

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA - VŨNG TÀU



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HUY ĐỘNG VỐN
CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH
VŨNG TÀU**

Trình độ đào tạo	:Đại học chính quy
Ngành	:Tài chính – Ngân hàng
Chuyên ngành	:Tài chính – Ngân hàng
Giảng viên hướng dẫn	:Ths. Đỗ Thị Bích Hồng
Sinh viên thực hiện	:Nguyễn Thị Kim Thành
Mã sinh viên	:21031242
Lớp	:DH21TN

Bà Rịa - Vũng Tàu, tháng 1 năm 2025

I. Thông tin chung:

- Họ và tên sinh viên: Nguyễn Thị Kim Thành MSSV: 21031242
- Lớp: DH21TN
- Đề tài : Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Vũng Tàu
- Họ và tên giảng viên hướng dẫn: Đỗ Thị Bích Hồng
- Tổng quát về ĐA/KLTN:
 - + Số trang : 74 Số chương : 4
 - + Số bảng số liệu : 10
 - + Số tài liệu tham khảo : 9

II. Nhận xét về ĐA/KLTN

- 2.1. Nhận xét về hình thức: bài báo cáo đúng hình thức của 1 khóa luận tốt nghiệp trình độ cử nhân.
- 2.2. Tính cấp thiết của đề tài: đề tài cần thiết giúp ngân hàng thấy được thực trạng huy động vốn.
- 2.3. Mục tiêu và nội dung: Đề tài đưa ra các thực trạng về huy động vốn, kết cấu nguồn vốn, phân tích ưu điểm của hoạt động huy động vốn trong ngân hàng MB, từ đó có một số giải pháp giúp ngân hàng tăng cường hoạt động huy động vốn trong tương lai.
- 2.4. Tổng quan tài liệu và tài liệu tham khảo: tài liệu phù hợp với đề tài ngành tài chính ngân hàng.
- 2.5. Phương pháp nghiên cứu: Nghiên cứu các tài liệu thu thập được trong quá trình thực tập tại đơn vị; Phương pháp quan sát: Tiếp cận thực tế để tìm hiểu về các công việc hàng ngày của nhân viên ngân hàng. Phương pháp phân tích: Dựa trên số liệu thu thập tại đơn vị tiến hành phân tích, so sánh các số liệu để phục vụ bài nghiên cứu.
- 2.6. Kết quả đạt được: số liệu thu thập được trong các năm 2021-2023 từ đó lên được bảng phân tích, so sánh tốc độ tăng trưởng qua các năm từ đó nhận xét hiệu quả hoạt động của MB.

2.7. Kết luận và đề nghị: nội dung số liệu trình bày của đề tài tương đối hợp lý qua 3 năm 2021-2023. Chương 4, một số giải pháp kiến nghị mang tính chất lý thuyết, chung chung, chưa rõ nét với đặc thù của ngân hàng.

2.8. Tính sáng tạo và ứng dụng:

2.9. Các vấn đề cần bổ sung, chỉnh sửa: đưa ra một số giải pháp chi tiết hơn đối với hoạt động huy động vốn với đối tượng khách hàng cá nhân, vì đây là đối tượng khách hàng đang chiếm tỷ trọng cao nhất của ngân hàng.

III. Phần nhận xét tinh thần và thái độ làm việc của sinh viên

Chăm, ngoan, lễ phép, tham gia đầy đủ các buổi hướng dẫn của giảng viên. Tiếp thu nhanh, lắng nghe, ghi chép cẩn thận góp ý của giảng viên và hoàn thiện bài trong thời hạn đúng quy định. Có tinh thần cố gắng cao và có trách nhiệm trong quá trình làm khóa luận.

IV. Đánh giá

1. Điểm: 9.5 /10 (làm tròn đến một chữ số thập phân)

2. Đề nghị Được bảo vệ: X

Không được bảo vệ: ☐

Vũng Tàu, ngày 10 tháng 01 năm 2025

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

(Ký và ghi rõ họ tên)

Đỗ Thị Bích Hồng

TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA-VŨNG TÀU
KHOA KINH TẾ - LUẬT

PHIẾU GIAO ĐỀ TÀI
ĐỒ ÁN/ KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

(Đính kèm Quy định về việc tổ chức, quản lý các hình thức tốt nghiệp ĐH, CĐ ban hành kèm theo Quyết định số 386/QĐ-ĐHBRVT ngày 04/11/2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học BR-VT)

Họ và tên sinh viên: Nguyễn Thị Kim Thành Ngày sinh: 03/11/2003
MSSV : 21031242 **Lớp:** DH21TN
Địa chỉ : 105/25 Ngô Đức Kế, Phường 7, TP Vũng Tàu
E-mail : kimthanhnguyen11820@gmail.com
Trình độ đào tạo : Đại học
Hệ đào tạo : Chính quy
Ngành : Tài chính – Ngân hàng
Chuyên ngành : Tài chính – Ngân hàng
1. Tên đề tài: Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Vũng Tàu
2. Giảng viên hướng dẫn: Ths. Đỗ Thị Bích Hồng
3. Ngày giao đề tài: 02/12/2024
4. Ngày hoàn thành đồ án/ khoá luận tốt nghiệp: 10/01/2025

Bà Rịa-Vũng Tàu, ngày 10 tháng 01 năm 2025

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN
(Ký và ghi rõ họ tên)

SINH VIÊN THỰC HIỆN
(Ký và ghi rõ họ tên)

TRƯỞNG BỘ MÔN
(Ký và ghi rõ họ tên)

TRƯỞNG KHOA
(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Trong khoảng thời gian để hoàn thành được khóa luận tốt nghiệp này, em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Ban giám hiệu và quý thầy cô giáo trong Khoa Kinh tế - Luật; Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu. Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới cô Đỗ Thị Bích Hồng, người trực tiếp hướng dẫn khóa luận, đã tận tình hướng dẫn, góp ý để có thể hoàn thành khóa luận một cách trọn vẹn, hoàn chỉnh.

Bên cạnh đó, em cũng gửi lời cảm ơn đến Ban Lãnh đạo, các cán bộ tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em trong thời gian thực tập. Và em cũng xin cảm ơn các anh, chị trong phòng kinh doanh đã tận tình giúp đỡ em trong suốt thời gian thực tập tại ngân hàng.

Do kiến thức còn hạn hẹp nên không tránh khỏi những thiếu sót trong cách hiểu, lỗi trình bày. Em rất mong nhận được sự đóng góp chân thành của quý thầy cô để hoàn thành khóa luận tốt nghiệp được tốt hơn. Em trân trọng cảm ơn!

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Kim Thành

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	III
MỤC LỤC	V
DANH MỤC VIẾT TẮT	VIII
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	IX
DANH MỤC CÁC HÌNH	X
LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN VŨNG TÀU.....	2
1.1. Giới thiệu tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân Đội.....	2
1.1.1. Lịch sử phát triển của Ngân hàng TMCP Quân Đội	2
1.1.2. Cơ cấu tổ chức.....	4
1.2. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu	5
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	8
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	9
2.1. Hoạt động cơ bản của Ngân hàng thương mại	9
2.1.1 Hoạt động huy động vốn	9
2.1.2 Hoạt động sử dụng vốn	9
2.1.3 Hoạt động dịch vụ của ngân hàng	10
2.2. Đặc điểm của ngân hàng thương mại	10
2.3. Những vấn đề cơ bản về huy động vốn.....	11
2.3.1. Khái niệm	11
2.3.2. Đặc điểm	11
2.3.3. Nguyên tắc huy động vốn	12
2.3.4. Vai trò của huy động vốn	13
2.4. Các hình thức huy động vốn chủ yếu của ngân hàng thương mại.....	15
2.4.1. Tiền gửi không kỳ hạn	15
2.4.2. Tiền gửi định kỳ.....	18
2.4.3. Tiền gửi tiết kiệm.....	19
2.4.4. Huy động dưới hình thức phát hành chứng từ có giá	21
2.4.5. Vốn vay.....	23

2.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng	24
2.5.1. Nhân tố khách quan	24
2.5.2. Nhân tố chủ quan	26
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	29
CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN VŨNG TÀU	30
3.1. Các hình thức huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Vũng Tàu ..	30
3.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu	31
3.3. Tổng vốn huy động của Ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021-2023	34
3.4. Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động	36
3.5. Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng khách hàng	38
3.6. Cơ cấu nguồn vốn huy động phân theo kỳ hạn huy động	41
3.7. Cơ cấu nguồn vốn huy động phân theo loại tiền	45
3.8. Chi phí huy động vốn	47
3.9. Ưu điểm và hạn chế của hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu	49
3.9.1. Ưu điểm	49
3.9.2. Hạn chế	51
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	53
CHƯƠNG 4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN VŨNG TÀU	54
4.1. Định hướng hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu	54
4.1.1. Định hướng chiến lược trong của Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Vũng Tàu từ 2025 – 2030.....	54
4.1.2. Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu.	56
4.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Vũng Tàu	58
4.2.1. Đổi mới và hoàn thiện các tiện ích phục vụ người gửi tiền và chăm sóc khách hàng.	58
4.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	58

4.2.3. Phát triển hoạt động tín dụng để hoạt động huy động vốn được đẩy mạnh.....	61
4.2.4. Xây dựng chính sách khách hàng hợp lý	62
4.2.5. Phát triển và mở rộng mạng lưới huy động vốn	63
4.2.6. Tạo và phát triển mối quan hệ với các đối tượng khách hàng	64
4.2.7. Thực hiện chính sách lãi suất linh hoạt	65
4.2.8. Phát triển đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng	66
4.2.9. Cải thiện và phát triển hoạt động marketing.	67
4.2.10. Phân tích và theo dõi sát sao tình hình kinh tế - xã hội trên địa bàn, nắm bắt tâm lý tiết kiệm – tiêu dùng của khách hàng.	69
4.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Quân Đội.....	70
KẾT LUẬN CHƯƠNG 4.....	72
KẾT LUẬN	73
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	74

DANH MỤC VIẾT TẮT

Ký hiệu viết tắt	Giải thích
CBTD	Cán bộ tín dụng
CN	Chi nhánh
DN	Doanh nghiệp
GDV	Giao dịch viên
MB	Ngân hàng Quân Đội
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTW	Ngân hàng trung ương
TGTK	Tiền gửi tiết kiệm
TMCP	Thương mại cổ phần
VHĐ	Vốn huy động

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3. 1: Kết quả kinh doanh năm 2021 – 2023 của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu	32
Bảng 3. 2: Tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023	35
Bảng 3. 3: Các nguồn vốn huy động tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021-2023	36
Bảng 3. 4: So sánh tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023.....	37
Bảng 3. 5: Tình hình huy động vốn của ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu theo đối tượng khách hàng giai đoạn 2021 – 2023.....	39
Bảng 3. 6: Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động phân theo đối tượng khách hàng tại ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu	40
Bảng 3. 7: Cơ cấu huy động vốn theo thời hạn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023	42
Bảng 3. 8: Cơ cấu huy động vốn theo loại tiền của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023	45
Bảng 3. 9: Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn theo loại tiền của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023.....	46
Bảng 3. 10: Chi phí nguồn vốn huy động của Ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023	48

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 1. 1: Sơ đồ tổ chức của Ngân hàng TMCP Quân Đội	4
Hình 1. 2: Sơ đồ tổ chức của NHTMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu	5
Hình 3. 1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023	32
Hình 3. 2: Biểu đồ tổng vốn huy động giai đoạn 2021 – 2023 của ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu.....	35
Hình 3. 3: Biểu đồ tình hình huy động vốn của ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu theo đối tượng khách hàng giai đoạn 2021 – 2023	40
Hình 3. 4: Biểu đồ cơ cấu huy động vốn theo thời hạn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023.....	43
Hình 3. 5: Biểu đồ cơ cấu huy động vốn theo loại tiền của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023.....	46

LỜI MỞ ĐẦU

Hiện nay, Việt Nam đang trong quá trình phát triển kinh tế, vì vậy một trong những vấn đề quan trọng được ưu tiên hàng đầu là nguồn vốn. Vai trò của nguồn vốn đối với các NHTM ngày nay trở nên rất quan trọng. Vốn là cơ sở, nền tảng để tổ chức mọi hoạt động trong nền kinh tế. Nghiệp vụ huy động vốn tuy không mang lại lợi nhuận trực tiếp cho ngân hàng, nhưng là nghiệp vụ rất quan trọng. Không có nghiệp vụ huy động vốn coi như không có hoạt động của NHTM. Như đã biết, đặc trưng của hoạt động ngân hàng: Vốn không chỉ là phương tiện kinh doanh chính mà còn là đối tượng kinh doanh chủ yếu của ngân hàng thương mại. Hơn nữa, vốn lớn là lợi thế đầu tiên trong việc chấp hành pháp luật trước hết là luật ngân hàng trung ương, luật các tổ chức tín dụng, tạo thế mạnh và thuận lợi trong kinh doanh tiền tệ. Chính vì thế, có thể nói vốn là điểm đầu tiên trong chu kỳ kinh doanh của ngân hàng, là khâu cốt tử của ngân hàng. Do đó, ngoài vốn ban đầu cần thiết, tức là đủ vốn điều lệ theo luật định thì ngân hàng phải thường xuyên chăm lo tới việc tăng trưởng vốn trong suốt quá trình hoạt động của mình.

Thực hiện đường lối chủ trương phát triển của Đảng và Nhà nước, trong những năm gần đây hệ thống Ngân hàng nói chung và hệ thống các NHTM nói riêng đã huy động được khối lượng vốn lớn cho sản xuất kinh doanh và đầu tư phát triển kinh tế. Để nâng cao hiệu quả hoạt động, nâng cao sức cạnh tranh, lành mạnh hóa tình hình tài chính từ đó đưa ra giải pháp nhằm tăng cường huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội, em đã chọn đề tài “***Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vững Tầu***”.

CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN VỮNG TÀU

1.1. Giới thiệu tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân Đội

Tên đầy đủ bằng tiếng việt: Ngân hàng thương mại cổ phần Quân Đội

Tên đầy đủ bằng tiếng anh: Military Commercial Joint Stock Bank

Tên viết tắt: Ngân hàng Quân Đội (MB)

Ngày thành lập: 04/11/1994

Trụ sở chính: Tòa nhà MB, số 18 Lê Văn Lương, Phường Trung Hòa, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội, Việt Nam

Vốn điều lệ: 52.140.841 triệu đồng

Website: www.MBBank.com.vn

1.1.1. Lịch sử phát triển của Ngân hàng TMCP Quân Đội

Giai đoạn 1994 - 2004

Từ ý tưởng ban đầu là xây dựng một tổ chức tín dụng phục vụ doanh nghiệp quân đội trong nhiệm vụ sản xuất kinh doanh thời kỳ tiền hội nhập. Ngày 4/11/1994, Ngân hàng TMCP Quân đội được thành lập với số vốn gần 20 tỷ đồng, 25 nhân sự và một điểm giao dịch duy nhất tại 28A Điện Biên Phủ, Hà Nội.

Mười năm đầu (1994-2004) là giai đoạn mang tính “mở lối” định hình phương châm hoạt động, xác định chiến lược kinh doanh và xác định thương hiệu. Kiên định với mục tiêu và tầm nhìn dài hạn, MB áp dụng linh hoạt các giải pháp hợp lý để từng bước tích lũy kinh nghiệm và năng lực tài chính, từng bước khẳng định vai trò và có những đóng góp quan trọng vào sự phát triển của nền kinh tế, góp phần thực hiện nhiệm vụ kinh tế - quốc phòng của Quân đội. MB đã vững vàng vượt qua cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á năm 1997 và là ngân hàng cổ phần duy nhất có lãi; năm 2004, tròn 10 năm thành lập, tổng vốn huy động của MB tăng gấp trên 500 lần, tổng tài sản trên 7.000 tỷ đồng, lợi nhuận trên 500 tỷ và khai trương trụ sở mới to đẹp hơn tại số 3 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.

Giai đoạn 2005 - 2009

Giai đoạn này đánh dấu bước chuyển mình quan trọng, tạo nền tảng quan trọng để vươn lên phát triển mạnh mẽ trong những năm tiếp theo. Trong giai đoạn này, MB áp dụng một loạt các giải pháp đổi mới tổng thể từ mở rộng quy mô hoạt động, phát triển mạng lưới, đầu tư công nghệ, tăng cường nhân sự, hướng mạnh về khách hàng với việc tách bạch chức năng quản lý và chức năng kinh doanh giữa Hội sở và CN, tổ chức lại đơn vị kinh doanh theo nhóm khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ, nguồn vốn và kinh doanh tiền tệ... có thể nói, giai đoạn 2005 – 2009 đã tạo cơ sở vững chắc để MB đẩy mạnh triển khai các sáng kiến chiến lược sau này, góp phần đưa MB trở thành một trong những định chế tài chính hàng đầu Việt Nam hiện nay. Năm 2009, đánh dấu 15 năm phát triển, MB vinh dự nhận Huân chương Lao động Hạng Ba do Chủ tịch nước trao tặng.

Giai đoạn 2010 - 2016

Năm 2010 là bước ngoặt quan trọng đưa MB ghi dấu ấn trở thành một trong những ngân hàng hàng đầu Việt Nam sau này. MB bắt đầu nghiên cứu xây dựng chiến lược giai đoạn mới 2011 – 2015, với kỳ vọng đưa MB vào TOP 3 ngân hàng TMCP không do nhà nước nắm cổ phần chi phối. Đây cũng là giai đoạn hết sức khó khăn của nền kinh tế. Dưới tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, Ngành Ngân hàng thực hiện tái cấu trúc mạnh mẽ, nhiều ngân hàng suy giảm lợi nhuận, thậm chí phải sát nhập, bán lại với giá 0 đồng. Trong bối cảnh đó, MB kiên định với chiến lược phát triển bền vững, an toàn đã vươn lên dẫn đầu về nhiều chỉ tiêu tài chính quan trọng, hoàn thành mục tiêu nằm trong TOP 3 trước 2 năm – vào năm 2013.

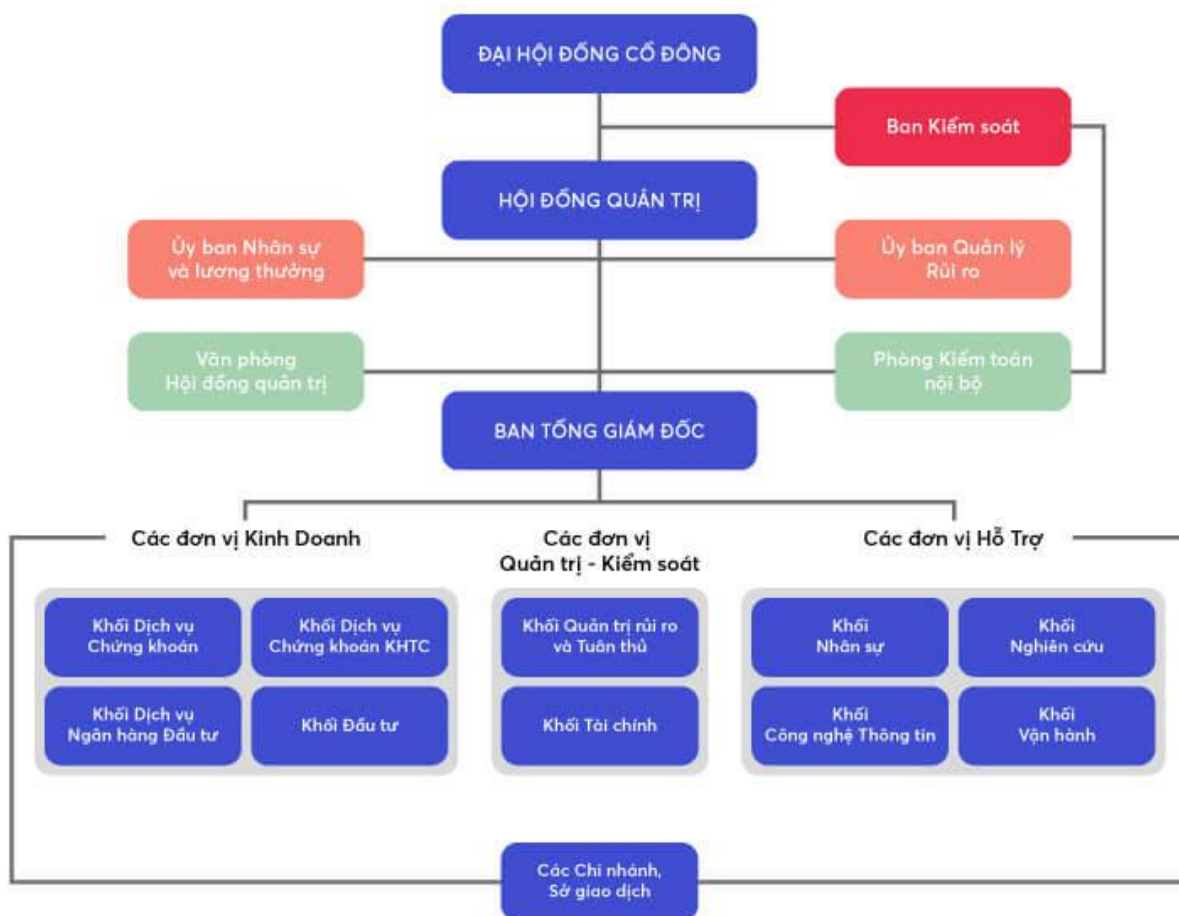
Với những thành quả đã đạt được, năm 2014, MB vinh dự đón nhận Huân chương Lao động Hạng Nhất. Đến năm 2015, tiếp tục được Phong tặng danh hiệu Anh Hùng Lao động.

Năm 2017 - Nay

Đây là năm mở đầu quan trọng của giai đoạn chiến lược mới 2017 - 2021, trong đó MB định hướng tầm nhìn “Trở thành ngân hàng thuận tiện nhất” với mục tiêu đến năm 2021 sẽ nằm trong Top 5 hệ thống Ngân hàng Việt Nam hiệu quả kinh doanh và an toàn

Năm 2018, với phương châm “Đổi mới, hiện đại, hợp tác, bền vững”, Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) đã hoàn thành xuất sắc các nhiệm vụ, chỉ tiêu kinh doanh đề ra từ đầu năm. Trong đó, đáng chú ý là lợi nhuận trước thuế đạt 7.767 tỷ đồng, tăng 68% so với năm 2017. Bên cạnh việc hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu kinh doanh, MB cũng hoàn thành xuất sắc các mục tiêu lớn đặt ra gồm: triển khai chiến lược 2017 - 2021; chuyển dịch ngân hàng số với 2,6 triệu users đang hoạt động với sản phẩm chủ lực nhiều tiện ích là ứng dụng App MBBank; thay đổi nhận diện hình ảnh cho 100% điểm giao dịch, triển khai quyết liệt các dự án nhằm tăng trưởng đột phá. MB đang được thực hiện mạnh mẽ ở ngân hàng mẹ và các công ty thành viên, tạo nên tinh thần làm việc sáng tạo, hạnh phúc và hiệu quả hơn.

1.1.2. Cơ cấu tổ chức



(Nguồn: MBBank.com)

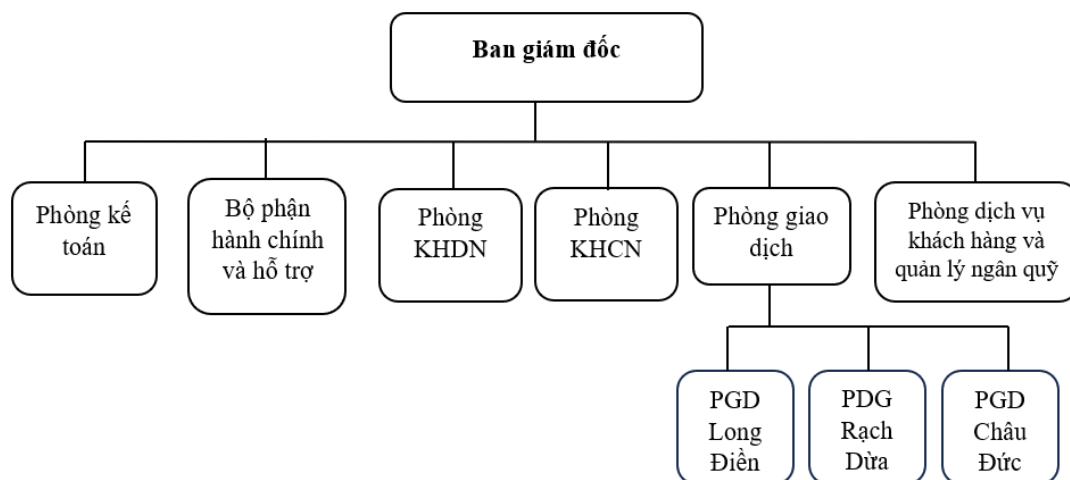
Hình 1. 1: Sơ đồ tổ chức của Ngân hàng TMCP Quân Đội

1.2. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu

Ngân hàng TMCP Quân Đội CN Vũng Tàu được thành lập vào ngày 25/07/2007 đến nay đã được 18 năm. Với chức năng nhiệm vụ được giao như là: huy động vốn, cho vay, bảo lãnh, kinh doanh ngoại tệ... và thực hiện các nhiệm vụ khác. Qua các năm hoạt động CN đã đạt được sự tăng trưởng cao và toàn diện trên các chỉ tiêu kinh doanh giữ vững vị trí hàng đầu ở Vũng Tàu. Sau 18 năm hoạt động quy mô CN đã lớn hơn rất nhiều về cả cơ cấu tổ chức, nhân sự, doanh số hoạt động, cơ sở vật chất... MB - CN Vũng Tàu hoạt động trên địa bàn thành phố Vũng Tàu tại địa chỉ số 81 Nguyễn Thái Học, Phường 7, Thành Phố Vũng Tàu. Đây là vị trí trung tâm thành phố, dân cư đông đúc, thuận tiện cho người dân. Với lợi thế là ngân hàng của quân đội, MB - CN Vũng Tàu đã phát huy tối đa vai trò của một ngân hàng đa năng.

