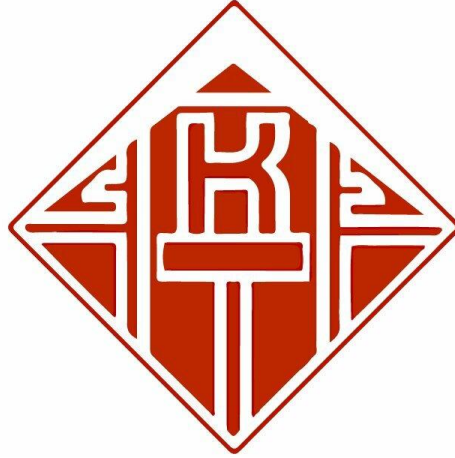


BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN AN BÌNH –
PHÒNG GIAO DỊCH NÚI THÀNH – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG
GIAI ĐOẠN 2024 – 2026**

Giảng viên hướng dẫn	: ThS. Nguyễn Thị Ngọc
Sinh viên thực hiện	: Nguyễn Thị Thảo Vy
Khóa học	: 2021 – 2025
Lớp	: 21NH1

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2025

Đà Nẵng, ngày tháng 5 năm 2025

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

1. Thông tin sinh viên thực hiện:

- Họ và tên sinh viên : Nguyễn Thị Thảo Vy
- Ngành đào tạo : TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2021 - 2025

2. Tên đề tài khóa luận:

“Giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – Phòng giao dịch Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp:

- Tình hình hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Tình hình cho vay tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh Tình hình hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Số lượng khách hàng tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Quy mô và tốc độ tăng trưởng tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Cơ cấu vốn huy động theo sản phẩm tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Cơ cấu vốn huy động theo thời hạn tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024
- Cơ cấu vốn huy động theo loại tiền tại Ngân hàng ABBANK – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

4. Các bảng biểu, hình vẽ và đồ thị:

Bảng biểu, hình vẽ và đồ thị xem tại danh mục các bảng biểu và hình vẽ của khóa luận

5. Giảng viên hướng dẫn

Tên giảng viên hướng dẫn: Th.S Nguyễn Thị Ngọc, Khoa Kinh tế, Ngành Tài chính – Ngân hàng, Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng.

6. Ngày giao nhiệm vụ Khóa luận tốt nghiệp: 10/02/2025

Trưởng bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên hướng dẫn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Sinh viên đã hoàn thành và nộp khóa luận tốt nghiệp về cho bộ môn.

Ngày tháng 5 năm 2025

Sinh viên thực hiện khóa luận
(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn đến Quý Thầy Cô Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng đã truyền đạt cho em những kiến thức và kinh nghiệm, đó là hành trang quý báu để em vững vàng bước vào cuộc sống. Đặc biệt, em xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành đến giảng viên – Thạc sĩ Nguyễn Thị Ngọc người đã tận tình hướng dẫn giúp đỡ, định hướng tư duy, thái độ và cách làm việc để em có thể hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp này.

Đồng thời, em xin chân thành cảm ơn Giám Đốc Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – PGD Núi thành – Chi nhánh Đà Nẵng đã tạo điều kiện cho em được học tập và giúp đỡ để em hoàn thành khóa luận. Và toàn thể đội ngũ anh chị các phòng ban tại Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng đã trực tiếp hướng dẫn, dạy bảo, truyền đạt các kinh nghiệm, kỹ năng và tạo điều kiện tốt nhất để em tiếp cận và tìm hiểu những thông tin mới nhất tại Ngân hàng.

Trong quá trình tìm hiểu cũng sẽ có nhiều thiếu sót và hạn chế em rất mong nhận được sự góp ý của Thầy/Cô để khóa luận được hoàn chỉnh và đầy đủ hơn.

Cuối cùng, em xin chúc Quý Thầy Cô Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng cùng Giám Đốc và các anh chị trong Ngân hàng luôn thật nhiều sức khỏe và đạt được nhiều thành công trong công việc.

Em xin chân thành cảm ơn!

NHẬN XÉT CỦA GVHD

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
DANH MỤC BẢNG BIỂU	vi
DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ.....	vii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	viii
LỜI MỞ ĐẦU	ix
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	1
1.1 Tổng quan về Ngân hàng thương mại.....	1
1.1.1 Khái niệm của Ngân hàng thương mại	1
1.1.2 Chức năng của Ngân hàng thương mại.....	1
1.1.2.1 Chức năng trung gian tín dụng	1
1.1.2.2 Chức năng trung gian thanh toán	2
1.1.2.3 Chức năng tạo tiền.....	2
1.1.2.4 Chức năng thủ quỹ	2
1.1.3 Vai trò của ngân hàng thương mại	2
1.1.4 Các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng thương mại	3
1.1.4.1 Nghiệp vụ huy động vốn	3
1.1.4.2 Nghiệp vụ tín dụng.....	4
1.1.4.3 Nghiệp vụ thanh toán	4
1.1.4.4 Các hoạt động khác	5
1.2 Lý luận chung về hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại	5
1.2.1 Khái niệm về huy động vốn	5
1.2.2 Các hình thức huy động vốn tại ngân hàng thương mại.....	6
1.2.3 Vai trò của hoạt động huy động vốn đối với ngân hàng thương mại.....	9
1.2.4 Các tiêu chí đánh giá hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại	10
1.2.4.1 Số lượng khách hàng	10
1.2.4.2 Quy mô nguồn vốn và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn.....	10
1.2.4.3 Cơ cấu nguồn vốn huy động.....	10
1.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại	11
1.3.1 Nhân tố bên trong	12

1.3.2 Nhân tố bên ngoài	13
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	15
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN AN BÌNH – PGD NÚI THÀNH – ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2022 – 2024	16
2.1. Khái quát quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình - PGD Núi Thành – Đà Nẵng.....	16
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng	16
2.1.2 Giới thiệu về ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng	17
2.1.3 Chức năng và nhiệm vụ của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành- Đà Nẵng	18
2.1.4 Các sản phẩm và dịch vụ tại ngân hàng.....	20
2.1.5 Kết quả hoạt động của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024	21
2.2 Thực trạng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình - PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024	29
2.2.1 Số lượng khách hàng	29
2.2.2 Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động.....	30
2.2.3 Cơ cấu nguồn vốn huy động	31
2.2.3.1 Cơ cấu vốn huy động theo sản phẩm.....	32
2.2.3.2 Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng.....	35
2.2.3.3 Cơ cấu vốn huy động theo thời hạn	36
2.2.3.4 Cơ cấu vốn huy động theo loại tiền	38
2.3 Đánh giá về thực trạng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình - PGD Núi Thành giai đoạn 2022 – 2024	39
2.3.1 Kết quả đạt được	39
2.3.2 Hạn chế.....	40
2.3.3 Nguyên nhân	41
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	43
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN AN BÌNH – PGD NÚI THÀNH – ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2024 – 2026	44

3.1 Định hướng hoạt động huy vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng	44
3.2 Giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2024 – 2026	45
3.2.1 Tăng cường huy động vốn trung – dài hạn.....	45
3.2.2 Chú trọng công tác chăm sóc khách hàng hiệu quả	46
3.2.3 Tăng cường trải nghiệm các sản phẩm huy động vốn trên nền tảng số	47
3.2.4 Chú trọng nâng cao kỹ năng cho đội ngũ nhân viên	49
3.2.5 Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông Ngân hàng	49
3.3 Kiến nghị	50
3.3.1 Kiến nghị đối với ngân hàng Nhà nước Việt Nam	50
3.3.2 Kiến nghị đối với Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình.....	51
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	52
KẾT LUẬN	53
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	54

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1 Tình hình hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành –Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.....	22
Bảng 2.2 Tình hình cho vay tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn năm 2022 – 2024	24
Bảng 2.3 Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.....	27
Bảng 2.4: Số lượng khách hàng gửi tiền tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024	29
Bảng 2.5 Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.....	30
Bảng 2.6 Cơ cấu vốn huy động theo sản phẩm tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.....	32
Bảng 2.7 Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.....	35
Bảng 2.8 Cơ cấu vốn huy động theo thời hạn tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.....	36
Bảng 2.9 Cơ cấu vốn huy động theo loại tiền tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.....	38

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Hình 1.1 Logo của Ngân hàng Thương mại cổ phần An Bình.....	16
Sơ đồ 2. 1: Bộ máy tổ chức máy quản lý của An Bình – PGD Núi Thành	19

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Tên viết tắt		Diễn giải
AB BANK	:	Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình
TMCP	:	Thương mại cổ phần
TCTD	:	Tổ chức tín dụng
PGD	:	Phòng giao dịch
NH	:	Ngân hàng
KHCN	:	Khách hàng cá nhân
KHDN	:	Khách hàng doanh nghiệp
QHKH	:	Quan hệ khách hàng
GDV	:	Giao dịch viên
DVKH	:	Dịch vụ khách hàng
KKH	:	Không kỳ hạn
VCSH	:	Vốn chủ sở hữu
ST	:	Số tiền
TT	:	Tỷ trọng
TL	:	Tỷ lệ
SME	:	Doanh nghiệp vừa và nhỏ

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam hiện nay, nhu cầu về vốn luôn là vấn đề được ưu tiên hàng đầu trước khi bắt đầu một bước phát triển mới. Đặc biệt là các Ngân hàng thương mại, là một chế tài trong thị trường tài chính, hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ thì vốn càng đóng vai trò hết sức quan trọng. Vốn của ngân hàng được hiểu như là những giá trị tiền tệ do Ngân hàng thương mại tạo lập hoặc huy động được, dùng để cho vay, đầu tư hoặc thực hiện các dịch vụ kinh doanh khác.

Nguồn vốn của Ngân hàng thương mại được hình thành từ nhiều nguồn khác nhau như vốn tự có, vốn huy động, vốn đi vay và nguồn vốn khác. Trong đó vốn huy động là nguồn vốn chiếm tỷ lệ cao nhất trong tổng nguồn vốn kinh doanh của Ngân hàng thương mại. Một ngân hàng có thể mạnh trong việc huy động vốn thì sẽ có nhiều thuận lợi trong việc phát triển các dịch vụ, đẩy mạnh kinh doanh, mở rộng thị trường. Vì vậy mỗi ngân hàng đều cần quan tâm thường xuyên đến các công tác huy động vốn, đáp ứng yêu cầu kinh doanh của bản thân ngân hàng và nhu cầu về vốn cho nền kinh tế.

Tại Việt Nam, những năm gần đây hệ thống ngân hàng nói chung và hệ thống các ngân hàng thương mại nói riêng đã có những bước phát triển đáng kể, hoạt động huy động vốn có mức tăng trưởng cao và từng bước đáp ứng nhu cầu vốn cho sự nghiệp công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước. Tuy nhiên, nguồn vốn trong nền kinh tế vẫn chưa được khai thác triệt để và chưa được sử dụng có hiệu quả, chi phí vốn còn cao do các hình thức huy động vốn nghèo nàn, năng lực đội ngũ cán bộ nhân viên ngân hàng yếu kém, thị trường chứng khoán phát triển chưa tương xứng với tiềm năng cùng hành lang pháp lý chưa hoàn thiện.

Hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – Phòng Giao Dịch Núi Thành – Đà Nẵng đã đạt được một số kết quả nhất định, bên cạnh đó vẫn còn một số tồn tại và hạn chế. Vì vậy, cần nghiên cứu cả về lý luận và thực tiễn về hoạt động huy động vốn nhằm hoàn thiện hoạt động này, phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của ngân hàng. Nhận thức được tầm quan trọng đó, với những kiến thức đã học ở trường, cũng như kiến thức đã thu thập được trong quá trình thực tập, tìm hiểu tình hình thực tế tại Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – Phòng Giao Dịch Núi Thành – Đà Nẵng, em đã chọn đề tài **“Giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – Phòng giao dịch Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2024 – 2026”**

2. Mục tiêu nghiên cứu

-Mục tiêu chung: Phân tích hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024. Từ đó đưa ra các giải

pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng.

-Mục tiêu cụ thể:

- + Tổng hợp các lý thuyết liên quan đến huy động vốn, vai trò của huy động vốn, các hình thức huy động vốn và các chỉ tiêu đo lường hoạt động huy động vốn.
- + Phân tích thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.
- + Đề xuất giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2024 – 2026.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

-Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.

-Phạm vi nghiên cứu:

- + Phạm vi không gian: Đề tài thực hiện đối với Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành– Chi nhánh Đà Nẵng.
- + Phạm vi thời gian: Đề tài phân tích hoạt động hoàn thiện hoạt động huy động vốn trong thời gian 2022 – 2024, và đề xuất các giải pháp để hoàn thiện hoạt động huy động vốn trong giai đoạn tiếp theo.

4. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng các phương pháp phân tích, tổng hợp và đánh giá đối với hoàn thiện huy động vốn tại Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2022 – 2024.

5. Ý nghĩa đề tài

Đề tài sau khi hoàn thành sẽ giúp tổng hợp các lý thuyết liên quan đến huy động vốn, vai trò của huy động vốn, hình thức và các tiêu chí đánh giá về hoạt động huy động vốn của NHTM. Phân tích, đánh giá những mặt được và hạn chế trong hoạt động huy động vốn và đã đưa ra một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng.

6. Cấu trúc đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung nghiên cứu của khóa luận được trình bày gồm 3 chương:

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

Chương 2: Thực trạng hoạt động huy động vốn tại ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại ngân hàng thương mại cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Chi nhánh Đà Nẵng giai đoạn 2024 – 2026.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 Tổng quan về Ngân hàng thương mại

1.1.1 Khái niệm của Ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại ra đời cùng với sự phát triển của kinh tế hàng hóa. Với chức năng là trung gian tài chính, làm cầu nối giữa người gửi tiền và người vay tiền nên hệ thống ngân hàng đã trở thành một hệ thống huyết mạch quan trọng của nền kinh tế, là động lực thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế.

Theo Khoản 2 và 3 Điều 4 Luật Các Tổ Chức Tín Dụng 2024 số 32/2024/QH15: “Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng có thể được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng theo quy định của Luật này. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng bao gồm ngân hàng thương mại, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác xã”.

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

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

Như vậy, có thể thấy ngân hàng thương mại là đơn vị giao dịch trực tiếp với các doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân, bằng việc huy động vốn dưới hình thức nhận tiền gửi không kỳ hạn, có kỳ hạn, tiền phát hành kỳ phiếu, trái phiếu, đồng thời sử dụng số vốn huy động để cho vay, chiết khấu, cung cấp các phương tiện thanh toán và cung ứng dịch vụ ngân hàng cho các đối tượng là khách hàng trong nền kinh tế.

1.1.2 Chức năng của Ngân hàng thương mại

1.1.2.1 Chức năng trung gian tín dụng

Ngân hàng thương mại là cầu nối giữa người thiếu vốn và người thừa vốn. Đối với khách hàng là người gửi tiền, họ sẽ thu lợi từ nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi của mình dưới hình thức tiền lãi, an toàn tiền gửi, tiện ích. Với người đi vay, giúp cho các chủ thể kinh tế thỏa mãn nhu cầu vốn tạm thời thiếu hụt trong quá trình sản xuất kinh doanh, đồng thời tiết kiệm chi phí, thời gian, tiện lợi, an toàn và hợp pháp. Đối với ngân hàng, chức năng này là cơ sở cho sự tồn tại và phát triển ngân hàng thông qua lợi nhuận từ chênh lệch lãi suất cho vay và lãi suất tiền gửi, đồng thời nó là cơ sở để ngân hàng thương mại tạo bút tệ góp phần tăng quy mô tín dụng cho nền kinh tế. Đối với nền kinh

tế, chức năng này giúp điều hòa vốn tiền tệ từ nơi tạm thời dư thừa đến nơi tạm thời thiếu hụt góp phần phát triển sản xuất kinh doanh thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

1.1.2.2 Chức năng trung gian thanh toán

Ngân hàng thương mại là người quản lý tiền trên tài khoản tiền gửi thanh toán của khách hàng, do đó ngân hàng thương mại thực hiện được chức năng trung gian thanh toán cho khách hàng. Trong chức năng này, ngân hàng thương mại đóng vai trò là một tổ chức trung gian thực hiện việc thanh toán, chi trả thay cho những khách hàng có nhu cầu thanh toán qua ngân hàng thiếu sự ủy nhiệm của khách hàng. Để thực hiện chức năng này, ngân hàng thương mại phải tổ chức mở tài khoản tiền gửi thanh toán cho khách hàng, phát hành và quản lý các phương tiện thanh toán, tổ chức thực hiện thanh toán khi nhận được lệnh thanh toán của khách hàng. Chức năng trung gian thanh toán mang lại thuận lợi cho khách hàng trong hoạt động thanh toán đồng thời góp phần thu hút lượng tiền nhàn rỗi trong nền kinh tế, nâng cao uy tín thương hiệu ngân hàng trên thị trường.

1.1.2.3 Chức năng tạo tiền

Với mục tiêu tìm kiếm lợi nhuận, ngân hàng vô hình chung thực hiện chức năng tạo tiền cho nền kinh tế thông qua hoạt động tín dụng và thanh toán. Thông qua chức năng trung gian tín dụng, ngân hàng sử dụng nguồn vốn huy động được để đi vay. Sau đó, số tiền đó lại được đưa vào nền kinh tế thông qua hoạt động mua hàng hóa, trong khi những người có số dư tài khoản tiếp lại tiêu dùng thông qua các hình thức thanh toán qua thẻ,...

1.1.2.4 Chức năng thủ quỹ

Với chức năng này, ngân hàng thương mại nhận tiền gửi, giữ tiền, bảo quản tiền, thực hiện yêu cầu rút tiền, chi tiền cho khách hàng của mình là các chủ thể trong nền kinh tế. Chức năng thủ quỹ góp phần tạo ra lợi ích cho các chủ thể khác nhau:

- Đối với khách hàng, chức năng thủ quỹ giúp cho khách hàng ngoài việc đảm bảo an toàn tài sản của mình thì còn giúp sinh lời được đồng vốn tạm thời thừa
- Đối với ngân hàng, có được nguồn vốn để ngân hàng thực hiện chức năng tín dụng và là cơ sở để ngân hàng thực hiện được chức năng trung gian thanh toán.
- Đối với nền kinh tế, chức năng thủ quỹ khuyến khích tích lũy trong xã hội đồng thời tập trung nguồn vốn tạm thời thừa để phục vụ phát triển kinh tế.

1.1.3 Vai trò của ngân hàng thương mại

- NHTM là nơi cung cấp vốn cho nền kinh tế

Vốn được tạo ra từ quá trình tích lũy, tiết kiệm của mỗi cá nhân, doanh nghiệp và nhà nước trong nền kinh tế. Vì vậy muốn có nhiều vốn phải tăng thu nhập quốc dân và có mức độ tiêu dùng hợp lý. Mặt khác, khi nền kinh tế càng phát triển sẽ càng tạo ra

nhiều nguồn vốn, điều đó sẽ có tác động tích cực đến hoạt động của ngân hàng. NHTM là chủ thể chính đáp ứng nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh.

- NHTM là đầu mối giữa các doanh nghiệp với thị trường

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường hoạt động của các doanh nghiệp chịu sự tác động mạnh mẽ của các quy luật kinh tế khách quan như quy luật giá trị, quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh và sản xuất dựa trên cơ sở đáp ứng nhu cầu thị trường, thông qua hoạt động tín dụng, ngân hàng là chiếc cầu nối giữa các doanh nghiệp với thị trường. Nguồn vốn tín dụng của Ngân hàng cung ứng cho doanh nghiệp đã đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng mọi mặt của quá trình sản xuất kinh doanh, đáp ứng nhu cầu thị trường và từ đó tạo cho doanh nghiệp một chỗ đứng vững chắc trong cạnh tranh.

- NHTM là công cụ để nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế

Trong sự vận hành của nền kinh tế thị trường, NHTM hoạt động một cách có hiệu quả thông qua các nghiệp vụ kinh doanh của mình sẽ thực sự là một công cụ để nhà nước điều tiết vĩ mô kinh tế. Bằng hoạt động tín dụng và thanh toán giữa các NHTM trong hệ thống, các NHTM đã góp phần mở rộng khối lượng tiền cung ứng trong lưu thông. Thông qua việc cung ứng tín dụng cho các ngành trong nền kinh tế, NHTM thực hiện việc dẫn dắt các luồng tiền, tập hợp và phân chia vốn của thị trường, điều khiển chúng một cách có hiệu quả và thực thi vai trò điều tiết gián tiếp vĩ mô: “Nhà nước dẫn dắt ngân hàng, ngân hàng dẫn dắt thị trường”.

