...

1.1.3. Phân loại nguồn vốn huy động

a. Phân loại theo bản chất của nghiệp vụ huy động vốn

- * Tiền gửi thanh toán (tiền gửi giao dịch)
- * Tiền gửi có kỳ hạn của doanh nghiệp, các tổ chức xã hội
- * Tiền gửi tiết kiệm của dân cư

Tiền gửi tiết kiệm thông thường được chia thành hai loại: không kỳ hạn và có kỳ hạn.

- Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn
- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn
- * Phát hành giấy tờ có giá
- * Tiền gửi của các ngân hàng khác

b. Phân theo loại tiền

- * Huy động vốn nội tệ
- * Huy động vốn bằng ngoại tệ

c. Phân theo đối tượng

- * Đối với đối tượng khách hàng là các tổ chức kinh tế.
- * Đối với khách hàng là cá nhân, hộ gia đình.

1.1.4. Vai trò của nguồn vốn huy động

a. Đối với nền kinh tế: Thông qua hoạt động huy động vốn, NHTM thực hiện các vai trò sau đối với nền kinh tế:

- Đối với những người có vốn nhàn rỗi.
- Đối với những người cần vốn.

b. Đối với hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại

- * Vốn là cơ sở để ngân hàng tổ chức mọi hoạt động kinh doanh
- * Vốn quyết định quy mô hoạt động tín dụng và các hoạt động khác của ngân hàng
- * Vốn quyết định khả năng thanh toán và đảm bảo uy tín của ngân hàng trên thương trường.

1.2. TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TRONG NHTM

1.2.1. Nội dung tăng cường huy động vốn của các NHTM

a. Quan niệm tăng cường huy động vốn

Tăng cường công tác huy động vốn của ngân hàng phải đem lại mục tiêu là lợi nhuận lớn nhất và bền vững cho ngân hàng ứng với khả năng mà ngân hàng có thể đạt được. Vậy đi liền với mục tiêu đó là:

- Nguồn vốn huy động phải có quy mô lớn nhất mà ngân hàng có thể huy động và sử dụng được.

- Trong quá trình huy động vốn phải đảm bảo được sự thoả mãn của khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm gia tăng số lượng khách hàng đến gửi tiền đồng thời gia tăng quy mô vốn cho ngân hàng.

- Nguồn vốn phải có chi phí hợp lý, đảm bảo được khả năng duy trì và lợi nhuận cho ngân hàng.

b. Nội dung của tăng cường huy động vốn

- * Gia tăng quy mô huy động vốn

- * Nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ trong công tác huy động vốn

- * Chi phí huy động vốn

1.2.2. Tiêu chí đánh giá kết quả công tác huy động vốn của NHTM

a. Quy mô, cơ cấu nguồn huy động

- Về quy mô: là một trong số những yếu tố dùng để đánh giá hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Là chỉ tiêu phản ánh chất lượng hoạt động của ngân hàng.

- Về cơ cấu nguồn huy động: là một nhân tố ảnh hưởng khá lớn đến việc kinh doanh của ngân hàng. Cơ cấu ảnh hưởng tới cơ cấu tài sản và quyết định chi phí của ngân hàng. Cơ cấu huy động phải phù hợp với cơ cấu sử dụng. Nếu cơ cấu nguồn huy động không phù hợp, không đáp ứng được yêu cầu sử dụng thì sẽ không tối đa được dư nợ

tín dụng và đầu tư, ngược lại cơ cấu huy động nhiều mà sử dụng không hết thì hoạt động không hiệu quả, ngân hàng vẫn phải chịu lãi suất trên phần huy động thừa. Cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng có thể rất khác nhau, tùy thuộc vào đặc điểm khách hàng, chiến lược kinh doanh và hoạt động marketing của ngân hàng.

b. Chất lượng cung ứng dịch vụ trong ngân hàng

Một số tiêu chí cơ bản đánh giá chất lượng dịch vụ Ngân hàng:

+ *Mức độ hài lòng của khách hàng.*

+ *Sự gia tăng về số lượng khách hàng qua các năm*

c. Mức độ phù hợp giữa chi phí huy động vốn với mục tiêu kinh doanh của ngân hàng qua các năm

Việc tính toán đầy đủ các chi phí huy động vốn trong điều kiện hạch toán của các NHTM Việt Nam hiện nay là rất khó khăn, trên cơ sở phân tích các sự chênh lệch giữa lãi suất bình quân đầu vào và lãi suất bình quân đầu ra để thấy được mức độ phù hợp giữa chi phí huy động vốn và mục tiêu kinh doanh của ngân hàng.