MB Vũng Tàu luôn bám sát định hướng, chiến lược của MB trở thành doanh nghiệp số, tập đoàn tài chính dẫn đầu, lấy khách hàng là trung tâm; chú trọng chất lượng dịch vụ và luôn đạt điểm cao trong các kỳ đánh giá. Phát triển các dịch vụ như thanh toán quốc tế, bảo lãnh, ngân hàng số, kiều hối v.v... Đến nay, MB Vũng Tàu duy trì nguồn thu ngoài lãi ổn định, dịch chuyển dần cơ cấu tăng tỷ trọng thu ngoài lãi trong tổng thu của CN.

Cơ cấu tổ chức



(Nguồn: Bộ phận nhân sự MB – CN Vũng Tàu)

Hình 1. 2: Sơ đồ tổ chức của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu

Chức năng, nhiệm vụ các phòng ban trong CN:

Ban giám đốc: Ban giám đốc có nhiệm vụ quản lý và điều hành mọi hoạt động của CN, hướng dẫn chỉ đạo thực hiện đúng chức năng nhiệm vụ và phạm vi hoạt động của cấp trên giao. Được quyết định những vấn đề liên quan đến tổ chức, bổ nhiệm, bãi nhiệm, khen thưởng và kỷ luật...cán bộ, công nhân viên của đơn vị. Cũng như việc xử lý hoặc kiến nghị với các cấp có thẩm quyền, xử lý các tổ chức hoặc cá nhân vi phạm chế độ tiền tệ, tín dụng thanh toán của CN.

Đại diện CN kí kết các hợp đồng với khách hàng. Phối hợp với các tổ chức đoàn thể lãnh đạo trong phong trào thi đua và bảo đảm quyền lợi của cán bộ công nhân viên trong CN theo chế độ quy định. Quản lý và quyết định những vấn đề về cán bộ, thuộc bộ máy CN theo sự phân công ủy quyền của tổng giám đốc.

Phòng kế toán: Thực hiện quản lý tài chính, quản lý tài sản CN. Tổ chức công tác hạch toán, công tác cân đối vốn. Tổ chức thực hiện công tác huy động vốn, lãi suất huy động, thực hiện công tác công nghệ thông tin cho CN.

Bộ phận hành chính và hỗ trợ: Thực hiện công tác tổ chức nhân sự, quản trị, hành chính và đảm bảo an toàn vệ sinh cho cơ quan. Đề xuất soạn thảo văn bản về quản lý hành chính. Xây dựng nội quy, quy chế hành chính của CN phù hợp với quy định của Ngân hàng Quân Đội. Quản lý và sử dụng con dấu CN. Tiếp nhận đăng ký, chuyển phát, sao chụp, lưu trữ, tổng hợp các văn bản đi và văn bản đến của CN.

Tham mưu cho giám đốc trong việc mua sắm, sửa chữa tài sản và thực hiện quản lý tài sản trang thiết bị của CN và tổ chức thực hiện khi có phê duyệt của các cấp thẩm quyền trong ngân hàng Quân Đội. Xây dựng công tác bảo vệ tài sản của CN và khách hàng, giữ gìn an ninh, thực hiện công tác phòng cháy chữa cháy cho CN. Thực hiện giữ gìn vệ sinh nơi làm việc, cung cấp nước uống và các phương tiện sinh hoạt trong cơ quan. Điều động xe phục vụ hoạt động của CN.

Phòng quan hệ khách hàng doanh nghiệp: tổ chức, quản lý và thực hiện nghiệp vụ cấp tín dụng, bảo lãnh đối với khách hàng bao gồm các nghiệp vụ cho vay, cầm cố, chiết khấu, bảo lãnh và cam kết thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến thanh toán LC, nhờ thu

theo quy định của Ngân hàng Quân Đội, quản lý rủi ro trong kinh doanh. Quản lý, phát triển và cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng doanh nghiệp. Quản lý tỷ giá hối đoái, biểu phí dịch vụ, tiếp thị và mở rộng thị trường. Huy động vốn, khai thác dịch vụ khách hàng của các khách hàng doanh nghiệp. Thực hiện công tác tín dụng bảo lãnh. Thực hiện công tác kinh doanh ngoại tệ và dịch vụ thanh toán quốc tế. Xây dựng và trình kế hoạch về quảng cáo sản phẩm dịch vụ Ngân Hàng.

Phòng khách hàng cá nhân: Tổ chức quản lý và thực hiện nghiệp vụ tín dụng, bảo lãnh đối với khách hàng bao gồm các nghiệp vụ cho vay, cầm cố, chiết khấu, bảo lãnh, cam kết, quản lý rủi ro trong kinh doanh, quản lý phát triển và cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng cá nhân. Huy động vốn, khai thác các dịch vụ khách hàng của khách hàng cá nhân. Nghiên cứu thẩm định, đề xuất và trình phê duyệt (cho vay, cầm cố, chiết khấu, bảo lãnh và cam kết) cho khách hàng theo quy định của Ngân Hàng.

Dịch vụ khác hàng và quản lý ngân quỹ: Soạn thảo các giấy tờ liên quan đến hồ sơ vay của khách hàng sau khi nhận kết quả từ Bộ phận thẩm định, như hợp đồng tín dụng, khế ước cho vay, hợp đồng thế chấp tài sản đảm bảo, quyết định cho vay, hợp đồng giải ngân,... Thực hiện công chứng các loại giấy tờ bắt buộc theo quy định của MB - CN Vững Tầu. Hoàn thiện thủ tục giải ngân.

Phòng giao dịch: Phòng làm nhiệm vụ tiếp nhận, xử lý các thanh toán của khách hàng tới giao dịch, trực tiếp chi trả các giao dịch tiền mặt có giá trị nhỏ dưới 300 triệu đồng, giải đáp, hỗ trợ, tư vấn khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ Ngân Hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 đã cung cấp cái nhìn tổng quát và chi tiết về Ngân hàng TMCP Quân Đội (MB) và CN Vũng Tàu. Qua việc điếm lại lịch sử hình thành và phát triển của MB, có thể nhận thấy ngân hàng đã trải qua một quá trình phát triển bền vững, không ngừng đổi mới và mở rộng, khẳng định vị thế của mình trong hệ thống ngân hàng Việt Nam. Cùng với đó, cơ cấu tổ chức chặt chẽ, linh hoạt của MB giúp ngân hàng duy trì hoạt động hiệu quả trong môi trường tài chính đầy cạnh tranh.

Đặc biệt, việc tìm hiểu về Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu đã làm rõ hơn vai trò và sự phát triển của CN trong bối cảnh kinh tế địa phương. Cơ cấu tổ chức của CN được xây dựng phù hợp, đáp ứng nhu cầu của khách hàng và thích ứng với sự biến đổi của thị trường. Những yếu tố này đóng góp quan trọng vào việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng chất lượng cao tại khu vực Vũng Tàu.

Thông qua chương này, không chỉ hiểu rõ về sự hình thành và phát triển của ngân hàng mà còn nhận diện được những yếu tố cốt lõi, từ cơ cấu tổ chức đến chiến lược hoạt động của CN Vũng Tàu, làm cơ sở để tiếp tục nghiên cứu và phân tích sâu hơn về những cơ hội và thách thức mà ngân hàng sẽ phải đối mặt trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

2.1. Hoạt động cơ bản của Ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại kinh doanh tiền tệ chủ yếu thông qua các hoạt động cơ bản: huy động, tín dụng, thanh toán và cung cấp các dịch vụ khác.

2.1.1 Hoạt động huy động vốn

Huy động vốn là hoạt động tạo nguồn vốn cho NHTM, đồng thời đóng vai trò quan trọng, ảnh hưởng tới chất lượng hoạt động của ngân hàng. Vốn huy động có vai trò rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh của NHTM, nguồn vốn này luôn biến động nên ngân hàng không được phép sử dụng hết số vốn đó vào kinh doanh và phải dự trữ với một tỷ lệ thích hợp đảm bảo khả năng thanh toán.

Vốn của NHTM gồm vốn chủ sở hữu, các quỹ và nguồn vốn huy động. Mỗi loại vốn đều có một tính chất và vai trò riêng trong tổng nguồn vốn hoạt động của ngân hàng thương mại. Huy động vốn có thể được xem là một trong những nghiệp vụ xuất hiện sớm nhất trong hoạt động của các ngân hàng thương mại. Cho đến nay huy động vốn vẫn là một trong những hoạt động cốt lõi và liên quan đến sự tồn tại và phát triển của các NHTM.

2.1.2 Hoạt động sử dụng vốn

Cũng như tất cả các tổ chức trong nền kinh tế với mục tiêu chính là lợi nhuận, các ngân hàng nỗ lực tìm kiếm nguồn vốn để sử dụng nhằm thu lợi nhuận. Việc sử dụng vốn chính là quá trình tạo nên tài sản của ngân hàng. Trong đó cho vay và đầu tư là hai loại hoạt động lớn và quan trọng nhất.

Tín dụng là hoạt động chiếm tỉ trọng lớn nhất trong cơ cấu tài sản của ngân hàng và cũng là hoạt động mang lại nhiều lợi nhuận nhất. Biểu hiện của hoạt động tín dụng là dưới các hình thức: Ngân hàng cho vay, bảo lãnh, cho thuê tài chính, chiết khấu các giấy tờ có giá.

Khoản mục cơ bản trong hoạt động đầu tư của ngân hàng là: Đầu tư chứng khoán. Danh mục đầu tư này mang lại cho ngân hàng lợi nhuận cao và đáp ứng tính thanh khoản,

song rủi ro khá lớn. Chứng khoán ngân hàng đầu tư thường là chứng khoán của Chính phủ hoặc chứng khoán của các công ty, ngân hàng khác.

2.1.3 Hoạt động dịch vụ của ngân hàng

Ngân hàng là một tổ chức cung cấp các danh mục tài chính đa dạng nhất. Một số dịch vụ như : Trao đổi, mua bán ngoại tệ, ngân hàng thực hiện dịch vụ thanh toán và quản lý ngân quỹ dưới các hình thức như: Mở tài khoản cho khách hàng, cung ứng các phương tiện thanh toán, thực hiện các dịch vụ thanh toán trong và ngoài nước, thực hiện thu hộ và chi hộ; thu và phát tiền mặt cho khách hàng hoặc thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định của NHNN.

2.2. Đặc điểm của ngân hàng thương mại

NHTM là một doanh nghiệp đặc biệt. Nét đặc biệt của doanh nghiệp ngân hàng được thể hiện ở các nội dung sau:

Lĩnh vực kinh doanh của ngân hàng là tiền tệ, tín dụng và dịch vụ ngân hàng. Đây là lĩnh vực “đặc biệt” vì trước hết nó liên quan trực tiếp đến tất cả các ngành, liên quan đến mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội. Mặt khác, lĩnh vực tiền tệ - ngân hàng là lĩnh vực rất “nhạy cảm”, nó đòi hỏi một sự thận trọng trong điều hành hoạt động ngân hàng để tránh những thiệt hại cho nền kinh tế - xã hội. Chất liệu kinh doanh của ngân hàng là tiền tệ, mà tiền tệ là công cụ được nhà nước sử dụng để quản lý vĩ mô nền kinh tế, nó quyết định đến sự phát triển hoặc suy thoái của cả một nền kinh tế, do đó chất liệu này được nhà nước kiểm soát rất chặt chẽ.

Là một doanh nghiệp, nhưng nguồn vốn chủ yếu mà ngân hàng sử dụng trong kinh doanh là vốn huy động từ bên ngoài, trong khi đó vốn riêng của ngân hàng lại chiếm tỷ trọng rất thấp trong tổng nguồn vốn kinh doanh.

Trong tổng tài sản của ngân hàng, tài sản hữu hình chiếm tỷ trọng rất thấp, mà chủ yếu là tài sản vô hình. Nó tồn tại dưới hình thức các tài sản tài chính, chẳng hạn như các loại kỳ phiếu, cổ phiếu, hợp đồng tín dụng, khế ước nhận nợ và các loại giấy tờ có giá trị khác.

Hoạt động kinh doanh của NHTM chịu sự chi phối rất lớn bởi chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương. Một NHTM không thể mở rộng hoạt động kinh doanh khi ngân hàng trung ương đang áp dụng chính sách đóng băng tiền tệ, hạn chế lạm phát và ngược lại. Do đó, việc ngân hàng mở rộng hay thu hẹp hoạt động kinh doanh của mình đều phải chịu sự chi phối bởi chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương.

NHTM là một trung gian tín dụng, đóng vai trò một tổ chức trung gian đứng ra tập trung, huy động các nguồn vốn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi trong nền kinh tế, biến nó thành nguồn vốn tín dụng để cho vay đáp ứng nhu cầu vốn kinh doanh và vốn đầu tư cho các ngành kinh tế, nhu cầu vốn tiêu dùng của toàn xã hội. Như vậy, có thể nói NHTM là nhịp cầu nối liền những chủ thể thừa vốn (các cá nhân có thu nhập nhưng chưa có nhu cầu sử dụng, các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế vừa tiêu thụ được sản phẩm nhưng chưa có nhu cầu nhập vật tư, hàng hóa) với các chủ thể thiếu vốn (những cá nhân phát sinh nhu cầu nhưng thu nhập lại chưa có, hay các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế đang cần nhập vật tư, nguyên liệu nhưng chưa tiêu thụ được sản phẩm).

2.3. Những vấn đề cơ bản về huy động vốn

2.3.1. Khái niệm

Huy động vốn là một trong các nghiệp vụ tạo nên nguồn vốn của NHTM. Thông qua việc ngân hàng nhận ký thác và quản lý các khoản tiền từ khách hàng theo nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi đáp ứng nhu cầu vốn trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Huy động vốn là hoạt động tạo nguồn vốn cho NHTM, chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng nguồn vốn nên đóng vai trò quan trọng, ảnh hưởng đến quy mô và hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. NHTM mua quyền sử dụng các khoản vốn tạm thời nhàn rỗi của khách hàng trong một thời gian nhất định với trách nhiệm hoàn trả đầy đủ và chi phí phải trả cho khách hàng dưới hình thức lãi tiền gửi.

2.3.2. Đặc điểm

Các chủ thể tham gia trong nghiệp vụ huy động vốn bao gồm: NHTM với vị thế là người huy động vốn và khách hàng (cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp...) với vị thế là người cung cấp vốn huy động cho ngân hàng.

Hình thức huy động vốn của NHTM ngày càng đa dạng đáp ứng yêu cầu của các chủ thể trong nền kinh tế. NHTM có thể huy động vốn bằng các hình thức như:

Nhận tiền gửi không kỳ hạn, nhận tiền gửi có kỳ hạn và phát hành giấy tờ có giá (kỳ phiếu, trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi). Khi khách hàng có yêu cầu rút tiền thì ngân hàng sẽ hoàn trả lại số tiền gốc đã huy động và trả cho khách hàng một khoản tiền lãi phát sinh từ việc gửi tiền tại ngân hàng. Khoản tiền lãi này chính là chi phí mà ngân hàng phải trả khi thực hiện huy động vốn của khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định.

Huy động vốn là nghiệp vụ có tính hoàn trả vì NHTM là người đi vay vốn, chỉ được quyền sử dụng số vốn đó trong một khoảng thời gian nhất định, mà không có quyền sở hữu nên có trách nhiệm hoàn trả lại cho khách hàng khi đến hạn hoặc ngay khi khách hàng có yêu cầu. Các hình thức huy động vốn được xác định là một hình thức đầu tư an toàn trong điều kiện nền kinh tế thị trường. Lãi suất huy động vốn là yếu tố tích cực kích thích huy động vốn từ các chủ thể trong nền kinh tế.

Nguồn vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng nguồn vốn của NHTM đóng vai trò quan trọng nhưng cũng không kém phần rủi ro cho NHTM. Nếu ngân hàng không có chiến lược quản trị thanh khoản tốt sẽ dễ dẫn đến tình trạng thừa và thiếu hụt thanh khoản vượt mức giới hạn cho phép, hoặc nếu như khách hàng rút vốn hàng loạt tại cùng một thời điểm, dẫn đến nguy cơ gây ra sụp đổ và phá sản của hệ thống ngân hàng

Nghiệp vụ huy động vốn chỉ có thể thực hiện khi có sự tin tưởng, tín nhiệm của khách hàng dành cho ngân hàng. Vì thế ngân hàng phải tuân thủ nghiêm ngặt vấn đề bảo mật thông tin khách hàng, quy trình huy động vốn và sử dụng vốn huy động cần có sự kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo tính an toàn cho tài sản của khách hàng.

2.3.3. Nguyên tắc huy động vốn

Do nguồn vốn huy động là nguồn vốn chủ yếu, chiếm tỷ trọng lớn, các NHTM hiện nay đều đưa ra những chính sách huy động vốn có tính cạnh tranh cao để tập trung thu hút nguồn vốn trong nền kinh tế. Do vốn huy động thực chất là tài sản bằng tiền của các chủ sở hữu nên việc huy động và sử dụng nguồn vốn này phải tuân thủ các nguyên tắc cơ bản sau đây:

Hoàn trả: là nguyên tắc cơ bản, theo đó NHTM phải có trách nhiệm hoàn trả cho khách hàng khi có yêu cầu hoặc khi đáo hạn. Nhờ vậy sẽ tạo được lòng tin nơi khách hàng để họ yên tâm gửi tiền vào ngân hàng đảm bảo an toàn. Để hoàn trả cho khách hàng NHTM cần có biện pháp sử dụng vốn an toàn, hiệu quả. Trong trường hợp do kinh doanh thua lỗ NHTM bị phá sản thì việc hoàn trả tiền cho khách hàng được thực hiện thông qua bảo hiểm tiền gửi. Thông thường hầu hết các nước trên thế giới khi nhận tiền gửi của khách hàng các NHTM đều phải mua bảo hiểm tiền gửi tại tổ chức bảo hiểm tiền gửi với mức phí theo quy định. Nếu NHTM bị phá sản thì tổ chức bảo hiểm tiền gửi sẽ hoàn trả tiền gửi cho khách hàng theo mức chi trả tối đa theo quy định trong từng thời kỳ. Với cơ chế bảo hiểm tiền gửi nêu trên, không chỉ đảm bảo quyền lợi cho khách hàng, mà còn góp phần ngăn ngừa rủi ro và giữ vững an toàn cho hệ thống ngân hàng.

Trả lãi: NHTM không chỉ phải hoàn trả vốn gốc mà còn phải có trách nhiệm trả lãi cho khách hàng, cho dù ngân hàng kinh doanh có lãi hoặc lỗ. Nguyên tắc này đảm bảo cho người gửi tiền được bảo toàn vốn và có thu nhập thích đáng dưới hình thức lãi. Cho nên gửi tiền tiết kiệm vào ngân hàng, hoặc mua kỳ phiếu, trái phiếu do ngân hàng phát hành đều là những hình thức đầu tư hiệu quả, và đảm bảo an toàn.

Bảo mật: đây là nguyên tắc quan trọng, đồng thời cũng là yêu cầu đòi hỏi khách quan NHTM phải bảo mật thông tin tiền gửi của khách hàng. Theo nguyên tắc này, NHTM phải giữ bí mật tài khoản của khách hàng, tình hình số dư và biến động tài khoản tiền gửi của khách hàng trừ trường hợp có yêu cầu của cơ quan chức năng. Giữ bí mật về tình hình biến động tài khoản tiền gửi khách hàng trở thành một trong những tiêu chuẩn hàng đầu của các ngân hàng trên thế giới.

2.3.4. Vai trò của huy động vốn

Đối với nền kinh tế

NHTM là kênh cung ứng vốn quan trọng hàng đầu của nền kinh tế. Thông qua huy động vốn của ngân hàng, các khoản tiền nhàn rỗi, nhỏ của các đối tượng trong nền kinh tế tập trung thành một khối lượng vốn lớn, sử dụng vốn cho vay đầu tư sinh lời đáp ứng cho các yêu cầu của nền kinh tế - xã hội. Hầu hết các nước trên thế giới nguồn vốn huy động

của các ngân hàng luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của nền kinh tế. Vì vậy nguồn vốn NHTM đã góp phần đáng kể trong việc thúc đẩy kinh tế phát triển.

Với nghiệp vụ huy động vốn, NHTM có điều kiện tiếp cận và thu hút một khối lượng khách hàng rất lớn đến với NHTM. Có tác dụng kích thích, khơi dậy các tiềm năng về vốn huy động đến mức cao nhất của các nguồn vốn trong nền kinh tế.

Bên cạnh đó, thông qua việc quản lý thu chi tiền cho khách hàng, NHTM góp phần kiểm soát lạm phát và các hoạt động của nền kinh tế, cũng như diễn biến, xu hướng biến động trong nền kinh tế để Nhà nước kịp thời đưa ra giải pháp hợp lý.

Thông qua huy động vốn, NHTM phát hành chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, trái phiếu, góp phần tạo nên hàng hóa trên thị trường tài chính

Đối với NHTM

Vốn huy động, chiếm tỷ trọng đáng kể trong tài sản nợ của NHTM, tạo nên nguồn vốn quan trọng của NHTM. Huy động vốn là nền tảng, quyết định đến sự tồn tại, phát triển của NHTM. Thông qua nghiệp vụ huy động vốn, NHTM hình thành nguồn vốn đáp ứng nhu cầu kinh doanh, thực hiện các nghiệp vụ cho vay, tài trợ, đầu tư, kinh doanh ngoại tệ, thanh toán, ủy thác... tạo ra nguồn lợi nhuận cho NHTM, đảm bảo cho sự phát triển vững mạnh của NHTM.

Vốn huy động là tài sản bằng tiền của các chủ sở hữu (bao gồm của pháp nhân và thể nhân) gửi vào ngân hàng, mà ngân hàng đang tạm thời quản lý và sử dụng. Quy mô huy động vốn càng lớn thì khả năng cấp tín dụng càng cao.

Huy động vốn là cơ sở để ngân hàng thu hút khách hàng đến giao dịch, góp phần nâng cao uy tín và thương hiệu của ngân hàng.

Đối với khách hàng

Nghiệp vụ huy động vốn giúp cho khách hàng thuận lợi trong việc tích lũy để dành các khoản thu nhập nhàn rỗi chưa sử dụng cho mục tiêu hay nhu cầu tài chính đã dự định trong tương lai.

Với những hình thức huy động vốn phong phú của ngân hàng, khách hàng dễ dàng lựa chọn một hình thức huy động phù hợp theo yêu cầu về lãi suất, thời hạn, cách tính lãi và thanh toán lãi, mục đích... Bên cạnh đó, những hình thức này đương nhiên quy định một hợp đồng kinh tế được ký kết hay thỏa ước giữa ngân hàng và khách hàng, nhằm bảo vệ quyền lợi chính đáng của khách hàng là được hưởng lãi và đảm bảo an toàn về tài sản. Có thể nói đây là hình thức đầu tư an toàn, không thể thiếu được trong danh mục đầu tư của bất kì nhà đầu tư trên thị trường tài chính.

Lãi suất ngân hàng được coi là thu nhập tối thiểu, là cơ sở để so sánh với thu nhập của các hình thức đầu tư khác trên thị trường trước khi nhà đầu tư quyết định lựa chọn hình thức đầu tư hợp lý.

Đối với khách hàng, việc nắm giữ quyền sở hữu các chứng chỉ tiền gửi, sổ tiết kiệm, kỳ phiếu, trái phiếu, cũng như các chứng từ có giá khác... ngoài việc được hưởng lãi, họ còn có thể dễ dàng mua bán chuyển nhượng các chứng từ có giá trên thị trường, tạo nên tính thanh khoản cao cho người sở hữu nó. Nhờ vậy khách hàng có thể dễ dàng chuyển đổi các tài sản này thành tiền mặt bất cứ lúc nào bằng cách cầm cố, chiết khấu cho NHTM hoặc bán lại trên thị trường tiền tệ.

Nghịệp vụ huy động vốn của NHTM tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng có thể tiếp cận những tiện ích của các dịch vụ ngân hàng, bảo đảm đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú, đa dạng của khách hàng khi đến giao dịch với NHTM.