- NHTM là cầu nối nền tài chính quốc gia với nền tài chính quốc tế

Trong nền kinh tế thị trường khi mà các mối quan hệ hàng hóa tiền tệ ngày càng được mở rộng thì nhu cầu giao lưu kinh tế - xã hội giữa các nước trên thế giới ngày càng trở nên cần thiết và cấp bách. Do vậy nền tài chính của mỗi nước cũng phải hòa nhập với nền tài chính quốc tế và NHTM cùng các hoạt động kinh doanh của mình đã đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong sự hòa nhập này. Với các nghiệp vụ kinh doanh như nhận tiền gửi, cho vay, nghiệp vụ thanh toán, NHTM đã tạo điều kiện thúc đẩy ngoại thương không ngừng được mở rộng. Thông qua các hoạt động thanh toán, kinh doanh ngoại hối, quan hệ tín dụng với các ngân hàng nước ngoài, hệ thống NHTM đã thực hiện vai trò điều tiết nền tài chính trong nước phù hợp với sự vận động của nền tài chính quốc tế.

1.1.4 Các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng thương mại

Các nghiệp vụ chủ yếu của NHTM bao gồm:

1.1.4.1 Nghiệp vụ huy động vốn

Ngân hàng thương mại được huy động vốn dưới các hình thức sau:

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

- Phát hành chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu và giấy tờ có giá khác để huy động vốn của tổ chức, cá nhân trong nước và ngoài nước.
- Vay vốn của các tổ chức tín dụng khác hoạt động tại Việt Nam và của tổ chức tín dụng nước ngoài.
- Vay vốn ngắn hạn của NHNN
- Các hình thức huy động vốn khác theo quy định của NHNN.

1.1.4.2 Nghiệp vụ tín dụng

Theo luật tổ chức tín dụng 2010: “Cấp tín dụng là việc tổ chức tín dụng thỏa thuận để khách hàng sử dụng một khoản tiền với nguyên tắc có hoàn trả bằng các nghiệp vụ cho vay, chiết khấu, cho thuê tài chính, bảo lãnh ngân hàng và các nghiệp vụ khác”

Ngân hàng thương mại cấp tín dụng cho tổ chức, cá nhân dưới các hình thức sau:

- a) Cho vay trực tiếp: bao gồm cho vay ngắn, trung, dài hạn hoặc cho vay có bảo đảm, cho vay bằng tín chấp hoặc cho vay có tính chất sản xuất kinh doanh và cho vay tiêu dùng
- b) Chiết khấu giấy tờ có giá: người vay tạm thời chuyển nhượng quyền sở hữu chứng từ có giá chưa đáo hạn cho NH để lấy một số tiền nhỏ hơn mệnh giá.
- c) Bao thanh toán: là dịch vụ do công ty con của Ngân hàng thực hiện trong đó ngân hàng sẽ đứng ra mua nợ trên cơ sở hóa đơn, chứng từ của người bán hàng, nhờ đó người bán được tiền ngay để đáp ứng nhu cầu, khi đến hạn người mua phải thanh toán toàn bộ.
- d) Cho thuê tài chính: là loại hình tài trợ dưới hình thức cho thuê máy móc, thiết bị theo yêu cầu của người đi thuê và được thực hiện qua công ty con của Ngân hàng thương mại (công ty cho thuê tài chính).
- e) Bảo lãnh ngân hàng: là hình thức tín dụng bằng chữ ký, nhờ chứng thư bảo lãnh của ngân hàng mà người được bảo lãnh có thể ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh tế một cách thuận lợi.

1.1.4.3 Nghiệp vụ thanh toán

Thanh toán qua ngân hàng là quan hệ thanh toán được thực hiện và tiến hành bằng cách trích chuyển một số tiền trên tài khoản của cá nhân, tổ chức này sang tài khoản cá nhân, tổ chức khác hoặc bù trừ lẫn nhau giữa các đơn vị tham gia thanh toán qua hệ thống ngân hàng. Ngân hàng là người cuối cùng cung ứng dịch vụ thanh toán.

Các hình thức thanh toán qua ngân hàng:

- Thanh toán bằng ủy nhiệm chi
- Thanh toán bằng ủy nhiệm thu
- Thanh toán bằng séc
- Thanh toán bằng thư tín dụng
- Thanh toán bằng thẻ ngân hàng

- Thanh toán liên hoàn nội bộ, thanh toán bù trừ giữa các ngân hàng, thanh toán qua các ngân hàng nhà nước
- Thanh toán thu hộ, chi hộ

1.1.4.4 Các hoạt động khác

Góp vốn và mua cổ phần: góp vốn, mua cổ phần các doanh nghiệp và tổ chức tín dụng khác, góp vốn, mua cổ phần và liên doanh với ngân hàng nước ngoài.

Tham gia thị trường tiền tệ: thông qua hình thức mua bán các công cụ của thị trường tiền tệ.

Kinh doanh ngoại hối: có thể trực tiếp kinh doanh hoặc thành lập công ty trực thuộc.

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

Cung ứng dịch vụ bảo hiểm: có thể thành lập hoặc công ty liên doanh để kinh doanh bảo hiểm.

Tư vấn tài chính: cung ứng qua hình thức tư vấn trực tiếp hoặc thành lập công ty tư vấn trực thuộc.

Bảo quản vật quý giá: bảo quản vật quý, giấy tờ có giá, cho thuê tủ két, cầm cố và dịch vụ khác.

1.2 Lý luận chung về hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại

1.2.1 Khái niệm về huy động vốn

Theo Luật Các tổ chức tín dụng năm 2024, hoạt động huy động vốn của các tổ chức tín dụng bao gồm:

Nhận tiền gửi: tiếp nhận tiền từ tổ chức, cá nhân dưới các dạng như tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm và các hình thức nhận tiền gửi khác.

Phát hành giấy tờ có giá: phát hành các công cụ tài chính như chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, tín phiếu, trái phiếu để huy động vốn từ tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước.

Vay vốn giữa các tổ chức tín dụng: thực hiện vay vốn lẫn nhau giữa các tổ chức tín dụng nhằm đáp ứng nhu cầu vốn ngắn hạn hoặc các mục đích khác theo quy định của pháp luật.

Vay vốn từ Ngân hàng Nhà nước: trong trường hợp cần thiết, các tổ chức tín dụng có thể vay vốn từ Ngân hàng Nhà nước theo quy định hiện hành.

Hoạt động huy động vốn là hoạt động tạo ra nguồn vốn cho Ngân hàng thương mại. Nguồn vốn huy động 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. Ngân hàng thương mại 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 thanh toán chi phí huy động vốn cho khách hàng dưới hình thức hưởng lãi tiền gửi.

1.2.2 Các hình thức huy động vốn tại ngân hàng thương mại

a) Huy động vốn bằng hình thức nhận tiền gửi:

*** Tiền gửi không kỳ hạn**

Tiền gửi không kỳ hạn hay còn gọi là tiền gửi thanh toán, là loại tiền gửi mà người gửi tiền được sử dụng khoản tiền gửi đó vào bất cứ thời điểm nào để phục vụ cho nhu cầu thanh toán. Người gửi có thể rút ra sử dụng bất kì lúc nào mà không cần phải báo trước với ngân hàng về thời hạn và lượng tiền cần rút. Khách hàng gửi tiền không với mục đích kiếm lời mà chủ yếu để thực hiện các khoản chi mua hàng hóa, dịch vụ; thực hiện các giao dịch về thanh toán chi trả; thực hiện các khoản chi trả khác và để ngân hàng tạo điều kiện thuận lợi trong thanh toán.

*** Tiền gửi có kỳ hạn**

Là một loại tiền gửi mà khách hàng khi gửi vào ngân hàng sẽ được thỏa thuận trước về thời gian rút tiền ra.

Tiền gửi có kỳ hạn là loại tiền gửi khá ổn định vì ngân hàng đã xác định được khoảng thời gian rút tiền của khách hàng khi chi trả cho khách hàng đúng thời hạn. Vì vậy, ngân hàng sẽ chủ động được tiền gửi đó đưa vào làm mục đích kinh doanh trong thời gian đã ký kết. Đối tượng gửi là doanh nghiệp và cá nhân. Tiền gửi có kỳ hạn của ngân hàng có nhiều loại thời hạn như 1 tháng, 3 tháng, 6 tháng.... Với mục đích là tạo cho khách hàng có nhiều thời hạn gửi tiền sao cho phù hợp với thời gian rảnh rỗi của khách. Loại tiền gửi này có lãi suất cao hơn so với lãi suất tiền gửi không có kỳ hạn. Khi có nhu cầu rút tiền, khách hàng có thể rút một phần hoặc toàn bộ vốn gốc nhưng lãi suất sẽ tính bằng không kỳ hạn trong trường hợp rút trước hạn. Tái lập kỳ hạn mới tùy thuộc vào thỏa thuận trong hợp đồng. Tiềm ích là sinh lời, an toàn, cầm cố, chứng minh năng lực tài chính.

*** Tiền gửi tiết kiệm**

Là tiền tiết kiệm hoặc để dành của dân cư đem gửi vào ngân hàng với mục đích kiếm lời và an toàn. Khi khách hàng gửi tiền vào ngân hàng thì ngân hàng sẽ cung cấp cho khách hàng một sổ tiết kiệm, khách hàng cần phải theo dõi, quản lý và đem theo mỗi khi đến ngân hàng thực hiện giao dịch.

Tiền gửi tiết kiệm có 3 loại:

- Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn: là tiền gửi có thể rút được ra bất cứ lúc nào khi cần nhưng khách hàng không được sử dụng các công cụ thanh toán để chi trả, chuyển cho người khác. Số dư loại tiền gửi này không quá lớn, nhưng nó có ít biến động. Chính vì vậy, loại tiền gửi này thường được trả lãi suất cao hơn với loại tiền gửi thanh toán.

- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn: là khoản tiền gửi có hợp đồng về thời gian gửi tiền và rút tiền và có hạn mức lãi suất cao hơn so với loại tiền gửi không kỳ hạn. Loại tiền tiết kiệm này khá phổ biến ở Việt Nam, nhiều Ngân hàng thường huy động nguồn vốn tiết kiệm với thời hạn phong phú từ 3 tháng đến 1 năm.

- Tiết kiệm dài hạn: đây là loại tiền gửi được sử dụng nhiều ở một số nước công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Loại hình tiết kiệm này có tính chất ổn định cao tại vì thời gian gửi tiền tiết kiệm từ 1 năm trở lên, cho nên ngân hàng sẽ chủ động được nguồn vốn này, nó giúp cho ngân hàng có thể chủ động sử dụng được vốn cho mục đích dài hạn. Để thu hút nguồn vốn này, ngân hàng thường phải trả lãi suất rất cao.

b) Huy động vốn bằng hình thức phát hành giấy tờ có giá:

Giấy tờ có giá là chứng nhận của tổ chức tín dụng phát hành để huy động vốn, trong đó xác nhận nghĩa vụ trả nợ một khoản tiền trong thời gian nhất định, điều kiện trả lãi và điều khoản cam kết giữa TCTD và người mua.

Các giấy tờ có giá là công cụ nợ do ngân hàng phát hành để huy động vốn trên thị trường. Nguồn vốn này tương đối ổn định để sử dụng một mục đích nào đó. Lãi suất phụ thuộc vào sự cần thiết của huy động vốn nên thường cao hơn lãi suất có kỳ hạn gửi thông thường. Các giấy tờ có giá do NHTM phát hành bao gồm:

- Trái phiếu: là một chứng thư xác nhận một khoản nợ của ngân hàng phát hành đối với người sở hữu, trong đó cam kết sẽ hoàn trả nợ kèm theo lãi trong một gian nhất định. Đây là công cụ nợ dài hạn của ngân hàng và thông qua việc phát hành trái phiếu, ngân hàng có thể thu hút được nguồn vốn đầu tư trung, dài hạn để phục vụ cho những kế hoạch quy mô lớn và dài hạn.

- Kỳ phiếu: kỳ phiếu ngân hàng là chứng chỉ huy động vốn có mục đích, có thời hạn, có lãi suất tương ứng với từng loại kỳ hạn hoặc phương thức trả lãi trước hoặc sau. Kỳ phiếu được ngân hàng phát hành từng đợt, có thời hạn linh hoạt, phong phú...

- Chứng chỉ tiền gửi: chứng chỉ tiền gửi là công cụ nợ do ngân hàng phát hành nhằm huy động vốn trên thị trường với bản chất tương tự như một khoản lãi suất định kỳ tính toán trên cơ sở 365 ngày và được hoàn trả khi đến hạn. Thời hạn của chứng chỉ tiền gửi rất đa dạng, lãi suất của chứng chỉ tiền gửi được ngân hàng ấn định dựa trên lãi suất cạnh tranh của thị trường tiền tệ, tình trạng tài chính của người phát hành và thời hạn của chứng chỉ. Việc phát hành chứng chỉ tiền gửi cho phép ngân hàng có thể huy động vốn một cách chủ động phụ thuộc vào tiền gửi của khách hàng.

c) Huy động bằng hình thức đi vay:

Vốn đi vay là quan hệ vay mượn giữa NHTM và NHTW hoặc giữa các NHTM với nhau hay với các TCTC khác. Vì tiền gửi là nguồn quan trọng nhất của NHTM.

Tuy nhiên, khi cần ngân hàng thường vay mượn thêm. Tại nhiều nước, ngân hàng trung ương thường quy định tỷ lệ giữa nguồn huy động và vốn chủ của nó. Do vậy nhiều ngân hàng vào từng giai đoạn cụ thể phải vay mượn thêm để đáp ứng nhu cầu chi trả khi khả năng huy động bị hạn chế.

- Vay Ngân hàng Trung Ương:

Đây là khoản vay nhằm giải quyết nhu cầu cấp bách trong chi trả của NHTM. Trong trường hợp thiếu hụt dự trữ, NHTM thường vay NHTW. Hình thức cho vay chủ yếu của NHTW là tái chiết khấu. Khi cần tiền, NHTM đem thương phiếu lên tái chiết khấu tại NHTW. Nghiệp vụ này làm thương phiếu của NHTM giảm đi và dự trữ (tiền mặt hoặc tiền gửi tại NHTW) tăng lên. NHTW điều hành vay mượn một cách chặt chẽ, NHTM phải thực hiện các điều kiện đảm bảo và kiểm soát nhất định. Thông thường NHTW chỉ tái chiết khấu cho những thương phiếu có chất lượng và phù hợp với mục tiêu của NHTW trong từng thời kỳ.

- Vay các tổ chức tín dụng khác:

Đây là nguồn các ngân hàng vay mượn lẫn nhau và các tổ chức tín dụng khác trên thị trường liên ngân hàng. Các ngân hàng đang có dự trữ vượt yêu cầu do kết dư gia tăng bất ngờ về các khoản tiền huy động hoặc giảm cho vay có thể sẵn lòng cho các ngân hàng khác vay để tìm kiếm lãi suất cao hơn. Ngược lại các ngân hàng đang thiếu hụt dự trữ có nhu cầu vay mượn tức thời để đảm bảo thanh khoản. Như vậy nguồn vay mượn từ các ngân hàng khác để đáp ứng nhu cầu dự trữ và chi trả cấp bách và trong nhiều trường hợp nó là nguồn bổ sung thay thế cho nguồn vay mượn từ NHTW.

d) Cơ chế quản lý vốn tập trung:

Cơ chế quản lý vốn tập trung là cơ chế quản lý vốn từ Trung tâm quản lý vốn đặt tại Hội sở chính của ngân hàng. Các chi nhánh trở thành các đơn vị kinh doanh thực hiện mua bán vốn với Hội sở chính thông qua trung tâm vốn, tất cả mọi giao dịch của chi nhánh đều phải tập trung về trụ sở chính thông qua trung tâm điều hành vốn, khi chi nhánh huy động được nguồn tiền gửi hoặc cho vay khách hàng thì đều thực hiện bán hoặc mua vốn với trụ sở chính. Như vậy, với cơ chế quản lý vốn tập trung thì trụ sở chính đóng vai trò điều phối vốn giữa các chi nhánh trong toàn hệ thống của ngân hàng với nhau, đảm bảo vấn đề thanh khoản và tình trạng thừa hoặc thiếu thanh khoản tại chi nhánh của mình. Công tác điều hành vốn nội bộ chuyển từ cơ chế “vay – gửi” vốn sang cơ chế “mua – bán” vốn, Hội sở chính thực hiện mua toàn bộ tài sản Nợ và bán tài sản Có cho các chi nhánh. Cùng với hoạt động “mua – bán” vốn, toàn bộ rủi ro về vốn rủi ro thanh khoản, rủi ro lãi suất được chuyển về Hội sở chính. Chi nhánh phải trả lãi cho hoạt động “mua” vốn tương ứng với Tài sản Có và nhận được lãi khi “bán” vốn cho Hội

sở chính tương ứng với Tài sản Nợ. Lãi hay giá của hoạt động “mua – bán” vốn gọi là giá chuyển vốn do Hội sở chính xác định và định kỳ thông báo tới các đơn vị kinh doanh.

1.2.3 Vai trò của hoạt động huy động vốn đối với ngân hàng thương mại

Hoạt động huy động tuy không mang lại lợi nhuận trực tiếp cho ngân hàng nhưng nó là nghiệp vụ rất quan trọng. Không có hoạt động huy động vốn coi như không có hoạt động của NHTM. Khi thành lập, ngân hàng phải có một số vốn điều lệ. Nhưng số vốn này chỉ đủ để đầu tư cho các tài sản cố định như trụ sở, văn phòng, máy móc thiết bị chứ chưa đủ vốn để ngân hàng có thể tiến hành các hoạt động kinh doanh như cấp tín dụng và cấp các hoạt động ngân hàng khác. Để có vốn thực hiện các hoạt động này, ngân hàng phải huy động vốn từ các khách hàng. Hoạt động huy động vốn do vậy cũng có ý nghĩa rất quan trọng với ngân hàng cũng như với khách hàng.

➤ Đối với NHTM

Hoạt động huy động vốn góp phần mang lại nguồn vốn cho ngân hàng thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh khác. Không có hoạt động huy động vốn, NHTM sẽ không đủ nguồn vốn tài trợ cho hoạt động của mình. Mặt khác, thông qua hoạt động huy động vốn NHTM có thể đo lường được uy tín cũng như sự tín nhiệm của khách hàng đối với ngân hàng. Từ đó, NHTM có các biện pháp không ngừng hoàn thiện hoạt động huy động vốn để giữ vững và mở rộng quan hệ với khách hàng. Như thế hoạt động huy động vốn đã giải quyết đầu vào cho ngân hàng.

➤ Đối với khách hàng

Hoạt động huy động vốn cũng cấp cho khách hàng một kênh tiết kiệm và đầu tư nhằm làm cho tiền của họ sinh lời, tạo điều kiện cho việc gia tăng tiêu dùng tương lai. Mặt khác, hoạt động huy động còn cung cấp cho khách hàng một nơi an toàn để cất trữ và tích lũy vốn tạm thời nhàn rỗi. Hoạt động huy động vốn giúp khách hàng có cơ hội tiếp cận với các dịch vụ của ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ thanh toán qua ngân hàng và dịch vụ tín dụng khi khách hàng cần vốn cho sản xuất kinh doanh.

➤ Đối với nền kinh tế

Động thái của nền kinh tế chính là cơ sở đầu tiên để người gửi tiền ra quyết định nên gửi tiền vào Ngân hàng, tích trữ vàng, USD hay mua sắm các tài sản khác. Trong điều kiện nền kinh tế bất ổn định, giá cả và sức mua của đồng tiền biến động mạnh thì người dân có xu hướng tích trữ vàng, USD hoặc các dạng tài sản khác thay vì đem số tiền đó gửi tại NHTM. Ngược lại, một nền kinh tế phát triển ổn định với tỷ lệ lạm phát hợp lý thì người dân sẽ có cái nhìn khả quan hơn và xu hướng tiền gửi ở các NHTM tăng lên là một điều tất yếu.