1.3. NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN

1.3.1. Nhân tố khách quan

a. Pháp luật, chính sách của Nhà nước

Lĩnh vực hoạt động của ngân hàng là vô cùng quan trọng trong nền kinh tế, vì vậy các hoạt động của ngân hàng luôn được Nhà nước quản lý chặt chẽ bằng các văn bản pháp quy đòi hỏi các ngân hàng thương mại luôn phải tuân thủ. Các chính sách đầu tư, ưu đãi, ưu tiên phát triển mũi nhọn... cũng ảnh hưởng sâu sắc tới việc huy động vốn của ngân hàng thương mại, ví dụ như năm 2011 Ngân hàng Nhà Nước đã ra thông tư quy định trần lãi suất đối với huy động vốn đã làm cho công tác huy động vốn của một số Ngân hàng TMCP nhỏ gặp rất nhiều khó khăn trong đó có Ngân hàng SCB. Nói chung bất cứ ngân

hàng thương mại nào khi cần huy động vốn đều phải xem xét các quy định của luật pháp.

b. Tình hình chính trị – kinh tế – xã hội trong và ngoài nước

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

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

c. Tâm lý, thói quen tiêu dùng của người gửi tiền

Tập quán tiêu dùng của người dân có tầm ảnh hưởng rất quan trọng đối với việc huy động vốn của ngân hàng. Rõ ràng ở những vùng, người dân thường có thói quen gửi tiền vào ngân hàng thì ngân hàng sẽ huy động được dễ dàng hơn nhiều ở những vùng người dân thường hay cất trữ tiền trong nhà bằng vàng, bất động sản...

Thói quen thanh toán khi mua hàng hoá cũng góp phần làm tăng hay giảm nguồn vốn huy động của ngân hàng. Ở nước ta, thói quen thanh toán bằng tiền mặt vẫn còn ăn sâu thì nguồn vốn huy động của ngân hàng sẽ gặp khó khăn, đặc biệt là nguồn tiền gửi thanh toán khó phát triển.

Một trong những đặc tính của cộng đồng dân cư đó là tính lan

truyền nhanh chóng. Do đó, khi xuất hiện những tin đồn bất lợi cho ngân hàng sẽ khiến cho người dân có xu hướng hạn chế giao dịch với ngân hàng.

Một trong những lý do nữa là người dân chưa hiểu biết nhiều về các hoạt động của ngân hàng, các tiện ích mà ngân hàng có thể cung cấp. Điều này đòi hỏi các ngân hàng phải tăng cường tuyên truyền sâu rộng, quảng cáo, quảng bá về các hoạt động của mình, các lợi ích của người gửi tiền cũng như các thủ tục cần thiết.

1.3.2. Nhân tố chủ quan

- a. Chiến lược kinh doanh của ngân hàng***
- b. Hoạt động Marketing ngân hàng***
- c. Chất lượng nguồn nhân lực***
- d. Trình độ công nghệ ngân hàng***
- e. Danh tiếng và uy tín của ngân hàng***
- f. Mạng lưới phân phối***

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – CHI NHÁNH KHÁNH HÒA

2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – CHI NHÁNH KHÁNH HÒA

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Ngày 26/12/2011, Thống đốc NHNN chính thức cấp Giấy phép số 238/GP-NHNN về việc thành lập và hoạt động Ngân hàng TMCP Sài Gòn (SCB) trên cơ sở hợp nhất tự nguyện 3 ngân hàng: Ngân hàng TMCP Sài Gòn (SCB), Ngân hàng TMCP Đệ Nhất (Ficombank), Ngân hàng TMCP Việt Nam Tín Nghĩa (TinNghiaBank). Ngân hàng TMCP Sài Gòn (Ngân hàng hợp nhất) chính thức đi vào hoạt động từ ngày 01/01/2012.

Đây là bước ngoặt trong lịch sử phát triển của cả ba ngân hàng, đánh dấu sự thay đổi về quy mô tổng tài sản lớn hơn, phát triển vượt bậc về công nghệ, mạng lưới chi nhánh phát triển rộng khắp cả nước và trình độ chuyên môn vượt bậc của tập thể cán bộ công nhân viên.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý tài Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Chi nhánh Khánh Hòa

- Ban giám đốc
- Phòng kinh doanh
- Phòng kế toán
- Bộ phận Hành chính tổ chức

2.1.3. Các hoạt động kinh doanh của SCB Khánh Hòa

a. Hoạt động huy động vốn

Ngân hàng huy động vốn dưới các hình thức sau:

+ Nhận tiền gửi của các tổ chức, cá nhân và các tổ chức tín dụng khác dưới các hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và

các loại tiền gửi khác.

