

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

**TRẦN NGUYỄN NGỌC HÀ**

**HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG  
TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI  
CỔ PHẦN BẢN VIỆT CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**Chuyên ngành: Tài chính ngân hàng**  
**Mã số: 60.34.02.01**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**

**Đà Nẵng - Năm 2016**

Công trình được hoàn thành tại  
**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**Người hướng dẫn khoa học: TS. HỒ HỮU TIẾN**

Phản biện 1: PGS. TS. Võ Thị Thúy Anh

Phản biện 2: TS. Trần Ngọc Sơn

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Tài chính ngân hàng họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 24 tháng 4 năm 2016.

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

Huy động vốn là một trong những hoạt động kinh doanh chính của ngân hàng thương mại. Nguồn vốn huy động được sẽ quyết định quy mô cũng như định hướng hoạt động của ngân hàng. Ngân hàng thực hiện các nghiệp vụ tín dụng, đầu tư chủ yếu dựa vào nguồn này. Ngoài ra, nguồn vốn huy động có ảnh hưởng lớn tới kết quả hoạt động kinh doanh của NHTM. Cụ thể, nếu ngân hàng huy động được nguồn vốn dồi dào với chi phí thấp nó có thể mở rộng được tín dụng, đầu tư và thu được lợi nhuận cao. Ngược lại, với quy mô nguồn vốn hạn chế và chi phí cao thì ngân hàng có thể gặp khó khăn trong hoạt động kinh doanh của mình.

Trong bối cảnh nền kinh tế đất nước những năm qua đang rơi vào khủng hoảng, hàng trăm nghìn doanh nghiệp phá sản, ngân hàng phải đối mặt với nhiều khó khăn thách thức nhất là đối với hoạt động huy động vốn. Bên cạnh đó, cùng với sự ra đời của nhiều ngân hàng khiến cho hoạt động huy động vốn có sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn. Có những lúc nhiều ngân hàng đã rơi vào tình trạng thiếu vốn trầm trọng, dẫn đến mất khả năng thanh toán. Với vai trò của nguồn vốn huy động đã đề cập ở trên và trong bối cảnh nhiều khó khăn thách thức phải đối mặt, các ngân hàng thương mại Việt Nam luôn nhận thức hoàn thiện hoạt động huy động vốn là một trong những nhiệm vụ hàng đầu của mình.

Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng được thành lập đã 9 năm. Nằm trong bối cảnh chung của ngành ngân hàng, tình hình huy động tiền gửi của chi nhánh trong những năm qua gặp nhiều khó khăn. Vì thế, việc tìm hiểu, phân tích tình hình huy động tiền gửi

thực tế tại chi nhánh, từ đó có thể tìm ra những giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi là một vấn đề cấp thiết hiện nay.

Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn trên, tôi đã chọn đề tài ***“Hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng”*** làm đề tài nghiên cứu cho luận văn thạc sỹ chuyên ngành Tài chính ngân hàng của mình.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài**

Hệ thống hóa lý luận cơ bản về hoạt động huy động tiền gửi của NHTM.

Phân tích thực trạng hoạt động huy động tiền gửi hiện nay tại ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng. Đánh giá những thành công, hạn chế và nguyên nhân trong hoạt động huy động tiền gửi tại chi nhánh.

Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi tại chi nhánh trong thời gian tới.

## **3. Câu hỏi nghiên cứu**

Nội dung hoạt động huy động tiền gửi của NHTM? Tiêu chí đánh giá kết quả của hoạt động huy động tiền gửi đối với các NHTM?

Thực trạng hoạt động huy động tiền gửi của Việt Capital Bank Đà Nẵng thời gian qua như thế nào? Những vấn đề nào cần tìm giải pháp khắc phục?

Việt Capital Bank Đà Nẵng cần thực thi những giải pháp gì để hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi trong thời gian tới?

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

**4.1. Đối tượng nghiên cứu:** những vấn đề lý luận về hoạt động huy động TG và thực tiễn hoạt động huy động TG của Việt Capital Bank Đà Nẵng.

#### **4.2. Phạm vi nghiên cứu**

+ Nội dung nghiên cứu: Luận văn tập trung nghiên cứu hoạt động huy động tiền gửi của Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng.

+ Về không gian: Nghiên cứu tại Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng.

+ Về thời gian: Nghiên cứu trong khoảng thời gian từ năm 2013 - 2015

#### **5. Phương pháp nghiên cứu**

Luận văn sử dụng các phương pháp phân tích định tính kết hợp với các phương pháp thống kê, so sánh, tổng hợp, phân tích số liệu dựa trên các thông tin thu thập được.

#### **6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu**

Hệ thống hóa lý luận cơ bản về huy động tiền gửi của NHTM.

Trên cơ sở phân tích, đánh giá thực trạng huy động tiền gửi tại Việt Capital Bank Đà Nẵng, qua đó nêu lên những thành tựu đã đạt được và những tồn tại trong hoạt động huy động tiền gửi tại Việt Capital Bank Đà Nẵng.

Đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi tại Việt Capital Bank Đà Nẵng.

#### **7. Bố cục đề tài**

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động huy động tiền gửi của NHTM

Chương 2: Thực trạng hoạt động huy động tiền gửi của Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi tại Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng

#### **8. Tổng quan tài liệu nghiên cứu**

## CHƯƠNG 1

### CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

#### 1.1. NGUỒN VỐN CỦA NHTM

##### 1.1.1. Khái niệm nguồn vốn của NHTM

Nguồn vốn của NHTM là toàn bộ những phương tiện tiền tệ trong xã hội mà ngân hàng thu hút động viên, quản lý dùng để cho vay và thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh khác của ngân hàng.