1.2.4 Các tiêu chí đánh giá hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại

1.2.4.1 Số lượng khách hàng

Tăng trưởng số lượng khách hàng thể hiện khả năng mở rộng quy mô khách hàng giao dịch, khả năng chiếm lĩnh địa bàn, uy tín của ngân hàng qua các năm. Cho thấy số lượng khách hàng biến đổi theo xu hướng như thế nào và khả năng phục vụ của ngân hàng, điều đó ảnh hưởng đến khả năng tăng trưởng nguồn vốn huy động tiền gửi và khả năng cạnh tranh với các ngân hàng thương mại khác trên địa bàn, tăng cường và mở rộng thị trường hoạt động của mình. Bên cạnh việc gia tăng số lượng khách hàng mới trong bối cảnh số lượng các NHTM ngày càng nhiều thì càng khó khăn hơn, vì vậy song song với rộng, chúng ta cần tập trung cao chất lượng chăm sóc, phục vụ tốt khách hàng tiềm năng, khách hàng truyền thống, khách hàng VIP,... từ đó mở rộng khả năng huy động vốn tiền gửi ngày càng tốt hơn.

$$\text{Tăng trưởng khách hàng} = \frac{\text{Số lượng khách hàng năm } T+1}{\text{Số lượng khách hàng năm } T} \times 100$$

1.2.4.2 Quy mô nguồn vốn và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn

Quy mô nguồn vốn: đây là chỉ tiêu đầu tiên khi đánh giá hiệu quả quy mô nguồn vốn bởi quy mô vốn đóng vai trò quan trọng đối với mỗi Ngân hàng. Quy mô của nguồn vốn được đánh giá là hiệu quả và phù hợp phải đáp ứng được nhu cầu vốn cho hoạt động của ngân hàng và bảo đảm được lợi nhuận cho ngân hàng. Quy mô vốn huy động sẽ thay đổi qua từng giai đoạn.

Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn: cho thấy khả năng mở rộng quy mô huy động vốn của ngân hàng qua các năm, cho thấy sự biến đổi của xu hướng nguồn vốn, khả năng kiểm soát nguồn vốn huy động của ngân hàng. Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động được đánh giá thông qua:

$$\text{Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động} = ((\text{Tổng nguồn vốn huy động kỳ nay} - \text{Tổng nguồn vốn huy động kỳ trước}) / (\text{Tổng nguồn vốn huy động kỳ trước})) \times 100$$

Chỉ tiêu này càng lớn thì quy mô vốn huy động của ngân hàng có hướng mở rộng. Việc mở rộng quy mô vốn sẽ làm tăng tốc độ tăng trưởng huy động vốn.

1.2.4.3 Cơ cấu nguồn vốn huy động

Cơ cấu nguồn vốn huy động ảnh hưởng tới cơ cấu tài sản và ảnh hưởng tới chi phí hoạt động bình quân của ngân hàng, từ đó ảnh hưởng tới chi phí đầu ra lãi suất cho vay của ngân hàng. Cơ cấu huy động vốn phải phù hợp với cơ cấu sử dụng, đáp ứng yêu cầu sử dụng để tối đa dư nợ tín dụng và đầu tư, từ đó sẽ tối đa lợi nhuận mà không phải trả lãi suất trên phần vốn huy động thừa. Thông qua việc xác định cơ cấu vốn có thể xác

định mặt mạnh, mặt yếu của ngân hàng trong hoạt động kinh doanh. Có thể đánh giá cơ cấu nguồn vốn huy động thông qua các chỉ tiêu tỷ trọng nguồn huy động:

$$\text{Tỷ trọng từng nguồn vốn huy động} = \frac{\text{Khối lượng từng nguồn vốn huy động}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động}} \times 100$$

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

- Cơ cấu nguồn vốn huy động theo đối tượng:

$$\text{Tỷ trọng vốn huy động theo đối tượng} = \frac{\text{Khối lượng vốn huy động theo đối tượng}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động}} \times 100$$

- Cơ cấu nguồn vốn huy động theo kỳ hạn:

$$\text{Tỷ trọng vốn huy động theo kỳ hạn} = \frac{\text{Khối lượng vốn huy động theo kỳ hạn}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động}} \times 100$$

- Cấu nguồn vốn huy động theo phân loại tiền:

$$\text{Tỷ trọng vốn huy động theo phân loại tiền} = \frac{\text{Khối lượng vốn huy động theo loại tiền}}{\text{Tổng nguồn vốn huy động}} \times 100$$

1.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn của Ngân hàng thương mại

Các doanh nghiệp muốn hoạt động tốt và phát triển thì không thể tách mình ra khỏi môi trường kinh tế - xã hội đó. Đối với NHTM là một trung gian tài chính thì mối quan hệ giữa nó và các chủ thể còn lại trong nền kinh tế rất chặt chẽ. Do đó các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động của NHTM là vô cùng phong phú và được xem xét quan hai góc độ đó là nhân tố bên trong và nhân tố bên ngoài.

1.3.1 Nhân tố bên trong

1.3.1.1 Chính sách lãi suất huy động vốn

Đối với một số sản phẩm tiền gửi, lãi suất tác động mạnh mẽ đến quyết định ban đầu của khách hàng phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Việc duy trì lãi suất ở mức cạnh tranh trở nên quan trọng trong việc thu hút các khoản tiền gửi mới và duy trì tiền gửi hiện có. Thông thường, lãi suất tiền gửi ở các ngân hàng đã ở mức khá cao và cạnh tranh làm cho khách hàng cảm thấy hài lòng khi so sánh lãi suất của các ngân hàng khác nhau. Đặc biệt trong giai đoạn khan hiếm tiền tệ những khác biệt nhỏ về lãi suất cũng đủ thúc đẩy người gửi tiết kiệm và nhà đầu tư chuyển vốn từ ngân hàng này sang ngân hàng khác, từ công cụ này sang công cụ khác.

1.3.1.2 Sự đa dạng và chất lượng sản phẩm

Được đánh giá thông qua các tiêu chí như mức độ hiệu quả, tính linh hoạt, khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng khi lựa chọn sản phẩm. Sự tiện ích của sản phẩm cũng cần thiết vì giúp cho khách hàng cảm thấy thuận tiện khi sử dụng, đáp ứng được nhu cầu cần thiết của khách hàng tại một thời điểm nào đó. Đối với tính chất sản phẩm, có nhiều sản phẩm được đưa ra đúng với yêu cầu của khách hàng và thị hiếu chung của khách hàng. Được linh hoạt rút vốn đa dạng phù hợp với từng thời điểm cũng là điểm mạnh của sản phẩm. Danh mục các sản phẩm, dịch vụ liên quan được đính kèm ưu đãi khi kết hợp cũng nâng cao được tiêu chí đánh giá chất lượng sản phẩm thông qua việc tiếp cận được nhu cầu khách hàng một cách phù hợp nhất.

1.3.1.3 Chất lượng nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực chính là một bộ phận cốt lõi của ngân hàng, đây là nhân tố quyết định quy mô khách hàng gửi tiền vào cho ngân hàng. Đội ngũ cán bộ nhân viên và bộ phận vận hành phải có mối liên hệ chặt chẽ với nhau để đảm bảo vấn đề của khách hàng luôn được giải quyết nhanh chóng và chính xác. Đối với hoạt động huy động vốn, tuyển dụng các cán bộ có vững chuyên môn, nhiều kinh nghiệm giúp tạo lòng tin cho khách hàng. Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực ngân hàng đã khảo sát các khách hàng về mức độ hài lòng cho giao dịch vừa thực hiện của ngân hàng. Đa số khách hàng đều đánh giá cao về chất lượng dịch vụ của ngân hàng.

1.3.1.4 Thương hiệu, uy tín của NHTM

Thương hiệu và sự uy tín của ngân hàng dựa vào sự nhận biết của khách hàng, thời gian hoạt động và những thành tích mà ngân hàng đạt được trong quá trình hoạt động kinh doanh. Đây là yếu tố tác động đến khách hàng khi muốn giao dịch với ngân hàng. Danh tiếng của ngân hàng là yếu tố thúc đẩy các sản phẩm, dịch vụ. Trong đó có các sản phẩm hoạt động huy động vốn nhằm giúp khách hàng đánh giá được uy tín trong suốt quá trình hoạt động. Khi đó khách hàng sẽ an tâm khi quyết định gửi tiền vào ngân hàng.

1.3.1.5 Cơ sở vật chất, công nghệ ngân hàng

Cơ sở vật chất hiện đại được đầu tư một cách chuẩn chỉnh, sang trọng, sạch sẽ, chuyên nghiệp sẽ giúp cho khách hàng có cái nhìn tích cực cho ngân hàng. Các tiện ích hỗ trợ khi khách hàng đến quầy giao dịch như máy móc hiện đại, thuận tiện sử dụng,...Tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng và đáp ứng như cầu khách hàng đã tác động đến quyết định giao dịch kế tiếp cũng như đồng hành cùng ngân hàng. Đầu tư và nâng cao hệ thống bảo mật tốt giúp khách hàng an tâm về sự an toàn của tài sản khi gửi vào ngân hàng.

1.3.1.6 Hoạt động truyền thông

Qua các hoạt động truyền thông ngân hàng xây dựng và củng cố thương hiệu, tạo dựng được lòng tin với khách hàng. Với công cuộc số hóa ngày càng được hoàn thiện hơn các thông điệp truyền thông rõ ràng, chính xác về các sản phẩm dịch vụ giúp khách hàng hiểu rõ hơn về lợi ích khi gửi tiền vào ngân hàng. Các kênh truyền thông Website, Hotline,...giúp cho ngân hàng tương tác trực tiếp với khách hàng nhanh chóng và giải đáp các thắc mắc của khách hàng. Để kịp thời nắm bắt được nhu cầu của khách hàng tốt hơn.

1.3.2 Nhân tố bên ngoài

1.3.2.1 Tâm lý, thói quen khách hàng

Khách hàng của ngân hàng bao gồm những người có vốn gửi tại ngân hàng và những đối tượng sử dụng vốn đó. Thu nhập ảnh hưởng đến nguồn vốn mà ngân hàng có thể huy động trong tương lai. Còn yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến sự biến động ra vào của các nguồn tiền. Tâm lý tin tưởng vào tương lai của khách hàng có tác dụng làm ổn định lượng tiền gửi vào, rút ra và ngược lại nếu niềm tin của khách hàng về đồng tiền trong tương lai sẽ mất giá gây ra hiện tượng rút tiền hàng loạt vốn là mối lo ngại lớn của mọi ngân hàng. Một đặc điểm quan trọng của đối tượng khách hàng là mức độ thường xuyên của việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng. Mức độ sử dụng càng cao, ngân hàng càng có điều kiện mở rộng việc huy động vốn.

1.3.2.2 Môi trường chính trị - pháp luật

Hoạt động của ngân hàng luôn phải chịu sự giám sát quản lý chặt chẽ từ Chính phủ bởi vì ngân hàng thương mại là một trong những ngành kinh doanh có mối liên hệ với ngân hàng nhà nước. Do đó, việc chấp hành nghiêm túc các luật lệ được đưa ra là điều bắt buộc mà tất cả các ngân hàng phải tuân thủ theo để đảm bảo tính nghiêm ngặt trong suốt quá trình hoạt động. Bên cạnh đó, ngân hàng phải luôn hoạt động dựa vào các chính sách ban hành của Nhà nước để đảm bảo không vi phạm pháp luật, đồng thời thể hiện được tính minh bạch và quyền lợi của chính ngân hàng và khách hàng. Hơn hết, việc

cho vay phải nhất trí theo các thông tư được ban hành để tránh rơi vào các vi phạm pháp luật.

1.3.2.3 Môi trường cạnh tranh

Yếu tố cạnh tranh là một phần đầy mạnh cho chất lượng sản phẩm tốt hơn. Hầu hết các ngân hàng đều thực hiện các sản phẩm, dịch vụ thuộc về lĩnh vực tài chính, đây là nhân tố ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại do có sự cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại với nhau. Việc nâng cao công tác hoàn thiện chất lượng ngân hàng, sản phẩm dịch vụ là điều tất yếu vì hầu hết không những khách hàng quan tâm đến uy tín mà còn quan tâm đến nhiều vấn đề khác bên trong các hoạt động của ngân hàng. Các ngân hàng thương mại cạnh tranh nhau về tất cả các khía cạnh về chất lượng và cả năng lực hoạt động thông qua tất cả các mặt đánh giá về tầm quan trọng của ngân hàng đối với nền kinh tế lẫn khách hàng. Do đó, để phát triển trên thị trường một cách hoàn thiện thì ngân hàng phải nâng cao các tính năng vượt trội nhất để đẩy mạnh vị trí, đồng thời khẳng định được tầm quan trọng của mình trên thị trường. Đối với riêng sản phẩm cho vay nói chung và cho vay tiêu dùng tín chấp nói riêng phải tạo sự nổi bật trong chính các ưu đãi của sản phẩm để thu hút và phát triển hơn so với mọi mặt của đối thủ.

1.3.2.4 Môi trường kinh tế

Đối với mọi ngành nghề, môi trường kinh tế đều ảnh hưởng ít hoặc nhiều đến sự phát triển, vì mục tiêu chung là kinh doanh để tìm kiếm lợi nhuận. Hoạt động ngân hàng bị ảnh hưởng nhiều từ nền kinh tế vì các chỉ số liên quan đến kinh tế đều tác động mạnh đến sự phát triển của ngân hàng. Tình hình kinh tế - xã hội trong và ngoài nước cũng có tác động không nhỏ đến quá trình huy động vốn của ngân hàng. Khi nền kinh tế tăng trưởng hay suy thoái thì nó đều ảnh hưởng tới nghiệp vụ tạo vốn của ngân hàng thương mại. Mọi biến động của nền kinh tế bao giờ cũng được biểu hiện rõ trong việc tăng, giảm nguồn vốn huy động từ bên ngoài của ngân hàng. Nền kinh tế tăng trưởng, sản xuất phát triển, từ đó tạo điều kiện tích lũy nhiều hơn, do đó tạo môi trường cho việc thu hút vốn của ngân hàng thương mại thuận lợi. Ngược lại, khi nền kinh tế suy thoái lạm phát tăng, người dân không gửi tiền vào ngân hàng mà giữ tiền để mua hàng hoá, việc thu hút vốn gặp khó khăn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 khóa luận tốt nghiệp đã trình bày tổng quan về cơ sở lý luận về hoạt động huy động vốn tại ngân hàng thương mại, bao gồm những vấn đề cơ bản về khái niệm, đặc điểm, vai trò của ngân hàng thương mại. Tổng quan về hoạt động huy động vốn, khái niệm về huy động vốn, nghiệp vụ huy động vốn. Về hiệu quả huy động vốn và các tiêu chí đánh giá hoạt động huy động vốn như quy mô và tốc độ tăng trưởng, cơ cấu nguồn vốn huy động, chi phí huy động vốn, sự phù hợp giữa huy động vốn và sử dụng vốn. Bên cạnh đó nội dung của chương còn thể hiện rõ nét các nhân tố bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn, và quan điểm của tác giả về hoàn thiện hoạt động huy động vốn.

Đây là cơ sở lý luận cần thiết làm cơ sở cho phân tích và đánh giá thực trạng huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình Phòng giao dịch Núi Thành Đà Nẵng ở chương 2.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN AN BÌNH – PGD NÚI THÀNH – ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2022 – 2024

2.1. Khái quát quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình - PGD Núi Thành – Đà Nẵng

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng

- Tên đầy đủ: Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình
- Tên viết tắt: ABBANK
- Hội sở chính: Tầng 1, 2, 3, Tòa nhà Geleximco, số 36 Hoàng Cầu, Phường Ô Chợ Dừa, quận Đống Đa, Hà Nội.
- Tel : +84 (24) 3761 2888
- Số fax: +84 (24) 3519 0416
- Website: <https://abbank.vn/>
- Mã số cổ phiếu: ABB
- Logo :



Hình 1.1 Logo của Ngân hàng Thương mại cổ phần An Bình

Được thành lập vào ngày 13 tháng 5 năm 1993, Ngân hàng TMCP An Bình mong muốn trở thành Ngân hàng TMCP hàng đầu Việt Nam tập trung vào bán lẻ. Sứ mệnh của Ngân hàng An Bình là cung cấp các giải pháp tài chính hiệu quả, nhanh chóng và phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng. Với cam kết kiên định về đổi mới và dịch vụ khách hàng, Ngân hàng An Bình luôn tận tụy thúc đẩy tăng trưởng tài chính và thịnh vượng cho cả cá nhân và doanh nghiệp.

Giấy phép hoạt động ngân hàng số 0031/NH-GP ngày 15/04/1993, được cấp đổi theo Giấy phép số 120/GP-NHNN ngày 12/12/2018, (được cập nhập, sửa đổi nội dung vốn điều lệ theo Quyết định số 2137/ QĐ-NHNN ngày 16/10/2019 và sửa đổi nội dung địa chỉ trụ sở chính theo Quyết định số 2725/QĐ-NHNN ngày 13/12/2019 của ngân hàng điều lệ lớn nhất Việt Nam hiện nay. Tổng tài sản của toàn ngân hàng tính đến quý II/2022 đạt 65.655 tỷ đồng. Với tôn chỉ hoạt động phục vụ khách hàng với sản phẩm, dịch vụ an toàn, hiệu quả và linh hoạt, tăng trưởng lợi ích cho cổ đông, hướng đến sự phát triển toàn diện, bền vững của ngân hàng, đầu tư vào yếu tố con người làm nền tảng cho sự phát triển lâu dài, ABBANK đã và đang tạo được lòng tin đối với đối tác, khách hàng và các nhà đầu tư.

Trong ba thập kỷ qua, ngân hàng đã trải qua một sự chuyển đổi đáng kể, đánh dấu bằng những cột mốc quan trọng phản ánh sự tăng trưởng về cả quy mô và sự xuất sắc trong hoạt động. Trong một thời điểm quan trọng vào năm 2004, An Bình đã đạt được mức tăng trưởng đáng kể về vốn điều lệ lên khoảng 70,04 tỷ đồng, một con số thể hiện mức tăng gấp mười bốn lần so với năm 2002. Năm 2005 là bước ngoặt đối với Ngân hàng An Bình khi chuyển đổi từ một ngân hàng chủ yếu ở nông thôn sang một ngân hàng có dấu ấn ở thành thị. Kể từ đó, ngân hàng đã tiếp tục vạch ra lộ trình phát triển ấn tượng. Một yếu tố chính trong thành công đang diễn ra này là sự hợp tác với Malayan Banking Berhad (Maybank), một cổ đông nước ngoài chiến lược. Ban đầu mua 15% cổ phần, cổ phần của Maybank đã tăng dần, đạt 20% trong những năm tiếp theo, thúc đẩy vị thế của Ngân hàng An Bình trong lĩnh vực tài chính. Do đó, Ngân hàng An Bình cũng đã mở rộng hoạt động kinh doanh trên phạm vi toàn quốc với hơn 165 điểm giao dịch tại 34 tỉnh/thành phố của Việt Nam và vốn điều lệ tăng đáng kể lên 10.350 tỷ đồng chính xác vào cuối năm 2023.

➤ Trong đó thành phố Đà Nẵng có 1 chi nhánh và 8 phòng giao dịch dưới đây:

Chi nhánh: Đà Nẵng – 255 Lê Duẩn

Các phòng giao dịch:

- PGD Nam Đà Nẵng – 244 Nguyễn Hữu Thọ
- PGD Hải Châu – 128 Đồng Đa
- PGD Hùng Vương – 195 Hùng Vương
- PGD Nguyễn Chí Thanh – 179 Nguyễn Chí Thanh
- PGD Núi Thành – 305 Núi Thành
- PGD Trưng Nữ Vương – 490 Trưng Nữ Vương
- PGD Nguyễn Văn Linh – 174 Nguyễn Văn Linh
- PGD Liên Chiểu – 129 Tôn Đức Thắng

2.1.2 Giới thiệu về ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng

Với mục tiêu phát triển toàn diện, ổn định, cùng với yêu cầu mở rộng mạng lưới hoạt động. Ngày 12/01/2011, ABBANK – Chi nhánh Đà Nẵng đã tổ chức lễ khai trương điểm giao dịch ABBANK Núi Thành; tham dự buổi lễ có ông Trần Trọng Nghĩa – Phó giám đốc Ngân hàng nhà nước Chi nhánh Đà Nẵng; ông Trần Xê – Giám đốc ABBANK – Chi nhánh Đà Nẵng cùng đại biểu một số cơ quan, đơn vị trên địa bàn.