2.4. Các hình thức huy động vốn chủ yếu của ngân hàng thương mại

2.4.1. Tiền gửi không kỳ hạn

Khái niệm

Tiền gửi không kỳ hạn là hình thức tiền gửi mà khách hàng gửi vào NHTM với mục đích để được ngân hàng thanh toán và thu chi hộ theo yêu cầu của khách hàng.

Hình thức tiền gửi này đã xuất hiện rất lâu và gắn liền với sự xuất hiện của NHTM thời sơ khai, xuất phát từ nhu cầu thanh toán, chuyển tiền và phát triển cho đến ngày nay. Đây là nguồn vốn tiềm năng có quy mô lớn mà chi phí huy động vốn thấp nhất, gắn liền và liên quan đến hầu hết mọi hoạt động giao dịch của ngân hàng.

Đặc điểm

Khách hàng được phép rút ra bất cứ lúc nào, hoặc có thể yêu cầu ngân hàng thực hiện thanh toán mà không hạn chế số lần giao dịch. Đây là loại tiền gửi mà chủ tài khoản chủ động và linh hoạt trong thanh toán như: lập lệnh chuyển tiền, phát hành séc, hoặc các hình thức thanh toán khác như ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu... tự do rút tiền từ tài khoản mà không cần báo trước hoặc rút tiền tại các máy ATM. Tại một số nước trên thế giới khách hàng sử dụng tài khoản tiền gửi này chủ yếu là phát hành séc cho nên còn được gọi là "tài khoản tiền gửi có thể phát hành séc". Đối tượng sử dụng là các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân... Thông thường khách hàng có xu hướng mở tài khoản tại các NHTM có quy mô lớn, mạng lưới rộng khắp, sản phẩm đa dạng, công nghệ hiện đại.

Do khách hàng có thể gửi tiền vào, rút ra và thanh toán chuyển khoản bất cứ lúc nào, mà không bị giới hạn số lần gửi, rút hay thanh toán, nên nguồn vốn này luôn biến động. Tuy nhiên tại một thời điểm nhất định khách hàng vẫn luôn duy trì số dư tiền gửi nhất định, nên NHTM có thể sử dụng nguồn vốn này cấp tín dụng ngắn hạn. Do số dư tiền gửi thanh toán thường xuyên biến động, để đảm bảo an toàn thì NHTM thực hiện dự trữ bắt buộc với tỷ lệ cao hơn so với các loại tiền gửi khác.

Tại Việt Nam, loại tiền gửi giao dịch được thể hiện dưới hình thức tiền gửi thanh toán. Đây là hình thức tiền gửi khá phổ biến huy động vốn doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, cá nhân. Chủ yếu huy động những khoản tiền gửi vào với mục đích chi tiêu trong kinh doanh hoặc thực hiện các nhu cầu cá nhân. Mục đích của người gửi không phải là được hưởng lãi mà chủ yếu để được NHTM cung cấp các dịch vụ thanh toán đồng thời đảm bảo an toàn về tài sản. Tất cả khách hàng đều được ngân hàng cấp một mã số khách hàng – CIF (Customer Information File) để dễ dàng theo dõi quản lý và cập nhật thông tin vào hồ sơ của khách hàng.

Để quản lý tình hình biến động của tiền gửi thanh toán, NHTM mở tài khoản tiền gửi thanh toán hay còn gọi là tài khoản tiền gửi không kỳ hạn, khách hàng phải đảm bảo duy trì số dư tối thiểu trên tài khoản; mỗi lần giao dịch có thể làm tăng hay giảm số dư có trên tài khoản tiền gửi tại NHTM sẽ báo có, báo nợ...

Cách tính lãi:

Số dư có trên tài khoản luôn biến động nên NHTM áp dụng cách tính lãi với số dư ổn định tương ứng với số ngày ổn định. Lãi sẽ được tính và thanh toán định kỳ vào một ngày cuối mỗi tháng, tiền lãi sẽ được ngân hàng tự động ghi có vào tài khoản tiền gửi cho khách hàng.

Công thức:

Lãi tiền gửi thanh toán: $I = \sum_{t=1}^n Di * Ni * r$

Trong đó:

Di: Số dư có tài khoản tiền gửi khách hàng ngày i của trong tháng.

Ni: Số ngày có mức dư có Di ổn định.

r : Lãi suất tiền gửi thanh toán (tháng, năm).

Tiện ích

- Khách hàng nộp tiền mặt vào hoặc rút ra bất cứ lúc nào.
- Thanh toán chuyển khoản với các hình thức thanh toán phổ biến như ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, chuyển tiền...
- Khách hàng có thể sử dụng số tiền trên tài khoản tiền gửi thanh toán để đảm bảo mở L/C, ký quỹ, bảo lãnh thanh toán, vác nhận khả năng tài chính ...
- Đối với khách hàng được ngân hàng đồng ý cho vay thấu chi thì được phép sử dụng quá số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán.
- Có thể vay tiền chuyển vào tài khoản tiền gửi thanh toán, thu nợ và lãi vay từ tài khoản tiền gửi thanh toán.
- Sử dụng số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán chứng minh năng lực tài chính, đồng thời được sử dụng làm cơ sở bảo đảm tín dụng.
- Có thể dễ dàng chuyển đổi các hình thức tiền gửi.

2.4.2. Tiền gửi định kỳ

Khái niệm: Tiền gửi định kỳ (tiền gửi có kỳ hạn) là hình thức tiền gửi huy động các khoản tiền để dành tạm thời chưa sử dụng mà khi gửi vào khách hàng chỉ được rút ra sau một khoản thời gian nhất định.

Đặc điểm

Với hình thức tiền gửi này, khách hàng chỉ được rút tiền ra sau một kỳ hạn nhất định. Đây là nguồn vốn tương đối ổn định, xác định kỳ hạn cụ thể nên có thể được sử dụng không chỉ để cấp tín dụng ngắn hạn mà còn được sử dụng để cấp tín dụng trung dài hạn.

Mục đích gửi tiền là hưởng lãi, nên khách hàng có xu hướng chung chọn ngân hàng có lãi suất cao. Với lý do đó, các NHTM thường sử dụng công cụ lãi suất để huy động nguồn vốn này. Ngoài mục đích hưởng lãi, khách hàng còn gửi vào với mục đích để dự phòng cho tương lai và an toàn về tài sản.

Tiền gửi này chủ yếu do các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế... các khoản tiền nhàn rỗi, chưa có nhu cầu sử dụng ngay (chủ yếu với mục đích dự phòng và an toàn).

Tương tự như trên, hiện nay ở Việt Nam NHTM mở tài khoản tiền gửi có kỳ hạn và đồng thời ký hợp đồng tiền gửi có kỳ hạn. Đối tượng khách hàng chủ yếu là các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế và các NHTM gửi tiền vào ngân hàng với mục đích sinh lời từ khoản tiền tạm thời chưa sử dụng. Các ngân hàng sử dụng hình thức tiền gửi này khá phổ biến nhằm giải quyết tình trạng thừa và thiếu vốn nhằm đảm bảo tính thanh khoản cho ngân hàng.

Cách tính lãi: NHTM áp dụng cách tính lãi theo số dư trong thời gian gửi với lãi suất tiền gửi có kỳ hạn.

$$\text{Lãi tiền gửi kì hạn} = \text{Số dư TG} * \text{Thời hạn gửi} * \text{lãi suất TG có kì hạn}$$

Tiện ích

- Khách hàng có thể rút trước hạn một phần hay từng phần dưới hình thức tiền mặt hay thanh toán chuyển khoản.

- Khách hàng có thể sử dụng hợp đồng tiền gửi kỳ hạn để cầm cố vay hoặc chiết khấu tại các NHTM.
- Sử dụng các hợp đồng tiền gửi có kỳ hạn để chứng minh năng lực tài chính.
- Có thể chuyển đổi sang các hình thức tiền gửi khác, tùy theo quy định của từng NHTM.

2.4.3. Tiền gửi tiết kiệm

Khái niệm

Tiền gửi tiết kiệm là hình thức huy động vốn chủ yếu khoản tiền để dành của cá nhân được gửi vào ngân hàng với mục đích sinh lời và an toàn về tài sản. Tiền gửi tiết kiệm luôn chiếm tỷ trọng lớn tại các NHTM.

Các hình thức tiền gửi tiết kiệm

a. Tiền gửi tiết kiệm không kì hạn (Norn term saving deposit)

Khái niệm: Tiền gửi tiết kiệm không kì hạn là hình thức tiền gửi tiết kiệm mà người gửi được rút ra bất cứ lúc nào.

Đặc điểm

Đối tượng huy động chủ yếu là cá nhân các khoản tiền tạm thời chưa sử dụng. Khi gửi tiết kiệm kỳ hạn, khách hàng lập giấy nộp tiền (giấy gửi tiền) ghi rõ các thông tin yêu cầu như: họ tên, căn cước công dân, địa chỉ, số tiền, kỳ hạn gửi ... và chữ ký. Ngân hàng căn cứ vào giấy gửi tiền, sau khi nhận đủ tiền ngân hàng lập sổ tiết kiệm không kỳ hạn giao sổ cho khách hàng. Mỗi lần giao dịch khách hàng phải mang sổ tiết kiệm, như vậy ngân hàng không cần phải gửi giấy báo nợ, báo có khi số dư biến động.

Cách tính lãi:

$\text{Lãi TGTK không kỳ hạn} = \text{Số dư tiền gửi} * \text{Số ngày thực tế gửi} * \text{Lãi suất}$

Tiện ích:

- Có thể rút tiền bất cứ thời điểm nào, rút một phần hay toàn phần bằng tiền mặt hay thanh toán chuyển khoản.

- Dễ dàng chuyển đổi các hình thức tiền gửi, hoặc chuyển nhượng cho người khác.
- Có thể sử dụng để chứng minh năng lực tài chính.
- Khách hàng có thể sử dụng số tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn là tài sản bảo đảm để cầm cố thế chấp và vay ngân hàng.

b. Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn (term saving deposit)

Khái niệm: là hình thức tiền gửi tiết kiệm mà người gửi chỉ được rút ra sau một kỳ hạn nhất định. Ngân hàng có thể huy động dưới hình thức sổ tiết kiệm hay chứng chỉ tiền gửi.

Đặc điểm:

Người gửi tiền tiết kiệm chủ yếu là dân cư gửi vào với mục đích nhận lãi và đảm bảo an toàn tài sản. Huy động những khoản tiền tạm thời nhàn rỗi của cá nhân chưa sử dụng tại thời điểm hiện tại để dành tích lũy trong tương lai.

Khi gửi tiết kiệm kỳ hạn khách hàng lập giấy nộp tiền ghi rõ các thông tin yêu cầu như: họ tên, căn cước công dân, địa chỉ, số tiền, kỳ hạn gửi ... và chữ ký. Ngân hàng căn cứ vào giấy gửi tiền, sau khi nhận đủ tiền sẽ lập sổ tiết kiệm kỳ hạn và giao sổ tiền gửi cho khách hàng.

Mỗi lần gửi tiền thì khách hàng được cấp một sổ tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, như vậy ngân hàng không cần phải gửi giấy báo nợ, báo có khi số dư biến động. Mỗi một món tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn được ngân hàng theo dõi thẻ lưu chi tiết, vì mỗi món tiền có ngày đáo hạn khác nhau, lãi suất khác nhau tùy thuộc vào người gửi

Tiền gửi tiết kiệm thường là tiền tạm thời nhàn rỗi trong một thời gian nhất định, do đó loại tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn thường chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu nguồn vốn huy động của NHTM và mang tính ổn định hơn tiền gửi thanh toán. Với hình thức tiền gửi tiết kiệm kỳ hạn ngân hàng có thể sử dụng nguồn vốn cho vay ngắn, trung và dài hạn.

Cách tính lãi: **Lãi TGTK có kỳ hạn = Số dư TG * Thời hạn * Lãi suất**

Tiện ích

- Có thể rút trước hạn một phần hay toàn phần. Khi rút trước, tiền lãi khách hàng được hưởng Ngân hàng tính theo lãi suất tiền gửi không kỳ hạn.
- Có thể chuyển nhượng cho người khác hoặc cầm cố và chiết khấu tại các NHTM khác.
- Nếu đến hạn không rút ngân hàng tự động tính lãi nhập vốn và tái tục lại kỳ hạn tiếp theo với mức lãi suất tiền gửi tiết kiệm hiện hành.
- Có thể chuyển đổi các hình thức tiền gửi khác hoặc chuyển nhượng cho người khác.
- Sử dụng các sổ tiết kiệm chứng minh năng lực tài chính cơ sở bảo đảm tín dụng.

2.4.4. Huy động dưới hình thức phát hành chứng từ có giá

Khái niệm: Chứng từ có giá là giấy chứng nhận do NHTM phát hành để huy động vốn. Xác nhận nghĩa vụ trả nợ một số tiền trong một khoảng thời hạn nhất định với điều kiện trả lãi và các điều khoản cam kết khác giữa NHTM với người mua chứng từ có giá. Các NHTM có thể phát hành chứng từ trực tiếp hay thông qua tổ chức bảo lãnh phát hành

Hình thức:

Căn cứ vào thời hạn phát hành:

- Chứng từ có giá ngắn hạn: là các giấy tờ có giá có thời hạn dưới một năm bao gồm: kỳ phiếu, chứng chỉ tiền gửi ngắn hạn, tín phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác.
- Chứng từ có giá dài hạn: chứng chỉ tiền gửi dài hạn, trái phiếu và các giấy tờ có giá dài hạn khác.

Căn cứ vào cách trả lãi: giấy tờ có giá trả lãi trước (đầu kỳ), trả lãi sau (cuối kỳ) hoặc trả lãi định kỳ

Căn cứ vào loại tiền: giấy tờ có giá huy động bằng tiền trong nước hoặc gửi bằng vàng hoặc ngoại tệ

Căn cứ vào người sở hữu: NHTM phát hành giấy tờ có giá dưới hình thức chứng chỉ đích danh, chứng chỉ vô danh và ghi sổ. Trường hợp phát hành chứng từ có giá ghi sổ thì NHTM phải cấp cho người mua chứng nhận quyền sở hữu giấy tờ có giá.

Căn cứ vào khả năng chuyển đổi: NHTM phát hành trái phiếu được phép chuyển đổi thành cổ phiếu và trái phiếu không chuyển đổi thành cổ phiếu.

Đặc điểm

Đối tượng mua chứng từ có giá là tổ chức, cá nhân, doanh nghiệp

Người mua giấy tờ có giá với mục đích là sinh lời và đảm bảo an toàn tài sản

Các giấy tờ có giá phải có đầy đủ các thông tin cơ bản sau:

- + Tên NHTM phát hành
- + Tên gọi giấy tờ có giá (kỳ phiếu, chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu)
- + Ký hiệu, số sêri phát hành
- + Mệnh giá
- + Thời hạn
- + Ngày phát hành; ngày đến hạn
- + Lãi suất
- + Phương thức trả lãi
- + Thời điểm và địa điểm trả lãi
- + Ghi rõ giấy tờ có giá là đích danh hay vô danh, có chuyển đổi thành cổ phiếu hay không?
Có kèm theo chứng quyền hay không?
- + Các quy định về chuyển nhượng
- + Chữ ký của người có thẩm quyền
- + Một số các quy định khác

Tùy theo quy định của từng NHTM, người sở hữu chứng từ có thể yêu cầu thanh toán một phần hay toàn phần bằng tiền mặt hay chuyển khoản trước khi đến hạn thanh toán. Nếu đến hạn người sở hữu chứng từ có giá không đến xin thanh toán thì ngân hàng tự động tính lãi nhập vốn theo dõi và tính theo lãi suất tiền gửi không kỳ hạn.

Tiện ích

- Sử dụng các giấy tờ có giá chứng minh năng lực tài chính, cơ sở bảo đảm tín dụng
- Trong thời gian hiệu lực thanh toán người sở hữu giấy tờ có giá có thể chuyển nhượng cho người khác hoặc cầm cố và chiết khấu tại các NHTM

2.4.5. Vốn vay

Vay ngân hàng thương mại

Đây là khoản vay trực tiếp các ngân hàng khác hay thông qua thị trường liên ngân hàng với mục đích đáp ứng nhu cầu thiếu hụt vốn. Với nguồn vốn này ngân hàng có thể phải chấp nhận chi phí cao hơn vốn huy động. Vì vậy chỉ trong trường hợp ngân hàng thiếu vốn khả dụng trong thời gian ngắn, thì ngân hàng vay các NHTM khác để thoả mãn nhu cầu vốn khả dụng. Nếu NHTM không thoả mãn được nhu cầu đó từ phía các NHTM khác thì đi vay Ngân hàng trung ương.

Vay ngân hàng trung ương

Khi NHTM xảy ra tình trạng thiếu vốn có thể vay NHTM dưới hình thức tái cấp vốn, chiết khấu, tái chiết khấu hoặc cho vay thanh toán. Đây là nguồn vốn mà NHTM có được thông qua quan hệ vay mượn giữa NHTM với NHTW tùy theo tình hình thực thi chính sách tiền tệ thắt chặt hay mở rộng tiền tệ, các NHTM có thể vay NHTW vay ngắn hạn bổ sung vốn thiếu hụt hoặc vốn vay để thanh toán giữa các ngân hàng nhằm bù đắp những thiếu hụt tạm thời trong thanh toán hoặc các NHTM mang các giấy tờ có giá đến NHTW tái chiết khấu. NHTW thông qua nhu cầu vay vốn của NHTM, NHTW phát hành thêm tiền vào lưu thông, bổ sung vốn khả dụng cho NHTM là người cho vay cuối cùng nhằm cho các NHTM khi cần thiết hoặc đứng trước nguy cơ phá sản gây ảnh hưởng đến sự an toàn của hệ thống ngân hàng.

2.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng

2.5.1. Nhân tố khách quan

Môi trường kinh tế

Nền kinh tế ổn định và phát triển bền vững thu nhập bình quân đầu người cao, trình độ học vấn của dân cư cao, xã hội ổn định sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động và phát triển của NHTM. Bởi vì khi đó tiết kiệm trong xã hội sẽ cao, khả năng tin tưởng vào hoạt động của ngành ngân hàng sẽ ngày càng được nâng lên. Một hệ quả tất yếu là làm cho các thành phần kinh tế sẽ gửi tiền vào ngân hàng theo từng mục tiêu cụ thể. Và ngược lại nếu trong vùng kinh tế đó tình hình xã hội bất ổn định tốc độ phát triển của kinh tế còn hạn chế... Điều này làm cho tiết kiệm trong xã hội đạt mức thấp, thêm vào đó là tâm lý ưa dùng tiền mặt, chưa có thái độ quan tâm thực sự tới các loại hình dịch vụ mà ngân hàng cung cấp, và do đó việc thực hiện chính sách huy động vốn của NHTM gặp nhiều khó khăn.

Ngoài ra chính sách huy động vốn của NHTM còn chịu những tác động của các nhân tố như tỷ lệ lạm phát đồng tiền. Sự suy thoái kinh tế thậm chí là cả sự phát triển “bong bóng” quá nóng của nền kinh tế. Các nhân tố ảnh hưởng rất mạnh, ảnh hưởng tới sự tồn tại và phát triển của ngân hàng.

Chính sách của nhà nước trong hoạt động của NHTM

Tại mỗi một quốc gia trên thế giới, mọi hoạt động của NHTM trong đó có hoạt động huy động vốn đều phải chịu sự điều tiết của các chế tài của luật pháp, và sự điều hành giám sát và quản lý từ phía NHNN, để phục vụ những mục đích mà Chính phủ ban hành hay NHNN đề ra. Các NHTM trong trường hợp cần thiết phải tiến hành mua trái phiếu Chính phủ do Chính phủ (mà đại diện là Kho Bạc Nhà Nước) phát hành, theo những quy định cụ thể của NHNN. Với mục tiêu an toàn và an ninh tiền tệ của từng quốc gia mà NHNN có quy định mức vốn tối đa được phép huy động theo một tỷ lệ nhất định so với vốn chủ sở hữu của NHTM. Ngoài ra hoạt động của NHTM còn chịu sự tác động nhiều cơ quan khác, các chế tài pháp luật và tùy theo mức độ của mối quan hệ trong kinh doanh.

Cơ cấu dân cư, vị trí địa lý

Đây là nhân tố có ảnh hưởng đáng kể tới huy động vốn của NHTM. Tại các quốc gia có nền kinh tế, tiền tệ phát triển thì tiền mặt lưu thông rất nhỏ, người dân chủ yếu sẽ dùng các dịch vụ tiện ích mà ngân hàng cung cấp (thẻ, ngân hàng điện tử). Còn ở các quốc gia có nền kinh tế đang phát triển thì lượng tiền mặt lưu thông chiếm tỷ trọng khá cao, người dân ít dùng các phương tiện thanh toán, dịch vụ tiện ích của ngân hàng thay cho tiền mặt. Điều này cũng làm ảnh hưởng và gây khó khăn trong việc thực hiện các chính sách huy động vốn của NHTM.

Sự cạnh tranh của các NHTM khác trong khu vực

Hoạt động của NHTM không chỉ đơn thuần trong cạnh tranh như thửa mới ra đời. Sự cạnh tranh không chỉ diễn ra giữa các NHTM, mà ngày nay nó còn bao gồm các Tổ chức tín dụng, công ty tài chính, công ty cho thuê tài chính, và các loại hình dịch vụ mà các tổ chức khác cung cấp. Như bảo hiểm, tiết kiệm bưu điện,... Các yếu tố này phần nào làm ảnh hưởng tới chính sách huy động vốn của ngân hàng. Nó đòi hỏi các ngân hàng phải có những điều chỉnh sao cho phù hợp với từng thời kỳ, vừa để giữ khách hàng truyền thống, vừa có thể tìm kiếm thêm khách hàng mới.

Sự phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ

Nền khoa học 4.0 phát triển khiến cho thế giới thay đổi hàng ngày, vì vậy đã thúc đẩy ngân hàng phát triển. Trông 10 năm gần đây, các ngân hàng ngày càng đầu tư nhiều cho công nghệ thông tin. Hàng loạt các ứng dụng được ra đời cùng các tiện ích đi kèm. Điều này giúp Ngân hàng giảm chi phí, hỗ trợ quá trình hoạt động, cung cấp và phát triển đa dạng hóa nhiều dịch vụ hiện đại, tiện ích cho khách hàng và gia tăng lợi nhuận cho cái ngân hàng Khách hàng có thể tiếp cận tới các dịch vụ ngân hàng 24/7 rất dễ dàng. Do đó, có thể khẳng định chắc chắn rằng, công nghệ hiện đại là nền tảng và là cơ sở quyết định các hoạt động dịch vụ Ngân hàng trong những năm gần đây. Công nghệ cần được coi như một khoản đầu tư cần thiết cho sự phát triển của Ngân hàng, khoản đầu tư này cũng phải được lên kế hoạch và thực hiện theo từng giai đoạn, phù hợp với chiến lược kinh doanh của các NHTM khác.

2.5.2. Nhân tố chủ quan

Chính sách lãi suất của NHTM

Việc duy trì và phát triển các gói tiền gửi cạnh tranh về lãi suất giữa các ngân hàng với nhau đã trở nên cực kỳ quan trọng trong việc thu hút các khoản tiền gửi mới và duy trì các khoản tiền gửi hiện có. Điều này đặc biệt đúng trong điều kiện lãi suất thị trường ở mức cao. Các ngân hàng cạnh tranh nhau trong việc huy động vốn từ nền kinh tế nên dù chỉ một sự biến động nhỏ về lãi suất cũng thúc đẩy người gửi tiền và nhà đầu tư chuyển vốn từ ngân hàng này sang ngân hàng khác. Chính vì thế, để thu hút vốn ngân hàng cần có chính sách lãi suất hợp lý, vừa đảm bảo lợi ích cho người gửi tiền vừa tiết kiệm chi phí cho ngân hàng mình. Vì thế, khi đưa ra mức lãi suất huy động, ngân hàng phải căn cứ vào tình hình kinh tế, chính sách nhà nước và lãi suất của các ngân hàng.