+ Phát hành chứng chỉ tiền gửi, và giấy tờ có giá khác để huy động vốn của các tổ chức, cá nhân trong nước và ngoài nước khi được Thống đốc ngân hàng Nhà nước chấp nhận.

+ Các hình thức huy động vốn khác theo quy định của ngân hàng nhà nước.

+ Việc huy động vốn có thể bằng đồng Việt Nam, ngoại tệ (USD) và các hình thức huy động khác.

b. Hoạt động tín dụng

SCB Khánh Hòa cho các tổ chức, cá nhân vay vốn dưới các hình thức sau đây:

+ Cho vay ngắn hạn nhằm đáp ứng nhu cầu vốn lưu động phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh cho pháp nhân, cho vay sinh hoạt, tiêu dùng, phục vụ đời sống đối với thể nhân.

+ Cho vay trung, dài hạn nhằm thực hiện các dự án đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh, mở rộng sản xuất.

c. Dịch vụ thanh toán và ngân quỹ

Ngân hàng thực hiện các dịch vụ thanh toán và ngân quỹ sau:

+ Cung cấp các phương tiện thanh toán.

+ Thực hiện các dịch vụ thanh toán trong nước cho khách hàng.

+ Thực hiện dịch vụ thu hộ và chi hộ.

+ Thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định.

+ Thực hiện các dịch vụ thanh toán quốc tế theo quy định của pháp luật.

+ Thực hiện dịch vụ thu và phát tiền mặt cho khách hàng.

SCB tổ chức hệ thống thanh toán nội bộ và tham gia hệ thống thanh toán liên ngân hàng trong nước.

d. Các hoạt động khác

Tham gia thị trường tiền tệ theo quy định của Ngân hàng Nhà nước.

Ủy thác, nhận ủy thác, làm đại lý trong các lĩnh vực liên quan đến hoạt động ngân hàng, kể cả việc quản lý tài sản, vốn đầu tư của tổ chức, cá nhân trong nước và ngoài nước theo hợp đồng ủy thác, đại lý.

2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh chủ yếu tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Chi nhánh Khánh Hòa

a. Tình hình hoạt động huy động vốn

Bảng 2.1: Số dư huy động vốn tại SCB Khánh Hòa

Đvt: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	Tăng trưởng	
	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011
SCB Khánh Hòa	888,7	783,4	914,7	-11,85%	16,76%

(Nguồn : Phòng Kế toán Tổng hợp SCB Khánh Hòa)

b. Tình hình hoạt động tín dụng

Từ khi thành lập SCB Khánh Hòa đến nay hoạt động tín dụng của SCB luôn bị hạn chế trong khi những Ngân hàng như Sacombank, ACB, Techcombank, VIB ... luôn là những Ngân hàng đi đầu trong công tác chiếm lĩnh thị trường với điều kiện tín dụng ít khắt khe hơn, chú trọng đến thị trường bán lẻ, có những sản phẩm đặc thù theo từng lĩnh vực và địa bàn chính vì thế họ có sự tăng trưởng tín dụng đáng kể. Đây không phải là do SCB Khánh Hòa thiếu năng lực cho vay mà là do Hội sở không cho phép cho vay tiêu dùng ở tỉnh (lý do là trong toàn hệ thống SCB thì không phải chi nhánh nào cũng được cho vay, chỉ một vài chi nhánh như SCB Đà Nẵng, SCB Đaklak... thì Hội sở nhận thấy được nhu cầu đầu tư cao, có nhiều dự án lớn nên mới cấp chỉ tiêu tín dụng).

c. Kết quả kinh doanh chung

Bảng 2.4: Kết quả hoạt động kinh doanh của SCB Khánh Hòa

Đvt: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Tăng/giảm so với năm trước			
				2011/2010		2012/2011	
				(+,-)	(%)	(+,-)	(%)
1. Thu nhập	81,95	118,19	139,41	36,24	44,23%	21,22	17,65%
2. Chi phí	75,17	109,95	108,63	34,78	46,27%	-1,32	-1,2%
3. Lợi nhuận	6,78	8,24	30,78	1,46	21,57%	22,54	273,54%