Điểm giao dịch ABBANK Núi Thành là điểm giao dịch thứ 8 tại 305 Núi Thành thành phố Đà Nẵng của ABBANK; được khai trương với vị trí thuận lợi đáp ứng triển khai các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đến khách hàng với sản phẩm dịch vụ đa dạng, công nghệ hiện đại, tận lòng, tận tâm vì khách hàng.



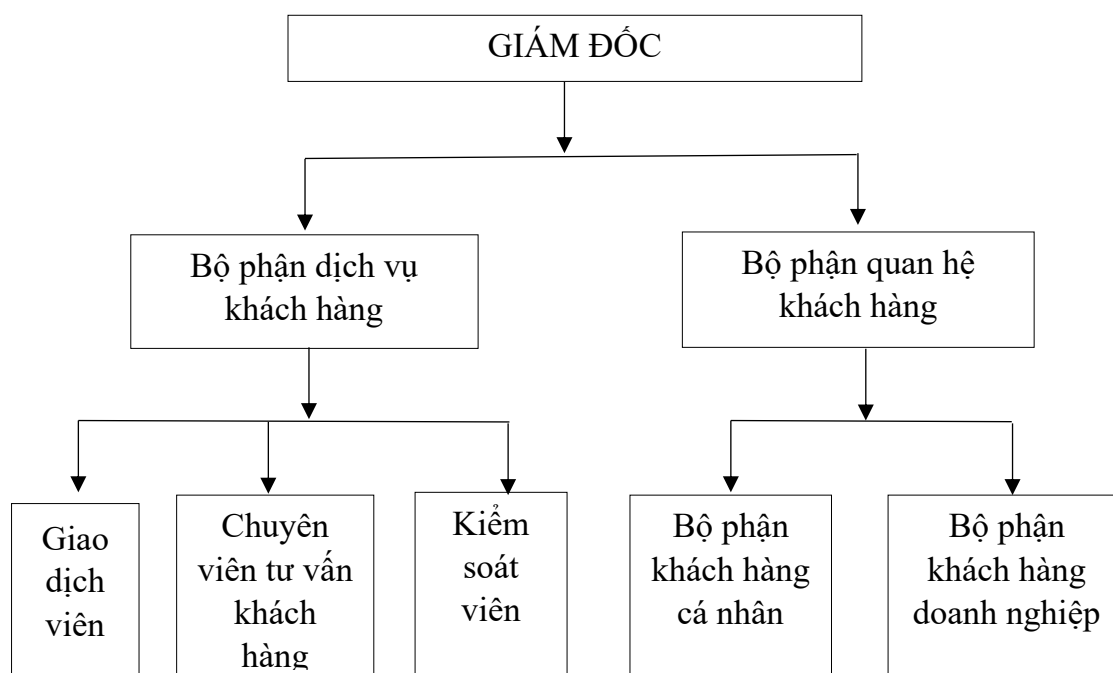
2.1.3 Chức năng và nhiệm vụ của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành- Đà Nẵng

Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành có các chức năng và nhiệm vụ sau đây:

- Huy động vốn: nhận tiền gửi của các tổ chức kinh tế, cá nhân và các TCTD khác dưới hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn bằng Việt Nam và ngoại tệ. Thực hiện các hình thức huy động vốn khác theo quy định pháp luật.
- Cho vay: cho vay sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, tiêu dùng, các dự án đầu tư phát triển kinh tế xã hội và các nhu cầu hợp pháp khác của các tổ chức, cá nhân, hộ gia đình dưới các hình thức ngắn hạn, trung hạn, dài hạn bằng đồng Việt Nam và ngoại tệ phù hợp với các quy định pháp luật.
- Thực hiện các nghiệp vụ bảo lãnh Ngân hàng và các nghiệp vụ tài trợ thương mại khác theo quy định của Ngân hàng TMCP An Bình.
- Thực hiện các dịch vụ: thanh toán trong nước, thanh toán quốc tế và các dịch vụ ngân quỹ.
- Tư vấn tài chính, tín dụng và xây dựng dự án cho khách hàng.

2.1.3.1 Cơ cấu tổ chức hoạt động Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

Sơ đồ 2. 1: Bộ máy tổ chức máy quản lý của An Bình – PGD Núi Thành



Nguồn: ABBANK – PGD Núi Thành

2.1.3.2 Chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận:

Giám đốc PGD phân chia nhiệm vụ cho 2 bộ phận chính là bộ phận dịch vụ khách hàng và bộ phận quan hệ khách hàng thực hiện tổ chức, triển khai, phê duyệt và quản lý chung các nghiệp vụ tại phòng giao dịch:

- Điều hành, quản lý nhân sự tại phòng giao dịch
- Hỗ trợ và phát triển và mở rộng mối quan hệ với khách hàng
- Lập kế hoạch phát triển các chỉ tiêu tăng trưởng của phòng
- Phối hợp các phòng ban khác nhau khác nhằm đem đến dịch vụ tốt nhất cho khách hàng
- Thực hiện các công việc liên quan theo yêu cầu của cấp quản lý

❖ Bộ phận dịch vụ khách hàng

Dưới bộ phận dịch vụ khách hàng sẽ gồm có giao dịch viên, chuyên viên tư vấn khách hàng, kiểm soát viên:

Giao dịch viên nhằm thực hiện các nghiệp vụ tại quầy giao dịch:

- Hỗ trợ trực tiếp và tư vấn, bán các sản phẩm cho khách hàng
- Nhận các chỉ tiêu về huy động vốn, bảo hiểm và các hoạt động thanh toán, ngân quỹ,...

Chuyên viên tư vấn giúp giới thiệu, tư vấn và bán các sản phẩm huy động, cho vay tín chấp, thẻ và dịch vụ thu phí và đồng thời bán chéo các sản phẩm khác của ngân hàng. Tổ chức, kiểm soát các hoạt động tín dụng nhằm đảm bảo tính hợp pháp, hợp lệ, đầy đủ của hồ sơ tín dụng.

Kiểm soát viên tiến hành kiểm tra và phê duyệt tất cả các giao dịch của giao dịch viên được chuyển đến trong ngày và rà soát chất lượng của các hoạt động giao dịch đối với khách hàng, các chứng từ liên quan đến hoạch toán. Điều và phân phối công việc tại quầy giao dịch (GDV), giải quyết các vướng mắc, tồn đọng và phát sinh có liên quan đến nghiệp vụ hoặc là thao tác mà giao dịch viên thực hiện. Cuối cùng, đề xuất và đưa ra ý kiến để xây dựng những phương án và phương thức giao dịch.

❖ Bộ phận quan hệ khách hàng

Bộ phận quan hệ khách hàng gồm có 2 bộ phận là bộ phận khách hàng cá nhân và bộ phận khách hàng doanh nghiệp, 2 bộ phận này sẽ giúp triển khai, quản lý các nghiệp vụ các vấn đề liên quan tại phòng quan hệ khách hàng:

- Quản lý chính hoạt động tín dụng
- Lập và triển khai kế hoạch kinh doanh, kế hoạch hoạt động mảng tín dụng
- Điều phối, hướng dẫn và chịu chỉ tiêu cấp trên đề ra
- Hỗ trợ và phân công công việc liên quan cho chuyên viên

2.1.4 Các sản phẩm và dịch vụ tại ngân hàng

2.1.4.1 Đối với khách hàng là khách hàng cá nhân

Ngân hàng cung cấp tới khách hàng cá nhân nhiều sản phẩm huy động vốn, cho vay, thẻ, tài khoản, ngân hàng số...

- Tiết kiệm cá nhân với nhiều sản phẩm vay như: tiết kiệm lãi lãi linh hoạt, tiết kiệm YOU50, tiết kiệm YOUfuture, tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm chọn ngày linh hoạt, tiền gửi trực tuyến, tiền gửi có kỳ hạn, tiết kiệm An Thịnh.

- Cho vay tiêu dùng như cho vay mua, sửa chữa nhà, cho vay mua ô tô,... và cho vay nhằm mục đích kinh doanh.

- Thẻ ABBANK: cung cấp đa dạng dịch vụ thẻ tín dụng quốc tế, thẻ ghi nợ quốc tế và thẻ ghi nợ nội địa.

- Tài khoản cá nhân: tài khoản thanh toán, tài khoản số đẹp, tài khoản cao cấp.

- Ngân hàng số: AB Ditizen, Online banking, SMS banking.

- Chuyển tiền và nhận tiền cá nhân.

2.1.4.2 Đối với khách hàng là doanh nghiệp

Khách hàng doanh nghiệp được ABBANK cung cấp các sản phẩm dịch vụ liên quan đến tín dụng doanh nghiệp, tài khoản doanh nghiệp, thanh toán quốc tế, dịch vụ bảo lãnh, tài trợ thương mại...

- Tín dụng doanh nghiệp: cho vay mua ô tô doanh nghiệp, tài trợ vốn lưu động, cho vay cầm cố hàng hóa, cho vay đồng tài trợ, tài trợ dự án đầu tư, cho vay thấu chi doanh nghiệp, cho vay không có tài sản đảm bảo, cho vay tái tài trợ cùng nhiều gói sản phẩm khác.
- Tài khoản doanh nghiệp: tài khoản số đẹp, tài khoản ký quỹ, tài khoản tiền gửi có kỳ hạn, tài khoản tiền gửi thanh toán.
- Dịch vụ bảo lãnh: bảo lãnh nhận hàng, bảo lãnh thuế xuất nhập khẩu, bảo lãnh thuế online, bảo lãnh trong bán/cho thuê mua nhà ở hình thành trong tương lai, bảo lãnh trong nước, cam kết cấp tín dụng.
- Thanh toán quốc tế: bảo lãnh thanh toán, chuyển tiền bằng điện – chuyển tiền đến/đi, thanh toán séc nước ngoài, thanh toán chờ thu chứng từ.
- Tài trợ thương mại: sản phẩm UPAS L/C, sản phẩm UPAS L/C nội địa, hỗ trợ ứng trước tiền hàng xuất khẩu cho khách hàng, tài trợ VND theo lãi suất ngoại tệ, tài trợ xuất khẩu trước/sau khi giao hàng.
- Kinh doanh ngoại tệ và sản phẩm phái sinh: giao dịch ngoại tệ giao ngay, giao dịch ngoại tệ kỳ hạn, giao dịch ngoại tệ hoán đổi, hoán đổi tiền tệ chéo, hoán đổi lãi suất.
- Các dịch vụ khác: chi lương, ngân hàng điện tử, thu/ chi hộ bằng hình thức ủy nhiệm, nộp thuế hải quan, nộp ngân sách Nhà nước, nộp thuế điện tử...

2.1.5 Kết quả hoạt động của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

2.1.5.1 Hoạt động huy động vốn của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

Huy động vốn là hoạt động được ABBANK hết sức chú trọng, với mục tiêu đảm bảo nguồn vốn huy động, an toàn thanh khoản và nâng cao vị thế của ABBANK trong hệ thống ngân hàng. Đồng thời cung cấp đến khách hàng những sản phẩm, dịch vụ tốt nhất. Để tăng thị phần huy động, trong năm 2022, ngân hàng TMCP An Bình nói chung và phòng giao dịch Núi Thành nói riêng đã triển khai nhiều hoạt động như: phối hợp tổ chức các sự kiện Tuần lễ tri ân khách hàng, tặng mũ bảo hiểm, coupon, triển khai thành công dịch vụ SMS Banking, nâng cấp hệ thống Core Banking và rất nhiều hoạt động khuyến mãi, tri ân khác. Nhìn chung, tổng nguồn huy động vốn của ABBANK – PGD Núi Thành khá ổn định trong 3 năm vừa qua. Dưới đây là bảng tình hình huy động vốn của ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành trong giai đoạn 2022-2024:

Bảng 2.1 Tình hình hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành –Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	ST	TT (%)	ST	TT(%)	ST	TT(%)	ST	TL(%)	ST	TL(%)
Tổng vốn huy động	401,49	100,00	373,97	100,00	398,50	100,00	-27,53	-6,86	24,54	6,56
<i>Phân theo kỳ hạn huy động</i>	401,49	100,00	373,97	100,00	398,50	100,00	-27,53	-6,86	24,54	6,56
- Không kỳ hạn	19,59	4,88	19,46	5,20	18,58	4,66	-0,13	-0,65	-0,89	-4,56
- Có kỳ hạn ≤ 12 tháng	367,25	91,47	337,88	90,35	355,67	89,25	-29,37	-8,00	17,79	5,27
- Có kỳ hạn > 12 tháng	14,66	3,65	16,63	4,45	24,26	6,09	1,97	13,46	7,63	45,89
<i>Phân theo đối tượng huy động</i>	401,49	100,00	373,97	100,00	398,50	100,00	-27,53	-6,86	24,54	6,56
- Dân cư	365,53	91,04	363,87	97,30	370,11	92,88	-1,67	-0,46	6,25	1,72
- Tổ chức	35,96	8,96	10,10	2,70	28,39	7,12	-25,86	-71,91	18,29	181,10

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Nhìn chung trong 3 năm lượng huy động vốn của ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng tăng giảm qua các năm nhưng vẫn đạt được sự tăng trưởng khả quan. Qua bảng số liệu 2.1 ta thấy, tình hình huy động vốn trong năm 2023 đạt 373,97 tỷ đồng giảm 6,86% so với năm 2022 và năm 2024 đạt 398,50 tỷ đồng tăng 6,56% so với năm 2023. Có được điều này do Ngân hàng TMCP An Bình - Phòng giao dịch Núi Thành không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, triển khai các chính sách lãi suất cạnh tranh. Những cải tiến này không chỉ đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng mà còn tạo ra nhiều sự lựa chọn hấp dẫn, góp phần thu hút thêm nguồn vốn mới và phần lớn nhờ vào sự tin tưởng, ủng hộ từ khách hàng và đội ngũ nhân viên không ngừng nỗ lực để tạo ra kết quả tốt nhất.

2.1.5.2 Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

Hoạt động cho vay là hoạt động đóng vai trò quan trọng quyết định phần lớn hiệu quả kinh doanh của phòng giao dịch. Mọi hoạt động của ngân hàng đều có mục tiêu chính là tối đa hóa lợi nhuận, gia tăng khả năng sinh lời. Mục tiêu của hoạt động cho vay tiêu dùng là tăng thu nhập từ hoạt động cho vay, chiếm lĩnh thị phần, kiểm soát và cân bằng giữa các chi phí và lợi ích trong hoạt động vay vốn, qua đó tăng lợi nhuận từ việc cho vay và tăng tỉ suất sinh lời trên dư nợ cho vay. Đã xác định mục tiêu tăng trưởng bền vững, an toàn và hiệu quả, duy trì và từng bước phát triển thị phần thông qua chủ trương mở rộng quy mô cho việc đầu tư các dự án, phương án sản xuất kinh doanh có hiệu quả để mở rộng hoạt động tín dụng, dịch vụ của phòng giao dịch trên địa bàn thành phố và vùng lân cận. Để hiểu rõ tình hình hoạt động cho vay của phòng giao dịch trong những năm qua, ta tìm hiểu thông qua bảng tình hình cho vay của ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024:

Bảng 2.2 Tình hình cho vay tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn năm 2022 – 2024

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022	2023	2024	Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
				ST	TL (%)	SL	TL (%)
1. Doanh số cho vay	385,52	356,31	364,51	-29,21	-7,58	8,20	2,30
2. Doanh số thu nợ	386,11	317,44	334,67	-68,67	-17,78	17,23	5,43
3. Dư nợ cuối kỳ	297,69	336,56	366,40	38,87	13,06	29,84	8,87
4. Nợ xấu	8,80	10,20	11,40	1,40	15,92	1,20	11,78
5. Tỷ lệ nợ xấu (%)	2,96	3,03	3,11	-		-	

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Về doanh số cho vay của năm 2023, doanh số cho vay của phòng giao dịch đạt 356,31 tỷ đồng giảm 29,21 tỷ đồng so với 2022 tương ứng 7,58%. Năm 2024 doanh số cho vay là đạt 364,51 tỷ đồng lên 8,20 tỷ đồng vào năm 2023, tương ứng tăng 2,30%. Doanh số cho vay tăng vì năm 2022 này ngân hàng đang thực hiện mở rộng chính sách cho vay được áp dụng hiệu quả và ngân hàng đã tạo được uy tín trước đó để khách hàng tin tưởng vay vốn từ ngân hàng dẫn đến doanh số cho vay của ngân hàng tăng trưởng tốt. Sang đến năm 2023 thì doanh số cho vay có biến động giảm nhẹ 7,58%. Nguyên nhân chủ yếu đến từ những khó khăn nền kinh tế thế giới đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức như thiên tai, biến đổi khí hậu, chính sách tiền tệ thắt chặt, lạm phát dẫn đến nền kinh tế Việt Nam không tránh khỏi các tác động từ nền kinh tế lớn làm cho lãi suất tăng cao nên nhu cầu vay của khách hàng thấp. Sang năm 2024 có sự tiến triển tốt so với năm 2023 nguyên nhân vì nền kinh tế phục hồi mạnh mẽ sau các tác động tiêu cực của năm 2023, các doanh nghiệp và cá nhân có xu hướng vay vốn nhiều hơn để khôi phục hoạt động sản xuất và tiêu dùng. Một phần sự tăng trưởng này phản ánh hiệu quả trong việc kiểm soát các khoản vay, triển khai chính sách phù hợp, và sự tin tưởng của khách hàng cá nhân, góp phần thúc đẩy doanh số cho vay tăng trưởng tốt. Để doanh số cho vay phát triển hơn nữa thì ngân hàng cần mở rộng phạm vi cho vay và có mức lãi suất phù hợp với nhiều đối tượng có cơ hội vay vốn tại ngân hàng giúp ngân hàng tăng doanh số cho vay.

Doanh số thu nợ qua 3 năm 2022, 2023, 2024 tăng giảm không đồng đều qua các năm. Năm 2023, doanh số thu nợ đạt 317,44 tỷ đồng so với 2022 tương ứng giảm 17,78%. Vì trong năm 2022 có nhiều khoản vay đến hạn đồng thời năm này ngân hàng cho vay ngắn hạn nhiều hơn do đó nó đến hạn trong năm nên ngân hàng thu hồi. Năm 2023 doanh số thu hồi nợ giảm xuống 68,67 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng với mức giảm 17,78%. Đến năm 2023 thu hồi ít hơn bởi vì các khoản cho vay dài hạn chưa đến hạn thu hồi nên doanh số thu nợ năm 2023 thấp. Năm 2024 doanh thu nợ tăng do cán bộ tín dụng cố gắng thực hiện tốt nhiệm vụ của mình để thu hồi nợ, làm việc với từng khách hàng có nợ xấu chủ động bắt kịp thời sản xuất kinh doanh, nguồn trả nợ, cùng khách hàng có những giải pháp xử lý thu hồi nợ. Mặc dù doanh số thu nợ tăng/giảm không đều, tuy nhiên ngân hàng vẫn đạt được các chỉ tiêu thu hồi nợ, đảm bảo chất lượng hoạt động cho vay của ngân hàng. Qua đó cho thấy việc thu nợ ngân hàng đang được kiểm soát tốt và hầu hết ngân hàng đạt được những chỉ tiêu về thu nợ.

Dư nợ cuối kỳ của ngân hàng tăng qua các năm. Dư nợ cho vay năm 2023 đạt 336,56 tỷ đồng tăng 38,87 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng tăng 13,06%. Năm 2024 dư nợ cuối kỳ tăng mạnh lên 28,84 tỷ đồng so với năm 2023, tương ứng tăng 8,87%. Việc có quá nhiều dư nợ có thể gây áp lực tài chính, tăng chi phí lãi suất và ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận vốn mới. Điều này thể hiện rằng trong công tác tín dụng vẫn còn tồn tại những khó khăn nhất định cần có những biện pháp để khắc phục, để giảm dư nợ này xuống mức thấp nhất có thể.