##### 1.1.2. Phân loại nguồn vốn của NHTM

- Vốn chủ sở hữu
- Vốn huy động
- Vốn khác

##### 1.1.3. Vai trò của hoạt động huy động vốn

- Đối với kinh tế xã hội
- Đối với NHTM
- Đối với khách hàng

#### 1.2. HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI CỦA NHTM

##### 1.2.1. Huy động tiền gửi và các hình thức huy động tiền gửi

###### *a. Khái niệm huy động tiền gửi*

Huy động tiền gửi là quá trình NH nhận tiền gửi của tổ chức, cá nhân dưới hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm, phát hành chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, tín phiếu và các hình thức nhận tiền gửi khác theo nguyên tắc có hoàn trả đầy đủ tiền gốc, lãi cho người gửi tiền theo thỏa thuận.

###### *b. Các hình thức huy động tiền gửi*

###### *Huy động tiền gửi qua tài khoản:*

- + Tiền gửi không kỳ hạn
- + Tiền gửi có kỳ hạn

+ Tiền gửi tiết kiệm

+ Tiền gửi khác

*Huy động tiền gửi qua phát hành giấy tờ có giá*

#### **1.1.4. Nội dung hoạt động huy động tiền gửi của NHTM**

##### ***a. Hoạch định chính sách huy động tiền gửi***

##### ***Xác định mục tiêu của hoạt động huy động tiền gửi***

Mục tiêu huy động tiền gửi là việc các NH huy động một lượng tiền đủ để đáp ứng cho nhu cầu sử dụng với quy mô và cơ cấu vốn huy động hợp lý, trên cơ sở kiểm soát chi phí huy động, kiểm soát rủi ro và đảm bảo chất lượng dịch vụ phù hợp với các mục tiêu hoạt động và chiến lược kinh doanh của NH trong từng thời kỳ.

Như vậy mục tiêu của huy động tiền gửi là:

- Tạo lập và giữ vững sự ổn định của nguồn vốn huy động, đảm bảo đủ nguồn vốn cho nhu cầu sử dụng.

- Quy mô và cơ cấu của nguồn vốn huy động hợp lý, đảm bảo duy trì khả năng thanh khoản, phù hợp với nhu cầu và bối cảnh của thị trường mục tiêu, năng lực nội tại của NH.

- Kiểm soát tốt chi phí huy động.

- Kiểm soát rủi ro trong huy động tiền gửi luôn là hoạt động trọng tâm của NH, bởi kiểm soát và quản lý rủi ro chặt chẽ đồng nghĩa với việc sử dụng một cách có hiệu quả nguồn vốn huy động được.

- Đảm bảo chất lượng dịch vụ là một mục tiêu không thể thiếu nhằm giữ chân khách hàng của các NHTM.

##### ***Thiết lập các chính sách***

Sau khi đặt mục tiêu, các ngân hàng sẽ thiết lập các chính sách. Chính sách là một hệ thống các biện pháp sẽ được sử dụng để

đạt mục tiêu huy động tiền gửi đã đề ra.

***b. Tổ chức thực hiện hoạt động huy động tiền gửi***

Sau khi đã xác định được mục tiêu, ngân hàng sẽ tổ chức thực hiện để đạt được mục tiêu đề ra. Để hoạt động huy động tiền gửi đạt hiệu quả, ngân hàng có thể thực hiện một số công tác sau:

- Công tác nghiên cứu thị trường, phát triển khách hàng
- Giải pháp về sản phẩm
- Giải pháp về lãi suất
- Công tác chăm sóc khách hàng
- Phát triển mạng lưới, kênh phân phối
- Kiểm soát rủi ro
- Hoàn thiện quy trình nghiệp vụ
- Công tác tổ chức, nhân sự
- Đầu tư cơ sở vật chất và công nghệ
- Hoạt động khuyến mại, cổ động, truyền thông

***c. Công tác kiểm tra đánh giá hoạt động huy động tiền gửi***

Công tác kiểm tra đánh giá được thực hiện qua ba bước cơ bản sau:

+ Theo dõi đối tượng quản trị đang hoạt động như thế nào, có tích cực hay không, từ đó thu thập thông tin về kết quả công việc mà từng đơn vị và toàn hệ thống đạt được.

+ Tiến hành so sánh kết quả với mục tiêu của kế hoạch, nguyên nhân nào ảnh hưởng đến kết quả đó.

+ Điều chỉnh kế hoạch và phương pháp tác nghiệp quản trị để đạt hiệu quả cao nhất.

**1.1.5. Tiêu chí phản ánh kết quả hoạt động huy động tiền gửi của NHTM**

***a. Quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi***



Quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi được đánh giá qua chỉ tiêu số dư huy động tiền gửi, số lượng khách hàng tiền gửi qua từng thời kỳ hoạt động của ngân hàng.

### ***b. Thị phần huy động tiền gửi***

Đánh giá thông qua chỉ tiêu tỷ trọng số dư huy động tiền gửi của ngân hàng trong tổng số dư huy động tiền gửi của các TCTD trên địa bàn ở từng thời điểm.

### ***c. Cơ cấu nguồn vốn huy động tiền gửi***

Cơ cấu nguồn vốn huy động tiền gửi được phản ánh thông qua tỷ trọng của từng loại vốn trong tổng nguồn vốn của ngân hàng.