(Nguồn Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh 2010-2012)

2.2. THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – CHI NHÁNH KHÁNH HÒA

2.2.1. Những biện pháp ngân hàng đã thực hiện nhằm tăng cường huy động vốn trong những năm vừa qua

a. Hoạt động huy động vốn

b. Các dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động huy động vốn

2.2.2. Phân tích kết quả huy động vốn trong thời gian qua

a. Quy mô huy động vốn tại Ngân hàng SCB chi nhánh Khánh Hòa

Xét riêng trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa, với kết quả huy động đạt được SCB Khánh Hòa cũng đã đóng góp trong việc huy động vốn trên toàn tỉnh với kết quả qua các năm như sau: năm 2010 SCB Khánh Hòa chiếm tỷ trọng huy động trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa đạt 1,63%, đến năm 2011 đạt 1,05% và tới năm 2012 đạt 0,86%.

b. So sánh kết quả huy động vốn của SCB Khánh Hòa trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa

c. Phân tích cơ cấu vốn huy động

** Cơ cấu vốn huy động theo loại tiền*

** Cơ cấu vốn huy động theo bản chất*

** Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng*

** Cơ cấu vốn huy động theo kỳ hạn.*

d. Phân tích chất lượng dịch vụ tại ngân hàng

** Phân tích thời gian giao dịch của Khách hàng kết hợp số dư tiền gửi:*

** Phân tích theo độ tuổi và giới tính của Khách hàng giao dịch*

e. Chi phí huy động vốn

2.3. ĐÁNH GIÁ VỀ CÔNG TÁC HUY ĐỘNG VỐN TẠI SCB KHÁNH HÒA

2.3.1. Thành tựu

Qua gần 5 năm hoạt động, đến nay SCB Khánh Hòa đã trở thành ngân hàng đứng thứ 3 toàn tỉnh về huy động vốn, và đứng nhất trong số các ngân hàng cùng đi vào hoạt động năm 2008 trên địa bàn.

- Về quy mô huy động vốn, với ưu thế về lãi suất và sản phẩm đa dạng tiện ích SCB Khánh Hòa đã thu hút ngày càng nhiều vốn, đặc biệt là nguồn vốn tiền gửi của khách hàng..

- Về cơ cấu, nguồn ngắn hạn chiếm tỷ trọng chủ yếu, nguồn trung và dài hạn tăng nhưng không đáng kể. Tuy nhiên điều này cho thấy sự chuyển biến tích cực trong cơ cấu vốn huy động của chi nhánh

- Việc kiểm soát chi phí vốn và rủi ro trong huy động vốn khá tốt đã giúp cho hiệu quả kinh doanh của SCB Khánh Hòa luôn được đảm bảo.

- Số lượng khách hàng tăng và thương hiệu SCB Khánh Hòa được nhiều người biết đến như là một nơi gửi tiền sinh lời cao và sản phẩm đa dạng.

- Các dịch vụ gia tăng dành cho khách hàng là dân cư ngày càng đa dạng và hiện đại, đặc biệt sau quá trình hợp nhất của 3 Ngân hàng

thì SCB đang chú trọng đến công tác bán lẻ với các sản phẩm dịch vụ tốt hơn để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của Khách hàng.

Ngoài ra, với việc nâng cấp phần mềm, hệ thống công nghệ thông tin của SCB đã đáp ứng được nhu cầu hoạt động, đảm bảo bảo mật các thông tin hoạt động của SCB, của Khách hàng từ đó giúp cho việc điều hành quản lý của đội ngũ lãnh đạo được hiệu quả và tốt hơn.

Với các chính sách quản lý chất lượng ISO 9001:2007 về chất lượng dịch vụ Khách hàng, chính sách về Nhân viên đã mang đến cho Khách hàng, nhân viên luôn cảm thấy tin tưởng vào Ngân hàng.

2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

a. Những hạn chế

** Hạn chế về quy mô và cơ cấu nguồn vốn huy động*

** Hạn chế về chất lượng dịch vụ*

** Hạn chế về chi phí huy động vốn*

b. Nguyên nhân

** Nguyên nhân chủ quan*

** Nguyên nhân khách quan*

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP NHẪM TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – CHI NHÁNH KHÁNH HÒA

3.1. ĐỊNH HƯỚNG VỀ HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN- CHI NHÁNH KHÁNH HÒA

3.1.1. Kế hoạch kinh doanh SCB Khánh Hòa giai đoạn 2013-2016

Thống nhất phát triển theo định hướng mục tiêu chiến lược trở thành “Ngân hàng bán lẻ đa năng”.