Nợ xấu năm 2024 tăng 11,76% cho thấy ngân hàng chưa thu hồi được hết các khoản nợ vay của khách hàng. Nếu các khoản vay của khách hàng chưa thanh toán hết cho ngân hàng khi tới hạn thì ngân hàng sẽ bị thiếu hụt vốn cho vay, mất uy tín, nguy cơ thâm hụt ngân sách của ngân hàng cao để giải quyết các khoản nợ vay,... Nợ xấu vẫn còn tồn đọng báo hiệu việc phê duyệt hồ sơ của khách hàng vay vốn còn nhiều thiếu sót, các nhân viên tín dụng không dứt khoát trong việc nhắc nhở khách hàng trả nợ và biện pháp xử lý các khoản nợ trễ hạn còn dễ dãi. Theo đó tỷ lệ nợ xấu tăng dần trong giai đoạn 2022 đến 2024. Cụ thể, năm 2022 tỷ lệ nợ xấu là 2,96% tăng 0,15% so với 2024 cho thấy chất lượng tín dụng của ngân hàng đang dần xấu đi, số lượng các khoản vay khó thu hồi hoặc có rủi ro mất vốn tăng lên. Mặc dù mức thu nợ tăng nhưng do tình hình thị trường khó khăn tác động lên hoạt động kinh doanh của một số doanh nghiệp nhỏ và cá nhân từ đó ảnh hưởng tới quá trình trả nợ cho ngân hàng. Để khắc phục nợ xấu, ngân hàng ABBANK – PGD Núi thành cần thắt chặt việc xử lý các khoản nợ quá hạn, đưa ra những điều kiện nhằm ép buộc khách hàng trả nợ đúng hạn.

2.1.5.3 Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024:

Nhìn chung, việc phân tích, nhận xét bảng báo cáo kết quả kinh doanh có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với các doanh nghiệp giúp cho doanh nghiệp có thể tổng hợp lại các thông tin về chi phí, lợi nhuận cùng như các khoản doanh thu mà doanh nghiệp đã đạt được trong thời kỳ nhất định bảng báo cáo kết quả kinh doanh cũng như giúp cho phòng giao dịch có thể đưa ra những dự báo về lợi nhuận và dòng tiền của phòng giao dịch trong tương lai. Đây là hoạt động mang ý nghĩa cực kỳ quan trọng bởi dù là doanh nghiệp nào thì tiền, lợi nhuận vẫn luôn là điều không thể thiếu nếu muốn đảm bảo sự duy trì, phát triển vững mạnh. Bên cạnh đó, bảng báo cáo kết quả kinh doanh cũng sẽ cho doanh nghiệp thấy được những thông tin quan trọng và đây cũng là nền tảng, cơ sở để doanh nghiệp đánh giá về mức độ đóng góp cho xã hội như thế nào và tạo ra nhiều lợi nhuận thì chắc chắn họ đã sử dụng các nguồn lực của xã hội một cách hiệu quả. Dưới đây là bảng kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng trong giai đoạn 2022-2024:

Bảng 2.3 Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TL (%)	ST	TL(%)
1. Thu nhập	30,06	100,00	32,12	100,00	33,51	100,00	2,06	6,85	1,39	4,33
-Thu từ cho vay	23,10	76,85	24,15	75,19	25,45	75,95	1,05	4,54	1,30	5,39
-Thu từ hoạt động dịch vụ	4,11	13,67	4,74	14,76	5,11	15,25	0,63	15,35	0,37	7,83
-Thu khác	2,85	9,48	3,23	10,05	4,95	14,76	0,38	13,34	1,72	53,21
2. Chi phí	23,72	100,00	26,52	100,00	27,78	100,00	2,80	11,82	1,26	4,73
-Chi phí lãi	15,33	64,64	20,45	77,09	21,52	77,47	5,12	33,36	1,07	5,25
-Chi phí khấu hao	5,56	23,46	4,01	15,10	4,22	15,20	-1,56	-28,02	0,22	5,42
-Chi phí hoạt động khác	2,82	11,91	2,07	7,81	2,04	7,33	-0,75	-26,66	-0,04	-1,74
3. Chênh lệch thu, chi	6,34	26,73	5,60	21,11	5,73	20,64	-0,74	-11,72	0,14	2,43

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Qua bảng số liệu 2.3 ta thấy năm 2023 tổng thu nhập đạt được 32,12 tỷ đồng tăng 2,06 tỷ đồng tương đương tăng 6,85% so với năm 2022. Năm 2024 đạt 33,51 tỷ đồng tăng 1,39 tỷ đồng so với năm 2023 tương ứng 4,33%. Nguyên nhân là trong các năm vừa qua dư nợ của phòng giao dịch không ngừng tăng trưởng kéo theo thu nhập từ cho vay tăng lên, cùng với đó là doanh số từ các hoạt động phi tín dụng tại phòng giao dịch cũng đã đem lại kết quả vô cùng tích cực.

Trong khi đó, tổng chi của năm 2023 đạt 26,52 tỷ đồng tăng 2,80 tỷ đồng, tương đương tăng 11,82% so với năm 2022, năm 2024 tăng 1,25 tỷ đồng với tỷ lệ tăng 4,73% so với năm 2023. Lý giải cho điều này là trong hai năm 2022 và 2023, tỷ lệ nợ xấu của PGD tăng nhẹ, dẫn đến chi phí trích lập dự phòng của PDG tăng lên kéo theo tổng chi phí của cả PGD bị tăng bên cạnh đó chi phí hoạt động Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành tăng lên do xu hướng chuyển đổi số sẽ khiến ngân hàng đẩy mạnh chi đầu tư cho cơ sở hạ tầng công nghệ cũng như thu hút nhân sự trong lĩnh vực công nghệ thông tin và phân tích dữ liệu. Từ đó ngân hàng cần đề ra các giải pháp để cắt giảm các khoản chi phí để tăng thu nhập cho ngân hàng.

Chênh lệch thu chi: Kết quả chênh lệch thu và chi của phòng giao dịch có sự tăng trưởng năm 2023 đạt 5,59 tỷ đồng giảm 0,43 tỷ đồng, tương ứng 11,72% so với năm 2022. Tuy nhiên, đến năm 2024, đạt 5,73 tỷ đồng tăng 0,14 tỷ đồng, tương ứng tăng 2,43% so với năm 2023. Những kết quả đạt được cho thấy Phòng giao dịch Núi Thành đã thực hiện tốt các hoạt động kinh doanh, không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng quy mô hoạt động và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Điều này góp phần tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh không chỉ cho phòng giao dịch mà còn cho toàn hệ thống của Ngân hàng TMCP An Bình.

2.2 Thực trạng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình - PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

2.2.1 Số lượng khách hàng

Bảng 2.4: Số lượng khách hàng gửi tiền tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

ĐVT: khách hàng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	Khách hàng	TT (%)	Khách hàng	TT (%)	Khách hàng	TT (%)	Khách hàng	TL (%)	Khách hàng	TL (%)
1. Dân cư	1.561	91,02	1.438	91,07	1.526	91,82	-123	-7,88	68	4,66
2. TCKT	154	8,98	143	8,93	136	8,18	-11	-7,14	-7	-4,90
Tổng	1.715	100,00	1.581	100,00	1.662	100,00	-134	-7,81	61	3,81

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Nhìn vào bảng 2.4 ta thấy số lượng khách hàng gửi tiền từ dân cư là chủ yếu, cụ thể năm 2023 đạt 1.438 khách hàng, giảm 123 khách hàng so với năm 2022, tương ứng với giảm 7,88%. Năm 2024 dân cư đạt 1.526 khách hàng, tăng 68 khách hàng so với 2023, tương ứng tăng 4,66%. Qua đó ta thấy dân cư luôn chiếm trên 80% so với tổ chức kinh tế điều này cho thấy ngân hàng huy động từ nguồn khách hàng cá nhân nhiều hơn nhờ vào vị trí được tọa lạc ở 305 Núi Thành, khu vực này ít doanh nghiệp lớn, do đó đối tượng chủ yếu là dân cư, những người buôn bán nhỏ, làm công ăn lương hoặc có thu nhập ổn định và đa dạng về sản phẩm để lựa chọn như tiết kiệm YOU50, tiền gửi lãi linh hoạt, tiết kiệm An Thịnh...của ngân hàng thu hút được khách hàng. Đồng thời ngân hàng thường tổ chức hoạt động truyền thông như đi thị trường, phát tờ rơi, gọi telesale để đưa thông tin của sản phẩm đến khách hàng được tiếp cận nhiều hơn.

Bên cạnh đó, số lượng khách hàng tổ chức kinh tế liên tục giảm trong trong 3 năm mà khách hàng của ngân hàng có sự tăng giảm không đều, cụ thể, năm 2023 đạt 143 khách hàng, giảm 11 khách hàng so với năm 2022, tương ứng giảm 7,14%. Nguyên nhân do ngân hàng đã hạ lãi suất huy động, đồng thời không có khuyến mãi lãi suất lớn, khiến lợi suất tiền gửi của ABBANK khó cạnh tranh so với các ngân hàng đồng cấp, từ đó làm giảm sức hút khách hàng. Sang năm 2024 đạt 136 khách hàng, giảm 7 khách hàng so với năm 2023, tương ứng giảm 4,90%, ABBANK chuyển hướng mở rộng ưu đãi về phí

dịch vụ trên nền tảng số – cộng thêm lãi suất trên kênh ABBank Business – tuy cải thiện trải nghiệm vận hành, nhưng lại không đủ hấp dẫn với những doanh nghiệp chỉ quan tâm đến tối ưu hóa lợi suất tiền nhàn rỗi. Hơn nữa, nhiều gói ưu đãi lãi suất cao lại đi kèm điều kiện khắt khe như giới hạn hạn mức tiền gửi hoặc chỉ áp dụng cho khách hàng sử dụng trọn bộ dịch vụ số. Sự thay đổi thiếu nhất quán giữa các đợt khuyến mãi, điều kiện áp dụng hẹp và trọng tâm từ lãi suất chuyển sang miễn phí dịch vụ đã khiến ABBANK mất dần vị thế cạnh tranh trong mắt khách hàng tổ chức, dẫn đến việc số lượng khách gửi tiền liên tục giảm qua các năm. Vì vậy, ngân hàng cần có các điều kiện ưu đãi phù hợp với phù hợp của doanh nghiệp nhỏ và vừa, đồng thời tăng cường hỗ trợ tư vấn để giúp doanh nghiệp đáp ứng các yêu cầu cần thiết để thu hút khách hàng doanh nghiệp nhiều hơn.

2.2.2 Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động

Bảng 2.5 Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022	2023	2024	Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	ST	ST	ST	ST	TL (%)	ST	TL (%)
Vốn huy động	401,49	373,97	398,50	-27,53	-6,86	24,54	6,56

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Nhìn vào bảng 2.5 ta thấy quy mô nguồn vốn huy động của PGD tương đối lớn, và tốc độ tăng trưởng có sự giảm nhẹ năm 2023 và tăng lại vào năm 2024. Cụ thể, năm 2023 đạt 373,97 tỷ đồng giảm 27,53 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng giảm 6,68%. Năm 2024 đạt 398,50 tỷ đồng tăng 24,54 tỷ đồng so với năm 2023 tương ứng tăng 5,56%. Năm 2022 có sự khởi sắc trong huy động vốn vì lãi suất tăng cao với mức lãi suất 8,6%/năm làm thu hút khách hàng gửi tiền. Đến năm 2023 giảm nhẹ do kinh tế thế giới lại đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức, hầu hết các nền kinh tế trên thế giới đều có mức tăng trưởng thấp hơn kỳ vọng do tổng cầu suy giảm; lạm phát đã hạ nhiệt nhưng vẫn ở mức cao; chính sách tiền tệ thắt chặt, xung đột quân sự giữa Nga và Ukraina phức tạp hơn, bất ổn địa chính trị, thiên tai, biến đổi khí hậu... ngày càng gia tăng dẫn đến tình hình vốn huy động của ngân hàng khó khăn hơn khiến lãi suất có sự giảm sút với mức lãi suất 5,05%/năm. Qua đó khách hàng sẽ có cẩn trọng hơn, ưu tiên các khoản đầu tư an toàn như vàng, như vậy làm giảm khả năng huy động của ngân hàng. Tốc độ tăng

trường năm 2024 tăng lên so với năm 2023, do sự cạnh tranh về lãi suất giữa các ngân hàng trên cùng địa bàn, cụ thể tại quầy: HDBank với mức lãi suất 5,50%/năm; VPBank với mức lãi suất 5,20%/năm; ABBank với mức lãi suất 5,60%/năm, trực tuyến: HDBank lãi suất 5,60%/năm; VPBank lãi suất 5,30%/năm; ABBank lãi suất 5,80%/năm. Mặc dù năm 2023 ghi nhận sự sụt giảm về tổng vốn huy động, đây có thể coi là cơ hội để Ngân hàng TMCP An Bình – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng đánh giá lại chiến lược phát triển và cải thiện các giải pháp tiếp cận khách hàng. Với việc cải tiến dịch vụ và tối ưu hóa các chính sách, ngân hàng hoàn toàn có thể đảm bảo sự ổn định và tăng trưởng bền vững trong tương lai.

Nhìn chung, tổng nguồn vốn huy động đã có sự tăng trưởng đáng kể, phần lớn nhờ vào sự tin tưởng và ủng hộ từ khách hàng. Tuy nhiên, để giữ cho tổng nguồn vốn có mức tăng trưởng cao và ổn định hơn nữa, ban lãnh đạo ABBANK cần liên tục triển khai các hoạt động thu hút vốn; cần có chính sách lãi suất và marketing linh hoạt hơn nữa.

2.2.3 Cơ cấu nguồn vốn huy động

Trong quá trình phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh, việc huy động vốn đóng một vai trò vô cùng quan trọng đối với mỗi tổ chức. Nguồn vốn huy động giúp doanh nghiệp không chỉ đáp ứng nhu cầu tài chính trong ngắn hạn mà còn hỗ trợ việc triển khai các chiến lược dài hạn, bao gồm mở rộng quy mô sản xuất, đầu tư vào công nghệ mới hoặc thực hiện các dự án phát triển. Để đạt được mục tiêu này, doanh nghiệp có thể huy động vốn thông qua nhiều hình thức khác nhau như phát hành cổ phiếu, vay ngân hàng, hay kêu gọi đầu tư từ các tổ chức và cá nhân. Việc lựa chọn phương thức huy động vốn phù hợp sẽ quyết định sự thành công và hiệu quả của các dự án và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong tương lai. Cơ cấu nguồn vốn ngân hàng được đánh giá là hợp lý nếu các thành phần của nó đáp ứng được kế hoạch sử dụng vốn và có chi phí huy động thấp nhất. Có thể đánh giá cơ cấu nguồn vốn huy động thông qua chỉ tiêu tỷ trọng nguồn vốn huy động như sản phẩm, thời hạn, đối tượng, loại tiền.

2.2.3.1 Cơ cấu vốn huy động theo sản phẩm

Bảng 2.6 Cơ cấu vốn huy động theo sản phẩm tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	ST	TT (%)	ST	TT(%)	ST	TT (%)	ST	TL(%)	ST	TL(%)
1.Tiền gửi tiết kiệm	346,10	86,20	321,11	85,87	341,06	85,58	-24,99	3,00	19,95	43,56
Tiết kiệm Tích lũy Tâm an	22,54	5,61	17,40	4,65	19,82	4,97	-5,14	-22,80	2,42	13,93
Tiết kiệm An Thịnh	28,72	7,15	20,57	5,50	25,05	6,29	-8,15	-28,37	4,48	21,77
Tiết kiệm bậc thang	12,21	3,04	23,39	6,25	19,41	4,87	11,17	91,47	-3,97	-16,99
Tiết kiệm You50	30,31	7,55	22,45	6,00	21,53	5,40	-7,87	-25,95	-0,92	-4,10
Tiết kiệm lĩnh lãi linh hoạt	101,93	25,39	95,70	25,59	98,65	24,76	-6,23	-6,11	2,95	3,08
Tiết kiệm chọn ngày lĩnh hoạt	38,31	9,04	39,83	10,65	47,11	11,82	1,51	3,95	7,29	18,30
Tiết kiệm trực tuyến	112,08	27,92	101,79	27,22	109,49	27,47	-10,30	-9,19	7,70	7,56
2.Tiền gửi thanh toán	55,39	13,80	52,85	14,13	57,45	14,42	-2,54	-4,58	4,59	8,69
3.Tổng	401,49	100,00	373,97	100,00	398,50	100,00	-27,53	-6,86	24,54	6,56

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Qua bảng 2.6, ta thấy sản phẩm tiết kiệm lĩnh lãi linh hoạt và tiết kiệm trực tuyến chiếm tỷ trọng cao. Tiết kiệm lĩnh lãi linh hoạt năm 2023 đạt 95,70 tỷ đồng, giảm 6,23 tỷ đồng so với năm 2022 tương đương giảm 6,11%. Năm 2024 đạt 98,65 tỷ đồng, giảm 2,95 tỷ đồng tương đương giảm 3,08%. Tiết kiệm lĩnh lãi linh hoạt là một trong những sản phẩm phẩm được ưa chuộng nhất hiện nay bởi vì sản phẩm này nhanh chóng, tiện lợi và kỳ lĩnh lãi linh hoạt theo mọi nhu cầu. Nhưng có thể thấy tiền gửi tiết kiệm lĩnh lãi linh hoạt giảm qua các năm bởi vì lãi suất năm 2022 cao với mức lãi suất 8,6%/năm, nhưng qua năm 2023 giảm xuống với mức lãi 5,30%/năm và 2024 với mức lãi 5,50%/năm làm cho khách hàng cảm thấy không hấp dẫn khi gửi tiền vào ngân hàng, vì lợi nhuận thu về thấp.

Tiền gửi trực tuyến của năm 2023 đạt 101,79 tỷ đồng giảm 10,30 tỷ đồng tương đương giảm 7,54% so với năm 2022. Năm 2024 đạt 109,49 tỷ đồng tăng 7,70 tỷ đồng tương đương tăng 7,56% so với năm 2023. Hiện nay tiền gửi trực tuyến cũng là sản phẩm được đa số khách hàng ưa chuộng đặc biệt là những khách hàng rành về công nghệ, một trong những ưu điểm lớn của tiền gửi trực tuyến là sự thuận tiện. Khách hàng có thể mở tài khoản tiết kiệm, thực hiện các giao dịch và quản lý tài chính từ bất kỳ nơi nào có kết nối internet. Điều này giúp tiết kiệm thời gian và công sức của khách hàng, không cần phải đến ngân hàng mỗi khi thực hiện giao dịch. Ngoài ra tiền gửi trực tuyến thường cung cấp mức lãi suất cạnh tranh. Qua ba năm 2022, 2023, 2024 tiền gửi trực tuyến của ngân hàng luôn đạt mức ổn định tuy nhiên năm 2023 vẫn có giảm nhẹ so với năm 2022 do lãi suất giảm khiến gửi tiết kiệm kém hấp dẫn. Năm 2022 đạt mức tăng trưởng cao do giai đoạn đẩy mạnh chuyển đổi số, nên lượng khách hàng sử dụng app ngân hàng để gửi tiết kiệm online tăng vọt điều này tạo ra cơ hội tốt hơn cho khách hàng để tăng lợi nhuận từ tiền gửi của khách hàng. Tuy nhiên, cũng có những rủi ro và hạn chế đi kèm với tiền gửi trực tuyến. Các vấn đề về bảo mật và mất mát dữ liệu có thể là mối quan ngại đối với một số người, đặc biệt là những người không quen với công nghệ.

Tiết kiệm YOU50 là sản phẩm dành cho khách hàng từ 50 tuổi trở lên, sản phẩm này cũng có mức ổn định nhưng giảm so với năm 2022. Cụ thể năm 2023 đạt 22,45 tỷ đồng giảm 7,87 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng giảm 25,95%. Năm 2024 đạt 21,53 tỷ đồng giảm 0,92 tỷ đồng tương ứng giảm 4,10%. Sản phẩm này có mức lãi suất ổn định với mức lãi suất 5,55%/năm nhưng không linh hoạt trong việc rút tiền và nếu rút trước kỳ hạn, bạn có thể mất lãi hoặc bị áp dụng lãi suất thấp hơn. Vì vậy sản phẩm này ít được thu hút bởi khách hàng.