Các hình thức huy động vốn

Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng với nhiều mục đích khác nhau, có người vì mục đích bảo đảm an toàn, có người gửi chủ yếu để lấy lãi tiêu dùng hàng tháng, có người gửi tiền vào ngân hàng để đồng vốn ngày càng được sinh sôi nảy nở... Vì thế họ có những hình thức gửi tiền cũng như lĩnh lãi khác nhau có thể là 3, 6, 9 tháng... hoặc lâu hơn. Do vậy, để có thể huy động được nhiều vốn trong dân cư, các ngân hàng thương mại phải đưa ra các hình thức huy động đa dạng. Khi có nhiều hình thức huy động vốn sẽ tạo nhiều cơ hội cho người gửi lựa chọn, đáp ứng những yêu cầu khắt khe, thoả mãn được mong muốn của họ làm cho số lượng người gửi tăng lên và số tiền được gửi vào ngân hàng cũng tăng theo tỷ lệ thuận, kéo theo sự giảm xuống của chi phí huy động vốn. Tuy nhiên, việc đa dạng hoá các hình thức huy động vốn sẽ làm cho công việc quản lý cũng như chi phí quản lý huy động vốn của ngân hàng sẽ tăng lên, đòi hỏi NHTM phải tìm cho mình được những mô hình quản lý vốn hợp lý, tiết kiệm chi phí huy động nhưng vẫn đảm bảo nguyên tắc huy động vốn chung là nguồn vốn có tính ổn định càng cao thì lãi suất huy động cũng phải cao

Chất lượng hoạt động tín dụng

Hoạt động tín dụng Ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong việc huy động tiền gửi vào hệ thống Ngân hàng, nghiệp vụ huy động vốn làm nhiệm vụ khơi tăng các nguồn vốn

nhàn rỗi trong nền kinh tế thì nghiệp vụ sử dụng vẫn được thực hiện sử dụng các nguồn vốn đã vào sản xuất kinh doanh, dịch vụ... để đem lại khả năng sinh lời, thu lợi nhuận về cho Ngân hàng. Do vậy nếu hoạt động sử dụng vốn không hiệu quả tất yếu dẫn đến việc huy động vẫn bị thu hẹp lại. Khi sử dụng vốn kém hiệu quả làm thất thoát vốn nhiều dẫn đến lòng tin của dân chúng vào Ngân hàng bị giảm đi, tiền vốn huy động vào Ngân hàng cũng bị giảm. Từ đó rất khó khăn trong việc huy động các nguồn tiền nhàn rỗi. Nếu hoạt động tín dụng có hiệu quả tạo cho các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế kinh doanh có hiệu quả, thu nhập xã hội ngày càng tăng, tỷ lệ thất nghiệp giảm, đời sống dân cư ngày càng cao, nguồn vốn nhàn rỗi ngày càng nhiều, tạo nguồn vốn cho Ngân hàng huy động ngày càng tăng trưởng để thực hiện đầu tư cho các chu kỳ tiếp theo.

Chất lượng sản phẩm dịch vụ do ngân hàng cung ứng và hệ thống kênh phân phối.

Một yếu tố ảnh hưởng đến quy mô và chất lượng nguồn vốn huy động là hình thức, kỳ hạn và các dịch vụ cung cấp có liên quan như giao dịch tại nhà rút tiền tự động, tư vấn kinh doanh, dịch vụ thu tiền hộ... Ngoài ra còn có một số yếu tố khác như thời gian, thủ tục giao dịch và hệ thống mạng lưới cũng như sự thuận tiện của các điểm giao dịch. Do nhu cầu của khách hàng là khác nhau nên việc thỏa mãn những nhu cầu đa dạng của khách hàng sẽ góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn. Một ngân hàng có các hình thức huy động và kỳ hạn huy động vốn phong phú, linh hoạt, thuận tiện cộng với hệ thống mạng lưới rộng khắp hơn sẽ có sức thu hút khách hàng mới và duy trì những khách hàng hiện có hơn các ngân hàng khác, có điều kiện để tiếp cận và phục vụ khách hàng được chu đáo hơn, đồng thời khi đó chi phí huy động vốn sẽ giảm xuống. Hơn nữa, hình thức huy động vốn phong phú cũng là điều kiện để thu hút những khoản vốn đa dạng từ nhiều nguồn khác nhau với những tính chất khác nhau về số lượng, chất lượng và kỳ hạn. Từ đó giúp ngân hàng sử dụng với linh hoạt, an toàn, hiệu quả.

Hoạt động Marketing

Hoạt động Marketing sẽ có tác dụng thu hút sự chú ý của khách hàng về hình ảnh của Ngân hàng để khách hàng có sự so sánh và chọn lựa trước khi quyết định tham gia giao dịch với Ngân hàng. Xây dựng một hình ảnh đồng nhất, hấp dẫn sự quan sát của khách

hàng là vấn đề đầu tiên các NHTM phải quan tâm khi xây dựng mạng lưới giao dịch. Không chỉ tạo ra cảm giác chuyên nghiệp trong nhìn nhận của khách hàng mà đơn giản còn tạo ra cảm giác dễ nhận biết, ghi sâu vào tâm trí khách hàng. Do vậy, hình ảnh Ngân hàng phải tạo sự đồng nhất nhưng khác biệt với các Ngân hàng khác. Trụ sở giao dịch của Ngân hàng là một hình thức quảng bá 1 thương hiệu, quảng cáo Ngân hàng hiệu quả nhất hiện nay. Trong hoạt động Marketing, qua các hàng niêm yết đầy đủ, công khai các tiện ích dễ hiểu sẽ tạo cho khách hàng tâm lý thoải mái, cảm thấy dễ dàng khi làm thủ tục gửi tiền. Từ đó hoạt động này sẽ tạo điều kiện cho Ngân hàng có thể tiếp xúc, duy trì mối quan hệ lâu dài, gắn bó với khách hàng.

Trình độ nghiệp vụ, thái độ phục vụ của các cán bộ, nhân viên

Trình độ nghiệp vụ của các cán bộ, nhân viên cao thì mọi thao tác nghiệp vụ đều được thực hiện nhanh chóng, chính xác và có hiệu quả, từ đó giúp Ngân hàng có điều kiện mở rộng kinh doanh, giảm thấp chi phí hoạt động và thu hút được khách hàng. Bên cạnh đó thái độ phục vụ của các cán bộ, nhân viên cũng là yếu tố tác động đến quy mô tiền gửi. Nếu các cán bộ, nhân viên luôn cởi mở, nhiệt tình đối với khách hàng, luôn tạo thuận lợi cho khách hàng thì sẽ gây được uy tín lớn đối với khách hàng, sẽ ngày càng có nhiều khách hàng đến giao dịch, gửi tiền. Thêm vào đó một Ngân hàng có cơ sở vật chất kỹ thuật vững mạnh, một trụ sở làm việc khang trang, sạch đẹp, phương tiện làm việc hiện đại sẽ gây cho người gửi tiền cảm giác an tâm, từ đó giúp cho Ngân hàng huy động nhiều vốn hơn. Cách thức phục vụ của các cán bộ, nhân viên đối với khách hàng cũng có những ảnh hưởng lớn đến việc huy động vốn. Hơn ai hết, họ là người trực tiếp giao tiếp với khách hàng bằng một cách lịch sự, nhã nhặn, nhiệt tình thì sẽ tạo được cảm tình tốt với khách hàng, tạo uy tín cho Ngân hàng về điểm phục vụ. Vì vậy trong quá trình tiếp xúc với khách hàng, các cán bộ, nhân viên không phải chỉ có trình độ chuyên môn về nghiệp vụ mà còn phải chú ý đến thái độ của mình sao cho vừa lòng “thượng đế”.

Mạng lưới và địa điểm hoạt động Ngân hàng là một trong những loại hình kinh doanh mà địa điểm có vai trò quan trọng. Một ngân hàng có trụ sở, CN ở nơi đông dân cư, trung tâm kinh tế phát triển sẽ thu hút được nhiều khách hàng đến giao dịch. Kênh phân phối rộng khắp sẽ tăng cường khả năng giao dịch, tiếp xúc khách hàng. Ngân hàng sẽ có cơ

hội huy động được mọi nguồn vốn kể cả nguồn vốn nhỏ lẻ, phân tán trong dân cư. Trong điều kiện hiện nay, ngân hàng cần kết hợp các kênh phân phối truyền thống và với các dịch vụ hiện đại như: Internet Banking, ATM, thanh toán không dùng tiền mặt... để mở rộng giao dịch, gia tăng mạng lưới hoạt động để thu hút nhiều khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Chương 2 đã trình bày những cơ sở lý luận quan trọng về hoạt động huy động vốn tại ngân hàng thương mại, từ những khái niệm cơ bản cho đến các hình thức huy động vốn và những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động này. Qua việc phân tích các hoạt động cơ bản của ngân hàng thương mại, đặc biệt là huy động vốn, chương đã làm rõ vai trò thiết yếu của hoạt động này đối với sự phát triển và ổn định của ngân hàng, đồng thời khẳng định huy động vốn là một trong những yếu tố quyết định đến khả năng cung cấp tín dụng và mở rộng các dịch vụ ngân hàng. Ngoài ra, chương cũng chỉ ra những đặc điểm riêng biệt của ngân hàng thương mại, từ đó làm nền tảng cho việc hiểu rõ hơn các nguyên tắc và phương thức huy động vốn hiệu quả. Các hình thức huy động vốn như tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi định kỳ, tiền gửi tiết kiệm, phát hành chứng từ có giá và vốn vay đã được phân tích chi tiết, cung cấp cái nhìn toàn diện về các công cụ mà ngân hàng sử dụng để thu hút nguồn vốn.

Cuối cùng, chương đã làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn, bao gồm cả yếu tố khách quan và chủ quan, từ đó giúp nhận diện các cơ hội và thách thức mà ngân hàng phải đối mặt trong việc duy trì và phát triển các kênh huy động vốn. Những kiến thức lý luận này sẽ là cơ sở quan trọng để tiếp tục nghiên cứu và đánh giá thực tiễn hoạt động huy động vốn tại các ngân hàng thương mại trong các chương tiếp theo.

CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN VŨNG TÀU

3.1. Các hình thức huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Vũng Tàu

Cũng như các ngân hàng thương mại khác, MB CN Vũng Tàu thực hiện huy động vốn bằng cả đồng nội tệ (VND) và đồng ngoại tệ (chủ yếu là USD, EUR). Trong đó, việc huy động bằng đồng nội tệ là chủ yếu. Căn cứ vào mục đích của việc huy động vốn, nhóm đối tượng khách hàng, kỳ hạn các khoản huy động và mức lãi suất có thể chấp nhận được, CN thực hiện huy động vốn dưới các hình thức khác nhau như vay từ các tổ chức tín dụng khác, phát hành giấy tờ có giá và nhận tiền gửi khách hàng. Cả ba hình thức huy động này đều hướng tới một mục đích chung là giúp CN có thêm nguồn vốn cần thiết, phục vụ cho các hoạt động kinh doanh, đầu tư vào các dự án lớn hay duy trì tính thanh khoản trong ngắn hạn. Bên cạnh đó, mỗi hình thức huy động đều có những đặc trưng riêng, CN tận dụng kết hợp cả ba loại nhằm hướng tới hầu hết các nhóm khách hàng.

Mặt khác, CN hoàn toàn có thể chủ động khi cung cấp các mức kỳ hạn và mức lãi suất khác nhau. Dựa vào các tiêu chí trên, MB Vũng Tàu đã lựa chọn và vận dụng linh hoạt cả ba hình thức huy động trên. Việc vay vốn tại các tổ chức tín dụng và CN khác không phải là nguồn cung cấp vốn chủ đạo cho CN. Đa số các ngân hàng và CN khi đi vay trên thị trường liên ngân hàng chủ yếu là đáp ứng các mức tỷ lệ dự trữ bắt buộc và duy trì tính thanh khoản trong ngắn hạn. Các hoạt động vay này diễn ra trong thời gian rất ngắn, thường là vài ngày đến vài tuần, ít khi quá một tháng. Bên cạnh đó, việc vay vốn tại thị trường liên ngân hàng để kinh doanh mang lại hiệu quả không cao cho CN, do mức lãi suất phải trả cho các ngân hàng cao hơn mức lãi suất phải trả cho các khách hàng nếu cùng vay một khoản giá trị.

Hơn nữa, nhu cầu tín dụng của người dân hiện nay không cao như giai đoạn trước, nguồn vốn hiện nay không còn quá dồi dào khan hiếm để các ngân hàng và CN phải tìm mọi cách có vốn cho khách hàng vay, nhất là đi vay lại từ các ngân hàng khác. Phát hành giấy tờ có giá cũng được CN duy trì thực hiện nhưng là hình thức không phổ biến. Các CN thực hiện phát hành giấy tờ có giá nhằm hỗ trợ Hội sở chính để đảm bảo huy động được lượng vốn cần thiết theo nhu cầu và mục đích chung của Ngân hàng.

Do đó, việc phát hành giấy tờ có giá tại CN chỉ chiếm một tỷ lệ cực kỳ nhỏ trong cơ cấu vốn huy động được. Vốn huy động này còn nhỏ hơn cả vốn huy động từ các tổ chức tín dụng và CN khác. Mức kỳ hạn cho hơn cả vốn huy động từ các tổ chức tín dụng và CN khác. Mức kỳ hạn cho các loại giấy tờ có giá thường không nhiều và không linh hoạt như các loại tiền gửi khách hàng. Tuy nhiên, một phần khách hàng vẫn hướng tới mua giấy tờ có giá này do không có nhu cầu sử dụng tiền nhàn rỗi trong một thời gian dài và do mức lãi suất cao hơn so với các loại tiền gửi tiết kiệm. Khách hàng mua giấy tờ có giá thường là các tổ chức, các nhà đầu tư, hoặc cá nhân có nhiều tiền mặt, hiếm khi người mua là các đối tượng khách hàng cơ bản.

Hoạt động huy động vốn của CN chủ yếu đến từ các khoản tiền gửi của khách hàng là các cá nhân và tổ chức kinh tế. Các dịch vụ nhận tiền gửi của CN rất đa dạng, phong phú với các mức kỳ hạn và lãi suất khác nhau, phù hợp với nhu cầu và thói quen của đa số đối tượng khách hàng, bao gồm tiền gửi thanh toán, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm. Riêng loại hình tiền gửi tiết kiệm, CN rất chú trọng và phát triển gói dịch vụ này. Các sản phẩm tiết kiệm thường hướng tới nhiều đối tượng khách hàng khác nhau như gói Tiết kiệm Quân nhân (dành cho các quân nhân), gói Tiết kiệm Nhân An (dành cho cán bộ công nhân viên), gói Tiết kiệm Trường An (hướng đến khách hàng đến tuổi về hưu), gói Tiết kiệm truyền thống (dành cho mọi đối tượng).

Ngoài ra, CN còn cung cấp sản phẩm dựa theo định hướng gửi tiền của khách hàng như gói Tiết kiệm lập nghiệp, gói Tiết kiệm cho con, gói Tiết kiệm tích lũy thông minh,... Hoạt động nhận tiền gửi từ các đối tượng khách hàng khác nhau tạo ra nguồn vốn tương đối lớn trong cơ cấu huy động vốn của CN trong nhiều năm qua.

3.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu.

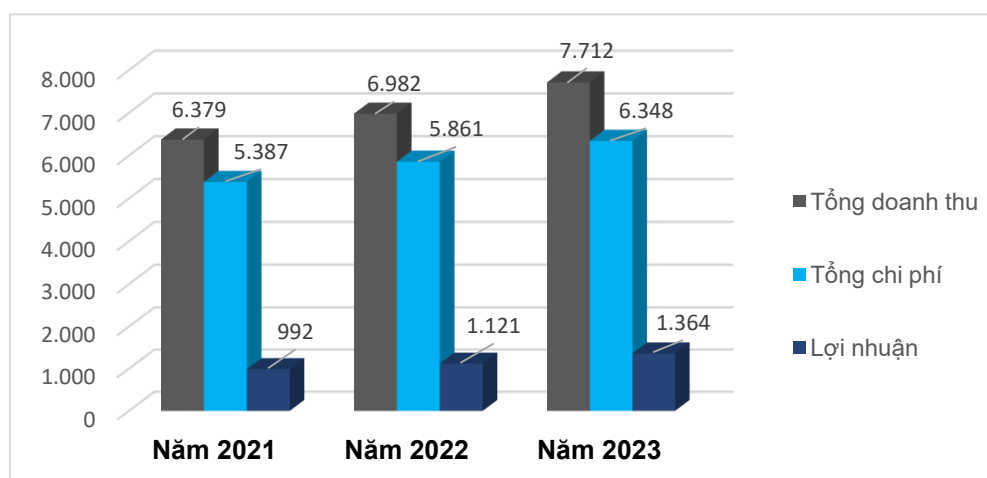
Để hiểu rõ được tình hình kinh doanh của MB – CN Vũng Tàu cần quan tâm đến doanh thu, chi phí và lợi nhuận của CN trong các năm từ đó nhìn ra được sự phát triển của ngân hàng cũng như điểm cần cải thiện. Dưới đây là kết quả kinh doanh của MB – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 -2023:

Bảng 3. 1: Kết quả kinh doanh năm 2021 – 2023 của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu

Đơn vị: tỷ đồng

Tiêu chí	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh 2022 với 2021		So sánh 2023 với 2022	
				Tuyệt đối	Tương đối	Tuyệt đối	Tương đối
Tổng doanh thu	6.379	6.982	7.712	603	9,45%	730	10,46%
Tổng chi phí	5.387	5.861	6.348	474	8,80%	487	8,31%
Lợi nhuận	992	1.121	1.364	129	13%	243	21,68%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)



(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Hình 3. 1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023

Nhận xét:

Doanh thu của Ngân hàng 2021 là 6.379 tỷ đồng trong khi năm 2022 là 6.982 tỷ đồng, mức tăng này tương đương với 9,45 % so với năm 2021. Các khoản thu từ hoạt động dịch vụ cũng đang tăng lên chứng tỏ sản phẩm thanh toán dịch vụ được đầu tư phát triển hơn. Năm 2023, tổng doanh thu đạt được là 7.712 tỷ đồng, mức tăng này tương đương với 10,46 % so với năm 2022. Tăng trưởng doanh thu 9,45% trong năm 2022 cho thấy ngân hàng đã có sự phục hồi tốt sau đại dịch COVID-19 và các yếu tố tăng trưởng khác như mở rộng tín dụng, tăng trưởng dịch vụ phi tín dụng, hoặc các sản phẩm mới đã mang lại kết quả tích cực. Mặc dù mức tăng trưởng này không quá cao, nhưng là một chỉ báo tốt về sự ổn định và tăng trưởng đều đặn của ngân hàng trong bối cảnh thị trường không dễ dàng. Tăng trưởng doanh thu trong năm 2023 mạnh mẽ hơn so với năm 2022, với mức tăng tuyệt đối cao hơn (730 tỷ đồng) và tỷ lệ tăng trưởng (10,46%) cũng cao hơn. Đây là một dấu hiệu tích cực, cho thấy ngân hàng đã tiếp tục mở rộng thị phần và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Sự tăng trưởng mạnh mẽ này đến từ việc ngân hàng đã cải thiện và tối ưu hóa các hoạt động bán hàng, thu hút thêm khách hàng, hoặc mở rộng các dịch vụ phi tín dụng như phí dịch vụ ngân hàng điện tử.

Về tổng chi phí, từ năm 2021 đến 2022 chi phí tăng lên 5.861 tỷ đồng, tăng 474 tỷ đồng (tương đương tăng 8,80%). Mức tăng trưởng chi phí là 8,80%, thấp hơn so với mức tăng trưởng doanh thu (9,45%), điều này cho thấy ngân hàng đã kiểm soát chi phí rất tốt trong khi vẫn đảm bảo được sự tăng trưởng doanh thu ổn định. Mặc dù chi phí tăng, nhưng mức tăng chi phí thấp hơn mức tăng doanh thu chứng tỏ ngân hàng đã có chiến lược kiểm soát chi phí hiệu quả, có thể là nhờ vào việc tối ưu hóa quy trình, giảm chi phí vận hành, hoặc giảm chi phí không cần thiết. Mức tăng trưởng chi phí trong năm 2023 tiếp tục duy trì ở mức hợp lý (8,31%), thấp hơn so với mức tăng trưởng doanh thu 10,46%. Đây là một dấu hiệu tốt, cho thấy ngân hàng vẫn duy trì được sự tăng trưởng chi phí hợp lý mà không làm ảnh hưởng đến lợi nhuận. Mặc dù chi phí vẫn tăng, nhưng ngân hàng có thể đã áp dụng các biện pháp tiết kiệm chi phí như sử dụng công nghệ, tự động hóa các quy trình hoặc tối ưu hóa nhân sự để duy trì hiệu quả chi phí.

Về lợi nhuận, từ năm 2021 đến 2022 lợi nhuận đạt 1.121 tỷ đồng, tăng 129 tỷ đồng (tương đương tăng 13%). Lợi nhuận tăng trưởng 13% trong năm 2022 cho thấy ngân hàng đã cải thiện hiệu quả sinh lời đáng kể so với năm 2021. Mức tăng lợi nhuận này cao hơn mức tăng trưởng chi phí (8,80%), cho thấy ngân hàng đã tăng trưởng không chỉ từ doanh thu mà còn từ việc kiểm soát chi phí. Lợi nhuận tăng có thể nhờ vào việc tối ưu hóa các sản phẩm, giảm chi phí lãi vay, hoặc gia tăng các khoản thu từ dịch vụ có biên lợi nhuận cao. Đây là dấu hiệu của sự phát triển bền vững. Năm 2023, lợi nhuận đạt 1.364 tỷ đồng, tăng 243 tỷ đồng (tương đương tăng 21,68%). Lợi nhuận năm 2023 tăng mạnh với tỷ lệ 21,68%, một mức tăng trưởng rất ấn tượng so với năm trước. Sự tăng trưởng mạnh mẽ này phản ánh hiệu quả tuyệt vời trong việc quản lý chi phí và gia tăng doanh thu. Sự tăng trưởng mạnh mẽ trong lợi nhuận có thể đến từ việc ngân hàng không chỉ tăng trưởng doanh thu mà còn tối ưu hóa chi phí rất tốt. Điều này có thể do việc cải thiện chất lượng tín dụng, tăng trưởng dịch vụ phụ trợ hoặc tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.

Ngân hàng có sự tăng trưởng ổn định qua ba năm, đặc biệt là trong năm 2023, khi doanh thu tăng mạnh. Điều này cho thấy ngân hàng đang mở rộng thị phần và có chiến lược kinh doanh hiệu quả. Mặc dù chi phí tăng trong cả ba năm, nhưng mức tăng chi phí vẫn được kiểm soát tốt, đặc biệt là khi so với mức tăng trưởng doanh thu. Điều này chứng tỏ ngân hàng có khả năng tối ưu hóa chi phí và duy trì hiệu quả hoạt động. Ngân hàng cần tiếp tục chú trọng vào việc tối ưu hóa chi phí, nhất là trong bối cảnh thị trường cạnh tranh và các yếu tố chi phí có thể thay đổi. Cải thiện quy trình và tự động hóa sẽ giúp giảm chi phí vận hành. Ngân hàng nên tiếp tục phát triển các sản phẩm tài chính mới và mở rộng thị trường, đặc biệt là các dịch vụ có biên lợi nhuận cao, để duy trì đà tăng trưởng doanh thu.

3.3. Tổng vốn huy động của Ngân hàng Quân Đội – CN Vững Tầu giai đoạn 2021-2023

CN Vững Tầu đã xác định tập trung phát triển công tác huy động vốn là nhiệm vụ hàng đầu và phù hợp với năng lực cán bộ, đảm bảo mục tiêu an toàn và hiệu quả trong hoạt động. Vì vậy, để đảm bảo duy trì tốc độ tăng trưởng và thanh khoản của hệ thống thì phát triển nguồn vốn bền vững là yêu cầu cực kỳ cấp thiết. Trong bối cảnh kinh tế chung có nhiều thách thức, ngành ngân hàng với sự quản lý và điều hành của NHNN cùng khả năng

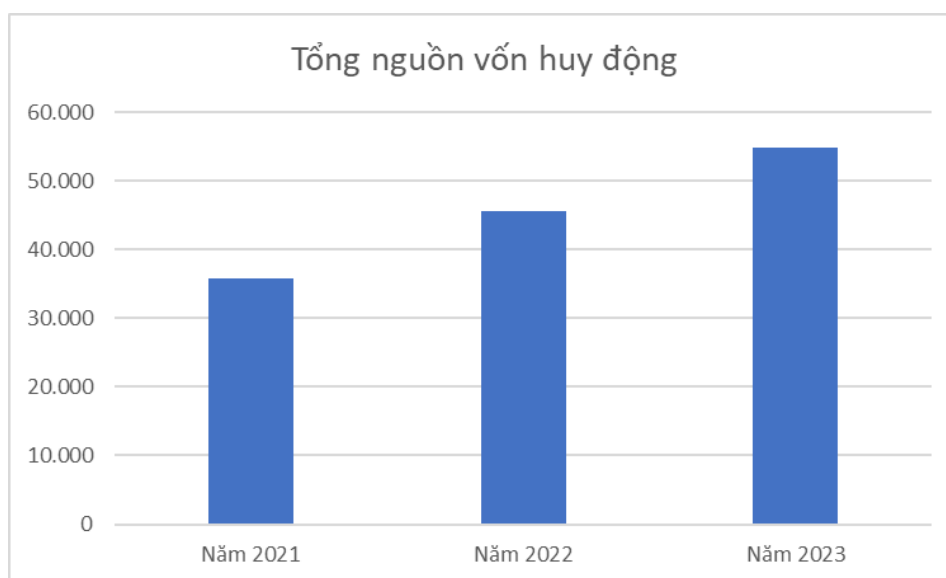
thích ứng nhanh chóng của các NHTM đã tiếp tục tăng trưởng về quy mô hoạt động và năng lực tài chính.