Đến năm 2016, SCB Khánh Hòa phấn đấu trở thành Ngân hàng đứng đầu trong công tác huy động vốn và Top 05 trong phát triển dịch vụ bán lẻ tại thị trường Khánh Hòa (chỉ tính trong khối Ngân hàng TMCP ngoài quốc doanh).

Là Ngân hàng có mức độ tín nhiệm cao trong hệ thống Ngân hàng của tỉnh (thể hiện qua số dư huy động vốn, cho vay, số lượng khách hàng).

Đảm bảo an toàn về quản trị rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản và nâng cao chất lượng tài sản có.

Đảm bảo 100% khách hàng hài lòng khi đến giao dịch với SCB.

3.1.2. Định hướng tăng cường vốn cho SCB Khánh Hòa

Chi Nhánh Khánh Hòa đã đề ra kế hoạch hành động cụ thể như sau:

- Chi nhánh phân kế hoạch theo từng tháng và các phòng đưa ra kế hoạch từng tuần để đạt mục tiêu đã đề ra.

- Đẩy mạnh công tác tiếp thị các sản phẩm nổi trội của SCB đến với khách hàng thông qua công tác quảng cáo.

- Thực hiện tốt, thường xuyên và kịp thời các chính sách chăm sóc khách hàng.

- Nhanh nhạy nắm bắt tình hình cạnh tranh huy động vốn của các ngân hàng trên địa.

- Cử CBNV tham gia tích cực và có hiệu quả các khóa đào tạo do HO tổ chức.

- BGĐ gia tăng mối quan hệ trên địa bàn, nhất là với các cấp quản lý nhà nước tại cơ sở.

- Không ngừng củng cố và nâng cao hiệu quả hệ thống mạng lưới hoạt động kinh doanh.

- Từng bước hiện đại hóa công nghệ để cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng có chất lượng cao dần nâng cao uy tín đối với khách.

- Điều chỉnh cơ cấu vốn huy động theo thời gian, tăng nguồn vốn trung và dài hạn đáp ứng đủ nhu cầu tăng trưởng tài sản có thời hạn dài, ngăn ngừa các rủi ro có thể gặp phải.

3.2. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN- CHI NHÁNH KHÁNH HÒA

3.2.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ

Ngân hàng đề ra các sản phẩm để đáp ứng các nhu cầu ngày càng cao từ phía khách hàng như sản phẩm về tiết kiệm tích lũy học tập cho trẻ em, tích lũy hưu trí cho người cao tuổi...

Xây dựng quy trình trong công tác khách hàng để tạo ra sự hài lòng cho khách hàng.

Hằng năm tổ chức Hội nghị dành cho khách hàng cá nhân có tiền gửi lớn hoặc quan hệ lâu năm, qua đó có thể biết được tâm tư, nguyện vọng của từ khách hàng cụ thể.

Tích cực tìm kiếm mở rộng khách hàng tiền gửi tiết kiệm tiềm năng.

Có các chính sách Khách hàng VIP nhằm thể hiện sự quan tâm từ

phía Ngân hàng với Khách hàng.

Xây dựng đội ngũ chuyên trách chăm sóc, tư vấn Khách hàng.

Tăng cường hơn nữa công tác quảng cáo, tiếp thị và khuyến mại về sản phẩm.

Xây dựng chính sách ưu đãi phí dịch vụ đối với khách hàng cá nhân.

3.2.2. Nâng cao chất lượng sản phẩm, chú trọng phát triển sản phẩm mới

Cần chủ động nghiên cứu, căn cứ vào nhu cầu của khách hàng để nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ truyền thống, đồng thời đưa ra những sản phẩm mới, có tính đột phá, nhằm làm tăng sức cạnh tranh cho các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Trong việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng, thì sự tiện ích của sản phẩm và tính chuyên nghiệp trong khâu phân phối được xem là yếu tố quan trọng để phát triển dịch vụ ngân hàng.

Sự tiện ích của sản phẩm ở đây bao gồm các yếu tố như: Sản phẩm làm hài lòng khách hàng, thời gian cung cấp dịch vụ được thực hiện nhanh chóng, chính xác và an toàn.