Các loại cơ cấu thường được sử dụng gồm:

- Cơ cấu nguồn tiền gửi theo kỳ hạn
- Cơ cấu nguồn tiền gửi theo đối tượng gửi
- Cơ cấu nguồn tiền gửi theo loại tiền gửi
- Cơ cấu nguồn tiền gửi theo hình thức huy động.

### ***d. Chi phí huy động tiền gửi***

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

Như vậy kiểm soát chi phí huy động tiền gửi là kiểm soát chi phí lãi và kiểm soát chi phí huy động ngoài lãi. Trong đó chi phí lãi là chi phí chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu chi phí của ngân hàng. Vì vậy kiểm soát chi phí lãi hay nói cách khác là kiểm soát lãi suất huy động là vấn đề quan trọng.

### ***e. Chất lượng dịch vụ trong hoạt động huy động tiền gửi***

Chất lượng dịch vụ trong hoạt động huy động tiền gửi có thể được đánh giá qua 2 cách:

- Đánh giá trong: do ngân hàng tự đánh giá dựa trên báo cáo

tổng kết của ngân hàng.

- Đánh giá ngoài: là đánh giá từ phía khách hàng thông qua khảo sát ý kiến khách hàng. Thông qua phiếu khảo sát ngân hàng sẽ biết được mức độ hài lòng của khách hàng.

***f. Kiểm soát rủi ro trong hoạt động huy động tiền gửi***

Trong hoạt động huy động tiền gửi của NHTM, một số rủi ro mà ngân hàng thường gặp như: rủi ro tác nghiệp, rủi ro thanh khoản, rủi ro lãi suất, rủi ro động vốn... Trong các rủi ro trên, rủi ro thường xuyên xảy ra trong hoạt động huy động tiền gửi là rủi ro tác nghiệp.

**1.1.6. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động tiền gửi của NHTM**

***a. Các nhân tố bên ngoài***

- Môi trường kinh tế
- Môi trường văn hóa xã hội và tâm lý, thói quen
- Môi trường pháp lý và chính sách của Nhà nước
- Môi trường cạnh tranh
- Yếu tố khách hàng

***b. Các nhân tố bên trong***

- Chiến lược kinh doanh của ngân hàng
- Quy mô, uy tín của ngân hàng
- Chính sách lãi suất
- Mạng lưới kênh phân phối
- Cơ sở vật chất kỹ thuật, trình độ khoa học công nghệ của

NH

- Trình độ, chất lượng nguồn nhân lực
- Số lượng, tính đa dạng, chất lượng các sản phẩm dịch vụ

ngân hàng.

**CHƯƠNG 2**  
**THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI**  
**CỦA NGÂN HÀNG TMCP BẢN VIỆT**  
**CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**2.1. GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP BẢN VIỆT CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển**

*a. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Bản Việt*

*b. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng*

**2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu tổ chức quản lý của Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng**

**2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng từ 2013 đến 2015**

*Bảng 2.1. Chỉ tiêu kinh doanh cơ bản của Việt Capital Bank Đà Nẵng từ 2013 đến 2015*

Chi tiêu	Trị số (tỷ đồng)			Tăng trưởng (%)	
	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014
I. Huy động vốn	191	307	389	60,73	26,71
- Tổ chức kinh tế	12	21	33	75	57,14
- Dân cư	179	286	356	59,77	24,47
II. Tín dụng	144	343	348	138,19	1,46
- Doanh nghiệp	87	248	263	185,06	6,05
- Dân cư	57	95	85	66,67	(10,53)
Tỷ lệ nợ xấu (%)	9,5	7,3	2,9	(23,16)	(60,27)
Thu dịch vụ	0,15	0,77	0,26	413,33	(51)
Lợi nhuận trước thuế	(3,45)	(4,01)	7,21	(16,23)	279,8

*(Nguồn: Báo cáo tổng kết HĐKD hàng năm của Viet Capital Bank Đà Nẵng)*

Nhìn chung, từ năm 2013 đến năm 2015, do tình hình kinh tế vẫn còn khó khăn đã tác động không nhỏ đến hoạt động của Viet Capital Bank Đà Nẵng. Nguồn thu của Chi nhánh chủ yếu đến từ hoạt động tín dụng, thu từ hoạt động dịch vụ chiếm tỷ trọng rất nhỏ và thường không đạt kế hoạch. Trong khi đó sự gia tăng đột biến của nợ xử lý rủi ro trong năm 2013 và tiếp tục tiếp diễn trong năm 2014, đã làm cho lợi nhuận của Chi nhánh sụt giảm mạnh trong 2 năm này. Tuy nhiên bên cạnh đó, Chi nhánh cũng đạt được một số thành công nhất định. Huy động tiền gửi và cho vay tăng trưởng nhanh cùng với uy tín, thương hiệu của Viet Capital Bank ngày càng được củng cố và nâng cao trên địa bàn.

## **2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG TMCP BẢN VIỆT CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

### **2.2.1. Đặc điểm thị trường huy động tiền gửi của Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng**

#### **➤ *Môi trường kinh tế xã hội và ngành ngân hàng***

Trong bối cảnh tình hình kinh tế chung khó khăn, kinh tế của thành phố Đà Nẵng vẫn phát triển tương đối ổn định, năm sau cao hơn năm trước, tốc độ tăng trưởng bình quân đạt trên 9%.

#### **➤ *Môi trường cạnh tranh***

Đến cuối năm 2015, trên địa bàn thành phố Đà Nẵng có 57 chi nhánh tổ chức tín dụng, trong đó có 9 chi nhánh NHTM nhà nước, 1 NH chính sách xã hội, 40 chi nhánh NHTM cổ phần, 1 chi nhánh NHTM 100% vốn nước ngoài, 4 chi nhánh NH liên doanh, 1 chi nhánh công ty tài chính và 1 chi nhánh công ty cho thuê tài chính.