**Bảng 3. 2: Tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng TMCP Quân Đội – CN
Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023**

ĐVT:tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Tổng nguồn vốn huy động	35.833	45.677	54.765
Biến động	-	9.844	9.088
Tỷ lệ	-	27,47%	19,90%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)



(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

**Hình 3. 2: Biểu đồ tổng vốn huy động giai đoạn 2021 – 2023 của ngân hàng Quân
Đội – CN Vũng Tàu**

Nhận xét:

Từ 2021 đến 2022, ngân hàng huy động được thêm 9.844 tỷ đồng trong năm 2022, tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 27,47%. Đây là một mức tăng trưởng mạnh, cho thấy ngân hàng đã mở rộng đáng kể khả năng huy động vốn, có thể từ việc phát hành trái phiếu, thu

hút tiền gửi của khách hàng, hoặc gia tăng vay nợ. Từ 2022 đến 2023, mặc dù tổng vốn huy động vẫn tiếp tục tăng, nhưng mức tăng giảm xuống còn 9.088 tỷ đồng (tương đương 19,90%). Tuy nhiên, sự gia tăng trong năm 2023 chỉ còn 9.088 tỷ đồng, giảm 756 tỷ đồng so với năm 2022. Điều này cho thấy mức độ tăng trưởng vốn huy động đã giảm đi, có thể do một số yếu tố như môi trường lãi suất tiền gửi giảm, cạnh tranh từ các ngân hàng khác, hoặc nhu cầu vốn của ngân hàng đã bắt đầu ổn định sau một giai đoạn tăng trưởng mạnh. Sự giảm tốc trong tỷ lệ tăng trưởng này có thể phản ánh một số yếu tố như việc ngân hàng đã huy động đủ vốn trong năm trước đó hoặc điều kiện thị trường tài chính trở nên khó khăn hơn.

Ngân hàng đã duy trì đà tăng trưởng mạnh mẽ trong năm 2022 với mức tăng trưởng 27,47%, nhưng tỷ lệ tăng trưởng trong năm 2023 đã giảm xuống còn 19,90%. Đây là tín hiệu cho thấy ngân hàng có thể gặp phải khó khăn trong việc duy trì tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ trong việc huy động vốn. Ngân hàng cần điều chỉnh chiến lược huy động vốn trong năm 2023 và các năm tiếp theo để duy trì tốc độ tăng trưởng ổn định. Cụ thể, ngân hàng có thể xem xét mở rộng các kênh huy động vốn, phát triển thêm các sản phẩm huy động hấp dẫn như chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu, hoặc tập trung vào việc gia tăng lượng tiền gửi từ các khách hàng tổ chức.

3.4. Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động

Bảng 3. 3: Các nguồn vốn huy động tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021-2023

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Tổng vốn huy động	35.833	45.677	54.765
Tiền gửi của khách hàng	34.178	44.467	53.380
Tiền vay các TCTD khác	1.524	1.120	1.275
Phát hành giấy tờ có giá	131	90	110

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

**Bảng 3. 4: So sánh tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tại Ngân hàng TMCP
Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023**

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	So sánh 2022 với 2021		So sánh 2023 với 2022	
	Tuyệt đối	Tương đối	Tuyệt đối	Tương đối
Tiền gửi của khách hàng	10.289	30,1%	8.913	20,04%
Tiền vay các tổ chức tín dụng khác	-404	-26,51%	155	13,84%
Phát hành giấy tờ có giá	-41	-31,3%	20	22,22%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Nhận xét:

Đối với tiền gửi khách hàng, từ 2021 tới 2022, mức tăng trưởng 30,1% trong năm 2022 so với năm 2021 là rất mạnh mẽ. Ngân hàng đã thành công trong việc thu hút tiền gửi từ khách hàng với tỷ lệ tăng cao, cho thấy sự ổn định và uy tín của ngân hàng trong mắt khách hàng. Ngân hàng có thể đã áp dụng các chiến lược như lãi suất hấp dẫn, mở rộng kênh huy động hoặc phát triển các sản phẩm tiết kiệm mới để đạt được kết quả này. Từ 2022 đến 2023 tiền gửi tiếp tục tăng mạnh trong năm 2023, mặc dù tỷ lệ tăng trưởng giảm nhẹ so với năm 2022 (từ 30,1% xuống 20,04%). Điều này có thể phản ánh sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trong thị trường huy động vốn, hoặc sự điều chỉnh trong chiến lược huy động vốn của ngân hàng, nhưng mức tăng trưởng 20,04% vẫn rất tích cực. Ngân hàng vẫn duy trì khả năng thu hút khách hàng tốt và giữ được lượng tiền gửi lớn.

Về phát hành giấy tờ có giá, từ 2021 đến 2022, việc giảm phát hành giấy tờ có giá trong năm 2022 có thể phản ánh ngân hàng đã chuyển sang các nguồn huy động vốn ổn định hơn như tiền gửi của khách hàng hoặc vay từ các tổ chức tín dụng. Giảm phát hành giấy tờ có giá có thể là một phần trong chiến lược giảm phụ thuộc vào các khoản nợ ngắn

hạn hoặc giảm chi phí lãi vay. Từ 2022 đến 2023, sau khi giảm trong năm 2022, phát hành giấy tờ có giá tăng trở lại trong năm 2023 với tỷ lệ tăng trưởng 22,22%, điều này cho thấy ngân hàng có thể đã tăng cường phát hành các công cụ tài chính ngắn hạn để huy động thêm vốn hoặc tối ưu hóa cơ cấu nguồn vốn. Mặc dù phát hành giấy tờ có giá chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng vốn huy động, nhưng sự tăng trưởng này phản ánh sự điều chỉnh trong chiến lược huy động vốn của ngân hàng.

Đối với tiền vay các tổ chức tín dụng khác, từ 2021 đến 2022, tiền vay từ các tổ chức tín dụng khác giảm 404 tỷ đồng, mức tăng 26,51%, việc giảm vay từ các tổ chức tín dụng khác có thể phản ánh chiến lược của ngân hàng nhằm giảm sự phụ thuộc vào các nguồn vốn ngắn hạn hoặc vay mượn từ các tổ chức tài chính bên ngoài. Ngân hàng có thể đã tìm thấy các nguồn vốn huy động ổn định hơn từ tiền gửi của khách hàng hoặc các kênh huy động vốn dài hạn hơn. Từ 2022 đến 2023, tiền vay từ các tổ chức tín dụng khác tăng 155 tỷ đồng, mức tăng 13,84%. Việc vay từ các tổ chức tín dụng khác tăng trở lại trong năm 2023 có thể là do nhu cầu vốn của ngân hàng tăng lên, hoặc do ngân hàng cần bổ sung thêm nguồn vốn ngắn hạn để phục vụ các hoạt động tín dụng hoặc thanh khoản. Tuy nhiên, tỷ trọng vay vẫn khá thấp so với tổng vốn huy động, phản ánh ngân hàng vẫn ưu tiên các nguồn vốn ổn định hơn từ khách hàng và các kênh khác.

Nhìn chung, ngân hàng đã duy trì sự tăng trưởng vững mạnh trong việc huy động vốn từ các nguồn chủ yếu như tiền gửi của khách hàng, và điều này phản ánh sự tin tưởng và ổn định của ngân hàng trong mắt khách hàng. Việc phát hành giấy tờ có giá có sự điều chỉnh, và khoản vay từ các tổ chức tín dụng khác cũng giảm trong năm 2022, cho thấy ngân hàng đang dần giảm sự phụ thuộc vào các nguồn vốn ngắn hạn hoặc có chi phí cao. Mặc dù có sự thay đổi về tỷ lệ tăng trưởng, ngân hàng vẫn duy trì được sự ổn định và tăng trưởng nguồn vốn rất tích cực qua các năm.

3.5. Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng khách hàng

Nhiệm vụ quan trọng nhất của một NHTM là thực hiện tốt các chính sách huy động vốn. Đặc biệt các ngân hàng kinh doanh chủ yếu dưới các hình thức huy động vốn như là tiền khách hàng gửi và tiền cho khách hàng vay, như vậy kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thành công hay không phụ thuộc vào quy mô của hoạt động huy động vốn.

Từ khi thành lập đến nay ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu luôn coi trọng việc huy động vốn. Hằng năm ngân hàng luôn tổ chức nhiều chương trình hấp dẫn nhằm mục đích huy động số tiền nhàn rỗi trong nhân dân và từ rất nhiều nguồn vốn khác để luôn giữ tốc độ tăng trưởng ổn định qua các năm.

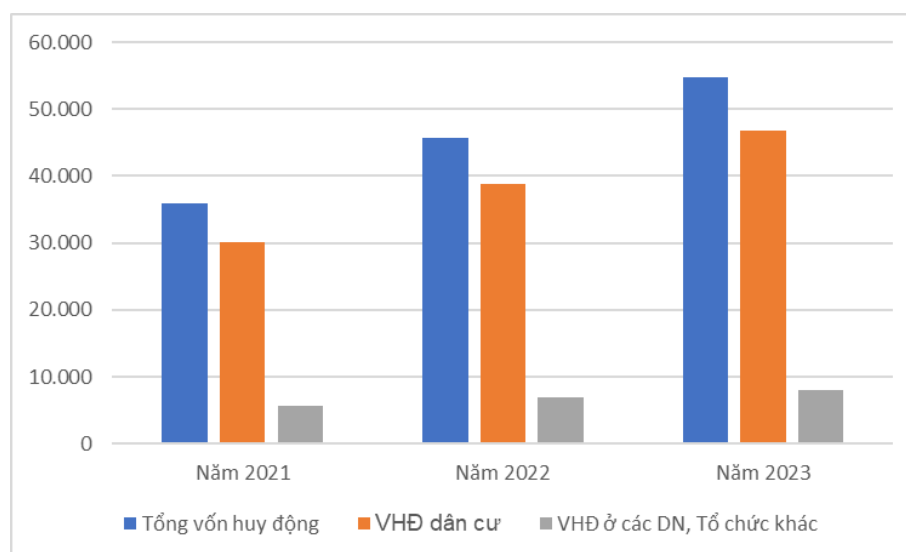
Cơ cấu theo đối tượng huy động vốn, nguồn vốn huy động của ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu được hình thành từ các nguồn: vốn huy động từ dân cư, vốn huy động từ các DN; tổ chức khác. Việc phân loại như vậy sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho CN trong quá trình quản lý, phân tích đánh giá khách hàng để từ đó xác định được mục tiêu và phương hướng cụ thể cho CN đối với từng loại khách hàng.

Bảng 3. 5: Tình hình huy động vốn của ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu theo đối tượng khách hàng giai đoạn 2021 – 2023

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Tổng vốn huy động	35.833	100%	45.677	100%	54.765	100%
VHĐ dân cư	30.194	84,26%	38.818	84,98%	46.826	85,50%
VHĐ ở các DN, Tổ chức khác	5.639	15,74%	6.859	15,02%	7.939	14,50%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)



(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Hình 3. 3: Biểu đồ tình hình huy động vốn của ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu theo đối tượng khách hàng giai đoạn 2021 – 2023

Bảng 3. 6: Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động phân theo đối tượng khách hàng tại ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu

DVT: tỷ đồng

Chỉ tiêu	So sánh 2022 với 2021		So sánh 2023 với 2022	
	Tuyệt đối	Tương đối	Tuyệt đối	Tương đối
HĐV từ dân cư	8.624	28,56%	8.008	20,63%
HĐV từ các Tổ chức, DN khác	1.220	21,64%	1.080	15,75%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Nhận xét:

Dựa theo bảng số liệu và sơ đồ cho ta thấy tình hình huy động vốn theo đối tượng của CN qua các năm. Ta thấy rằng nguồn vốn huy động của CN đến từ dân cư, trong giai đoạn 2021 – 2023 nguồn vốn huy động này luôn chiếm trên 80% tổng nguồn vốn huy động. Từ năm 2021 đến 2022, vốn huy động từ dân cư tăng 8.624 tỷ đồng (tương đương 28,56%).

Đây là một mức tăng trưởng mạnh mẽ, phản ánh nhu cầu tăng cao từ các khách hàng cá nhân, có thể do các sản phẩm tiết kiệm, đầu tư của ngân hàng hấp dẫn và chiến lược lãi suất hợp lý. Từ năm 2022 đến 2023, mặc dù vẫn duy trì mức tăng trưởng nhưng tốc độ tăng đã giảm còn 8.008 tỷ đồng (tương đương 20,63%). Đây là một mức giảm so với năm trước, có thể do một số yếu tố như lãi suất thay đổi hoặc sự bão hòa trong thị trường huy động vốn từ dân cư. Tỷ trọng của vốn huy động từ dân cư trong tổng vốn huy động của ngân hàng đã tăng từ 84,26% năm 2021 lên 85,50% năm 2023. Điều này cho thấy ngân hàng ngày càng phụ thuộc vào nguồn vốn ổn định từ khu vực dân cư, vốn có chi phí thấp và ít rủi ro hơn.

Về vốn huy động từ các DN, tổ chức khác, từ năm 2021 đến 2022, vốn huy động từ các doanh nghiệp và tổ chức khác tăng 1.220 tỷ đồng (tương đương 21,64%). Đây là mức tăng trưởng tốt, thể hiện sự thành công trong việc tiếp cận các tổ chức và doanh nghiệp, có thể do các sản phẩm tín dụng hoặc gửi tiết kiệm phù hợp với nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp. Từ năm 2022 đến 2023, mức tăng trưởng giảm xuống còn 1.080 tỷ đồng (tương đương 15,75%). Điều này cho thấy một sự giảm trong việc huy động vốn từ doanh nghiệp và tổ chức, có thể do các yếu tố thị trường như nhu cầu vay vốn của doanh nghiệp giảm hoặc sự cạnh tranh từ các tổ chức tài chính khác. Tỷ trọng của vốn huy động từ các doanh nghiệp và tổ chức đã giảm từ 15,74% năm 2021 xuống 14,50% năm 2023. Điều này phản ánh xu hướng giảm sự phụ thuộc vào các nguồn vốn từ tổ chức và doanh nghiệp, có thể vì ngân hàng đã chuyển hướng tăng cường huy động vốn từ dân cư.

Ngân hàng đã duy trì sự tăng trưởng ổn định trong tổng vốn huy động, với sự đóng góp lớn từ dân cư. Tuy nhiên, mức giảm tốc trong tỷ lệ tăng trưởng từ năm 2022 đến 2023, đặc biệt là từ nguồn vốn huy động từ doanh nghiệp và tổ chức, cần được chú ý để duy trì sự ổn định và phát triển. Mặc dù vốn huy động từ dân cư tăng mạnh, ngân hàng cần tìm cách duy trì và cải thiện huy động vốn từ các doanh nghiệp và tổ chức. Việc duy trì mối quan hệ lâu dài với các doanh nghiệp và tổ chức sẽ giúp ngân hàng đa dạng hóa nguồn vốn, giảm sự phụ thuộc vào dân cư và giảm rủi ro thanh khoản.

3.6. Cơ cấu nguồn vốn huy động phân theo kỳ hạn huy động

Về mặt cơ cấu theo thời hạn huy động, nguồn vốn của ngân hàng được chia làm 3 loại:

- Huy động vốn không kỳ hạn: tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, tiền gửi thanh toán.
- Huy động vốn có kỳ hạn dưới 12 tháng: gồm những loại tiền gửi có kỳ hạn, giấy tờ có giá dưới 12 tháng.
- Huy động vốn có kỳ hạn trên 12 tháng: những loại tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng, các loại giấy tờ có giá, các loại giấy nhận nợ có kỳ hạn trên 12 tháng.

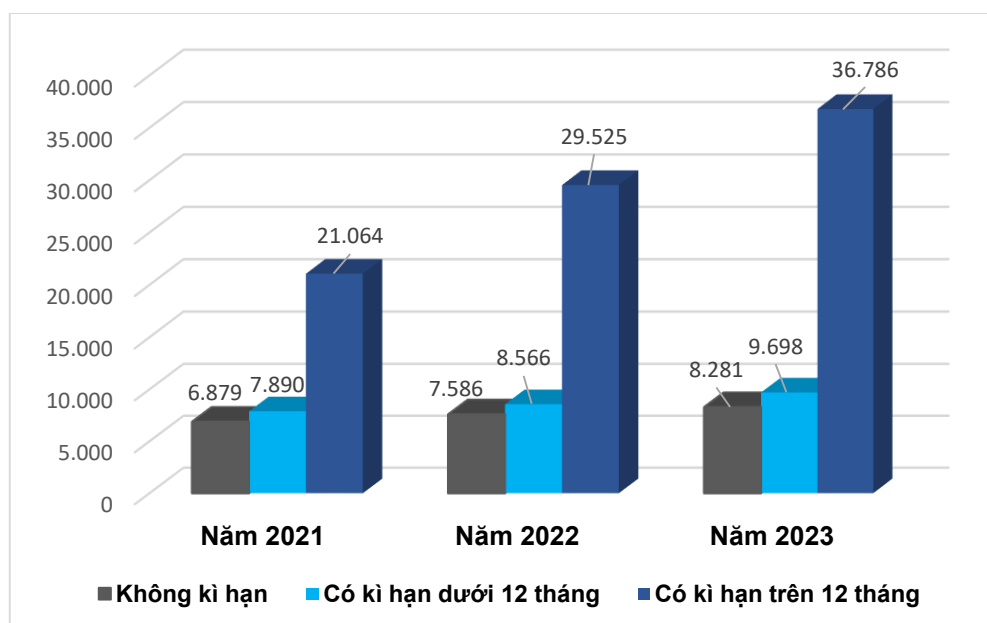
Sự biến động của nguồn vốn theo kỳ hạn của ngân hàng Quân Đội - CN Vũng Tàu thể hiện qua các số liệu sau đây:

Bảng 3. 7: Cơ cấu huy động vốn theo thời hạn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023

(ĐVT:Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh 2022 với 2021		So sánh 2023 với 2023	
				Tuyệt đối	Tương đối	Tuyệt đối	Tương đối
Không kỳ hạn	6.879	7.586	8.281	707	10,28%	695	9,16%
Có kỳ hạn dưới 12 tháng	7.890	8.566	9.698	676	8,57%	1.132	13,22%
Có kỳ hạn trên 12 tháng	21.064	29.525	36.786	8.461	40,17%	7.261	24,59%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)



(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Hình 3. 4: Biểu đồ cơ cấu huy động vốn theo thời hạn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023

Nhận xét:

Từ bảng số liệu và biểu đồ trên ta thấy rằng cơ cấu vốn huy động theo thời hạn của ngân hàng trong giai đoạn 2021 -2023. Từ 2021 đến 2022, vốn huy động không kỳ hạn tăng 707 tỷ đồng, tương đương 10,28%. Đây là mức tăng trưởng khá mạnh, cho thấy ngân hàng đã thành công trong việc thu hút nguồn vốn ổn định từ các khách hàng không yêu cầu kỳ hạn, một nguồn vốn có tính thanh khoản cao. Từ 2022 đến 2023, tốc độ tăng trưởng giảm nhẹ xuống còn 695 tỷ đồng, tương đương 9,16%. Mặc dù vẫn duy trì tăng trưởng, nhưng mức giảm nhẹ có thể do thị trường trở nên cạnh tranh hơn, hoặc sự thay đổi trong nhu cầu của khách hàng đối với các sản phẩm không kỳ hạn. Vốn huy động không kỳ hạn là nguồn vốn rất quan trọng cho ngân hàng vì tính linh hoạt và dễ dàng thanh khoản của nó. Tuy nhiên, nguồn vốn này thường có lãi suất thấp hơn và dễ bị rút ra bất cứ lúc nào. Ngân hàng cần chú trọng duy trì và tăng cường sự hấp dẫn của các sản phẩm không kỳ hạn để bảo đảm tính thanh khoản và ổn định vốn.

Về vốn huy động có kỳ hạn dưới 12 tháng, từ 2021 đến 2022, vốn huy động có kỳ hạn dưới 12 tháng tăng 676 tỷ đồng, tương đương 8,57%. Mặc dù có sự tăng trưởng, tỷ lệ

tăng trưởng thấp cho thấy ngân hàng đã gặp khó khăn nhất định trong việc thu hút nguồn vốn ngắn hạn. Từ 2022 đến 2023, vốn huy động có kỳ hạn dưới 12 tháng tiếp tục tăng mạnh 1.132 tỷ đồng, tương đương 13,22%. Đây là mức tăng trưởng cao hơn đáng kể so với năm trước, cho thấy ngân hàng đã thành công trong việc gia tăng lượng vốn huy động từ các sản phẩm kỳ hạn ngắn, có thể nhờ vào các điều chỉnh lãi suất hoặc các sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Vốn huy động có kỳ hạn dưới 12 tháng là một nguồn vốn ổn định hơn so với không kỳ hạn, nhưng vẫn có tính thanh khoản cao. Mặc dù tỷ lệ tăng trưởng của loại vốn này không mạnh bằng các loại vốn kỳ hạn dài hạn, việc tăng trưởng nhanh trong năm 2023 cho thấy nhu cầu khách hàng đối với các sản phẩm tiết kiệm ngắn hạn đang gia tăng, có thể do sự thay đổi trong môi trường kinh tế hoặc lãi suất hấp dẫn.

Về vốn huy động có kỳ hạn trên 12 tháng, năm 2021 đến năm 2022 tăng 8.461 tỷ đồng, tương đương 40,17%. Đây là mức tăng trưởng rất mạnh và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng vốn huy động, cho thấy ngân hàng đã thực hiện thành công các chiến lược huy động vốn dài hạn, giúp ổn định tài chính trong dài hạn. Từ 2022 đến 2023, mặc dù mức tăng trưởng giảm so với năm 2022, vốn huy động kỳ hạn trên 12 tháng vẫn tăng 7.261 tỷ đồng, tương đương 24,59%. Tuy tốc độ tăng trưởng giảm nhưng mức tăng vẫn khá cao, cho thấy ngân hàng vẫn duy trì sự thành công trong việc huy động nguồn vốn dài hạn từ khách hàng. Vốn huy động có kỳ hạn trên 12 tháng là một nguồn vốn rất quan trọng vì nó giúp ngân hàng có nguồn tài chính ổn định và có thể dự trữ để cho vay lâu dài. Mặc dù lãi suất của các sản phẩm này có thể cao hơn, nhưng ngân hàng đã thành công trong việc thu hút các khoản tiền gửi dài hạn, điều này sẽ giúp giảm rủi ro và chi phí vay mượn của ngân hàng trong dài hạn.

Tóm lại, Ngân hàng đã duy trì tăng trưởng ổn định trong việc huy động vốn, đặc biệt là từ các nguồn vốn dài hạn (kỳ hạn trên 12 tháng). Tuy nhiên, có sự giảm tốc trong tăng trưởng từ nguồn vốn không kỳ hạn và vốn có kỳ hạn dưới 12 tháng trong năm 2023. Ngân hàng cần lưu ý đến sự thay đổi nhu cầu của khách hàng và có thể điều chỉnh các sản phẩm huy động vốn để tiếp tục thu hút nguồn tiền gửi từ khách hàng. Ngân hàng có thể tiếp tục phát triển các sản phẩm huy động vốn dài hạn để duy trì tính ổn định tài chính. Sự gia tăng mạnh mẽ của vốn huy động từ kỳ hạn trên 12 tháng trong những năm qua cho thấy khách

hàng sẵn sàng gửi tiết kiệm dài hạn nếu lãi suất và các điều kiện sản phẩm hấp dẫn. Ngân hàng có thể tăng cường chiến lược marketing và cải tiến sản phẩm để tiếp tục thu hút khách hàng gửi dài hạn. Mặc dù vốn huy động có kỳ hạn ngắn (dưới 12 tháng) không tăng trưởng mạnh như vốn dài hạn nhưng ngân hàng cần tiếp tục phát triển các sản phẩm tiết kiệm ngắn hạn linh hoạt, nhằm duy trì dòng vốn ổn định và linh hoạt trong môi trường kinh tế thay đổi..