Tính chuyên nghiệp thể hiện ở cách thức phục vụ, cung ứng dịch vụ đến với từng đối tượng khách hàng.

Cung cấp thông tin về sản phẩm cũng như những lợi ích mà sản phẩm mang lại đến những khách hàng mới.

Ngoài những sản phẩm truyền thống, cần nghiên cứu xu thế phát triển của thị trường, nắm bắt được nhu cầu của khách hàng thường xuyên thay đổi theo sự thay đổi của nền kinh tế.

Mở rộng, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm theo hướng hiện đại hóa, nhằm đưa các khoản thu về dịch vụ chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng doanh thu của Ngân hàng.

Hiện tại các sản phẩm dịch vụ thẻ của Ngân hàng còn hạn chế, chưa phát triển, tiện ích của thẻ chưa cao. Số lượng lắp đặt máy ATM chưa nhiều, chủ yếu lắp đặt ở Chi nhánh và Phòng giao dịch dẫn đến việc sử dụng thanh toán rút tiền tại máy ATM còn phải thực hiện thông qua ngân hàng khác. Vì vậy, Ngân hàng cần nhánh chóng đầu tư lắp đặt số lượng máy ATM đáp ứng nhu cầu sử dụng của khách hàng.

3.2.3. Đẩy mạnh công tác quảng bá, tiếp cận Khách hàng

- Thực hiện nghiên cứu thị trường thường xuyên nhằm nắm bắt nhu cầu của khách hàng.

- Nâng cao hình ảnh của SCB Khánh Hòa bằng chất lượng dịch vụ, trong giai đoạn hiện nay, các ngân hàng ngày càng cạnh tranh gay, mỗi ngân hàng đều có những chính sách chăm sóc khách hàng riêng nhằm mang lại sự hài lòng tối đa cho khách hàng.

- Đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị, xây dựng một hình ảnh SCB Khách hàng thân thiện đến với tất cả các khách hàng.

- Phát triển các mối quan hệ với chính quyền. Tiến hành nghiên cứu địa bàn để có chính sách tổ chức hợp lý. Tăng cường tham gia công tác xã hội, các hoạt động cứu trợ, hiến máu... để tạo nên một hình ảnh SCB gần gũi, nhân văn.

- Luôn tìm hiểu về các chính sách tiền gửi, khách hàng của các ngân hàng bạn trên địa bàn, đây là công việc quan trọng để thực hiện chiến lược cạnh tranh có hiệu quả cho SCB Khánh Hòa.

3.2.4. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

- Tập trung đào tạo chuyên sâu các nghiệp vụ truyền thống, đồng thời cập nhật thêm các kiến thức mới, những sản phẩm và công nghệ của ngân hàng hiện đại.

- Cần chú ý đến những ứng viên không chỉ đáp ứng đủ về chuyên môn nghiệp vụ, có phẩm chất đạo đức tốt mà cần có hiểu biết

về xã hội, có khả năng thích ứng và tiếp thu nhanh những công nghệ mới, kiến thức mới.

- Ngân hàng cần bố trí những cán bộ có trình độ chuyên môn và tư cách đạo đức vào những vị trí công việc phù hợp nhằm đảm bảo đúng người đúng việc, khai thác tối đa tiềm năng của mỗi cá nhân, phát huy triệt để thế mạnh và năng lực của họ.

Xây dựng chế độ khen thưởng phù hợp, thực hiện chế độ khuyến khích cả về mặt chất và tinh thần, phát động phong trào thi đua cán bộ giỏi nhằm kích thích các hoạt động tích cực trong công tác huy động vốn. Đồng thời phải có chế độ kỷ luật và phê bình thích đáng đối với những cán bộ làm sai nguyên tắc ngân hàng, những cán bộ tha hoá biến chất gây tổn thất cho ngân hàng.

Đối với các chức danh quản lý, ngân hàng cần tăng cường công tác đào tạo nội bộ và bên ngoài cho các Cán bộ lãnh đạo của SCB. Định kỳ phải 6 tháng hay một năm phải có công tác kiểm tra nghiệp vụ cán bộ lãnh đạo để giúp cho Cán bộ lãnh đạo có cơ hội trau dồi và kiểm tra lại nghiệp vụ của mình từ đó phải luôn tiến bộ và đổi mới.