Tiết kiệm chọn ngày linh hoạt qua giai đoạn 2022-2023 và 2023-2024 tăng đều qua các năm. Cụ thể năm 2023 đạt 39,83 tỷ đồng tăng 1,51 tỷ đồng, tương ứng tăng 3,95% so với năm 2022. Năm 2024 đạt 47,11 tỷ đồng tăng 7,29 tỷ đồng tương ứng tăng 18,30% so với năm 2023. Có được điều điều này do sản phẩm này có tính linh hoạt và có những

ưu điểm như được linh hoạt theo ngày phù hợp với kế hoạch tài chính, được hưởng lãi suất có kỳ hạn theo số ngày gửi thực tế lựa chọn, thủ tục nhanh chóng, tiện lợi.

Tiết kiệm An Thịnh năm 2023 đạt 20,57 tỷ đồng giảm 8,15 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng giảm 28,37%. Năm 2024 đạt 25,05 tỷ đồng tăng 4,48 tỷ đồng so với năm 2023 cho thấy sản phẩm an thịnh có mức lãi suất ổn định với mức lãi suất 5,50%/năm, qua ba năm sản phẩm này vẫn giữ mức ổn định và vẫn thu hút được nguồn khách hàng gửi tiền vào.

Tiết kiệm tích lũy Tâm An năm 2023 đạt 17,40 tỷ đồng giảm 5,14 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng giảm 22,80%. Năm 2024 đạt 19,82 tỷ đồng tăng 2,42 tỷ đồng tương ứng tăng 13,93% so với năm 2023 sản phẩm này ít thu hút được khách hàng bởi vì sản phẩm dành cho khách hàng có mục tiêu tích lũy cho 1 kế hoạch cụ thể nào đó và phải có dòng tiền nhàn rỗi hàng tháng nhưng sản phẩm cũng có ưu điểm như là chủ động nộp thêm tiền bất cứ khi nào mong muốn, thiết lập các khoản tiết kiệm theo mục tiêu và dễ dàng theo dõi tỷ lệ hoàn thành, tự động gửi tiền theo lịch.

Tiền gửi thanh toán năm 2023 đạt 52,85 tỷ đồng giảm 2,54 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng giảm 4,58% do kinh tế trong năm 2023 còn nhiều biến động và áp lực lãi suất tăng khiến khách hàng ưu tiên chuyển tiền sang các kênh đầu tư có lãi suất cao hơn, như tiền gửi có kỳ hạn hoặc các công cụ tài chính sinh lời khác. Ngoài ra, một số doanh nghiệp có thể đã rút bớt tiền thanh toán để phục vụ sản xuất, kinh doanh. Năm 2024 đạt 57,45 tỷ đồng tăng 4,59 tỷ đồng tương ứng tăng 8,69% so với năm 2023. Đây là tín hiệu tích cực, cho thấy niềm tin của khách hàng vào hệ thống ngân hàng được củng cố, đồng thời phản ánh nỗ lực của ABBank trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán, đẩy mạnh các giải pháp ngân hàng số, và thu hút khách hàng cá nhân cũng như doanh nghiệp sử dụng tài khoản thanh toán nhiều hơn.

Ngoài ra còn có sản phẩm tiết kiệm bậc thang, sản phẩm này ít thu hút được khách hàng bởi sản phẩm này so với các sản phẩm tiết kiệm truyền thống. Cụ thể, năm 2023 đạt 23,39 tỷ đồng tăng 11,17 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng 91,47%. Năm 2024 đạt 19,41 tỷ đồng giảm 3,97 tỷ đồng tương ứng giảm 16,99% so với năm 2023 do tiết kiệm bậc thang có cấu trúc lãi suất khá phức tạp, với sự thay đổi theo từng bậc, kỳ hạn. Điều này có thể làm cho khách hàng không dễ dàng tính toán được lợi nhuận thực tế mà mình sẽ nhận được khi kết thúc kỳ hạn, gây khó khăn trong việc đưa ra quyết định đầu tư.

Nhìn chung, các sản phẩm của ngân hàng cũng có những ưu điểm và nhược điểm riêng của từng sản phẩm nhưng vẫn thu hút được khách hàng gửi tiền vào. Hầu hết các sản phẩm đều có sự giảm sút về số tiền gửi trong năm 2023 so với 2022, có thể do lãi suất giảm hoặc thay đổi trong nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên một số sản phẩm như

tiết kiệm chọn ngày linh hoạt, tiết kiệm trực tuyến đã có sự phục hồi và tăng trưởng vào năm 2024.

2.2.3.2 Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng

Bảng 2.7 Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TL (%)	ST	TL (%)
1. Tiền gửi từ dân cư	365,53	91,04	363,87	97,30	370,11	92,88	-1,67	-0,46	6,25	1,72
2. Tiền gửi từ TCKT	35,96	8,96	10,10	2,70	28,39	7,12	-25,86	-71,91	18,29	181,10
Tổng	401,49	100,00	373,97	100,00	398,50	100,00	-27,52	-6,86	24,54	6,56

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

- Tiền gửi từ dân cư

Quan sát tổng quan bảng số liệu 2.7 cho thấy, cùng với sự tăng trưởng của nguồn vốn huy động, tiền gửi dân cư tương đối ổn định qua 3 năm. Cụ thể, năm 2023 tiền gửi từ dân cư đạt 363,87 tỷ đồng giảm 1,67 tỷ đồng tương đương giảm 0,46% so với năm 2022 và năm 2024 đạt 370,11 tỷ đồng tăng 1,72% so với năm 2023. Theo đối tượng huy động ta thấy, vốn huy động của ngân hàng tập trung vào khu vực dân cư. Bởi vì, vị trí được tọa lạc ở 305 Núi Thành, khu vực này ít doanh nghiệp lớn do đó đối tượng chủ yếu là dân cư. Bên cạnh đó, phòng giao dịch đã triển khai đồng bộ nhiều giải pháp để thu hút khách gửi tiền: từ các chương trình khuyến mãi hấp dẫn, ưu đãi quà tặng, đến việc điều chỉnh tăng lãi suất tiết kiệm thường và tiết kiệm có kỳ hạn. Ngoài ra, ngân hàng cũng linh hoạt đa dạng hóa hình thức trả lãi – trả lãi trước, trả lãi cuối kỳ, trả lãi định kỳ hàng tháng hoặc nhận lãi về tài khoản thanh toán – để tối ưu hóa lợi ích cho khách hàng. Nhờ đó, khách hàng cảm thấy thuận tiện và hài lòng hơn khi gửi tiền, góp phần nâng cao hiệu quả huy động vốn cho ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần sử dụng tối ưu nguồn vốn để đạt hiệu quả cao và trong tương lai cần nâng cao hơn nữa công tác huy động vốn, xây dựng hình ảnh, thương hiệu và nâng cao chất lượng dịch vụ để thu hút khách hàng.

- Tiền gửi từ TCKT

Theo bảng số liệu 2.7 tỷ trọng tiền gửi từ TCKT tăng trưởng không đồng đều. Cụ thể, năm 2023 là 10,10 tỷ đồng giảm 25,86 tỷ đồng tương đương với tốc độ giảm 71,91% so với năm 2022 và năm 2024 đạt 28,39 tỷ đồng tăng 18,29 tỷ đồng tương ứng tăng 181,10% so với năm 2023. Lượng tiền gửi từ TCKT qua 3 năm tăng giảm không ổn định, có sự giảm sút đáng kể vào năm 2023 vì chính sách lãi suất dành cho tổ chức chức kinh tế với mức lãi suất 5%/năm, bên cạnh đó chính sách ưu đãi của các doanh nghiệp cần phải có những điều kiện thì mới có thể áp dụng các chính sách của ngân hàng. Sang năm 2024 tiền gửi từ TCKT có sự tăng trưởng mạnh, cụ thể tăng lên 181,10% so với năm 2023 do ngân hàng đã đề ra chương trình “Tài khoản 0 phí – giao dịch như ý” , chương trình “khách hàng Doanh nghiệp thân thiết ”tạo ra nhiều ưu đãi và tiện ích dành cho khách hàng doanh nghiệp, đặc biệt là khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ. Để cải thiện tình hình trên, ngân hàng đã tiếp cận và đầu tư vào công nghệ hiện đại như xây dựng ngân hàng số ABBank Business trên “Nền tảng Ngân hàng tương tác” của Backbase, cho phép vận hành ổn định, mở rộng nhanh và dễ dàng tích hợp với các đối tác fintech thông qua Open API, xây dựng mạng lưới chuyển tiền nhanh, tăng cường các hoạt động marketing để tìm kiếm khách hàng mới trong nền kinh tế, như sử dụng các thông tin đại chúng, các chương trình tài trợ, hội thảo ngành... Cho thấy được ngân hàng đã làm tốt công tác tiếp thị, xây dựng mối quan hệ đối với khách hàng tổ chức có được điều này nhờ vào đội ngũ nhân viên đã cống hiến hết sức mình.

2.2.3.3 Cơ cấu vốn huy động theo thời hạn

Bảng 2.8 Cơ cấu vốn huy động theo thời hạn tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TL (%)	ST	TL(%)
1. Tiền gửi không kỳ hạn	19,59	4,88	19,46	5,20	18,57	4,66	-0,13	-0,65	-0,88	-4,56
1. Tiền gửi có kỳ hạn ≤ 12 tháng	367,25	91,47	337,88	90,35	355,67	89,25	-29,37	-8,00	17,79	5,27
3. Tiền gửi có kỳ hạn > 12 tháng	14,65	3,65	16,63	4,45	24,26	6,09	1,97	13,46	7,63	45,89
Tổng	401,49	100,00	373,97	100,00	398,50	100,00	-27,53	-6,86	24,54	6,56

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Nhìn vào bảng 2.8 nhìn chung tổng vốn huy động tăng giảm không đều qua các năm. Cụ thể: tiền gửi không kỳ hạn năm 2023 đạt 19,46 tỷ đồng, giảm 0,13 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng giảm là 0,65%. Theo đó, năm 2024 tiền gửi không kỳ hạn đạt 18,57 tỷ đồng, giảm 0,89 tỷ đồng so với năm 2023, tương ứng giảm là 4,56%. Do dân cư của địa bàn thì hầu hết chưa có thói quen thanh toán không dùng tiền mặt, chủ yếu thanh toán tiền mặt tại chợ truyền thống và các cửa hàng. Đây là một bất lợi mà phòng giao dịch cần phải chú ý trong công tác huy động vốn. Tiền gửi không kỳ hạn là nguồn vốn hình thành chủ yếu từ nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng của các TCKT và dân cư để đáp ứng nhu cầu thanh toán của họ, mà đối tượng có nhu cầu này nhiều nhất là các doanh nghiệp. Tiền gửi không kỳ hạn của dân cư chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn là do thói quen của người dân vẫn là dùng tiền mặt, khách hàng cá nhân gửi tiền vào ngân hàng chủ yếu nhằm mục đích tích lũy nên họ thường gửi dưới hình thức có kỳ hạn. Mặt khác, nguồn tiền gửi không kỳ hạn là loại tiền huy động vốn với mức chi phí thấp, nhưng lại khó xác định về thời gian đáo hạn, vì tiền gửi không kỳ hạn chủ yếu là tiền gửi giao dịch của các TCKT nên việc thúc đẩy các mối quan hệ, triển khai các gói dịch vụ phù hợp với các doanh nghiệp, các tổ chức này trên địa bàn huyện là việc làm cần thiết, giúp PGD huy động vốn đạt hiệu quả cao hơn.

Bên cạnh đó, tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng tăng giảm không đều. Cụ thể: năm 2023 tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng đạt 337,88 tỷ đồng, giảm 29,37 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng giảm là 8,0%; năm 2024 tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng đạt 355,67 tỷ đồng, tăng 17,79 tỷ đồng so với năm 2023, tương ứng tăng 5,27%. Có được điều này là do nguồn tiền gửi tiết kiệm ngắn hạn thường là nguồn tiền nhàn rỗi tạm thời của khách hàng nên khách hàng có xu hướng gửi ngắn hạn và ngân hàng đã tổ chức các chương trình khuyến mãi hoặc ưu đãi đặc biệt (như tặng quà, hoặc thực hiện các chương trình khám sức khỏe cho khách hàng) để khuyến khích khách hàng gửi tiền vào các sản phẩm tiết kiệm ngắn hạn, triển khai các chiến dịch truyền thông để quảng bá các sản phẩm tiết kiệm kỳ hạn ngắn như quảng cáo trên truyền hình, báo chí, hoặc mạng xã hội. Ngoài ra lãi suất ngắn hạn với mức lãi hiện nay là 5,50%/năm cao hơn lãi suất dài hạn với mức lãi suất 5,30%/năm, việc này giúp tăng nhanh lượng vốn huy động ngắn hạn.

Song song với đó, tiền gửi từ 12 tháng trở trong cơ cấu huy động theo kỳ hạn. Cụ thể: năm 2023 tiền gửi từ 12 tháng trở lên đạt 16,63 tỷ đồng, tăng 1,97 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng tăng là 13,46%. Năm 2024 tiền gửi từ 12 tháng trở lên đạt 24,26 tỷ đồng, tăng 7,63 tỷ đồng so với năm 2023, tương ứng tăng là 25,89%. Có được điều này là do uy tín, đồng thời phòng giao dịch đã cung cấp nhiều sản phẩm phù hợp với khách hàng, tăng cường huy động vốn dài hạn để đáp ứng nhu cầu tín dụng trung và dài hạn, đặc biệt sau giai đoạn phục hồi kinh tế sau đại dịch covid-19. Ngoài ra, các ngân

hàng cũng chú trọng vào chính sách lãi suất và ưu đãi để thu hút khách hàng vào trung và dài hạn nhiều hơn.

Nhìn chung, tiền gửi dưới 12 tháng và không kỳ hạn vẫn chiếm tỷ trọng cao, vì vậy tiền gửi từ 12 tháng trở lên cần phải có quyền lợi nhiều hơn để thu hút khách hàng và đội ngũ tư vấn cần cố gắng để đưa những thông tin hay và hấp dẫn khách hàng vào tiền gửi trung và dài hạn.

2.2.3.4 Cơ cấu vốn huy động theo loại tiền

Bảng 2.9 Cơ cấu vốn huy động theo loại tiền tại Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TT (%)	ST	TL (%)	ST	TL(%)
1. Nội tệ (VND)	368,45	91,77	357,55	95,61	386,90	97,09	-10,89	-2,96	29,34	8,21
2. Ngoại tệ (USD)	33,05	8,23	16,41	4,39	11,60	2,91	-16,63	-50,33	-4,81	-29,32
Tổng	401,49	100,00	373,97	100,00	398,50	100,00	-27,53	-6,86	24,54	6,56

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024)

Dựa vào bảng số liệu 2.9 ta thấy, về cơ cấu vốn huy động ta thấy: Nguồn vốn huy động chủ yếu là vốn nội tệ, vốn nội tệ (VND) chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu nguồn vốn huy động, là nguồn vốn chủ yếu mà ngân hàng sử dụng để cho vay, cung cấp vốn cho nền kinh tế, cho các doanh nghiệp tiến hành các hoạt động sản xuất, kinh doanh như mở rộng sản xuất, cải tiến máy móc, công nghệ để tăng năng suất lao động, nâng cao hiệu quả kinh tế và chất lượng sản phẩm cho xã hội.

Vốn huy động bằng nội tệ luôn tăng qua các năm và luôn chiếm tỷ trọng trên 80% tổng nguồn vốn huy động. Cụ thể, năm 2023 đạt 357,55 tỷ đồng giảm 10,89 tỷ đồng tương ứng giảm 2,96% so với năm 2022. Đến năm 2024 đạt 386,90 tỷ đồng tăng 29,35 tỷ đồng tương ứng tăng 8,21% so với năm 2023. Ta thấy nguồn vốn này tăng khá mạnh trong tổng nguồn vốn huy động. Tuy nhiên, vốn huy động nội tệ tăng giảm không đều qua các năm và năm 2023 giảm sút so với năm 2022 và 2024. Nguyên nhân của sự gia tăng này là huy động vốn bằng nội tệ là một ưu thế lớn của phòng giao dịch, do phòng giao dịch nằm trên địa bàn khu dân cư, tiền gửi phần lớn là từ khách hàng cá nhân nên nguồn tiền gửi đa phần là đồng Việt Nam.

Bên cạnh sự tăng trưởng của nguồn vốn huy động VND thì sự tăng trưởng của nguồn vốn USD bị giảm sút đáng kể. Cụ thể, năm 2023 đạt 16,41 tỷ đồng giảm 16,63 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng giảm 50,33%, năm 2024 đạt 11,60 tỷ đồng giảm 4,81 tỷ đồng tương ứng 29,32% so với năm 2023. Nguyên nhân là do lãi suất huy động ngoại tệ thấp nên tâm lý của khách hàng thường không muốn gửi bằng ngoại tệ mà gửi bằng VND sẽ được hưởng lãi suất cao hơn. Mặt khác, giá của đồng ngoại tệ không cố định lúc lên lúc xuống và hơn nữa là nhu cầu sử dụng ngoại tệ của các doanh nghiệp cũng như trong dân cư ở nước ta còn thấp. Vì vậy, ngân hàng phải quan tâm hơn đối với hình thức huy động này và có những biện pháp thực tế để tăng nguồn huy động như điều chỉnh khung lãi suất ngoại lệ hợp lý, hoàn thiện và nâng cao các dịch vụ thu hút đồng ngoại tệ: dịch vụ kiều hối, tài trợ các hoạt động xuất nhập khẩu, kinh doanh mua bán ngoại tệ,... Bởi vì các tổ chức doanh nghiệp, cá nhân có nhu cầu sử dụng để trao đổi thanh toán trong quá trình hoạt động kinh doanh của họ.

2.3 Đánh giá về thực trạng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình - PGD Núi Thành giai đoạn 2022 – 2024

Dựa trên việc xem xét hoạt động huy động vốn nói trên, rõ ràng quy mô và hiệu quả là những yếu tố chính trong hoạt động huy động vốn của Ngân hàng ABBANK – PGD Núi Thành – Đà Nẵng, tuy nhiên vẫn còn nhiều vấn đề PGD sẽ cần tiến hành nhiều khắc phục trong tương lai gần do nhiều hạn chế.

2.3.1 Kết quả đạt được

Trong bối cảnh nền kinh tế trong nước và thế giới có nhiều biến động, diễn biến phức tạp của tình hình kinh tế cũng tác động không nhỏ đến hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Nhưng với sự cố gắng nỗ lực của toàn thể Ban lãnh đạo cùng cán bộ nhân viên thì trong thời gian qua PGD Núi Thành đã đạt được những kết quả đáng khích lệ trong công tác huy động vốn như sau:

- Số lượng khách hàng dân cư ổn định qua 3 năm, tăng trưởng trên 80% điều này cho thấy nguồn khách hàng của phòng giao dịch đã được sự tin tưởng và ủng hộ của khách hàng. Từ đó, gia tăng lòng tin của khách hàng thông qua chất lượng dịch vụ vượt trội, tính linh hoạt trong sản phẩm và trải nghiệm số ưu việt, tạo tiền đề bền vững cho sự phát triển của Phòng giao dịch.

- Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động của Phòng giao dịch đã đạt được 401,49 tỷ đồng vào năm 2022, qua năm 2023 giảm 27,53 tỷ đồng đến năm 2024 có sự tăng trưởng cao đạt 398,50 tỷ đồng. Nhờ vào sự cạnh tranh về lãi suất của ngân hàng, đa dạng sản phẩm tiết kiệm và đẩy mạnh chăm sóc khách hàng đã phát huy hiệu quả, khôi phục lòng tin và thu hút dòng tiền trở lại tăng tính bền vững trong huy động vốn.

- Sản phẩm tiền gửi trực tuyến là sản phẩm đang được mọi người ưa chuộng và đang trên đà phát triển đạt được kết quả nhất định. Nhờ vào tính linh hoạt của sản phẩm và lãi suất cao thu hút được nguồn khách hàng gửi tiền nhiều hơn, giúp ngân hàng gia tăng nguồn vốn huy động.

- Cơ cấu vốn huy động theo đối tượng Phòng giao dịch đã duy trì nguồn vốn huy động từ dân cư ở mức ổn định với 363,87 tỷ đồng vào năm 2023 giảm nhẹ 0,46% so với năm 2022 và phục hồi lên 370,11 tỷ đồng vào năm 2024 tăng 1,72%. Có được điều này nhờ vào việc ngân hàng không chỉ triển khai các chương trình khuyến mãi liên tục và đa dạng hóa hình thức trả lãi – cho phép khách hàng linh hoạt lựa chọn, mà còn chú trọng việc chăm sóc, tư vấn khách hàng, giúp gia tăng sự hài lòng, đồng thời thu hút và giữ chân khách hàng một cách hiệu quả.