#### **➤ *Thị trường khách hàng tiềm năng***

Năm 2015 thu nhập bình quân đầu người ở địa bàn ước đạt

2.908USD/năm cao hơn nhiều so với mức 2.109USD/năm của cả nước. Mức thu nhập này cho thấy thị trường khách hàng huy động tiền gửi tại Đà Nẵng là một thị trường đầy tiềm năng.

### **2.2.2. Đặc điểm khách hàng gửi tiền của Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng**

Tổng lượng khách hàng tiền gửi của chi nhánh đến năm 2015 là hơn 7000.

+ Khách hàng tổ chức: chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ.

+ Khách hàng cá nhân: khách hàng chủ yếu của chi nhánh, với nhiều thành phần có độ tuổi từ 25-60.

### **2.2.3. Các biện pháp Ngân hàng TMCP Bản Việt chi nhánh Đà Nẵng đã triển khai đối với hoạt động huy động tiền gửi**

#### ***a. Xác định mục tiêu huy động tiền gửi***

Công tác xác định các mục tiêu, nhiệm vụ hoạt động huy động tiền gửi tại Viet Capital Bank Đà Nẵng được thực hiện định kỳ hàng năm. Trên cơ sở kế hoạch huy động tiền gửi do chi nhánh lập, trụ sở chính xem xét và giao chỉ tiêu huy động tiền gửi về cho Chi nhánh trong từng thời kỳ hoạt động kinh doanh.

#### ***b. Tổ chức thực hiện hoạt động huy động tiền gửi***

##### ***Giải pháp về sản phẩm:***

Sản phẩm huy động tiền gửi do hội sở Viet Capital Bank ban hành, chi nhánh chỉ thực hiện theo.

Sản phẩm huy động tiền gửi được phân theo hai nhóm lớn là sản phẩm huy động tiền gửi dành cho đối tượng khách hàng cá nhân và khách hàng tổ chức kinh tế với hai loại tiền là VND và USD.

##### ***Giải pháp về lãi suất:***

Lãi suất tiền gửi áp dụng tại chi nhánh hoàn toàn phải tuân theo biểu lãi suất huy động đề ra của Hội sở chính. Tuy nhiên, hội

sở cũng cho phép chi nhánh được linh hoạt quyết định lãi suất đối với những trường hợp đặc biệt nhưng phải đảm bảo không vi phạm quy định của nhà nước. Vì vậy, đối với những khách hàng tiềm năng, có số tiền gửi lớn việc điều hành lãi suất của chi nhánh đã ngày càng linh hoạt hơn, nắm bắt kịp xu hướng của thị trường.

### ***Công tác chăm sóc khách hàng***

Công tác chăm sóc khách hàng chỉ thực hiện ở mức độ chung chung, NH chưa phân nhóm khách hàng, chưa xây dựng chính sách đối với khách hàng tiềm năng, điều này cũng có ảnh hưởng đến chất lượng đẩy mạnh công tác huy động tiền gửi của Chi nhánh.

### ***Phát triển mạng lưới, kênh phân phối:***

Hiện tại trên địa bàn thành phố Đà Nẵng Viet Capital Bank có một chi nhánh và 2 phòng giao dịch.

Đối với kênh phân phối hiện đại, Viet Capital Bank Đà Nẵng đã triển khai được một số máy ATM, POS, internet banking, mobile banking. Tuy nhiên, số lượng máy ATM và POS triển khai trên thị trường chưa nhiều.

### ***Kiểm soát rủi ro tác nghiệp trong hoạt động huy động tiền gửi***

Rủi ro tác nghiệp trong hoạt động huy động tiền gửi chỉ được kiểm soát ở mức thực hiện theo quy trình huy động tiền gửi do hội sở ban hành. Viet Capital Bank chưa ban hành các văn bản cụ thể về kiểm soát rủi ro tác nghiệp cho toàn hệ thống.

### ***Quy trình nghiệp vụ***

Các quy trình nghiệp vụ cho từng bộ phận tác nghiệp của chi nhánh được Viet Capital Bank Đà Nẵng soạn thảo và hoạt động thống nhất trên toàn quốc. Nhìn chung quy trình nghiệp vụ huy động tiền

gửi của Viet Capital Bank Đà Nẵng đã được chuẩn hóa và tương đối đầy đủ.

### ***Công tác tổ chức, nhân sự, đào tạo***

Tổ chức về hoạt động huy động tiền gửi chưa được chuyên môn hóa rõ ràng. Thường xuyên tổ chức đào tạo tập huấn các chính sách mới, quy trình nghiệp vụ, tuy nhiên, công tác đào tạo của Viet Capital Bank chỉ dừng lại ở mức độ cập nhật quy trình nghiệp vụ chứ chưa quan tâm đến đào tạo kỹ năng mềm cho nhân viên như kỹ năng bán hàng, kỹ năng thuyết phục khách hàng.

### ***Đầu tư cơ sở vật chất và công nghệ:***

Trang thiết bị phục vụ cho công việc được trang bị tương đối đầy đủ và hiện đại. Hệ thống công nghệ thông tin tuy đã được đầu tư nâng cấp nhiều lần nhưng thỉnh thoảng hiện tượng rớt mạng, nghẽn mạng vẫn xảy ra làm ảnh hưởng đến hoạt động giao dịch của chi nhánh.