Cần phải bố trí công việc ổn định cho các chức danh lãnh đạo thay vì điều chuyển công tác dẫn việc xáo trộn công việc làm giảm hiệu quả điều hành kinh doanh trong hoạt động của SCB Khánh Hòa.

Đối với nhân viên mới tuyển dụng, SCB cần tổ chức các khoá đào tạo liên quan như:

+ Khóa học về hội nhập môi trường làm việc, về chính sách, điều lệ hoạt động của SCB, và các sản phẩm của ngân hàng.

+ Các khoá nghiệp vụ và hướng dẫn sử dụng phần mềm liên quan đến chức danh nhân viên (Tín dụng, Giao dịch khách hàn...).

+ Các khoá học về kỹ năng liên quan (kỹ năng bán hàng, kỹ năng đàm phán, kỹ năng giải quyết vấn đề...).

+ Các khoá học nâng cao và cập nhật, bổ sung kiến thức về nghiệp vụ: tín dụng nâng cao, phục vụ khách hàng chuyên nghiệp.

3.2.5. Đổi mới, nâng cấp các thiết bị công nghệ hiện đại

Cần đầu tư hệ thống mạng và bảo mật, hệ thống chuyển mạch và phát hành thẻ ATM và thẻ tín dụng quốc tế, hệ thống phần cứng và hạ tầng cho trung tâm dữ liệu, trung tâm dự phòng thảm họa, phát triển dự án phần mềm ứng dụng core banking. Ngoài ra nhiều dự án cũng đã và đang được đầu tư bởi vốn chủ sở hữu của Ngân hàng như hệ thống truyền hình hội nghị, hệ thống quản lý văn bản hành chính, hệ thống email nội bộ và giao dịch, trung tâm dữ liệu, thiết bị lưu trữ tập trung, thiết bị sao lưu dữ liệu, hệ thống internet banking cho khách hàng doanh nghiệp, khách hàng cá nhân.

Cần lắp đặt hệ thống lấy số tự động nhằm tránh cho Khách hàng đến giao dịch lộn xộn, đầu tư các trang thiết bị báo cháy, báo động khẩn cấp nhằm bảo đảm tài sản trang thiết bị ngân hàng, thường xuyên nâng cấp, bảo trì các máy đếm tiền, các máy vi tính giao dịch trực tiếp khách hàng, phục vụ cho quá trình giao dịch với khách hàng một cách nhanh chóng, chính xác.

3.2.6. Mở rộng các hình thức huy động vốn

Để không ngừng mở rộng quy mô, nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như hiệu quả huy động vốn, nâng cao uy tín trên thị trường, SCB Khánh Hòa cần đa dạng các nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân.

Thực hiện các chính sách thu hộ tận nơi, giao dịch Khách hàng qua kênh điện thoại có ghi âm, qua fax....với các hình thức huy động như trên có thể tạo sự hài lòng từ các Khách hàng khó tính, người cao tuổi, những Khách hàng không có nhiều thời gian giao dịch từ đó tạo được hình ảnh SCB tốt đẹp trong lòng Khách hàng.

Tiếp cận các hộ dân trong khu vực tái định cư, thực hiện tư vấn các sản phẩm đến Khách hàng trong khu vực tái định cư đồng thời kết hợp với ban quản lý dự án hộ trở việc chi tiền đền bù đồng thời thu lại từ phía Khách hàng có nhu cầu gửi tiền.

Làm dịch vụ thu tiền bảo hiểm, tiền điện, tiền nước, tiền điện thoại.... qua đó ngân hàng cần phải tiến hành giao dịch, liên kết với các công ty bảo hiểm, các công ty điện thoại, điện lực và nước. Như vậy sẽ góp phần tăng được vốn huy động đồng thời mở ra thêm được các sản phẩm huy động vốn gắn với các mục tiêu nâng cao lợi ích của khách hàng.

Thực hiện các dịch vụ tư vấn cho khách hàng về các loại hình tiết kiệm sao cho phù hợp và đem lại lợi ích cao nhất cho khách hàng. Như vậy ngân hàng sẽ thu hút được lượng vốn đó từ khách hàng

3.2.7. Vận dụng chính sách lãi suất huy động linh hoạt, hợp lý

Ngân hàng cần thực hiện đồng thời chính sách lãi suất linh hoạt và phù hợp tương ứng với chính sách lãi suất của mình. Lãi suất ưu đãi được áp dụng đối với các khách hàng lớn, khách hàng giao dịch thường xuyên. Đối với những khách hàng gửi số tiền lớn, thời gian dài có thể nhận được từ ngân hàng lãi suất ưu đãi đối với các kỳ hạn mà Ngân hàng nhà nước không quy định trần lãi suất, giảm hoặc miễn phí dịch vụ nếu có giao dịch ở mức độ cho phép hoặc ngân hàng có thể áp dụng một số hình thức khác như tặng quà nhân dịp lễ, nhận dịp sinh nhật, kỷ niệm ngày thành lập doanh nghiệp...