3.7. Cơ cấu nguồn vốn huy động phân theo loại tiền

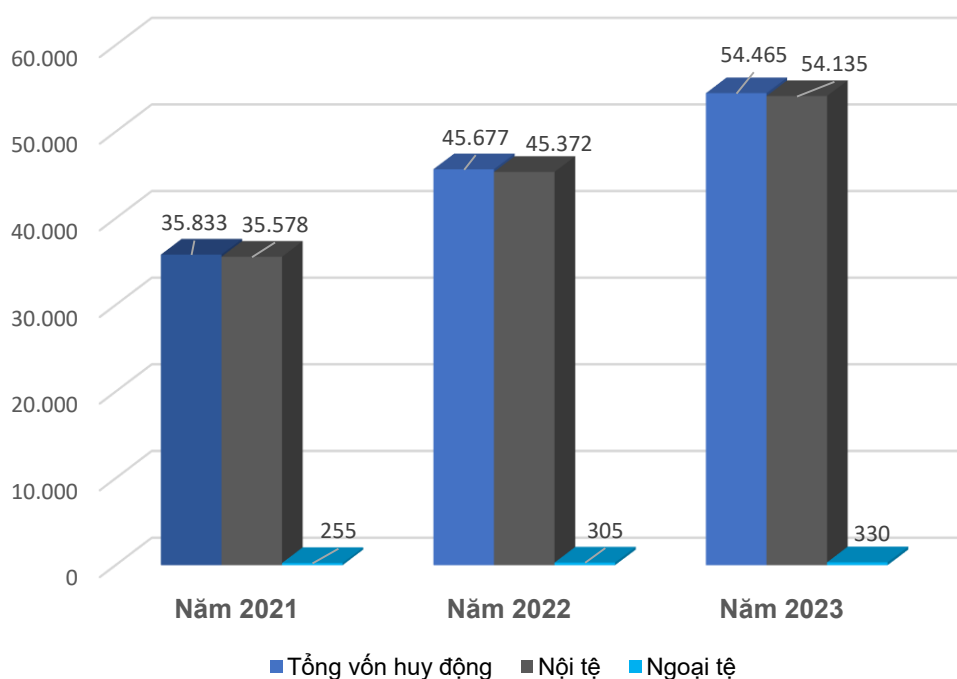
Dưới sự chỉ đạo của ngân hàng Quân Đội - CN Vũng Tàu không chỉ đẩy mạnh huy động đồng nội tệ mà còn rất nhanh nhạy trong việc huy động đồng tiền mạnh đó là USD. Nguồn ngoại tệ đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng nhất là trong quá trình hội nhập kinh tế sâu rộng hiện nay, vì vậy trong thời gian qua ngân hàng đã tăng cường đẩy mạnh các chương trình nhằm thu hút thêm các nguồn vốn ngoại tệ trên thị trường. Bảng thống kê về tình hình huy động vốn của ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu sẽ cho chúng ta thấy rõ điều đó:

Bảng 3. 8: Cơ cấu huy động vốn theo loại tiền của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
Tổng vốn huy động	35.833	100%	45.677	100%	54.465	100%
Nội tệ	35.578	99,29%	45.372	99,33%	54.135	99,40%
Ngoại tệ	255	0,71%	305	0,67%	330	0,60%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)



(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Hình 3. 5: Biểu đồ cơ cấu huy động vốn theo loại tiền của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023

Bảng 3. 9: Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn theo loại tiền của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu giai đoạn 2021 – 2023

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	So sánh 2022 với 2021		So sánh 2023 với 2022	
	Tuyệt đối	Tương đối	Tuyệt đối	Tương đối
Nội tệ	9.794	27,53%	9.063	19,97%
Ngoại tệ	50	19,61%	25	8,20%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Nhận xét:

Qua bảng trên ta thấy rằng, nguồn nội tệ là nguồn huy động chính của CN Vũng Tàu, nguồn huy động này chiếm tỷ lệ cao gần như tuyệt đối trong tổng nguồn vốn huy động. Sự gia tăng của vốn huy động nội tệ rất ấn tượng trong hai năm qua, với mức tăng tuyệt đối

đạt 9.794 tỷ đồng (tăng 27,53%) trong năm 2022 và 9.063 tỷ đồng (tăng 19,97%) trong năm 2023. Mặc dù mức tăng trưởng tuyệt đối giảm nhẹ từ 2022 đến 2023, nhưng con số tuyệt đối vẫn cao, cho thấy ngân hàng tiếp tục thu hút nguồn vốn nội tệ mạnh mẽ. Tỷ trọng của vốn nội tệ có sự thay đổi nhẹ từ 99,29% năm 2021 lên 99,40% năm 2023, cho thấy vốn nội tệ vẫn duy trì sự ổn định và chiếm ưu thế gần như tuyệt đối trong cơ cấu vốn huy động của ngân hàng.

Vốn ngoại tệ có tỷ trọng nhỏ trong tổng vốn huy động nhưng vẫn có sự tăng trưởng đều qua các năm. Mặc dù tỷ trọng của vốn ngoại tệ giảm từ 0,71% năm 2021 xuống 0,60% năm 2023, nhưng giá trị tuyệt đối của vốn ngoại tệ vẫn tăng, cho thấy một nhu cầu gia tăng về các sản phẩm tài chính ngoại tệ. Tốc độ tăng trưởng của vốn ngoại tệ giảm từ 19,61% năm 2022 xuống 8,20% năm 2023, điều này có thể phản ánh sự bão hòa nhẹ trong nhu cầu vốn ngoại tệ hoặc sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các ngân hàng khác cung cấp các dịch vụ ngoại tệ. Ngân hàng vẫn duy trì một nền tảng huy động vốn mạnh mẽ từ nội tệ, và tiếp tục gia tăng vốn ngoại tệ mặc dù tỷ trọng nhỏ.

3.8. Chi phí huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là hoạt động cốt lõi của ngân hàng, còn chi phí của hoạt động này ảnh hưởng tới hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Vì vậy xác định và phân tích chính xác chi phí huy động vốn rất hữu cho ngân hàng để xây dựng chính sách kinh doanh có hiệu quả hơn.

Chi phí huy động vốn = chi phí trả lãi + chi phí liên quan đến hoạt động huy động vốn.

Chi phí huy động vốn được chia làm 2 khoản: chi phí trả lãi và các chi phí khác có liên quan như chi phí dịch vụ, chi phí quảng cáo, chi phí in ấn, ...

Sau đây là các số liệu có liên quan đến chi phí huy động vốn của ngân hàng Quân Đội- CN Vũng Tàu giai đoạn 2021-2023 thông qua các báo cáo thường niên của ngân hàng nhằm đưa ra một số đánh giá về chất lượng huy động vốn của ngân hàng và xác định các nhân tố gây ra các ảnh hưởng đó.

**Bảng 3. 10: Chi phí nguồn vốn huy động của Ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu
giai đoạn 2021 – 2023**

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh 2022 với 2021		So sánh 2023 với 2022	
				Tuyệt đối	Tương đối	Tuyệt đối	Tương đối
Chi phí huy động vốn	2.367	2.875	3.292	508	21,46%	417	14,5%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh của MBBank – CN Vũng Tàu 2021 – 2023)

Nhận xét:

Chi phí huy động vốn tăng mạnh từ 2.367 tỷ đồng lên 2.875 tỷ đồng trong năm 2022, với mức tăng 508 tỷ đồng (tăng 21,46%). Đây là mức tăng khá lớn, cho thấy ngân hàng có thể đã phải trả mức lãi suất cao hơn hoặc có nhu cầu huy động vốn lớn hơn trong năm 2022. Mức tăng này có thể phản ánh sự cạnh tranh tăng lên trên thị trường tài chính hoặc sự cần thiết phải huy động thêm vốn cho các hoạt động đầu tư, mở rộng quy mô. Mặc dù chi phí huy động vốn tiếp tục tăng trong năm 2023, nhưng tỷ lệ tăng trưởng đã giảm xuống chỉ còn 14,5% (tăng 417 tỷ đồng so với năm 2022). Điều này cho thấy ngân hàng đã kiểm soát tốt hơn chi phí huy động vốn trong năm 2023, có thể nhờ vào chiến lược tài chính hợp lý hơn, hoặc thị trường tài chính đã ổn định hơn so với năm 2022.

Chi phí huy động vốn của ngân hàng đã tăng đều qua ba năm, với mức tăng mạnh trong năm 2022 và mức tăng giảm trong năm 2023. Tăng trưởng chi phí huy động vốn này có thể là kết quả của nhu cầu mở rộng hoạt động của ngân hàng hoặc do sự thay đổi của môi trường kinh tế, đặc biệt là các yếu tố ảnh hưởng đến lãi suất và chi phí vay mượn. Tuy nhiên, sự giảm dần tỷ lệ tăng chi phí huy động vốn trong năm 2023 là một tín hiệu tích cực, cho thấy ngân hàng đang có những biện pháp kiểm soát chi phí hiệu quả hơn trong quá trình hoạt động.

3.9. Ưu điểm và hạn chế của hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Quân Đội – CN Vũng Tàu

3.9.1. Ưu điểm

Qua phân tích thực trạng hoạt động huy động vốn của MB - CN Vũng Tàu chúng ta thấy hoạt động này những năm qua đã đáp ứng được phần lớn nhu cầu tăng trưởng tài sản cả về qui mô, kết cấu từ đó đem lại những kết quả khả quan.

Ngay sau khi được tái lập, MB - CN Vũng Tàu xây dựng mục tiêu và chiến lược kinh doanh nhằm không ngừng mở rộng quy mô, nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh với phương châm tập trung khai thác mọi nguồn vốn nhân rồi một cách có hiệu quả trong mọi thành phần kinh tế để cấp vốn tín dụng cho những nhu cầu ngày càng tăng. Trong quá trình thực hiện các hoạt động kinh doanh nói chung và huy động vốn nói riêng, MBBank - CN đã đạt được những kết quả nhất định:

Thứ nhất, tăng trưởng ổn định và mạnh mẽ qua các năm. Tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng đã tăng trưởng liên tục qua từng năm. Từ mức 35.833 tỷ đồng vào năm 2021, ngân hàng đã huy động được 45.677 tỷ đồng trong năm 2022, tăng 9.844 tỷ đồng (tương đương mức tăng trưởng 27,47%). Đến năm 2023, tổng nguồn vốn huy động đạt 54.765 tỷ đồng, tăng 9.088 tỷ đồng (tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 19,90% so với năm 2022). Mức tăng trưởng này phản ánh hiệu quả của chiến lược huy động vốn của ngân hàng, cũng như khả năng thu hút nguồn vốn từ thị trường trong bối cảnh kinh tế đầy thách thức. Sự duy trì tăng trưởng ổn định qua các năm cho thấy ngân hàng đã xây dựng được niềm tin vững chắc từ các nhà đầu tư và khách hàng.

Thứ hai, tỷ lệ vốn huy động từ tiền gửi của khách hàng chiếm ưu thế. Tiền gửi của khách hàng luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động, với mức 84,26% trong năm 2021, 84,98% trong năm 2022 và 85,50% trong năm 2023. Điều này cho thấy ngân hàng đã thành công trong việc duy trì sự tin tưởng và thu hút vốn từ khách hàng cá nhân. Việc có một nguồn vốn ổn định từ tiền gửi khách hàng không chỉ giúp ngân hàng đảm bảo khả năng thanh khoản mà còn tạo dựng sự ổn định trong các hoạt động tài chính lâu dài.

Thứ ba, tăng trưởng mạnh mẽ ở các khoản huy động có kỳ hạn dài. Nguồn vốn có kỳ hạn dài (trên 12 tháng) tăng trưởng ấn tượng trong các năm qua. Từ mức 21.064 tỷ đồng (năm 2021), con số này đã tăng lên 29.525 tỷ đồng trong năm 2022, và 36.786 tỷ đồng vào năm 2023, với tỷ lệ tăng trưởng lần lượt là 40,17% trong năm 2022 và 24,59% trong năm 2023. Điều này thể hiện ngân hàng đã thành công trong việc thu hút các khoản tiền gửi dài hạn từ khách hàng, giúp ngân hàng củng cố nền tảng tài chính vững mạnh và khả năng cung cấp các khoản vay dài hạn cho các khách hàng cần vốn. Việc huy động vốn dài hạn này còn giúp giảm thiểu rủi ro về việc phải đối mặt với áp lực tài chính trong ngắn hạn.

Thứ tư, cơ cấu kỳ hạn vốn huy động hợp lý và có xu hướng phát triển dài hạn. Cơ cấu kỳ hạn của các khoản tiền gửi cho thấy sự chuyển dịch tích cực từ tiền gửi ngắn hạn sang dài hạn. Cụ thể, tỷ trọng của tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng giảm nhẹ từ 22,03% (năm 2021) xuống còn 21,91% (năm 2023), trong khi tỷ trọng của tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng đã tăng mạnh từ 58,72% (năm 2021) lên 67,16% (năm 2023). Cho thấy ngân hàng đã thành công trong việc thiết kế các sản phẩm tiền gửi phù hợp với nhu cầu của khách hàng, đồng thời làm giảm áp lực rủi ro về thanh khoản khi số tiền gửi dài hạn chiếm ưu thế. Ngân hàng cũng đã tạo dựng được niềm tin mạnh mẽ từ khách hàng, khiến họ sẵn sàng cam kết gửi tiền dài hạn.

Thứ năm, tỷ trọng vốn huy động bằng nội tệ duy trì ở mức cao. Tỷ trọng của vốn huy động bằng nội tệ luôn chiếm phần lớn, đạt 99,29% (năm 2021), 99,33% (năm 2022) và 99,40% (năm 2023). Đây là một điểm mạnh quan trọng của ngân hàng, vì việc huy động vốn chủ yếu bằng nội tệ giúp giảm thiểu rủi ro tỷ giá và làm tăng sự ổn định tài chính trong môi trường kinh tế không chắc chắn. Việc giảm sự phụ thuộc vào ngoại tệ không chỉ giúp ngân hàng hạn chế được tác động của biến động tỷ giá mà còn giúp các khách hàng yên tâm hơn khi gửi tiền và sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Thứ sáu, vốn huy động từ các khách hàng cá nhân vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu. Ngân hàng đã duy trì và củng cố mối quan hệ với khách hàng cá nhân, khi tỷ trọng vốn huy động từ dân cư chiếm tỷ lệ cao (84,26% năm 2021, 84,98% năm 2022, 85,50% năm 2023). Điều này không chỉ giúp ngân hàng có nguồn vốn ổn định mà còn thể hiện sự hiệu quả trong việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với nhu cầu của nhóm khách hàng này. Việc

duy trì tỷ trọng lớn từ khách hàng cá nhân giúp ngân hàng giảm thiểu rủi ro tập trung vào một nhóm khách hàng doanh nghiệp, đồng thời tạo dựng được sự ổn định lâu dài trong chiến lược huy động vốn.

Thứ bảy, nguồn vốn huy động đa dạng và ít phụ thuộc vào vay từ các tổ chức tín dụng khác. Tiền vay từ các tổ chức tín dụng khác không chiếm tỷ trọng lớn (chỉ khoảng 4,26% trong tổng nguồn vốn huy động năm 2021 và 2,33% trong năm 2023), điều này cho thấy ngân hàng đã có thể duy trì sự độc lập về tài chính, giảm thiểu sự phụ thuộc vào các tổ chức tín dụng khác. Điều này giúp ngân hàng chủ động hơn trong các quyết định tài chính và hoạt động kinh doanh mà không bị chi phối nhiều bởi các yếu tố bên ngoài.

Như vậy, trong ba năm qua MB - CN Vũng Tàu đã đạt được những kết quả khả quan trong việc tăng cường huy động vốn tại địa phương, ổn định của các nguồn vốn, đảm bảo lãi suất đầu vào bình quân có xu hướng giảm nhanh hơn diễn biến lãi suất giảm của thị trường.

3.9.2. Hạn chế

Qua 3 năm hoạt động gần đây, MB - CN Vũng Tàu đã đạt được những thành tựu đáng khích lệ trong lĩnh vực huy động vốn. Tuy vậy trên thực tế vốn nhàn rỗi trong dân cư vẫn lớn mà Ngân hàng chưa huy động được toàn diện, điều đó cho thấy chính sách huy động vốn của MBBank - CN Vũng Tàu vẫn còn những hạn chế cần phải khắc phục, đó là:

Thứ nhất, tốc độ tăng trưởng vốn huy động hàng năm giảm dần. Tốc độ tăng trưởng vốn huy động tại CN đã giảm từ 27,47% (năm 2022) xuống còn 19,90% (năm 2023). Giai đoạn này, CN phải giữ ổn định cơ cấu vốn huy động trong tổng tài sản nợ. Để làm được điều đó CN phải tăng tổng tài sản nợ lên sao cho tỷ lệ với mức tăng của vốn huy động. Tuy nhiên, nếu vốn huy động tăng quá nhanh qua từng năm thì CN càng phải vất vả để tăng tổng tài sản nợ. Do đó, CN duy trì lượng vốn huy động tăng qua từng năm nhưng mức tăng trưởng phải giảm dần để dễ dàng đạt cơ cấu như mong muốn. Đây là một sự đánh đổi của CN trong việc lựa chọn giữa tốc độ tăng trưởng tăng qua từng năm với duy trì cơ cấu ổn định.

Thứ hai, các hình thức huy động vốn có mức tăng trưởng không đồng đều và khó kiểm soát. Tốc độ tăng trưởng của tiền gửi khách hàng, phát hành giấy tờ có giá, tiền vay các tổ chức tín dụng biến động khá thất thường. CN chỉ chú trọng đến cơ cấu cả hình thức huy động vốn mà không quan tâm tới mức tăng trưởng của các hình thức này. Do đó, xu hướng tăng trưởng của các hình thức này rất khó xác định để đưa ra dự đoán và điều chỉnh cho tương lai.

Thứ ba, cơ cấu các hình thức huy động vốn đang thay đổi theo hướng không phù hợp trong giai đoạn 2021 – 2023. Ta thấy tốc độ tăng trưởng tiền gửi khách hàng giảm từ 30,1% xuống còn 20,04%, trong khi tốc độ tăng trưởng của vốn vay tăng từ (-26,51%) năm 2022 lên 13,84% năm 2023. Việc thay đổi nguồn vốn huy động từ vay khách hàng sang vay các tổ chức tín dụng sẽ mang lại hiệu quả không cao cho hoạt động kinh doanh tại CN. Bởi vì mức lãi suất mà CN phải trả cho các khoản vay ở tổ chức tín dụng thường cao hơn so với khách hàng thông thường. Hơn nữa, vay vốn ở các khách hàng giảm cho thấy nhu cầu gửi tiền của dân cư tại CN không còn được như trước. Một phần là người dân đem đi gửi tiền tại ngân hàng khác, một phần là tác động của nền kinh tế khiến lượng tiền nhàn rỗi trong dân ít đi.

Thứ tư, hình thức huy động, mạng lưới huy động tuy đã được nâng cao, mở rộng nhưng chưa thật sự phong phú, chưa thực sự thu hút khách hàng. Hình thức huy động không kì hạn nghèo nàn chưa phục vụ được nhu cầu của khách hàng. Mạng lưới huy động mặc dù đã được mở rộng nhưng vẫn còn mỏng, không đồng đều hoặc quá tập trung vào một số điểm dẫn đến tình trạng có những tuyến đường có đến mấy phòng giao dịch và quỹ tiết kiệm lại có những tuyến đường chẳng có phòng giao dịch, quỹ tiết kiệm nào.

Thứ năm, hoạt động marketing của CN chưa mạnh trong công tác huy động vốn. Bộ phận marketing của ngân hàng phần nhiều chú trọng đến khách hàng vay vốn và khách hàng sử dụng các dịch vụ về tài chính, chưa quan tâm tới mức đến đối tượng khách hàng gửi tiền, nhất là khách hàng cá nhân, công tác tuyên truyền, quảng cáo tiếp thị chưa thường xuyên, chủ yếu tập trung vào đầu năm nên người dân chưa hiểu, mơ hồ về hoạt động của ngân hàng, về các sản phẩm dịch vụ tiện ích mới hoặc các cơ chế, chính sách mới của ngân hàng.

Thứ sáu, việc nâng cao chất lượng dịch vụ còn một số bất cập. Thời gian giao dịch còn hạn chế, CN chỉ làm việc trong giờ hành chính dẫn đến tình trạng quá tải, khách hàng thường xuyên phải chờ đợi để thực hiện các giao dịch, nhất là trong các dịp lễ, Tết. Thời gian giao dịch hạn chế nên giao dịch viên cũng không thể tư vấn và hướng dẫn tận tình, chu đáo cho khách hàng. Điều này ảnh hưởng không nhỏ đến quyết định lựa chọn ngân hàng để gửi tiền của họ.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Chương 3 đã phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu trong giai đoạn 2021-2023. Thông qua việc nghiên cứu các hình thức huy động vốn tại CN, chương đã làm rõ các phương thức huy động vốn chủ yếu mà ngân hàng sử dụng, từ tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi định kỳ cho đến các hình thức huy động vốn khác. Tình hình hoạt động kinh doanh của CN cũng được trình bày, giúp làm rõ mối liên hệ giữa các chiến lược huy động vốn và kết quả kinh doanh của ngân hàng.

Đặc biệt, chương đã chỉ ra sự tăng trưởng mạnh mẽ trong tổng vốn huy động của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu qua các năm, cùng với tốc độ tăng trưởng ấn tượng của nguồn vốn huy động trong giai đoạn nghiên cứu. Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng khách hàng, kỳ hạn huy động, và loại tiền cũng được phân tích chi tiết, phản ánh sự đa dạng và linh hoạt trong chiến lược huy động vốn của ngân hàng.

Bên cạnh đó, chương còn đánh giá chi phí huy động vốn tại CN, một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và khả năng cạnh tranh của ngân hàng. Những kết quả phân tích từ chương này cung cấp một cái nhìn sâu sắc về thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu, là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn trong các giai đoạn tiếp theo.

CHƯƠNG 4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN VŨNG TÀU

4.1. Định hướng hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu

4.1.1. Định hướng chiến lược trong của Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Vũng Tàu từ 2025 – 2030

MB - CN Vũng Tàu đề ra phương hướng hoạt động từ năm 2025-2030 như sau:

Tuân thủ chỉ đạo, định hướng Hội sở chính, tập trung thực hiện Kế hoạch kinh doanh, không ngừng phấn đấu hoàn thành cao nhất nhiệm vụ được giao, hướng tới đạt mục tiêu lợi nhuận bình quân/người thuộc nhóm dẫn đầu của hệ thống, góp phần đảm bảo thu nhập cho cán bộ người lao động.

Giữ vững và phát triển quy mô hoạt động và thị phần trên địa bàn cũng như trong hệ thống, xứng tầm với kỳ vọng là đơn vị chủ lực. Chuyển dịch cơ cấu huy động vốn, tín dụng theo hướng ổn định, chặt chẽ. Phát triển hoạt động bán lẻ cả về quy mô lẫn hiệu quả và chất lượng. Tăng cường tỷ trọng thu từ dịch vụ trong tổng thu nhập.

Không ngừng nâng cao năng lực quản trị điều hành, năng lực quản lý rủi ro nhằm kiểm soát và hạn chế tối đa rủi ro trong hoạt động kinh doanh, hoàn thiện chế độ thông tin báo cáo đảm bảo chất lượng, tạo cơ sở các chỉ đạo được thông suốt kịp thời.

Xây dựng và đào tạo đội ngũ cán bộ có khả năng thích ứng tốt với hoạt động cạnh tranh, nắm vững nghiệp vụ và am hiểu biết về thực tế kinh doanh.

Phân tích, đánh giá chi tiết, cụ thể chi tiết từng khối, phòng ban nhằm đảm bảo công bằng, chính xác là căn cứ để xếp loại hoàn thành nhiệm vụ các phòng, cán bộ.

Về huy động vốn, bám sát chỉ đạo điều hành công tác huy động vốn về lãi suất huy động, chính sách khách hàng. Tăng cường khả năng bám sát thị trường, tiếp tục thực hiện chính sách lãi suất phụ trội đối với khách hàng quan trọng theo quy định của MB nhằm khuyến khích gia tăng nền vốn huy động đồng thời đảm bảo cạnh tranh với các Ngân hàng

TMCP khác. Tập trung đẩy mạnh tăng trưởng nền vốn, gia tăng nền khách hàng có nguồn tiền gửi ổn định, đảm bảo giá trị và thời gian duy trì tại CN.

Về tín dụng, tăng cường chất lượng tín dụng đi đôi với phát triển về quy mô, đảm bảo đồng thời mục tiêu hiệu quả và an toàn. Tăng trưởng tín dụng theo định hướng kiểm soát gia tăng tín dụng trung dài hạn, phát triển sản phẩm tín dụng bán lẻ (cho vay mua nhà, ô tô, thấu chi...). Thường xuyên rà soát toàn bộ danh mục nợ xấu, TSDB của khoản vay, đánh giá khả năng thu hồi đối với từng khách hàng. Bám sát tình hình hoạt động của khách hàng, đặc biệt là các khách hàng có nguy cơ chuyển nhóm nợ để có giải pháp ứng phó phù hợp, kịp thời. Nghiêm túc thực hiện kiểm tra, giám sát trước, trong và sau khi cho vay theo đúng quy định qua đó phát hiện kịp thời những tiềm ẩn rủi ro phát sinh để đề xuất cách thức hạn chế, biện pháp xử lý nhanh nhất.

Về dịch vụ, tập trung phát triển sản phẩm dịch vụ Ngân hàng hiện đại, các sản phẩm có khả năng đem lại nguồn thu phí lớn như dịch vụ thanh toán, bảo lãnh, tài trợ thương mại, dịch vụ thẻ. Ưu tiên nguồn lực phát triển sản phẩm dịch vụ Ngân hàng hiện đại, khai thác kênh Ngân hàng điện tử để tối ưu hóa chi phí, đồng thời từng bước hoàn thiện hơn nữa công tác quản lý để hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt đảm bảo chất lượng, an toàn và hiệu quả. Tăng cường tiếp thị khách hàng sử dụng dịch vụ có thu phí, trên nền khách hàng tốt sẵn có, phát triển các sản phẩm, dịch vụ bán lẻ đa dạng, hướng tới mục tiêu phục vụ trọn gói toàn diện. Tiếp tục hoạt động tìm kiếm, mở rộng khách hàng sử dụng dịch vụ (kinh doanh ngoại tệ và phái sinh, thu hộ, tín dụng...), hạn chế việc miễn giảm phí nhằm tăng tỷ trọng thu nhập phi lãi.