Song song đó, năm 2024 tổng tiền gửi kỳ hạn ngắn tại Phòng giao dịch đạt 355,67 tỷ đồng, tăng 17,79 tỷ đồng so với năm trước tốc độ tăng trưởng 5,27%. Kết quả này cho thấy rõ hiệu quả từ các chiến dịch marketing tập trung vào tiết kiệm ngắn hạn, cùng với ưu đãi lãi suất 5,50%/năm cao hơn mức 5,30%/năm ở kỳ hạn dài đã nhanh chóng thu hút dòng vốn nhàn rỗi. Nhờ vậy, ngân hàng không chỉ tăng mạnh huy động ngắn hạn, đảm bảo thanh khoản cho hoạt động thường ngày mà còn chủ động đáp ứng kịp thời nhu cầu tín dụng ngắn hạn của khách hàng góp phần quan trọng vào việc nâng cao hiệu quả huy động vốn của Phòng giao dịch.

- Việc tập trung huy động vốn nội tệ đã giúp Phòng giao dịch duy trì trên 80% cơ cấu nguồn vốn, với đóng góp từ 357,55 tỷ đồng năm 2023 lên 386,90 tỷ đồng năm 2024 tương ứng tăng 8,21%. Dòng tiền VND gia tăng đều đặn không chỉ cải thiện thanh khoản ngắn hạn, mà còn giảm chi phí vốn và hạn chế rủi ro tỷ giá. Nhờ đó, Phòng giao dịch chủ động phân bổ vốn cho các hoạt động tín dụng bán lẻ. Đồng thời, niềm tin của khách hàng cá nhân vào sản phẩm tiết kiệm VND đã khẳng định vị thế cạnh tranh vững chắc của ngân hàng trên địa bàn.

2.3.2 Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, trong quá trình thực hiện chính sách huy động vốn của ABBANK - PGD Núi Thành cũng gặp phải một số khó khăn, trở ngại ảnh hưởng làm hạn chế kết quả hoạt động của PGD như sau:

- Số lượng khách hàng gửi tiền từ tổ chức kinh tế đều giảm qua ba năm do chính sách ưu đãi, lãi suất dành cho doanh nghiệp vẫn chưa được hấp dẫn nên không thu hút được nhiều doanh nghiệp quan tâm đến sản phẩm, phòng giao dịch thiếu nhân viên chưa quảng bá giới thiệu sản phẩm nên nguồn khách hàng không doanh nghiệp chưa tiếp cận được. Điều này có thể dẫn đến việc ngân hàng sẽ mất đi nguồn huy động

vốn lớn và ổn định, kéo theo áp lực thanh khoản tăng cao và chi phí đi vay bên ngoài cũng tăng, buộc ngân hàng phải tập trung vào khách hàng cá nhân.

- Vốn huy động ngắn hạn nhiều hơn dài hạn: những năm vừa qua, tỷ trọng khách hàng gửi tiền ngắn hạn luôn cao hơn khá nhiều so với những khách hàng tiền gửi trung và dài hạn, đây là khó khăn cho PGD để đáp ứng được nhu cầu vay dài hạn. Do đó, ngân hàng đã sử dụng vốn ngắn hạn để tài trợ cho vay dài hạn. Điều này có nhiều hạn chế vì nguồn vốn ngắn hạn có độ ổn định thấp và phải thanh toán trong ngắn hạn, còn nguồn vay trung dài hạn lại có giá trị lớn, thời gian thu hồi vốn lâu.

- Cơ cấu huy động theo đối tượng tiền gửi từ tổ chức kinh tế luôn thấp hơn tiền gửi từ dân cư, dẫn đến ngân hàng bỏ lỡ cơ hội khai thác phân khúc khách hàng có tiềm năng ổn định, ngoài ra vị trí đặt Phòng giao dịch chủ yếu nằm trong khu dân cư cách xa các khu công nghiệp. Chính vì vậy, ngân hàng khó tiếp cận và chăm sóc nhóm khách hàng tổ chức tiềm năng.

- Các sản phẩm huy động của ngân hàng đa dạng nhưng chưa phát huy được những tính năng và phân khúc khách hàng rõ ràng, một số sản phẩm chưa được triển khai nhiều và thực hiện đơn lẻ từng sản phẩm. Đối với tiết kiệm bậc thang là sản phẩm ít khách hàng quan tâm tới do hình thức gửi tiết kiệm mà lãi suất tăng dần theo số tiền gửi theo các mức “bậc thang”, nhằm khuyến khích khách hàng gửi số tiền lớn hơn. Bên cạnh đó mức lãi suất của sản phẩm này thấp hơn so với các sản phẩm khác, không cho phép rút gốc linh hoạt theo từng phần.

2.3.3 Nguyên nhân

- Chính sách ưu đãi của dịch vụ và sản phẩm dành cho khách hàng tổ chức có mức lãi suất ưu đãi doanh nghiệp của ABBANK vẫn thấp so với mặt bằng thị trường, không đủ sức cạnh tranh để giữ chân hoặc thu hút các tổ chức kinh tế có dòng tiền nhàn rỗi lớn. Ngoài ra Phòng giao dịch còn thiếu hụt nhân viên chuyên trách tư vấn và quảng bá sản phẩm khiến nhiều doanh nghiệp tiềm năng không nắm bắt được kịp thời các ưu đãi, dẫn đến tỷ lệ chấp nhận sản phẩm thấp. Sự kết hợp giữa lãi suất chưa hấp dẫn và kênh truyền thông – tư vấn kém hiệu quả đã khiến ABBANK đánh mất dần nguồn huy động vốn ổn định từ khách hàng tổ chức.

- Phòng giao dịch chưa đồng đều về thời hạn huy động do chính sách lãi suất trung và dài hạn thấp hơn so với ngắn hạn, tâm lý khách hàng gửi tiền để hưởng mức lãi cao và muốn linh hoạt với nguồn tiền của họ, đội ngũ nhân viên giao dịch chưa tư vấn sâu về lợi ích gửi dài hạn hoặc không có chiến lược cụ thể để thuyết phục khách hàng phân bổ vốn theo nhiều kỳ hạn.

- PGD thường ưu tiên tập trung vào khách hàng cá nhân do dễ tiếp cận, nhu cầu rõ ràng, trong khi việc tiếp cận TCKT cần có chiến lược cụ thể, mối quan hệ tốt và đội ngũ

cán bộ tìm kiếm khách hàng. Ngoài ra, chính sách ưu đãi dành cho tiền gửi cho TCKT chưa tối ưu về lãi suất và các chương trình marketing chưa được quảng bá rộng rãi, bên cạnh đó phải áp dụng các điều kiện thì các doanh nghiệp mới hưởng được các ưu đãi.

- Do quy định rút trước hạn khá cứng nhắc trong việc rút tiền và nếu rút tiền trước kỳ hạn, có thể mất lãi suất hoặc được hưởng lãi suất không kỳ hạn rất thấp, các sản phẩm tiền gửi của ngân hàng chỉ đơn thuần là gửi tiền để nhận lãi ngoài ra không có gì đặc biệt để thu hút khách hàng. Mặc dù đã liên tục triển khai nhiều sản phẩm huy động vốn nhưng chưa thực sự nổi bật, hình ảnh định vị sản phẩm chưa rõ và các chương trình quảng bá quy mô lớn hoặc khuyến mại hấp dẫn cũng góp phần khiến khách hàng ít đề tâm đến tiết kiệm ABBANK so với những ngân hàng chăm chiến dịch marketing tiết kiệm sôi nổi hoặc nổi tiếng với các gói lãi suất khuyến mãi. Đặc biệt, tiết kiệm bậc thang có cấu trúc phức tạp, người dùng sản phẩm này phải gửi số tiền lớn, sự thay đổi theo từng thời hạn khiến khách hàng khó khăn trong việc tính lợi nhuận của mình, các kênh như Mobile Banking, Internet Banking chưa hiển thị rõ ràng ưu điểm của sản phẩm bậc thang khiến khách hàng khó tiếp cận hoặc hiểu rõ.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Mở đầu chương 2 tác giả đã trình bày tổng quan về Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình, trong đó tóm tắt sơ lược về lịch sử hình thành phát triển, trình bày cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý, chức năng nhiệm vụ của từng phòng ban của ABBANK trong giai đoạn hiện nay.

Ngoài ra, chương 2 còn nêu lên những thành tựu mà ABBANK đã đạt được trong những năm qua ở trong và ngoài nước, tình hình hoạt động kinh doanh. Sơ lược số liệu về tình hình ABBANK giai đoạn 2022-2024, ngân hàng đã có những hoạt động kinh doanh tăng trưởng và giữ được sự an toàn hầu hết các sản phẩm dịch vụ nên đã đạt được những mục tiêu đặt ra mặc dù tình hình kinh tế đang diễn ra phức tạp và nhiều biến động trên thế giới và xã hội.

Bên cạnh đó, khái quát về thực trạng huy động vốn, quy mô và tốc độ tăng trưởng của nguồn vốn. Thông qua thực trạng huy động vốn của ABBANK giai đoạn 2022-2024 trình bày về cơ cấu huy động vốn, theo sản phẩm, theo loại tiền, theo thời gian, theo đối tượng khách hàng. Từ đó nêu lên những kết quả mà ABBANK đã đạt được, bên cạnh đó chỉ ra những tồn tại và hạn chế của hoạt động huy động vốn của ngân hàng còn mắc phải và trình bày những nguyên nhân hạn chế gây ra những tồn tại đó.

Những nguyên nhân này là cơ sở cho định hướng, chiến lược và giải pháp cụ thể ở chương 3 để hoàn thiện huy động vốn của ABBANK góp phần thực hiện chiến lược phát triển kinh doanh nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của ABBANK trong giai đoạn hội nhập.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN AN BÌNH – PGD NÚI THÀNH – ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2024 – 2026

3.1 Định hướng hoạt động huy vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng

Nhu cầu về vốn để phát triển kinh tế đều được các quốc gia quan tâm, nhất là trong điều kiện kinh tế nước ta hiện nay, đang trong quá trình công nghệ hóa – hiện đại hóa. Vốn là một vấn đề mà Chính phủ đặc biệt quan tâm, việc huy động mọi nguồn vốn từ nội lực được đặt lên hàng đầu ngoài ra còn phải tận dụng cả nguồn vốn từ bên ngoài để có thể có những nguồn vốn lớn đầu tư cho nền kinh tế đất nước. Trong những năm tới, PGD đặc biệt quan tâm đẩy mạnh huy động vốn duy trì và tăng cường nguồn vốn hiện có, chủ động nghiên cứu thị trường để có phương án mới hợp lý hơn. Ngoài ra, Phòng giao dịch đẩy mạnh gia tăng số lượng khách hàng, đồng thời giữ uy tín với khách hàng truyền thống.

- Tăng cường tạo vốn thông qua nghiệp vụ thanh toán vì đây là nghiệp vụ hiệu quả cao, chi phí trả lãi thấp mà vẫn mang lại nguồn thu dịch vụ đáng kể cho ngân hàng.

- Mở rộng quy mô tăng trưởng, chiếm lĩnh thị trường tập trung khai thác tối đa số lượng khách hàng mới trên địa bàn hoạt động, tạo dựng các mối quan hệ với các khách hàng truyền thống, đẩy mạnh các mối quan hệ với khách hàng tiềm năng tăng cường mở rộng tìm kiếm khách hàng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

- Áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt, mức lãi suất cạnh tranh để duy trì giao dịch của các khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng mới cho ngân hàng, giảm thiểu việc huy động trong thời gian ngắn với chi phí cao trên thị trường liên ngân hàng.

- Tiếp tục đẩy mạnh huy động vốn từ dân cư để cân đối cơ cấu huy động vốn và đảm bảo duy trì nguồn ổn định. Xây dựng cụ thể chiến lược khách hàng cá nhân để phục vụ tốt cho công việc huy động. Phòng giao dịch cần chú ý tăng cường huy động vốn trung và dài hạn nhằm từng bước khắc phục tình trạng thừa vốn ngắn hạn việc đẩy mạnh huy động vốn trung và dài hạn cấp thiết và quan trọng cung cấp nguồn vốn ổn định.

- Tranh thủ nguồn vốn nhàn rỗi của doanh nghiệp, tiếp cận với những nguồn đầu tư từ nước ngoài để thu hồi vốn ngoại tệ.

- Xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng chú trọng vào việc phân khúc khách hàng để từ đó xác định các khách hàng tiềm năng.

- Ngân hàng cần đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ huy động vốn để nâng cao khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm dịch vụ của ABBANK so với các NHTM khác; phát triển hệ thống mạng lưới ngân hàng để mang sản phẩm, dịch vụ đến gần với khách hàng, tạo thuận tiện cho khách hàng trong các giao dịch với ngân hàng.

- Mở rộng mạng lưới huy động đặc biệt là đầu tư vào cơ sở vật chất nhằm tạo hình ảnh tốt về ngân hàng, mở rộng và cải tiến mạng lưới giao dịch phù hợp với quy mô tăng trưởng nguồn vốn huy động. Nghiên cứu áp dụng các sản phẩm, dịch vụ huy động vốn mới để nâng cao khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm dịch vụ của ABBANK so với các NHTM khác nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu thị trường, tạo thuận tiện cho khách hàng trong các giao dịch với ngân hàng.

- Nâng cao trình độ nghiệp vụ của cán bộ ngân hàng cần bổ sung và cập nhật kiến thức chuyên môn về các sản phẩm huy động và quy định pháp lý; rèn luyện kỹ năng phân tích nhu cầu và tư vấn khách hàng hiệu quả; ứng dụng công nghệ số để mở rộng kênh tiếp cận và cá nhân hóa dịch vụ; xây dựng tư duy chuyên nghiệp, chủ động và đạo đức nghề nghiệp. Những định hướng này góp phần hoàn thiện hiệu quả huy động vốn và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngân hàng.

- Cải thiện chất lượng dịch vụ ngân hàng, cải tiến quy trình nghiệp vụ, giảm bớt thủ tục giấy tờ nhằm nâng cao chất lượng và tạo sự an tâm cho khách hàng. Tăng cường ứng dụng công nghệ số trong phát triển sản phẩm, đẩy mạnh kênh giao dịch online để thuận tiện cho khách hàng.

3.2 Giải pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng giai đoạn 2024 – 2026

3.2.1 Tăng cường huy động vốn trung – dài hạn

Trong bối cảnh thị trường tài chính biến động, tâm lý khách hàng ưu chuộng gửi ngắn hạn và quy mô huy động vốn trung – dài hạn còn hạn chế, ABBANK đang đối mặt với thách thức mất cân đối trong cơ cấu kỳ hạn nguồn vốn. Việc phụ thuộc quá nhiều vào vốn ngắn hạn không chỉ làm giảm khả năng mở rộng tín dụng dài hạn mà còn tiềm ẩn rủi ro thanh khoản.

Để khắc phục hạn chế này, Ngân hàng nên khuyến khích khách hàng gửi tiết kiệm dài hạn bằng cách nắm rõ đặc điểm, lãi suất, ưu đãi và lợi ích của từng sản phẩm như: tiết kiệm kỳ hạn 12–36 tháng, tiết kiệm online, tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm lãi cuối kỳ... Đồng thời, nên lập bảng so sánh trực quan giữa các sản phẩm, đặc biệt là giữa tiết kiệm ngắn hạn và trung – dài hạn, để dễ dàng tư vấn cho khách hàng, làm nổi bật lợi ích như lãi suất cao hơn, ưu đãi đi kèm hoặc tính linh hoạt trong việc tắt toán. Đồng thời, tích hợp ưu đãi dịch vụ “mua chéo” như miễn phí thường niên thẻ tín dụng, giảm phí bảo hiểm nhân thọ hoặc hoa hồng môi giới chứng khoán khi khách hàng đồng thời gửi tiết kiệm dài hạn. Sự kết hợp giữa lãi suất hấp dẫn và chuỗi giá trị gia tăng sẽ tăng gắn kết, giảm tỉ lệ rút trước hạn.

Bên cạnh đó, chính sách khuyến mãi định kỳ gửi kỳ hạn dài nhận ưu đãi quay số may mắn, bốc thăm trúng xe, vàng, điện thoại cao cấp... cho khách gửi kỳ hạn dài và

chương trình chăm sóc VIP với tư vấn 1:1, sự kiện tri ân sẽ nâng cao mức độ gắn kết. Ngân hàng nên mở rộng quan hệ chiến lược với dài hạn như tích hợp tính năng gửi tiết kiệm ABBank ngay trong app ví, với ưu đãi hoàn tiền, ví điện tử và đối tác doanh nghiệp lớn để tận dụng nguồn tiền nhàn rỗi, đồng thời phát hành giấy tờ có giá như chứng chỉ tiền gửi và trái phiếu doanh nghiệp kỳ hạn 2–5 năm nhằm thu hút thêm dòng vốn trung – dài hạn ổn định, đáp ứng nhu cầu cấp tín dụng lâu dài và tối ưu chi phí vốn.

Ngoài ra, đẩy mạnh kênh số và nâng cao dịch vụ khách hàng Phòng giao dịch cần tận dụng kênh ngân hàng điện tử để cải thiện trải nghiệm trên ứng dụng và website (mở tài khoản, gửi tiết kiệm online dễ dàng), hỗ trợ khách hàng qua điện thoại và mạng xã hội để khuyến khích khách hàng chuyển kênh tiết kiệm từ tiền mặt vào ngân hàng. Đồng thời, nâng cao chất lượng tư vấn cho các sản phẩm tiết kiệm dài hạn, ví dụ tư vấn đầu tư tích lũy cho vay mua nhà, đầu tư kinh doanh. Nhờ vậy, sản phẩm không chỉ có sức hút về lợi suất mà còn tạo tính ổn định cho nguồn vốn.

3.2.2 Chú trọng công tác chăm sóc khách hàng hiệu quả

Để cân bằng và mở rộng nguồn vốn doanh nghiệp song song với mảng cá nhân, ABBANK PGD Núi Thành trước hết sẽ phân nhóm khách hàng rõ ràng là cá nhân tiết kiệm, SME, khách hàng ưu tiên. Khách hàng là yếu tố quyết định sự tồn tại và phát triển các hoạt động kinh doanh. Đối với các sản phẩm huy động vốn nếu muốn phát triển cần tăng về số lượng và chất lượng của khách hàng. Do vậy, để chất lượng huy động vốn đối với các sản phẩm huy động này cần có các chính sách phát triển khách hàng phù hợp, đảm bảo gia tăng cả về quy mô lẫn chất lượng khách hàng. Tiếp xúc khách hàng trực tiếp để giới thiệu các sản phẩm tiền gửi đặc biệt quan trọng và chủ động tìm kiếm khách hàng là một điều tất yếu trong môi trường ngân hàng đầy cạnh tranh như hiện nay. Cho nên, ABBANK cần có những phương thức tìm kiếm, và tiếp cận khách hàng như: phát triển content marketing thông qua blog, video hướng dẫn tài chính để thu hút khách hàng tiềm năng đặc biệt là giới trẻ hiện nay, khảo sát khách hàng, xây dựng ứng dụng chatbot và trợ lý ảo để hỗ trợ 24/7, giải đáp tự động các câu hỏi thường gặp, đồng thời chuyển tiếp nhanh tới nhân viên khi cần tương tác sâu hơn từ đó ngân hàng có thể hiểu khách hàng đang gặp vấn đề gì. Ngân hàng nên rút ngắn thời gian mở tài khoản, tự động hóa phê duyệt, tích hợp chương trình thưởng điểm, voucher lãi suất và miễn phí giao dịch cho khách duy trì số dư cao hoặc gửi dài hạn, đồng thời gửi cảnh báo đáo hạn và gợi ý tái đầu tư kịp thời. Về sản phẩm, bên cạnh gói tiết kiệm trực tuyến và thẻ tín dụng tích điểm dành cho thế hệ trẻ số hóa cao, ABBANK còn triển khai giải pháp đầu tư, bảo hiểm và quản lý tài sản cao cấp cho phân khúc khách hàng ưu tiên.