### ***Hoạt động khuyến mại, cổ động, truyền thông:***

Chương trình khuyến mãi đi liền với sản phẩm tiền gửi do hội sở ban hành. Nhìn chung chương trình khuyến mãi của Viet Capital Bank tương đối phong phú, giúp tăng tính cạnh tranh của sản phẩm.

Công tác cổ động, truyền thông của chi nhánh vẫn còn chưa được chú trọng. Trên địa bàn Đà Nẵng thương hiệu Viet Capital Bank ít người biết đến.

### ***c. Công tác kiểm tra đánh giá hoạt động huy động tiền gửi***

Hàng tháng chi nhánh tổng hợp kết quả huy động của từng nhân viên, từng phòng, và đối chiếu kết quả với kế hoạch đã giao. Phần lương kinh doanh được chi trả theo mức độ hoàn thành chỉ tiêu của nhân viên.

Cuối năm, chi nhánh tiến hành đánh giá xếp loại nhân viên và

huy động tiền gửi là một trong những tiêu chí để ban giám đốc đánh giá xếp loại.

#### **2.2.4. Kết quả hoạt động huy động tiền gửi giai đoạn 2013-2015**

##### ***a. Quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi***

*Số dư huy động tiền gửi:* cuối năm 2015, số dư huy động tiền gửi của chi nhánh đạt 389 tỷ đồng, tăng 26,71%.

*Số lượng khách hàng tiền gửi:* cuối năm 2015 Chi nhánh đã có hơn 7000 khách hàng. Số khách hàng tăng trong năm 2015 là 11,67%.

##### ***b. Thị phần huy động tiền gửi***

Cuối năm 2015, thị phần huy động tiền gửi của chi nhánh chỉ chiếm 0,6%.

##### ***c. Cơ cấu nguồn tiền gửi***

Số dư huy động của chi nhánh chủ yếu là khách hàng cá nhân gửi tiền VNĐ với loại tiền gửi chiếm đa số là có kỳ hạn.

##### ***d. Kiểm soát chi phí huy động***

Trong giai đoạn 2013 đến 2015 chi phí trả lãi tiền gửi của chi nhánh giảm dần. Mức chênh lệch lãi suất đầu vào đầu ra của chi nhánh ở mức khoảng 4%. Đây là mức chênh lệch đảm bảo cho hoạt động kinh doanh của chi nhánh có lợi nhuận.

##### ***e. Chất lượng dịch vụ trong hoạt động huy động tiền gửi***

Mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tiền gửi của Chi nhánh được cải thiện dần qua từng năm. Tuy nhiên, phần lớn khách hàng chỉ đánh giá các dịch vụ của Viet Capital Bank Đà Nẵng ở mức độ bình thường, chưa có gì nổi trội so với các ngân hàng khác.



***f. Kiểm soát rủi ro tác nghiệp trong hoạt động huy động tiền gửi***

Rủi ro tác nghiệp thường xảy ra ở chi nhánh là:

- Giao dịch viên chọn nhầm kỳ hạn gửi tiền;
- Giao dịch viên chọn nhầm mã sản phẩm;
- Hạch toán sai tài khoản...

Nguyên nhân của các sai sót này chủ yếu do nhân viên chưa cẩn thận, còn chủ quan trong quá trình tác nghiệp, do áp lực công việc, phải xử lý đồng thời nhiều giao dịch trong cùng một thời điểm và một số trường hợp do cán bộ sử dụng chương trình chưa thành thạo đã dẫn đến những sai sót.

**2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI CỦA NGÂN HÀNG TMCP BẢN VIỆT CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2013-2015**

**2.3.1. Những thành công đạt được**

+ Quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi của chi nhánh tăng trưởng đều qua từng năm, tốc độ tăng trưởng năm 2015 so với năm 2014 là 26,71% tương đương 82 tỷ đồng.

+ Tổng số khách hàng cá nhân gửi tại chi nhánh có sự tăng trưởng hàng năm. Số lượng khách hàng tiền gửi trong năm 2015 là 7.291 khách hàng, tăng 11,67% so với năm 2014.

+ Cơ cấu nguồn vốn huy động tập trung vào tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn nên nguồn vốn huy động của chi nhánh tương đối ổn định.

+ Sản phẩm huy động tiền gửi của Chi nhánh ngày càng đa dạng phong phú.

+ Điều hành lãi suất của chi nhánh ngày càng linh hoạt, nắm bắt kịp xu hướng của thị trường.

+ Xây dựng được đội ngũ nhân viên giao dịch nắm vững quy

trình nghiệp vụ, niềm nở, nhiệt tình tư vấn cho khách hàng.

+ Chất lượng các chương trình chăm sóc khách hàng đã được chú ý cải thiện hơn.

### **2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân**

#### ***a. Những hạn chế***

+ Sản phẩm của Việt Capital Bank chưa tạo được ưu thế và sự khác biệt so với thị trường.

+ Chi nhánh chỉ chú tâm vào phát triển số dư huy động, công tác phát triển số lượng khách hàng chưa được quan tâm.

+ Cơ cấu huy động tiền gửi chưa hợp lý.

+ Thị phần huy động tiền gửi của Viet Capital Bank trên địa bàn thành phố Đà Nẵng còn rất thấp.

+ Công tác chăm sóc khách hàng vẫn còn mang tính tự phát, chi nhánh chưa xây dựng được chính sách chăm sóc khách hàng một cách chuyên nghiệp với sự đầu tư nghiên cứu kỹ lưỡng.

+ Kênh huy động tiền gửi còn ít. Kênh phân phối hiện đại tuy đã triển khai nhưng số lượng khách hàng sử dụng chưa nhiều.