Về phát triển mạng lưới, có kế hoạch đầu tư tăng cường nguồn lực, cơ sở vật chất cho các phòng, điểm giao dịch hiệu quả và đóng chuyển các phòng, điểm giao dịch kém hiệu quả. Tăng cường công tác nhận diện thương hiệu đảm bảo không gian giao dịch trang trọng, lịch sự và đồng bộ. Tập trung các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại các phòng giao dịch theo định hướng chỉ đạo của Hội sở chính về phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ, đặc biệt là mảng tín dụng.

Về đào tạo, tổ chức cán bộ, phát triển nguồn nhân lực gắn với rà soát, đánh giá chất lượng nguồn nhân lực hiện có thông qua việc tổ chức sát hạch về chuyên môn nghiệp vụ

và kỹ năng làm việc, kiên quyết áp dụng chế tài mạnh đối với những trường hợp không đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ, hướng tới phát triển lực lượng lao động có chất lượng, góp phần nâng cao năng suất lao động. Thường xuyên đào tạo trình độ nghiệp vụ và kỹ năng cho đội ngũ cán bộ CN theo hướng nâng cao - chuyên nghiệp - chuyên sâu, tiếp tục hoàn thiện phong cách, tác phong giao dịch khách hàng và thực hiện công tác luân chuyển cán bộ theo quy định. Bên cạnh đó không ngừng giáo dục phẩm chất đạo đức nghề nghiệp, kiểm tra giám sát các hoạt động nghiệp vụ để đẩy mạnh tính tuân thủ an toàn trong hoạt động Ngân hàng.

4.1.2. Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu.

Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu đã xây dựng những định hướng cụ thể cho đơn vị mình giai đoạn năm năm tiếp theo 2025 - 2030. Những định hướng của MB Vũng Tàu không những đẩy mạnh hoạt động huy động vốn mà còn phát triển các hoạt động khác. Về cơ bản, các định hướng bao gồm:

Thứ nhất, hoàn thành những chỉ tiêu kế hoạch mà Ngân hàng TMCP Quân đội giao cho như số vốn huy động từ khách hàng, số lượng giấy tờ có giá được phát hành ra công chúng, mức huy động vốn bằng ngoại tệ, doanh thu từ hoạt động tín dụng,... Đầu năm, CN thường phải xây dựng kế hoạch hàng năm và báo cáo lên Hội sở chính. Sau khi tập hợp báo cáo của các CN và tiến hành họp Ban lãnh đạo, Hội sở chính sẽ giao chỉ tiêu và kế hoạch tới từng CN. CN nhận kế hoạch được giao, tiến hành thực hiện các nghiệp vụ, điều chỉnh các hoạt động của mình trong năm. Cuối năm, CN tổng hợp kết quả đã thực hiện trong năm và báo cáo về Hội sở chính. Do đó, những chỉ tiêu mà Ngân hàng TMCP Quân đội đã giao cho, CN cần và phải thực hiện để đảm bảo hoạt động kinh doanh diễn ra bình thường.

Thứ hai, tiếp tục tăng thêm vốn huy động hàng năm sao cho tốc độ tăng trưởng tổng vốn huy động năm sau cao hơn năm trước. Căn cứ vào kết quả hoạt động năm năm lần một 2021 - 2023, CN luôn tăng thêm lượng vốn huy động hàng năm nhưng tốc độ tăng trưởng lại giảm dần. Do vậy, Ban Giám đốc đưa ra định hướng phải làm sao để tốc độ tăng trưởng liên tục tăng qua các năm trong giai đoạn tiếp theo. Việc tăng trưởng tốt trong hoạt động huy động vốn sẽ là cơ sở cho sự phát triển của các dịch vụ và hoạt động khác. Các hoạt

động kinh doanh của CN dựa vào những nguồn lực huy động được sẽ có điều kiện phát triển hơn nữa.

Thứ ba, giữ vững cơ cấu vốn huy động trong tổng tài sản. CN có thể thay đổi cơ cấu các hình thức huy động vốn, các loại tiền gửi trong tổng vốn huy động, nhưng cơ cấu vốn huy động trong tổng tài sản cần được giữ ở mức ổn định. Tỷ lệ vốn huy động trên tổng tài sản luôn phải duy trì ở mức 86% - 87%. Vì vậy, CN cũng cần mở rộng quy mô tài sản, nguồn vốn của mình, tương xứng với sự gia tăng của vốn huy động trong thời gian tới.

Thứ tư, hướng tới các khách hàng cá nhân nhiều hơn khi huy động vốn. Mục tiêu của CN là cân bằng cơ cấu vốn huy động từ khách hàng cá nhân và khách hàng tổ chức kinh tế. Hoàn thành định hướng của giai đoạn trước, CN đã khá thành công trong việc thu hút nhóm đối tượng khách hàng là cá nhân. Giai đoạn mới, CN cần tiếp tục phát huy tốt hơn nữa. Vốn huy động vẫn sẽ tăng thêm ở cả hai nhóm đối tượng khách hàng nhưng CN điều chỉnh hoạt động huy động vốn để tỷ trọng hai nhóm này dần cân bằng nhau.

Thứ năm, phát triển mạnh mẽ hoạt động tín dụng. CN xác định rõ hoạt động tín dụng có vai trò quyết định tới hoạt động huy động vốn. Việc CN tăng dư nợ tín dụng hàng năm sẽ kéo theo mức tăng của vốn huy động. Đồng thời, CN phát triển hai hoạt động này thì các sản phẩm dịch vụ có liên quan sẽ có xu hướng phù hợp hơn về chất lượng, đa dạng hơn về số lượng.

Thứ sáu, tăng cường chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng. Chất lượng dịch vụ khách hàng luôn là mục tiêu mà CN cố gắng hoàn thiện. Tuy nhiên, mảng chất lượng dịch vụ rất rộng, đồng thời, mỗi giai đoạn lại cần những yêu cầu khác nhau. Do đó, CN muốn chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng của mình cần phát triển hơn nữa trong năm năm tiếp theo.

Thứ bảy, xây dựng đội ngũ nhân viên là người bạn đồng hành với khách hàng. CN xác định rõ cán bộ nhân viên là đội ngũ nòng cốt trong quá trình hoạt động và phát triển. Ở giai đoạn trước, CN đã xác định xây dựng đội ngũ cán bộ nhân viên nhưng kết quả chưa đạt như mong đợi. Giữ vững quan điểm này trong định hướng phát triển của mình, CN tiếp tục duy trì xây dựng đội ngũ nhân viên nhưng hướng tới phục vụ khách hàng nhiều hơn.

4.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Vũng Tàu

4.2.1. Đổi mới và hoàn thiện các tiện ích phục vụ người gửi tiền và chăm sóc khách hàng.

CN cần xây dựng các chính chăm sóc khách hàng hiệu quả. Bên cạnh quan tâm, chăm sóc khách hàng truyền thống, CN cũng cần có chính sách thu hút, tạo niềm tin với khách hàng mới.

Nghiên cứu thị trường để hướng tới tiến hành phân đoạn khách hàng - đối với từng nhóm khách hàng, cần có những hình thức tiếp cận, ưu đãi phù hợp. Đối với những khách hàng phổ thông, cán bộ huy động vốn phải quan tâm đến hoạt động quan hệ với khách hàng, nắm vững được nhu cầu khách hàng hiện tại và tương lai. Việc phân loại khách hàng tiền gửi để có chính sách khách hàng hấp dẫn với từng đối tượng khách hàng thông qua lãi suất, phí dịch vụ và phong cách phục vụ.

Ngoài ra cần phải tiếp cận đối tượng khách hàng vay vốn tại CN bởi khi có quan hệ tín dụng với Ngân hàng, khách hàng sẽ mở tài khoản tiền gửi và sử dụng các dịch vụ tại đây. Đối với những khách hàng mới, CN cần có kế hoạch tiếp cận và tìm hiểu nhu cầu để thu hút khách hàng có nguồn tiền ổn định, có tiềm năng gửi trong tương lai, tổ chức hội nghị khách hàng hàng năm để củng cố quan hệ, nắm bắt nguyện vọng của khách hàng, trung cầu ý kiến khách hàng qua mạng điện tử.

Hoàn thiện quy trình, nghiệp vụ, đơn giản thủ tục và điều kiện sử dụng sản phẩm dịch vụ. Qua đó, tăng tính thuận tiện, nhanh chóng chính xác, an toàn trong quá trình khách hàng sử dụng sản phẩm.

Thái độ phục vụ, hướng dẫn khách hàng của nhân viên Ngân hàng cũng là yếu tố quan trọng. Sự hướng dẫn nhiệt tình, chu đáo, tinh thần trách nhiệm cao sẽ đem lại sự hấp dẫn cho các dịch vụ Ngân hàng.

4.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Nhân tố con người luôn là quan trọng nhất quyết định sự thành công của bất kỳ một hoạt động nào nhất là trong công cuộc cơ cấu lại NH như hiện nay.

MB từ lâu đã luôn xác định rằng: "Cán bộ, nhân viên là một trong những yếu tố quan trọng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Do đó, để góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng và tạo được hình ảnh thân thiện trong lòng khách hàng thì việc nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, nhân viên chính là một giải pháp quan trọng." Để làm được điều này, Ban lãnh đạo MB - CN Vũng Tàu cần phải tập trung trên các phương diện sau:

Cần xây dựng một quy trình tuyển dụng khoa học, khách quan và hợp lý để tuyển dụng được các nhân viên thực sự có trình độ, năng lực, phù hợp với yêu cầu của công việc. Lập kế hoạch cử các cán bộ nhân viên trẻ tuổi đi đào tạo chuyên sâu ở lĩnh vực huy động vốn đối với khách hàng nhằm xây dựng đội ngũ có trình độ chuyên môn vững vàng.

Để nhân viên có thể cống hiến hết mình cho công việc, cũng như giữ chân nhân viên giỏi thì ngân hàng cần phải có chính sách ưu đãi như: đề ra mức lương thỏa đáng, khen thưởng đối với các cán bộ nhân viên tiếp thị được nhiều khách hàng khách hàng tiền gửi, bán chéo sản phẩm tốt mang lại lợi nhuận cao cho ngân hàng.

Cần có các cuộc thăm dò ý kiến nhân viên để biết được tâm tư, nguyện vọng của họ, biết được những mong muốn của họ với ngân hàng, điều này sẽ giúp nhân viên ngày càng gắn bó chặt chẽ với ngân hàng.

Chuyên môn hóa GDV - CBTD: mỗi GDV - CBTD sẽ được giao phụ trách một nhóm khách hàng nhất định, có những đặc điểm chung về ngành nghề kinh doanh, nhu cầu khách hàng. Qua đó, GDV - CBTD có thể hiểu biết khách hàng một cách sâu sắc, tập trung vào một công việc của mình và giảm chi phí trong quá trình thẩm định, điều tra khách hàng, giảm sai sót trong quá trình thẩm định, góp phần nâng cao chất lượng tín dụng.

Thường xuyên mở các lớp đào tạo về kỹ năng bán hàng cho nhân viên, mời những người có kinh nghiệm trong lĩnh vực và kiến thức trong lĩnh vực bán hàng về để trao đổi với nhân viên.

Mở các cuộc thi về kỹ năng bán hàng cho các nhân viên trong hệ thống để cán bộ có điều kiện tìm hiểu và vận dụng linh hoạt khả năng tiếp thị khi bán hàng góp phần đưa sản phẩm phù hợp với khách hàng, đồng thời quảng bá hình ảnh của ngân hàng.

Hiện nay đội ngũ cán bộ nhân viên MB là cán bộ trẻ nên cần có những chính sách động viên, khuyến khích cán bộ của mình tự nâng cao nghiệp vụ bằng cách hỗ trợ cả về vật chất và tinh thần, tạo mọi điều kiện cho các cán bộ được tìm hiểu, nghiên cứu, học tập hay tiếp cận với các mô hình, quy trình nghiệp vụ ở các nước có hệ thống NH hiện đại. Qua đó giúp các cán bộ có thể học hỏi kinh nghiệm, vận dụng một cách phù hợp với thực tế ở nước ta.

Đồng thời cũng cần phải quản lý toàn bộ máy quản lý, bố trí sắp xếp nhân lực hợp lý ổn định theo định hướng chọn người có trình độ khả năng phù hợp với vị trí công việc. Tổ chức bộ máy hoạt động theo hướng gọn nhẹ, hiệu quả.

Để có được kết quả như trên MB - CN Vũng Tàu cần phải chú trọng ngay từ khâu tuyển dụng cán bộ cho đến khâu đào tạo, quản lý để có được một đội ngũ cán bộ vừa có năng lực phẩm chất tốt vừa vững vàng về nghiệp vụ chuyên môn chỉ có như thế mới có thể quản lý điều hành tốt công tác huy động vốn cũng như làm tiền đề cho việc mở rộng quá trình huy động vốn trong tương lai.

Và để công tác huy động vốn trở thành nhiệm vụ và trách nhiệm của mọi cán bộ trong thời điểm nền kinh tế có sự biến động lớn và công tác huy động vốn phải đối mặt với nhiều thách thức và khó khăn, MB – CN Vũng Tàu cần thực hiện giao chỉ tiêu huy động vốn đến từng cán bộ, từng phòng tại đơn vị kinh doanh và có cơ chế động lực qua lương, thưởng để khuyến khích động viên cán bộ. Xem xét điều chỉnh chỉ tiêu điểm thi đua về huy động vốn theo hướng nâng cao tỷ trọng điểm huy động vốn để khuyến khích và tạo động lực phấn đấu đối với các phòng, cá nhân nâng cao hiệu quả hoạt động truyền thông, tiếp thị và quảng bá.

Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về các dịch vụ ngân hàng, các hình thức và chính sách huy động vốn, thu hút tiền gửi... trên các phương tiện thông tin đại chúng (truyền hình, đài phát thanh, thời báo, tạp chí...) với các thông tin cần thiết kèm theo như: lãi suất, kỳ hạn... Bên cạnh đó nên đa dạng các loại tờ rơi, sách giới thiệu để ngoài quầy giao dịch khách hàng có thể đọc khi đến giao dịch.

Tổ chức bộ phận chăm sóc khách hàng, tạo cho khách hàng cảm giác được tôn trọng mỗi khi giao dịch. Bộ phận này có chức năng hướng dẫn khách hàng khai báo thông tin, giải đáp các thắc mắc của khách hàng, tư vấn giới thiệu về các sản phẩm của ngân hàng cho khách hàng, xây dựng nét văn hoá giao dịch thể hiện qua phong cách, thái độ văn minh, lịch sự với trang phục riêng mang nét đặc trưng của MB – CN Vũng Tàu.

4.2.3. Phát triển hoạt động tín dụng để hoạt động huy động vốn được đẩy mạnh

Giải pháp này dựa trên nguyên tắc hoạt động là kết quả của hoạt động tín dụng có ảnh hưởng đến việc huy động và phản ánh hiệu quả sử dụng vốn huy động tại mỗi ngân hàng thương mại. Nếu CN cho vay nhiều thì vốn huy động cũng cần nhiều hơn. Nhu cầu tín dụng của khách hàng tăng cao mà nguồn vốn huy động hiện tại của CN không đủ cung cấp, CN sẽ phải vận động thêm các nguồn khác nhau để kịp thời bổ sung vốn cho mình. Khách hàng được đáp ứng nhu cầu về vốn sẽ cảm thấy thoải mái, hài lòng. CN cũng chứng minh được các bước thực hiện giải pháp này có tính linh động, không theo quy trình cụ thể nào. Về cơ bản, nhân viên của Phòng Quản lý tín dụng và Phòng Quan hệ khách hàng sẽ chủ động tìm kiếm thêm đối tượng khách hàng để cho vay. CN đưa ra các hành động khuyến khích để nhân viên có động lực tìm kiếm các nhóm khách hàng mới. CN cũng có thể tuyên dương thành tích hoặc có những phần thưởng đối với những nhân viên đạt kết quả tốt. Hoặc CN có thể tìm kiếm, thu hút những nhân viên từ bên ngoài có khả năng bán hàng tốt, có kinh nghiệm cho vay.

Các dịch vụ liên quan đến cho vay tín dụng phải có tính cạnh tranh và có những ưu đãi hơn so với các ngân hàng khác để thu hút khách hàng. CN cũng cần cải tiến thủ tục cho vay, tạo điều kiện để khách hàng vay vốn. Nhân viên tín dụng không được làm khó giao dịch, hạn chế tình trạng nhân viên thờ ơ, bị động với khách hàng. Các dịch vụ liên quan đến cho vay tín dụng phải có tính cạnh tranh và có những ưu đãi hơn so với các ngân hàng khác để thu hút khách hàng. CN cũng cần cải tiến thủ tục cho vay, tạo điều kiện để khách hàng vay vốn. Nhân viên tín dụng không được làm khó để khách hàng có nhu cầu vay vốn. Khách hàng nên được hỗ trợ từ phía các nhân viên tư vấn để đẩy nhanh quá trình vay vốn. CN cần đưa ra các biện pháp nhằm đẩy mạnh việc vay vốn của khách hàng, làm tăng tổng dư nợ tín dụng tại đơn vị mình. Giải pháp này mang lại kết quả là tăng hoạt động tín dụng dẫn đến

khách hàng vay vốn tại CN nhiều hơn. Dư nợ cho vay nhiều hơn dẫn đến CN cần huy động nhiều vốn hơn. Do đó, việc kích thích hoạt động tín dụng sẽ kéo theo sự phát triển của hoạt động huy động vốn tại CN. Bên cạnh đó, dư nợ cho vay nhiều còn dẫn đến thu nhập từ hoạt động kinh doanh của CN cao hơn. Khoản thu nhập của CN chủ yếu đến từ việc sử dụng vốn huy động để đem đi kinh doanh. Thu nhập thêm từ hoạt động tín dụng là một lời khẳng định về hiệu quả sử dụng nguồn vốn huy động của CN. Vì vậy, hoạt động huy động vốn tại CN được cải thiện và tác động theo hướng tích cực.

4.2.4. Xây dựng chính sách khách hàng hợp lý

NHTM hoạt động linh hoạt trong cơ chế thị trường đòi hỏi phải thường xuyên đổi mới để thích ứng với những điều kiện khách quan và chủ quan, từ đó tìm kiếm các cơ hội để tăng trưởng và phát triển.

Với mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận và không ngừng tăng trưởng nguồn vốn, MBBank Vũng Tàu cần thấy được ngày nay khách hàng trở thành vấn đề quan tâm hàng đầu của các ngân hàng và sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trên phạm vi rộng hơn do sự phát triển của các lĩnh vực khoa học, công nghệ, thông tin. Do đó, ngân hàng nên xây dựng chính sách khách hàng để tạo sự gắn bó giữ ngân hàng và khách hàng trên cơ sở đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu gửi tiền, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ tài chính đối với khách hàng. Để thực hiện được điều này, MB Vũng Tàu cần:

Tăng cường nghiên cứu thị trường và tiếp thị, làm tốt công tác marketing, xây dựng chính sách khách hàng, đáp ứng nhu cầu đa dạng hóa của tổ chức và cá nhân gửi tiền. Cụ thể là: CN cần thu thập thông tin về từng loại khách hàng, từng loại tiền gửi. Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng vì nhiều lý do, trong đó cơ bản là đảm bảo sự an toàn tài sản và tăng giá trị bằng tiền lãi trong khi chưa có nhu cầu khác. Để lựa chọn hình thức, số lượng và thời hạn gửi tiền, họ đã cân nhắc thông qua xem xét các chính sách, thông tin về huy động vốn hoặc chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Khi khách hàng cần đến dịch vụ thì điều đầu tiên họ quan tâm là chất lượng dịch vụ và giá cả của nó nên khi xây dựng chính sách khách hàng phải đảm bảo các yêu cầu sau:

Chất lượng dịch vụ thể hiện ở tính chính xác, an toàn và tiện lợi. Về kỹ thuật nghiệp vụ thể hiện ở quy trình gọn nhẹ, đơn giản nhưng hiệu quả.

Giá cả dịch vụ chính là phí dịch vụ và lãi suất huy động vốn. Không chỉ quan tâm đến số lượng, hình thức các sản phẩm dịch vụ, CN còn cần quan tâm đến việc nâng cao chất lượng của chúng trong hoạt động thanh toán, chuyển tiền, lưu giữ hồ sơ, quản lý tài sản của khách hàng một cách khoa học và an toàn.

Ví dụ:

Đối với khách hàng có thu nhập đều đặn và gửi tiền để tích lũy cho một công việc có thời điểm xác định trong tương lai, MBBank nên hướng họ chuyển đổi kỳ hạn tại các thời điểm thích hợp, đem lại lợi ích cho khách hàng. Việc làm này thể hiện sự tận tình trong công tác chăm sóc khách hàng, là cách thức hấp dẫn khách hàng khiến họ trở thành khách hàng thân thiết, gắn bó với ngân hàng.

Đối với khách hàng hoạt động kinh doanh bận rộn có khoản tiền nhàn rỗi gửi ngắn hạn thì họ sẽ quan tâm đến sự tiện lợi trong việc gửi, lĩnh tiền và dịch vụ tiện ích hơn là lãi suất nên để phục vụ được nhóm khách hàng này, MBBank có thể bố trí các nhóm cán bộ công tác để thu nhận hoặc chi trả kịp thời tại các hộ kinh doanh của họ khi họ có nhu cầu. Việc làm này tuy làm gia tăng chi phí ở mức độ nhất định nhưng đổi lại ngân hàng sẽ thu hút được lượng vốn rẻ.

Khi công việc này trở nên phổ biến, số lượng khách hàng này tăng lên, số dư tiền gửi không kì hạn sẽ tăng lên số dư tiền gửi không kì hạn sẽ tăng lên nhanh chóng với chi phí bình quân ngày càng giảm, đồng thời giúp ngân hàng tiếp cận với dịch vụ ngân hàng tại nhà nhanh chóng với chi phí bình quân ngày càng giảm, đồng thời giúp ngân hàng tiếp cận với dịch vụ ngân hàng tại nhà.

4.2.5. Phát triển và mở rộng mạng lưới huy động vốn

CN nên mở rộng mạng lưới giao dịch bằng việc thành lập thêm các phòng giao dịch. Hiện nay hoạt động của CN khá mạnh mẽ tuy nhiên vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu cần thiết do lượng khách rất đông, ngân hàng cũng chỉ làm việc trong giờ hành chính.

Hơn nữa, rất nhiều khách hàng cũng làm việc trong giờ hành chính nên họ chỉ có thể tranh thủ thời gian ngắn thực hiện giao dịch tại ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần mở thêm phòng giao dịch ở khu vực đông dân cư và nên mở thêm thời gian giao dịch ngoài giờ hành chính như thêm ca 3 từ 17h đến 20h. Như thế sẽ đáp ứng tốt hơn cho những khách hàng không có thời gian đến giao dịch với ngân hàng vào các ngày trong tuần và trong giờ hành chính. Cán bộ hưu trí và người có tuổi là đối tượng khách hàng có nguồn tiền tiết kiệm nhàn rỗi và ổn định nhưng chưa thực sự tiếp cận được dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại ngày nay. Vì vậy, CN có thể đưa thêm hình thức quỹ tiết kiệm lưu động mà trước hết là đến phường, xã, định kỳ mỗi tháng từ một đến hai lần, phối hợp với chính quyền địa phương tuyên truyền, quảng cáo, hướng dẫn khách hàng làm thủ tục nhận tiền gửi và chi trả.

4.2.6. Tạo và phát triển mối quan hệ với các đối tượng khách hàng

Việc tạo quan hệ với khách hàng giúp CN có thêm những bạn hàng mới trong tương lai. Ban đầu, khách hàng chỉ dùng thử dịch vụ của CN, do chất lượng dịch vụ tốt cộng thêm CN có sự tôn trọng và nghiêm túc khi duy trì quan hệ, khách hàng sẽ tiếp tục giao dịch các lần khác, CN nhờ đó có thêm khách hàng. Hay như những khách hàng lớn là các doanh nghiệp, đơn vị sự nghiệp,... Thông thường, lượng tiền gửi tiết kiệm tại CN đối với những đối tượng này là rất lớn. Nếu CN phát triển mối quan hệ với họ, CN sẽ huy động được những nguồn vốn quan trọng một cách thường xuyên, đều đặn và có tính ổn định.