Thực hiện việc áp dụng lãi suất, phí dịch vụ linh hoạt, có tính cạnh tranh cao có thể làm tăng chi phí nguồn vốn nhưng kết quả thu được là quy mô nguồn vốn tăng trưởng, cơ cấu hợp lý, sự ổn định cao hơn, hạn chế rủi ro lãi suất, rủi ro thanh khoản.

3.2.8. Gia tăng nguồn vốn rẻ từ tiền gửi thanh toán

Xây dựng chính sách sản phẩm cho Khách hàng tham gia tiền gửi thanh toán, chuyển tiền bằng hình thức giảm phí một phần, hoặc toàn bộ, thực hiện tiếp thị tới các doanh nghiệp như chế biến thủy sản, may mặc về nguồn vốn nhàn rỗi đồng thời tiến hành bán các sản phẩm dịch vụ như mua bán ngoại tệ, chuyển tiền thanh toán tiền hàng ra nước ngoài...

Tư vấn các tổ chức kinh tế mở thẻ, ký hợp đồng chi lương với chính sách giảm phí để thu hút thêm nhiều khách hàng tiền gửi thanh toán, khi ký kết với các doanh nghiệp chi lương sẽ tạo ra được nguồn thu về khoản tiền gửi thanh toán đang nhàn rỗi từ phía khách hàng doanh nghiệp và có thêm nhiều thẻ ATM mở cho các cán bộ nhân viên trong doanh nghiệp đó.

3.2.9. Mở rộng mạng lưới giao dịch trên địa bàn

Hiện nay, SCB Khánh Hòa chỉ có một trụ sở Chi nhánh ở Lý Thánh Tôn và một PGD Vĩnh Phước trên đường 2/4 nên gây bất tiện cho khách hàng ở xa như: khu vực Bình Tân, đường 23/10... khi muốn giao dịch. Vì vậy, để có thể thu hút nhiều hơn nữa khách hàng đến với SCB, Chi nhánh cần xem xét, tìm vị trí thuận lợi để kiến nghị Hội sở phê duyệt mở thêm PGD mới.

Tăng cường trang bị thêm hệ thống máy POS, máy ATM trên địa bàn, tiến hành khảo sát nhu cầu của Khách hàng sử dụng dịch vụ POS, thẻ ATM để có thể lắp đặt phù hợp với nhu cầu của Khách hàng.

3.3. KIẾN NGHỊ

3.3.1. Kiến nghị với SCB Khánh Hoà

3.3.2. Kiến nghị với SCB Hội sở

3.3.3. Kiến nghị với Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

KẾT LUẬN

Từ việc phân tích thực trạng công tác huy động vốn dựa trên một số tiêu chí cơ bản, qua đó đưa ra được các giải pháp để tăng cường huy động vốn là vấn đề quan trọng và cấp thiết nhằm góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng, đảm bảo sử dụng vốn hiệu quả và tạo điều kiện để SCB Khánh Hòa ngày càng hoàn thiện trong môi trường cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa. Trên cơ sở vận dụng các phương pháp nghiên cứu, phân tích số liệu và đánh giá thực trạng luận văn đã hoàn thành được một số nhiệm vụ đặt ra:

- Hệ thống hóa một số cơ sở lý thuyết về huy động vốn và nội dung tăng cường huy động vốn.

- Đánh giá được thực trạng về tình hình huy động vốn tại SCB Khánh Hòa trong giai đoạn (2010-2012), qua đó nêu ra được các điểm hạn chế của SCB Khánh Hòa trong công tác huy động vốn và những định hướng trong tương lai để hoạt động huy động vốn hiệu quả hơn.

- Đề ra một số giải pháp, kiến nghị nhằm tăng cường công tác huy động vốn đối với SCB Khánh Hòa.

Trong quá trình thực hiện luận văn khó tránh khỏi sai sót, tôi rất mong được sự nhận xét và cho ý kiến của Quý Giảng viên để luận văn được hoàn thiện hơn.