+ Vì tổ chức hoạt động huy động tiền gửi chưa được chuyên môn hóa, tất cả nhân viên chi nhánh đều được giao chỉ tiêu huy động vì vậy nhiều nhân viên của chi nhánh không nắm vững sản phẩm, kỹ năng bán hàng còn yếu nên mặc dù nhiệt tình tư vấn cho khách hàng nhưng hiệu quả mang lại chưa cao.

#### ***b. Nguyên nhân***

##### ***Nguyên nhân bên ngoài***

+ Tình hình kinh tế thế giới và trong nước vẫn gặp nhiều khó khăn, tiềm ẩn nhiều rủi ro và bất ổn, tăng trưởng kinh tế thấp;

+ Môi trường pháp lý còn thiếu đồng bộ và nhất quán,

+ Sự cạnh tranh gay gắt giữa các NHTM, các TCTD,... ngày

càng quyết liệt gây khó khăn cho hoạt động của chi nhánh.

+ Tâm lý của người dân trên địa bàn thành phố Đà Nẵng vẫn chuộng những NHTM nhà nước, những NHTM cổ phần lớn và lâu năm đã tạo được uy tín trên địa bàn.

+ Chính sách chung của các tập đoàn, công ty có vốn nhà nước yêu cầu các đơn vị thành viên phải mở tài khoản giao dịch tại NHTM có vốn nhà nước dẫn đến việc tiếp thị doanh nghiệp nhà nước mở tài khoản giao dịch tại chi nhánh gặp nhiều khó khăn.

### ***Nguyên nhân bên trong***

+ Công tác chăm sóc khách hàng vẫn còn nhiều bất cập, chưa thật sự chuyên nghiệp.

+ Mạng lưới huy động còn khá mỏng.

+ Mô hình tổ chức hoạt động huy động tiền gửi còn chồng chéo, hiệu quả hoạt động thấp, chưa phân tách được đơn vị có chức năng kinh doanh với đơn vị có chức năng hỗ trợ.

+ Quy mô hoạt động của chi nhánh trên địa bàn còn nhỏ, thương hiệu Việt Capital Bank được ít người biết đến.

+ Hệ thống công nghệ thông tin vẫn hay rớt mạng đặc biệt vào những dịp cao điểm làm ảnh hưởng đến quá trình giao dịch với khách hàng, khiến khách hàng không hài lòng.

+ Việc nâng cao chất lượng giao dịch, không gian giao dịch vẫn chưa được chú trọng.

+ Năng lực, trình độ của nhân viên bán hàng còn hạn chế.

**CHƯƠNG 3**  
**GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG**  
**TIỀN GỬI TẠI NGÂN HÀNG TMCP BẢN VIỆT**  
**CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP**

**3.1.1. Định hướng hoạt động kinh doanh của Viet Capital Bank giai đoạn 2016 – 2020**

Trong báo cáo thường niên năm 2014 ông Lê Anh Tài, chủ tịch hội đồng quản trị của Việt Capital Bank đã phát biểu: “ Năm 2015 được xem là năm bản lề, bắt đầu tăng tốc của Việt Capital Bank, hướng đến giai đoạn mới từ năm 2016- 2020, phát triển mạnh mẽ hơn, vững vàng hơn”. Và “ Định hướng chiến lược phát triển 2016-2020 là đưa Việt Capital Bank trở thành một trong những ngân hàng TMCP hàng đầu Việt Nam”.

**3.1.2. Định hướng hoạt động kinh doanh của Viet Capital Bank Đà Nẵng giai đoạn 2016 - 2020**

- Tập trung đẩy mạnh mọi hoạt động của một NH bán lẻ.
- Tiếp tục xác định công tác huy động tiền gửi là nhiệm vụ trọng tâm ưu tiên hàng đầu trong kế hoạch kinh doanh giai đoạn 2016 - 2020.
- Tăng trưởng tín dụng gắn liền với việc gia tăng huy động tiền gửi và dịch vụ.
- Chú trọng công tác phát triển mạng lưới và kênh phân phối kể cả về số lượng lẫn chất lượng đảm bảo đáp ứng các tiêu chí của NHTU’.

**3.1.3. Định hướng hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi của Viet Capital Bank Đà Nẵng giai đoạn 2016 - 2020**

- Tiếp tục duy trì mức tăng trưởng số dư tiền gửi cuối kỳ với tốc độ 20%/năm.

- Tập trung định hướng cải thiện cơ cấu tiền gửi theo hướng phát triển bền vững, tăng tỷ trọng vốn trung dài hạn/ tổng nguồn vốn.

- Tăng tỷ trọng tiền gửi không kỳ hạn/ tổng nguồn vốn lên mức 30% đến 40%.

- Phân đầu đến năm 2020 chi nhánh đạt số dư tiền gửi trên 1000 tỷ đồng.