Ngoài ra, thói quen của khách hàng thường có tính bất chước khi sử dụng dịch vụ. Điều này có nghĩa là khi khách hàng này dùng dịch vụ này, những người quen của họ sẽ có xu hướng dùng dịch vụ đó nhiều hơn. Do vậy, việc CN tạo và phát triển mối quan hệ với khách hàng sẽ giống như phát triển một kênh quảng cáo để khách hàng tiếp tục đi giới thiệu cho người quen. Đó như một sự “vận động” từ chính khách hàng để huy động thêm những khoản tiền nhàn rỗi khác, các bước triển khai thực hiện có thể bao gồm nhiều khâu khác nhau. Ví dụ như đại diện CN chủ động tìm đến các tổ chức kinh tế như doanh nghiệp, cơ sở sản xuất,... để tạo mối quan hệ hợp tác lâu dài. CN cần có những ưu đãi, dịch vụ tiện ích riêng dành cho các tổ chức kinh tế nhằm tạo thiện cảm hơn những ngân hàng khác. Quan trọng là khả năng ngoại giao của người đại diện nhằm tạo thiện cảm, thuyết phục để các khách hàng lớn này sử dụng dịch vụ của mình. Nhân viên CN cần ghi nhớ những dịp lễ đặc

biệt để có sự quan tâm cần thiết tới khách hàng như tin nhắn chúc mừng, quà tặng tri ân, lời cảm ơn... Đối với những khách hàng lớn, vào những dịp đặc biệt, đại diện CN có thể đến chúc mừng, tặng quà, động viên, thăm hỏi,... nhằm duy trì mối quan hệ bạn hàng tốt. CN cũng có thể giới thiệu các đối tác, khách hàng tiềm năng cho khách hàng của mình nhằm tạo điều kiện phát triển kinh doanh. Bản thân CN cũng có thể trực tiếp hợp tác làm ăn với những khách hàng của mình. Nhìn chung, CN phát triển quan hệ với khách hàng trên mọi mặt để tạo sự khăng khít giữa hai bên, trở thành nơi nhận – gửi tiền an toàn, chu đáo, cẩn thận. Kết quả dự kiến mà giải pháp mang lại là quan hệ với khách hàng được mở rộng và thắt chặt hơn. Khách hàng sẽ trung thành và gắn bó lâu dài với CN. Đối với các mối quan hệ đã được xây dựng từ trước thì CN phát triển các mối quan hệ này để làm sâu sắc và gắn kết thêm giữa hai bên. Đối với các mối quan hệ chưa được hình thành, nhân viên ngân hàng đến tạo và xây dựng các mối quan hệ để hợp tác làm ăn. Nhìn chung, giải pháp này tạo sự gắn kết giữa khách hàng và đơn vị, đặc biệt là những khách hàng đã từng giao dịch tại CN. Nhờ việc phát triển quan hệ, số lượng khách hàng sẽ được duy trì ổn định nên nguồn vốn huy động từ những khách hàng này cũng sẽ ổn định theo.

4.2.7. Thực hiện chính sách lãi suất linh hoạt

Hiện nay, lãi suất đã được tự do hóa hình thành trên cơ sở cung cầu về vốn của thị trường. Lãi suất là công cụ mang tính nhạy cảm, tác động đến quy mô huy động vốn cũng như hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Muốn huy động được nguồn vốn trong nước được hiệu quả phải có một chính sách lãi suất hấp dẫn để các tổ chức kinh tế cũng như cá nhân gửi tiền tiết kiệm và các khoản tiền nhàn rỗi vào ngân hàng. Lãi suất luôn là mối quan tâm hàng đầu đối với người gửi tiền và là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến việc có gửi tiền hay không. Các NHTM tùy vào mục đích, khả năng của mình có thể áp dụng chiến lược cạnh tranh bằng lãi suất hợp lý là xu thế cạnh tranh về lâu dài. Thực tế trong những năm qua chúng ta có thể nhận thấy các ngân hàng trên địa bàn cạnh tranh với nhau chủ yếu là thông qua lãi suất. Điều này ảnh hưởng lớn đến kết quả hoạt động kinh doanh của hầu hết các ngân hàng trên địa bàn trong đó có MB Vũng Tàu.

Với nền tảng phát triển vững chắc, thừa hưởng uy tín mà toàn hệ thống đã nỗ lực xây dựng trong nhiều năm qua, MB Vũng Tàu nên tập trung vào nâng cao sức cạnh tranh

thông qua nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ bên cạnh việc áp dụng một chính sách lãi suất mềm dẻo, bám sát các diễn biến của thị trường và có tính chất cạnh tranh ở mức hợp lý. Để khuyến khích khách hàng gửi nhiều tiền, MB Vũng Tàu nên phân ra các mức tiền và áp dụng lãi suất cao hơn đối với món tiền gửi lớn (như lãi suất bậc thang hiện nay) và với mức tiền có số dư tiền tỷ CN nên cộng cho khách hàng với một biên độ lãi suất nhất định. Như thế CN sẽ thu hút được tiền gửi của dân cư, và tiến tới là thu hút được dân cư gửi tiền với kỳ hạn trung và dài hạn, để tạo điều kiện cho CN sử dụng một cách hiệu quả nguồn vốn huy động được.

4.2.8. Phát triển đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng

Nhận thức được tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ, MB Vũng Tàu cần tiếp tục đa dạng hóa sản phẩm huy động, nâng cao hơn nữa tiện ích thông qua chất lượng và tính đa dạng của sản phẩm. Về lâu dài ngân hàng có thể phấn đấu đạt được mục tiêu: bất kì cá nhân tổ chức nào có nguồn tiền chưa sử dụng, đều có thể tìm kiếm ở ngân hàng một loại hình huy động nào đó phù hợp với mong muốn của họ. Riêng đối với hình thức huy động tiết kiệm kỳ hạn truyền thống, cần có những sửa đổi theo hướng linh hoạt cho phép khách hàng đó rút tiền trước hạn từng phần, trả lãi định kỳ với những món gửi lớn, khách hàng được quyền lựa chọn kỳ hạn bất kì trong giới hạn kỳ hạn tối đa của ngân hàng.

Ngoài việc đưa ra các loại hình dịch vụ đa dạng, đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng kể cả các khách hàng khó tính nhất, MB phải hoàn thiện, phục vụ tốt hơn các dịch vụ hiện có. Nâng cao chất lượng dịch vụ tư vấn, triển khai các dịch vụ "Home banking", dịch vụ ngân hàng điện thoại, dịch vụ trên Internet, hệ thống phân phối tự động hay hệ thống phân phối không người... ở trên địa bàn trung tâm, có nhiều người nước ngoài sinh sống, ngân hàng nên đẩy mạnh và phát huy dịch vụ đổi tiền. Các hoạt động của ngân hàng có mối liên quan chặt chẽ với nhau. Để tăng cường huy động vốn từ dân cư, các dịch vụ thay toán không dùng tiền mặt chưa tiện lợi và chi phí cao, vốn đầu tư để phát triển một số dịch vụ thanh toán hiện đại tốn kém... Để có thể khai thác nguồn vốn này, MB Vũng Tàu cần thực hiện các biện pháp sau:

- Thông qua các công ty Bảo hiểm để huy động được một nguồn tiền gửi từ phí bảo hiểm. Khách hàng có thể trả phí bảo hiểm cho công ty Bảo hiểm qua ngân hàng bằng cách đóng

tiền bảo hiểm tại ngân hàng. Bảo hiểm là một lĩnh vực phức tạp và nhiều rủi ro đòi hỏi phải có chuyên môn cao, CN nên đầu tư thích đáng cũng như tiếp cận một cách thận trọng khi tham gia vào dịch vụ này.

- Thực hiện mở tài khoản cá nhân thanh toán miễn phí, như: nộp tiền điện thoại, tiền điện, các hóa đơn dịch vụ khác,...Nên tiếp cận với khách hàng là các cán bộ, công nhân viên của các cơ quan tổ chức vì đây là một bộ phận dân cư có thu nhập tương đối ổn định, không thường xuyên nắm giữ nhiều tiền mặt trong tay và chủ yếu là chi cho tiêu dùng.

Ngày nay, mức độ cạnh tranh giữa các Ngân hàng tại Việt Nam ngày càng phát triển và đối thủ của MB - CN Vũng Tàu ngày càng nhiều và đa dạng. Về phía khách hàng, họ đến ngân hàng không chỉ đơn thuần cần một chỗ để cất giữ giá trị và kiếm lời.

4.2.9. Cải thiện và phát triển hoạt động marketing.

Giải pháp này dựa trên mục đích và nội dung của hoạt động marketing trong quá trình hoạt động kinh doanh tại mỗi đơn vị. Thông thường, hoạt động marketing có tác động tích cực đến việc quảng bá, giới thiệu các sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng thương mại nói chung và chi nhánh ngân hàng nói riêng. Thông qua hoạt động này, khách hàng có nhiều cơ hội tìm hiểu về các dịch vụ, tiện ích mà CN đang có. Khách hàng sẽ có thêm hiểu biết và chọn lựa trước khi quyết định dùng thử dịch vụ tại CN. Việc gia tăng hoạt động marketing còn giúp CN tăng cường quảng bá, phát triển thương hiệu, hình ảnh tới công chúng. Hình ảnh và thương hiệu tốt sẽ giúp nâng cao vị thế, uy tín của Ngân hàng TMCP Quân đội trên thị trường tài chính, tạo lòng tin và sự thu hút được nhiều khách hàng hơn trong quá trình huy động vốn. Chủ thể thực hiện việc cải thiện và phát triển hoạt động marketing chủ yếu là Phòng Hành chính Tổng hợp, Phòng Kế toán và Dịch vụ khách hàng.

Để giải pháp này được thực hiện với kết quả tốt nhất thì cần có nguồn lực tối thiểu để tạo điều kiện phát triển. CN và ngân hàng phải đầu tư thêm nguồn tài chính cần thiết để phát triển hoạt động marketing, quảng bá thương hiệu. Bởi vì, mỗi hoạt động marketing khi triển khai và thực hiện đều cần rất nhiều vốn để đầu tư. Tất cả các khâu bao gồm thuê địa điểm, mua vật liệu dụng cụ, thuê quảng cáo,... đều cần chi phí để thực hiện. Quan trọng nhất là phải có ý tưởng và sự sáng tạo. Từ các ý tưởng sáng tạo, CN sẽ dựa vào đó để xây

dựng và phát triển thành các hành động, chương trình cụ thể. Nếu CN rất muốn phát triển hay làm một việc gì đó nhưng lại thiếu ý tưởng thì việc thực hiện là rất khó khăn. Ngoài ra, ban lãnh đạo phải tạo điều kiện để các biện pháp đưa ra được triển khai thực hiện. Các bước triển khai giải pháp này là không có quy định cụ thể. Tùy vào tình hình thực tế và đặc điểm của CN, giải pháp có thể thực hiện theo các cách khác nhau. CN quảng bá hình ảnh của mình thông qua các tờ áp phích, băng rôn, băng quảng cáo,... Những hình ảnh quảng bá phải được đặt ở những nơi đông dân, có nhiều người qua lại. Những nơi có điều kiện phát triển đặc biệt là những khu dân cư, khu công nghiệp, trung tâm mua sắm nên có những bảng điện tử, băng quảng cáo với màu sắc bắt mắt, thu hút. Đại diện CN cũng cần tích cực tham gia các buổi hội thảo, hội nghị, hội chợ việc làm nhằm giới thiệu về thương hiệu và dịch vụ tại CN và Ngân hàng TMCP Quân Đội. Qua các buổi gặp gỡ, CN cũng có thêm cơ hội tiếp xúc với các khách hàng tiềm năng trong tương lai, tìm thêm nguồn huy động vốn mới.

CN cũng cần khuyến khích các ý tưởng bằng cách tổ chức các cuộc thi có giải thưởng lớn để thu hút nhân tài. Ban lãnh đạo cần thẩm tra, trao đổi, phản biện về các biện pháp được đưa ra trước khi quyết định cho triển khai thực hiện. Việc nghiên cứu thị trường và các nhóm đối tượng khách hàng cần được thực hiện thường xuyên để đưa ra các sản phẩm dịch vụ phù hợp, tiện nghi với nhu cầu gửi tiền và cho vay. Sau khi giải pháp được thực hiện, các sản phẩm, dịch vụ của CN sẽ được phổ biến trên thị trường. Khách hàng biết đến dịch vụ, sản phẩm của CN nhiều hơn. Ngoài ra, thông qua việc quảng bá thương hiệu, Ngân hàng TMCP Quân đội sẽ duy trì và giữ vững hình ảnh đẹp, có giá trị thương hiệu cao. TMCP Quân đội sẽ duy trì và giữ vững hình ảnh đẹp, có giá trị thương hiệu cao. Những kết quả mà hoạt động marketing mang lại giúp CN tạo được ấn tượng tốt trong lòng khách hàng về sản phẩm, dịch vụ. Từ đó, khách hàng biết đến tên tuổi của CN và ngân hàng nhiều hơn. Họ sẽ quan tâm và giới thiệu cho bạn bè, người quen của mình về CN và ngân hàng về các dịch vụ gửi tiền và cho vay. Hiệu ứng thân quen của khách hàng sẽ phát huy tác dụng cao, mang lại cho CN thêm nhiều khách hàng mới. CN có thể tranh thủ để tiếp cận thêm 77 những nguồn vốn huy động mới và tiếp xúc với những khách hàng có nhu cầu vay vốn trong tương lai.

4.2.10. Phân tích và theo dõi sát sao tình hình kinh tế - xã hội trên địa bàn, nắm bắt tâm lý tiết kiệm – tiêu dùng của khách hàng.

Nguyên nhân là do tình hình kinh tế - xã hội liên tục biến đổi, mỗi biến động trong nền kinh tế đều có thể gây ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của các đơn vị kinh doanh và thu nhập của người dân trên địa bàn. Sự phát triển của các tổ chức kinh doanh và mức thu nhập của người dân có ảnh hưởng trực tiếp đến lượng tiền nhàn rỗi trong dân chúng. Nếu tiền nhàn rỗi nhiều trong dân nhiều, CN sẽ dễ dàng huy động được vốn. Nếu lượng tiền dân tích cóp được ít đi, CN sẽ khó khăn hơn để có thêm vốn kinh doanh. Việc phân tích và theo dõi liên tục tình hình tại địa phương giúp CN có những dự đoán trong tương lai về xu hướng gửi tiền của người dân. Từ đó, CN có thể tranh thủ hoặc điều chỉnh nguồn vốn huy động cho phù hợp với tình hình kinh doanh hiện tại của mình.

Bên cạnh đó, CN cũng có những dự phòng cho đơn vị mình trong trường hợp khó khăn khi huy động vốn từ người dân vào thời gian tới. Do giải pháp này có tính vĩ mô và xuất phát từ yêu cầu quản lý nên chủ thể thực hiện là Ban Giám đốc, lãi suất ưu đãi để kích thích hoạt động tín dụng. Ban Giám đốc thường có nhiều nguồn thông tin khác nhau liên quan đến lĩnh vực hoạt động của mình, đặc biệt là các nguồn thông tin nội bộ. Việc trao đổi thông tin thường xuyên với các đối tác giúp CN có thêm những thông tin quý báu để xử lý, điều chỉnh các khoản huy động vốn. Nhìn chung, giải pháp này có tính khả thi cao hay không còn phụ thuộc vào năng lực quản lý và năng lực phán đoán phân tích của Ban Giám đốc. Thực tế hiện nay, đội ngũ lãnh đạo thường có bộ phận giúp việc riêng của mình, thay Ban Giám đốc theo dõi tình hình và thông báo lại. Ngoài ra, Ban Giám đốc còn có thể thuê các chuyên gia trong ngành, các công ty dịch vụ chuyên về tư vấn để đưa ra những hỗ trợ trong nhiều trường hợp. Tùy vào từng trường hợp cụ thể, cách quản lý và giải quyết tình huống của Ban Giám đốc, các giải pháp khác nhau sẽ được đưa ra nhưng mục đích chung là tránh những tác động tiêu cực tới việc huy động vốn tại CN, đẩy mạnh khả năng huy động vốn, tăng lượng vốn huy động từ dân cư. Sau khi thực hiện giải pháp, ban giám đốc sẽ đưa ra những quyết định ảnh hưởng đến hoạt động tại CN trong từng hoàn cảnh, điều kiện cụ thể. Các quyết định của Ban Giám đốc có thể là điều chỉnh hoạt động nghiệp vụ tại mỗi phòng ban hoặc phát triển thêm các dịch vụ tiện ích mới, giúp phát huy khả năng huy

động vốn của CN. Đồng thời, Ban Giám đốc còn lấy đó làm căn cứ cho những phân tích trong tương lai để có những điều chỉnh kịp thời nhằm hoạt động huy động vốn được đảm bảo. Ban Giám đốc còn có những phương án dự phòng cho những tình huống bất lợi có thể xảy ra trong tương lai liên quan đến hoạt động chung tại đơn vị mình.

4.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Quân Đội

Nhanh chóng hoàn thiện các quy trình, quy chế

Để phát triển hoạt động huy động vốn, MB cần có một cơ chế thủ tục đơn giản, gọn nhẹ hơn, thống nhất đồng bộ và dễ hiểu, đảm bảo lợi ích của khách hàng. Hiện tại, hệ thống dữ liệu thông tin của khách hàng còn chông chéo, văn bản, quy chế còn rất nhiều, ngân hàng Quân Đội cần có định hướng đơn giản hóa các văn bản, quy chế hiện hành. Sự phát triển của công nghệ cho ra đời một số dịch vụ mới với cách thức và quy trình giao dịch khác với sản phẩm truyền thống, các văn bản pháp lý của ngân hàng Quân Đội cần có sự điều chỉnh phù hợp với tốc độ phát triển của khoa học công nghệ.

Phát triển công nghệ mới và ứng dụng rộng rãi trong các kênh phân phối hiện đại.

Sự phát triển của công nghệ internet (tốc độ truy cập nhanh hơn, khả năng lưu trữ tốt hơn và tính tiện lợi của công nghệ không dây...), công nghệ máy tính và công nghệ bảo mật đã ảnh hưởng đến nhận thức về vai trò của công nghệ đối với ngân hàng. Những ngân hàng tiên phong là ngân hàng ứng dụng phương thức giao dịch điện tử vào các kênh phân phối để mở rộng và duy trì thị phần, nơi mà sự cạnh tranh ngày càng gay gắt. Cụ thể như: máy ATM, máy POS, internetbanking, call - center....

Xây dựng chính sách giá cả cạnh tranh

So sánh với biểu phí dịch vụ của một số NHTM, hiện tại biểu phí dịch vụ của MB tương đối cao so với các đối thủ cạnh tranh, điều này tác động không nhỏ đến việc thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ của MB.

Ngân hàng TMCP Quân Đội cần nghiên cứu, so sánh nhằm đưa ra một chính sách giá cả dịch vụ có tính cạnh tranh hơn trên cơ sở các nguyên tắc bù đắp chi phí và có lãi.

MB có thể cho phép các CN linh hoạt trong việc quyết định mức phí dịch vụ đối với từng đối tượng khách hàng dựa trên số lượng giao dịch, quy mô giao dịch của khách hàng.

Xây dựng chính sách lãi suất hợp lý

Lãi suất là một yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động huy động vốn của Ngân hàng. Bởi vì khi khách hàng gửi tiền vào ngân hàng, ngoài mục tiêu an toàn thì họ còn mong đợi vào khoản tiền sinh lời có thể thu được. Chính sách lãi suất của ngân hàng tác động trực tiếp đến khối lượng vốn huy động cũng như chi phí của khoản vốn đó. Đồng thời việc hoạch định chính sách lãi suất cũng chịu nhiều ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài: Chính sách tiền tệ của Ngân hàng nhà nước, chính sách lãi suất của các ngân hàng khác, tình hình tăng trưởng, biến động lạm phát, biến động tỷ giá, các yếu tố tâm lý, thị hiếu của khách hàng. Việc ấn định lãi suất của ngân hàng trước hết phải tuân thủ đầy đủ các quy định về lãi suất của NHNN đưa ra cho các tổ chức tín dụng. Lãi suất cũng phải tuân theo quy luật cung cầu về vốn trên thị trường.

Lãi suất đầu ra quyết định lãi suất đầu vào, thể hiện việc huy động vốn phải được thực hiện trên cơ sở sử dụng vốn. Việc đa dạng hóa lãi suất không chỉ liên quan tới việc ấn định lãi suất huy động mà còn liên quan tới các phương thức thanh toán lãi hợp lý giữa các công cụ huy động vốn khác nhau. Dù điều chỉnh lãi suất như thế nào, ngân hàng cần phải bám sát với lãi suất trên thị trường liên ngân hàng trong nước và quốc tế để có thể tránh được các rủi ro có thể xảy ra.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 4

Chương 4 đã đưa ra một cái nhìn tổng thể về một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu. Qua việc phân tích ưu điểm và nhược điểm trong công tác huy động vốn của CN, em đã chỉ ra những điểm mạnh cần được phát huy và những hạn chế cần khắc phục. Việc xác định định hướng chiến lược và phát triển huy động vốn trong tương lai là rất quan trọng để ngân hàng duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động. Các giải pháp được đề xuất trong chương này như cải tiến tiện ích phục vụ khách hàng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát triển hoạt động tín dụng, xây dựng chính sách khách hàng hợp lý, và phát triển mạng lưới huy động vốn đã phản ánh sự đa dạng và toàn diện trong các phương thức nâng cao hiệu quả huy động vốn. Những giải pháp này không chỉ mang tính chiến lược mà còn rất thực tiễn, phù hợp với nhu cầu và điều kiện phát triển của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Vũng Tàu trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Bên cạnh đó, việc cải thiện các hoạt động marketing, thực hiện chính sách lãi suất linh hoạt, và nắm bắt được tâm lý tiết kiệm của khách hàng sẽ giúp ngân hàng duy trì sự ổn định và phát triển bền vững trong tương lai. Những kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Quân Đội sẽ là cơ sở quan trọng để ngân hàng cải thiện các yếu tố nội bộ, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn và nâng cao vị thế cạnh tranh trong ngành ngân hàng. Nhìn chung, chương này đã đóng vai trò quan trọng trong việc đưa ra các giải pháp mang tính khả thi, giúp ngân hàng không chỉ duy trì mà còn phát triển mạnh mẽ hơn nữa trong tương lai.

KẾT LUẬN

Đối với ngân hàng thương mại, hoạt động huy động vốn là một trong 2 nghiệp vụ xương sống tạo ra lợi nhuận chủ yếu của ngân hàng. Do vậy, phát triển hoạt động huy động vốn là công tác quan trọng giúp ngân hàng thương mại tồn tại và đứng vững được trong thị trường tài chính - tiền tệ đầy cạnh tranh hiện nay. Song những năm gần đây, tình hình cạnh tranh trên thị trường tài chính ngân hàng trở nên khốc liệt hơn bao giờ hết khi hàng loạt các ngân hàng mới ra đời, thành lập tiếp thị những chính sách vô cùng hấp dẫn. Chính điều này đã thách thức MBBank cần phải chuyển mình, để có thể cạnh tranh và phát triển lành mạnh cùng các đối thủ. Một trong những chuyển mình đó chính là cải tiến hoạt động xương sống của mình - phát triển hoạt động cho vay một cách hiệu quả cả về chất và lượng...

Huy động vốn tại các ngân hàng thương mại là một vấn đề không mới nhưng cho đến nay, các cơ quan chức năng, các chuyên gia về tài chính ngân hàng vẫn chưa tìm ra các giải pháp hiệu quả nhất. Với tình hình kinh tế biến đổi không ngừng, thị trường tài chính tiền tệ thế giới thay đổi từng ngày, với sự sụt giảm của các nền kinh tế chủ chốt trên thế giới thì việc làm thế nào huy động và sử dụng vốn có thể sinh lời một cách cao nhất vẫn luôn là vấn đề thời sự của các ngân hàng. Để đáp ứng được nhu cầu vốn cho sự phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn hoạt động cũng như đóng góp cho sự phát triển của đất nước, các ngân hàng nói chung và MBBank - CN Vũng Tàu nói riêng phải cố gắng và nỗ lực nhiều hơn nữa. Trong khuôn khổ đề tài, em chỉ xin đưa ra một số giải pháp với mong muốn góp phần nâng tăng cường huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội dù bản thân em đã có nhiều cố gắng trong quá trình hoàn thành bài tiểu luận, tuy nhiên huy động vốn trong ngân hàng là vấn đề rộng lớn liên quan đến nhiều yếu tố cả về vi mô và vĩ mô. Do vậy, không tránh khỏi khiếm khuyết, em rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô giáo và các nhà khoa học để bài tiểu luận được hoàn thiện hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Báo cáo thường niên Ngân hàng TMCP Quân đội 2021
- [2]. Báo cáo thường niên Ngân hàng TMCP Quân đội 2022
- [3]. Báo cáo thường niên Ngân hàng TMCP Quân đội 2023
- [4]. <https://www.mbbank.com.vn/>
- [5]. PGS.TS Trầm Thị Xuân Hương. Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại, tái bản lần thứ nhất. Nhà xuất bản kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- [6]. Nguyễn Cẩm Linh (2019) “ Huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam – CN Yên Bái”, luận văn Thạc sỹ tài chính ngân hàng, Học viện ngân hàng
- [7]. Vũ Phương Thảo (2017) “ Tăng cường hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam – CN TP Hà Nội”, luận văn Thạc sỹ
- [8]. Thanh Huyền (2022) “MB Vũng Tàu tổ chức lễ kỷ niệm 15 năm thành lập”, tạp chí điện tử Thương hiệu và công luận <https://thuonghieucongluan.com.vn/mb-vung-tau-to-chuc-le-ky-niem-15-nam-thanh-lap-a176173.html>
- [9]. Trần Thị Thanh Huyền (2017) “Hoạt động huy động vốn tại ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Hải Dương”, luận văn Thạc sỹ