### **3.2. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI CỦA VIET CAPITAL BANK ĐÀ NẴNG**

#### **3.2.1. Vận dụng chính sách chăm sóc khách hàng hợp lý**

**a. Hoàn thiện việc xây dựng hệ thống các tiêu chí để đánh giá, phân đoạn khách hàng tiền gửi**

*Bảng 3.1. Các tiêu chí phân đoạn khách hàng*

<b>Phân đoạn</b>	<b>Tiêu chí đối với khách hiện hữu (đạt một trong các tiêu chí)</b>	<b>Tiêu chí đối với khách hàng tiềm năng (đạt một trong các tiêu chí)</b>
<i>Khách hàng quan trọng</i>	1. Số dư bình quân trong kỳ đánh giá từ 1 tỷ đồng trở lên. 2. Số dư bình quân liên tiếp trong 3 kỳ đánh giá trên 800 triệu đồng.	3. Khách hàng đang có tiền gửi tiết kiệm tại các tổ chức tín dụng khác từ 1 tỷ trở lên. 4. Khách hàng mới và có nhu cầu gửi tiết kiệm trên 800 triệu đồng với kỳ hạn từ 3 tháng trở lên.
<i>Khách hàng thân thiết</i>	1. Khách hàng có số dư tiền gửi bình quân trong kỳ đánh giá từ 500 triệu đồng đến dưới 1 tỷ đồng. 2. Khách hàng có số dư tiền gửi bình quân trong 3 kỳ đánh giá liên tiếp trên 300 triệu đồng.	3. Khách hàng đang có tiền gửi tiết kiệm tại các Tổ chức tín dụng khác với số dư trên 500 triệu đồng. 4. Khách hàng mới và có nhu cầu gửi tiết kiệm trên 400 triệu đồng với kỳ hạn từ 3 tháng trở lên.
<i>KH phổ thông</i>	Khách hàng còn lại	

### ***b. Vận dụng chính sách chăm sóc khách hàng***

+ Phân đoạn khách hàng quan trọng: cán bộ ngân hàng phải giao dịch chuyên nghiệp, nhanh chóng, chính xác, chú trọng uy tín và chất lượng phục vụ. Bố trí khu vực giao dịch riêng, bài trí sang trọng, chuyên nghiệp. Trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ, cán bộ quan hệ khách hàng và giao dịch viên thường xuyên liên hệ, thông tin cho khách hàng các sản phẩm dịch vụ mới của Việt Capital Bank, xin ý kiến khách hàng về những khó khăn, vướng mắc trong chính sách chăm sóc khách hàng của Chi nhánh và đề xuất cải tiến sản phẩm, dịch vụ để phục vụ tốt hơn nhu cầu khách hàng.

+ Phân đoạn khách hàng thân thiết: yêu cầu cán bộ ngân hàng phải nhiệt tình, chu đáo. Giao dịch phải chính xác, thuận tiện, nhanh chóng. Vì vậy, khi khách hàng thuộc phân đoạn này đến giao dịch cần ưu tiên thực hiện trước. Trong trường hợp khách hàng điện thoại trước nhờ hỗ trợ xử lý nhanh giao dịch thì giao dịch viên có thể chuẩn bị trước tài liệu để xử lý giao dịch (như điền mẫu biểu sẵn, chuẩn bị tiền...), khi khách hàng tới quầy giao dịch sẽ được hoàn tất giao dịch trong thời gian sớm nhất.

+ Phân đoạn khách hàng phổ thông: phân đoạn khách hàng phổ thông chiếm số đông khách hàng của Chi nhánh nên Chi nhánh vẫn cần lưu ý trong việc phục vụ khách hàng một cách chuyên nghiệp, bài bản. Các hoạt động marketing cho nhóm khách hàng này cần được thực hiện qua các kênh đại chúng, đặc biệt các kênh truyền thông trên địa bàn như tivi, báo tờ, báo mạng

+ Đối với nhóm khách hàng tiềm năng: Phương pháp tiếp cận nhóm khách hàng này là dựa trên các thông tin thu thập được, cử cán bộ tiếp cận trực tiếp để giới thiệu các sản phẩm của NH.

### **3.2.2. Vận dụng chính sách lãi suất huy động vốn linh hoạt hơn**

Lãi suất huy động là một trong những yếu tố quan trọng để thu hút khách hàng gửi tiền vào ngân hàng. Mục đích của khách hàng gửi tiền vào ngân hàng là ngoài việc đảm bảo an toàn tiền gửi, hưởng các dịch vụ ngân hàng còn nhằm mục đích tìm kiếm thu nhập. Để huy động được nguồn vốn nhân rộng trong dân cư, ngân hàng cần phải áp dụng chính sách lãi suất mềm dẻo và linh hoạt. Điều này có nghĩa là đảm bảo lãi suất bám sát mặt bằng lãi suất của các ngân hàng thương mại khác, xem xét các quy định của NHNN để đưa ra mức lãi suất phù hợp với tình hình hoạt động của Chi nhánh. Điều chỉnh lãi suất thích hợp theo hướng ưu đãi các khách hàng truyền thống, có số dư lớn để thu hút khách hàng gửi. Hiện nay NHNN đã đưa ra mức trần lãi suất huy động, tuy nhiên cũng có nhiều ngân hàng không tuân thủ theo mức lãi suất đó, các NHTM trên địa bàn “lách luật” với nhiều hình thức như thỏa thuận ngầm lãi suất với khách hàng dưới các hình thức tặng phiếu mua hàng hay tặng tiền mặt cho khách hàng... Do vậy, trong quá trình huy động tiền gửi, Việt Capital Bank Đà Nẵng cần đảm bảo luôn có nguồn thông tin nhanh và chính xác về hoạt động cung cầu vốn, thông tin kinh doanh, chế độ lãi suất, tỷ giá, quan hệ của các ngân hàng khác với khách hàng trên địa bàn để có đối sách hợp lý.

### **3.2.3. Tăng cường công tác cổ động, truyền thông**

Tăng cường công tác quảng bá thông qua việc tổ chức thực hiện các chương trình marketing, quảng bá về sản phẩm tới khách hàng đại chúng. Tổ chức các hoạt động sự kiện & PR sự kiện gắn với các chương trình huy động vốn hoặc các dịp Lễ, Tết, ngày thành lập để tạo hiệu ứng lan tỏa.

Mở rộng và thay đổi phương thức bán hàng theo hướng tập trung và chuyên nghiệp hơn, đối với từng phân đoạn cần có cách tiếp cận khác nhau.

### **3.2.4. Phát triển mạng lưới, kênh phân phối một cách hợp lý**

#### ***- Kênh phân phối truyền thống***

Chi nhánh cần xây dựng, phát triển thêm ít nhất 2 phòng giao dịch ở quận Thanh Khê và quận Sơn Trà. Đối với các phòng giao dịch đã đi vào ổn định cần phát huy hiệu quả qua việc xây dựng hình ảnh bên ngoài, thiết kế không gian giao dịch thoáng mát, lịch sự; bài trí vật dụng gọn gàng, ngăn nắp; bố trí nước uống, thiết bị truy cập Internet; cập nhật thường xuyên các thông tin về lãi suất, phí.

Chi nhánh nên thường xuyên kiểm tra việc duy trì hình ảnh Việt Capital Bank tại các phòng giao dịch.

#### ***- Kênh phân phối điện tử***

Thực tế lượng khách hàng sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử của Việt Capital Bank vẫn chưa nhiều như các ngân hàng khác, vì vậy, ngân hàng cần đưa thông tin đến khách hàng biết nhiều hơn về sự tiện ích, thuận lợi khi sử dụng loại dịch vụ ngân hàng điện tử của Việt Capital Bank.

### **3.2.5. Chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực**

+ Đối với nhân viên cũ: Chi nhánh phối hợp với hội sở thường xuyên tổ chức các lớp học nhằm nâng cao kiến thức cũng như đào tạo kỹ năng mềm cho nhân viên.

+ Đối với nhân viên mới: sau khi được tuyển dụng phải được đào tạo một cách chu đáo và bài bản từ nghiệp vụ chuyên môn đến phong cách phục vụ khách hàng, cần có kiểm tra đánh giá nghiệp vụ trước khi bố trí cán bộ vào vị trí chính thức.



Định kỳ hàng năm chi nhánh nên tổ chức các đợt kiểm tra đánh giá năng lực nhân viên, kiểm tra kiến thức chuyên môn cũng như mức độ nắm vững quy trình nghiệp vụ.

### **3.2.6. Một số giải pháp khác**

#### ***Tổ chức thu thập, xử lý thông tin về khách hàng***

Bên cạnh hoạt động marketing, quảng bá sản phẩm thì công tác khảo sát, đo lường mức độ hài lòng của khách hàng là rất quan trọng. Chi nhánh phải thường xuyên đo lường sự hài lòng của khách hàng thông qua nhiều phương tiện như hòm thư góp ý, hỏi thăm khách hàng qua điện thoại, hội nghị khách hàng, phiếu khảo sát...

#### ***Chú trọng hơn việc phát triển số lượng khách hàng***

Ngoài việc tập trung phát triển số dư huy động, chi nhánh nên lưu tâm thêm về việc phát triển số lượng khách hàng đi kèm, tránh rủi ro khi phát triển số dư huy động tập trung vào một số nhóm khách hàng lớn.

## **3.3. KIẾN NGHỊ**

### **3.3.1. Kiến nghị với Chính phủ**

### **3.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước**

### **3.3.3. Kiến nghị Hội sở Việt Capital Bank**

***a. Tiếp tục nghiên cứu phát triển thêm nhiều sản phẩm tiền gửi mới***

***b. Đẩy mạnh hoạt động marketing xây dựng thương hiệu***

***c. Tổ chức lại bộ máy tổ chức cấp chi nhánh***

***d. Tiếp tục đầu tư phát triển công nghệ***

***e. Hoàn thiện quy trình nghiệp vụ theo hướng đơn giản hóa thủ tục***

## KẾT LUẬN

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt và các quy định chặt chẽ của Chính phủ và NHNN, việc tìm kiếm những giải pháp để gia tăng lượng vốn huy động là một yêu cầu bức thiết của các NHTM. Nguồn vốn tiết kiệm trong dân ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng. Hiện nay, nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư trên địa bàn thành phố Đà Nẵng còn rất nhiều. Viet Capital Bank Đà Nẵng cần có những giải pháp thích hợp để thu hút nguồn vốn tiềm tàng này.

Với mong muốn, góp phần thực hiện mục tiêu hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi tại Viet Capital Bank Đà Nẵng trong thời gian đến có sự tăng trưởng phù hợp cả về quy mô, cơ cấu, chi phí hợp lý với rủi ro thấp nhất, giúp ngân hàng hoàn thành kế hoạch được giao và chủ động trong cân đối nhu cầu sử dụng vốn của mình, tác giả đã tập trung nghiên cứu các vấn đề nhằm hoàn thiện hoạt động huy động tiền gửi tại Chi nhánh.

Để đạt được mục tiêu, phương hướng hoạt động mà Viet Capital Bank Đà Nẵng đề ra trong thời gian tới, chi nhánh cần phải thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp trong đó có một số giải pháp đã trình bày trong đề tài. Mặc dù đã hết sức cố gắng, bằng nỗ lực của em và dưới sự hướng dẫn chỉ bảo tận tình của TS. Hồ Hữu Tiến nhưng do thời gian ngắn, kinh nghiệm nghiên cứu chưa nhiều nên đề tài chắc chắn sẽ không tránh khỏi những sai sót, em mong nhận được sự góp ý của quý thầy cô, các bạn quan tâm đến vấn đề này để đề tài được hoàn thiện hơn.