Ở phía doanh nghiệp, bên cạnh SME truyền thống, ngân hàng đẩy mạnh tương tác đa kênh qua app AB Ditizen và nền tảng ABBank Business để việc sử dụng nền tảng ABBANK nhiều hơn từ đó tạo ra nhiều ưu đãi khi sử dụng ứng dụng như sự chủ động

trong quản lý tài chính doanh nghiệp, tiết giảm chi phí hoạt động, miễn phí 01 tài khoản số đẹp “Tài lộc như ý” đầu tiên, miễn phí chuyển tiền quốc tế trong vòng 06 tháng, miễn phí chuyển tiền, thanh toán tiền điện online. Điểm thưởng tích lũy theo doanh số giao dịch, quy đổi thành voucher giảm phí, gói lãi suất tiết kiệm hoặc quà tặng công nghệ (tablet, máy in hóa đơn...) tặng ngay voucher giảm lãi suất vay hoặc hoàn tiền phí khi doanh nghiệp mở sổ tiết kiệm mới trên app AB Ditizen. Đặc biệt, doanh nghiệp còn được cộng thêm đến 0,5% lãi suất so với hình thức gửi tiết kiệm tại quầy.

Bên cạnh đó, ngân hàng nên đề ra nhiều chương trình dành cho khách hàng như Loyalty Ecosystem tích điểm, chương trình tiết kiệm – quỹ chủ đề và tích hợp mạng xã hội. Toàn bộ chiến lược được hỗ trợ bằng lộ trình truyền thông đồng bộ qua các buổi hội thảo, chuỗi sự kiện kết hợp hiệp hội và digital marketing nhắm đúng phân khúc. Luôn cập nhật các chính sách mới, chăm sóc khách hàng của ngân hàng, nhiệt tình hỏi thăm về tình hình hiện tại và đưa ra một vài lời khuyên tư vấn hợp lý. Thực hiện khuyến mãi với nhiều hình thức như lãi suất ưu đãi với những khách hàng giao dịch thường xuyên, khách hàng đặc biệt gắn bó lâu năm. Việc tư vấn tận tình và giúp khách hàng hiểu chi tiết về các sản phẩm dịch vụ cũng tác động đến tâm lý khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng và khách hàng có thể truyền thông tốt về chất lượng sản phẩm cũng như là các bộ nhân viên nhiệt tình, năng nổ với khách hàng luôn bên cạnh vừa sẵn sàng giải thích các thắc mắc về sản phẩm dịch vụ. Nhờ đó, ABBANK không chỉ gia tăng lượng tài khoản, tối ưu hóa chi phí vốn mà còn mở rộng mạng lưới khách hàng, giảm thiểu rủi ro tập trung và khẳng định vị thế ngân hàng toàn diện, đáp ứng đa dạng nhu cầu tài chính.

3.2.3 Tăng cường trải nghiệm các sản phẩm huy động vốn trên nền tảng số

Trước tiên cần đánh giá, phân loại sản phẩm và hình thức huy động vốn hiện có của ABBANK PGD Núi Thành trên thị trường như số lượng, hiệu quả, vướng mắc trong quá trình triển khai và sử dụng sản phẩm; trên cơ sở đề xuất hạn chế hoặc loại bỏ những sản phẩm không hiệu quả, phát triển các sản phẩm và hình thức huy động vốn có khả năng sinh lời cao, chất lượng, tạo ra được thương hiệu.

Đa dạng hóa sản phẩm tiền gửi và hình thức huy động vốn là chiến lược thiết yếu, giúp ngân hàng bắt kịp xu hướng thị trường và tăng cường năng lực cạnh tranh. Giữa bối cảnh số hóa và nhu cầu khách hàng ngày càng phong phú, ABBANK cần triển khai các giải pháp huy động sáng tạo. Trước tiên, ngân hàng nên đẩy mạnh dịch vụ tiền gửi trực tuyến trên nền tảng AB Ditizen, cho phép khách hàng gửi tiết kiệm mọi lúc mọi nơi với thủ tục đơn giản, lãi suất ưu đãi cao hơn so với gửi tại quầy và an toàn bảo mật cao. Bên cạnh đó, bao gồm các gói tiết kiệm không kỳ hạn, ngắn hạn, trung hạn và dài hạn, kết hợp với các phương thức trả lãi đa dạng như trả lãi định kỳ, trả lãi trước hoặc trả lãi cuối kỳ, giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn theo nhu cầu tài chính của mình, và cơ chế tự động tái tục, chủ động nộp thêm tiền đều đặn theo kế hoạch tương tự như sản

phẩm “Tích lũy Tâm An” của ABBANK giúp khách hàng dễ dàng đạt được mục tiêu tài chính cụ thể như mua nhà, mua xe, đóng bảo hiểm nhân thọ....Gắn phát triển các sản phẩm tín dụng với huy động vốn để kết hợp tăng trưởng tín dụng và tăng trưởng nguồn vốn một cách an toàn, hiệu quả.

Bên cạnh đó, ABBANK nên phát triển thêm các sản phẩm tiết kiệm chuyên biệt như tiết kiệm tích lũy định kỳ, tiết kiệm cho giáo dục, tiết kiệm hưu trí hay tiết kiệm an cư, nhằm phục vụ các mục tiêu tài chính cụ thể của từng nhóm khách hàng, từ cá nhân đến hộ gia đình. Song song với việc mở rộng sản phẩm, ngân hàng cần tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động huy động vốn, đặc biệt là thông qua các kênh ngân hàng điện tử như Internet Banking, Mobile Banking, góp phần nâng cao trải nghiệm người dùng, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng gửi tiết kiệm mọi lúc, mọi nơi. Ngoài ra, ABBANK cũng nên đa dạng hóa kênh tiếp cận khách hàng thông qua hợp tác với các nền tảng số, ví điện tử hoặc đơn vị fintech, qua đó mở rộng phạm vi hoạt động và tiếp cận nhóm khách hàng trẻ, ưa thích công nghệ.

Xây dựng các chương trình ưu đãi như khuyến mãi, cộng thêm lãi suất, tặng quà cho khách hàng gửi tiết kiệm với số tiền lớn hoặc kỳ hạn dài, cũng như chính sách chăm sóc khách hàng thân thiết và khách hàng VIP sẽ góp phần giữ chân khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng mới. Đồng thời, việc kết hợp tiền gửi với các quyền lợi bảo hiểm tạo ra các sản phẩm tiền gửi – bảo hiểm có tính hấp dẫn cao, giúp khách hàng vừa hưởng lãi suất cạnh tranh, vừa được bảo vệ tài chính. Đa dạng hóa kỳ hạn gửi tiền và hình thức gửi tiền. Đa dạng hóa về hình thức gửi tiền đó là ngân hàng đưa ra nhiều kỳ hạn gửi tiền tiết kiệm theo nhu cầu gửi tiền của khách hàng từ ngắn hạn đến dài hạn. Bên cạnh đó, linh động chuyển đổi các sản phẩm từ không kỳ hạn sang có kỳ hạn. Những hình thức huy động đa dạng này không chỉ mở rộng tập khách hàng mục tiêu từ khách hàng trẻ, công chức, gia đình đến người cao tuổi, học sinh, ... tạo ra nhiều sản phẩm dành cho nhiều đối tượng khác nhau.

Ngoài ra, cải tiến sản phẩm tiết kiệm bậc thang như cho khách bổ sung thêm số dư vào sổ tiết kiệm bậc thang đang gửi để tự động lên bậc lãi suất cao hơn mà không phải mở sổ mới. Tính năng này khuyến khích khách duy trì số dư lớn để được hưởng lãi suất cao hơn và tăng tính linh hoạt trong kế hoạch tài chính. Cuối cùng, ABBANK cần thường xuyên tiến hành khảo sát thị trường, phân tích hành vi tài chính của khách hàng cũng như theo dõi xu hướng sản phẩm huy động của các ngân hàng khác để kịp thời điều chỉnh chiến lược, đổi mới sản phẩm cho phù hợp, đảm bảo tính cạnh tranh và hiệu quả trong hoạt động huy động vốn của ngân hàng.

3.2.4 Chú trọng nâng cao kỹ năng cho đội ngũ nhân viên

Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt và xu hướng chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay, ABBank xác định đội ngũ nhân viên tại các phòng giao dịch là yếu tố then chốt, đồng thời là bộ mặt góp phần gia tăng nguồn vốn huy động và củng cố hình ảnh chuyên nghiệp của ngân hàng. Chính vì vậy, cần xây dựng một chương trình đào tạo đa chiều nhằm nâng cao toàn diện kỹ năng của nhân viên PGD trên tất cả các khía cạnh: rèn luyện kỹ năng bán hàng theo phương pháp tư vấn, trang bị kiến thức sâu rộng về sản phẩm tài chính. Đặc biệt là các sản phẩm trung và dài hạn cũng như nâng cao kỹ năng chăm sóc khách hàng tận tâm và giao tiếp chuyên nghiệp.

Bên cạnh đó, ABBANK chú trọng đào tạo năng lực ứng dụng công nghệ và thúc đẩy chuyển đổi số, trang bị cho nhân viên khả năng sử dụng thành thạo các nền tảng ngân hàng hiện đại như hệ thống quản lý dữ liệu, Internet Banking và các công cụ số hóa, giúp tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả công việc. Đào tạo có thể bao gồm các tình huống bán hàng, các kỹ thuật chốt hợp đồng, cũng như kỹ năng sử dụng công nghệ như hỗ trợ khách hàng mở tài khoản online ngay tại quầy. Từ đó, giúp mỗi giao dịch viên có kiến thức vững vàng và phương pháp tư vấn chuyên nghiệp để đáp ứng kịp thời nhu cầu đa dạng của khách hàng, đồng thời nâng cao hiệu quả huy động vốn thông qua việc giới thiệu và tư vấn chính xác các sản phẩm tài chính phù hợp.

Nhân viên phải hiểu rõ sản phẩm mới, chính sách lãi suất và thực trạng thị trường để tư vấn thuyết phục khách hàng về lợi ích của việc gửi tiền kỳ hạn dài như lãi suất cao hơn, thu nhập ổn định, không chịu rủi ro biến động lãi suất ngắn hạn, đồng thời lắng nghe và đáp ứng các lo ngại của khách hàng, ví dụ: cam kết không tắt toán sớm để tránh lãi suất thấp. Xây dựng chế độ khen thưởng phù hợp dựa trên khối lượng huy động vốn từ khách (như thưởng thêm khi đạt mục tiêu huy động vốn cao trong 1 tháng, 1 năm), thực hiện chế độ khuyến khích cả về mặt vật chất và tinh thần, phát động phong trào thi đua giữa các cán bộ nhằm khuyến khích tinh thần làm việc.

Một đội ngũ nhân viên được trang bị đầy đủ kỹ năng và kiến thức tư vấn nắm vững sản phẩm và chủ động gợi ý khách hàng các phương án tiết kiệm dài hạn sẽ góp phần tăng tỷ trọng huy động vốn trung – dài hạn, ABBANK sẽ không chỉ gia tăng hiệu quả huy động vốn một cách bền vững mà còn khẳng định hình ảnh ngân hàng uy tín, hiện đại và chuyên nghiệp trong tâm trí khách hàng, góp phần tạo đà cho sự phát triển toàn diện của ngân hàng.

3.2.5 Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông Ngân hàng

Để có được hoạt động kinh doanh tốt, xây dựng uy tín, đầu tiên khách hàng phải biết đến ngân hàng. Tuyên truyền quảng cáo là một trong những giải pháp cấp thiết hàng

đầu, đưa hình ảnh của Ngân hàng đến với thị trường. Nhiều khách hàng vẫn chưa biết đến các đợt hội thảo, các chương trình khuyến mãi, tiết kiệm dự thưởng.

Ngân hàng cần phân khúc khách hàng rõ ràng, ngân hàng nên bỏ các hình thức truyền thông cũ như phát tờ rơi, gọi telesales. Thay vào đó, ABBANK kết hợp song song marketing truyền thống - quảng cáo trên truyền hình, báo in và tổ chức roadshow, hội thảo - với marketing số: chạy quảng cáo trên Facebook, Zalo, Google, gửi email về các sản phẩm mới, và tận dụng tối đa kênh mobile app để đẩy thông báo ưu đãi.

Ngân hàng phân nhóm khách hàng mục tiêu rõ ràng: thế hệ trẻ 25 - 35 tuổi ưu tiên kênh số, gia đình và nhà đầu tư cá nhân chuộng sản phẩm trung - dài hạn, còn doanh nghiệp vừa và nhỏ cần giải pháp linh hoạt theo chu kỳ kinh doanh. Mỗi chiến dịch đều được đo lường qua chỉ số chuyển đổi đăng ký sản phẩm, chi phí trên mỗi khách hàng mới và tỉ lệ giữ chân khách hàng trung thành, từ đó điều chỉnh kịp thời nội dung và kênh phân phối. Nhờ cách tiếp cận đa kênh, thông điệp nhất quán và đánh giá hiệu quả liên tục, ABBANK không chỉ nâng cao nhận diện thương hiệu mà còn cải thiện đáng kể lưu lượng tiền gửi, góp phần bền vững vào mục tiêu tăng trưởng tín dụng và lợi nhuận.

3.3 Kiến nghị

3.3.1 Kiến nghị đối với ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Ngân hàng Nhà nước quản lý nền kinh tế và là ngân hàng của các ngân hàng thương mại, Ngân hàng Nhà nước đưa ra chiến lược kinh tế nói chung và có cả chiến lược huy động vốn phục vụ cho công cuộc công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước, hội nhập kinh tế quốc tế.

Thực hiện môi trường kinh doanh thuận tiện, thông thoáng, hợp pháp, tổ chức thanh tra, kiểm tra, xử lý các trường hợp vi phạm pháp luật về tiền tệ và hoạt động ngân hàng đặc biệt đối với các trường hợp huy động vốn trái phép, cạnh tranh không lành mạnh giữa các ngân hàng thương mại tạo niềm tin cho người dân, thị trường phát triển ổn định.

Đổi mới công nghệ ngân hàng, tăng cường công tác thanh toán không dùng tiền mặt qua các ngân hàng, chuyển tiền điện tử liên ngân hàng tạo sự nhanh chóng thuận tiện cho khách hàng. Hoạt động thanh toán bằng tiền mặt ở nước ta còn phổ biến một mặt là do hệ thống công nghệ thông tin của các ngân hàng chưa phát triển và thói quen sử dụng tiền mặt của người dân Việt Nam.

Áp dụng chính sách lãi suất hợp lý, bám sát diễn biến thị trường đảm bảo điều kiện thực hiện đúng mục tiêu kinh tế vĩ mô và nâng cao hiệu quả công tác huy động vốn của các ngân hàng.

Đẩy mạnh công tác cơ cấu và tổ chức lại hệ thống ngân hàng, nâng cao năng lực quản trị và khả năng cạnh tranh của các ngân hàng.

Nâng cao chất lượng công tác dự báo, phân tích nắm bắt xu hướng và diễn biến thị trường, tình hình hoạt động của các NHTM, nhất là đối với công tác huy động vốn, từ đó có những biện pháp điều chỉnh kịp thời.

Tăng cường công tác thanh tra, giám sát để giúp các NHTM thực thi chính sách tiền tệ, chấp hành đảm bảo an toàn hoạt động kinh doanh lành mạnh và phát triển.

3.3.2 Kiến nghị đối với Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình

ABBANK phải xây dựng các chính sách huy động vốn hợp lý, thích ứng và phù hợp với tình hình huy động vốn của thị trường tài chính nhằm thúc đẩy huy động vốn.

Trước hết, các ngân hàng cần hỗ trợ các chi nhánh xây dựng và triển khai kế hoạch huy động vốn của mình nhằm hỗ trợ các chi nhánh chủ động và thích ứng trong quá trình hoạt động kinh doanh. ABBANK cần đồng thời khuyến khích, đôn đốc các PGD trong cùng hệ thống cạnh tranh với nhau bằng cách xếp hạng các PGD và khen thưởng các chi nhánh thành công. Các ngân hàng nên sử dụng nhiều công cụ hỗ trợ ngoài việc cấp vốn trực tiếp khi các chi nhánh gặp khó khăn trong việc huy động tiền mặt.

Để đảm bảo nguồn vốn ổn định cho hoạt động tín dụng, phòng giao dịch cần tập trung đẩy mạnh huy động vốn trung và dài hạn: áp dụng chính sách lãi suất ưu đãi cho kỳ hạn dài, phát triển sản phẩm tiết kiệm linh hoạt, tăng cường truyền thông tư vấn cho khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng gửi dài hạn. Đồng thời, cần kiến nghị cấp trên giao chỉ tiêu huy động theo cơ cấu kỳ hạn và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số để nâng cao và hoàn thiện hiệu quả huy động vốn.

Đa dạng hóa các sản phẩm và hình thức huy động mới: các NHTM trên toàn quốc gần đây đã áp dụng nhiều biện pháp tích cực để huy động vốn một cách tốt nhất. Do đó, ABBANK phải đa dạng hóa các sản phẩm huy động và đưa ra nhiều loại hình huy động mới, đặc biệt là đối với khách hàng doanh nghiệp, nhằm tăng cường thu hút vốn.

Tất cả các ngân hàng hiện nay đều sử dụng và không ngừng nâng cao chiến lược thu hút khách hàng: tăng cường nâng cao chất lượng dịch vụ.

Về công nghệ ngân hàng đề nghị ABBANK triển khai phần mềm mới cho việc quản lý tài khoản ở cùng hệ thống duy nhất để thuận lợi hơn mọi người.

ABBANK cần định kỳ tổ chức các khóa đào tạo về chuyên môn và năng lực ngắn hạn cho nhân viên PGD và chi nhánh. Trụ sở ngân hàng cũng nên tổ chức các cuộc họp và hội nghị hàng năm để liên kết các mối quan hệ giữa các chi nhánh, PGD và cung cấp cơ hội cho họ để hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau trong công việc.

Xây dựng một hệ thống quản lý lãi suất linh hoạt có tính đến những thay đổi của thị trường. Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng và các tổ chức cho vay khác có tác động đáng kể đến lãi suất hiện hành. Như vậy, ABBANK phải xác định lãi suất hiệu dụng hoặc

mức độ rủi ro của từng khoản tiền gửi hoặc khoản vay và xây dựng, thực hiện chính sách lãi suất phù hợp trên cơ sở chính sách của khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Các giải pháp và kiến nghị sau đây được đưa ra trong Chương 3 dựa trên cơ sở lý luận liên quan đến vấn đề nghiên cứu đã trình bày ở Chương 1 và việc phân tích, đánh giá thực trạng hiệu quả huy động vốn của Ngân hàng ABBANK - PGD Núi Thành - Đà Nẵng tại Chương 2:

Thứ nhất, đưa ra những định hướng hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng ABBank - PGD Núi Thành - Đà Nẵng.

Thứ hai, đề xuất các giải pháp hoàn thiện hiệu quả hoạt động để công tác huy động vốn của Ngân hàng ABBANK - PGD Núi Thành - Đà Nẵng có hiệu quả hơn. Những hạn chế được thảo luận trong chương 2 gắn liền trực tiếp với nhóm giải pháp này.

Thứ ba, kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước, Ngân hàng Thương mại Cổ Phần An Bình tạo điều kiện thuận lợi để Ngân hàng ABBANK - PGD Núi Thành - Đà Nẵng hoàn thiện hiệu quả huy động vốn.

KẾT LUẬN

Trong nền kinh tế thị trường thì vấn đề huy động vốn của các ngân hàng thương mại có sức ảnh hưởng hết sức to lớn đến chất lượng hoạt động của ngân hàng. Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – PGD Núi Thành – Đà Nẵng đã không ngừng nỗ lực phát triển về quy mô vốn huy động, chất lượng hiệu quả và hoạt động kinh doanh, xây dựng thương hiệu cho ABBANK nói chung và PGD nói riêng trong lòng khách hàng, tạo mối quan hệ gần gũi giữa cán bộ ngân hàng với khách hàng. Hoạt động kinh doanh trong bối cảnh thị trường nhiều biến động và trong giai đoạn mới, hội nhập sâu hơn, toàn diện hơn, một mặt tạo cho phòng giao dịch có được nhiều cơ hội mới và bền vững trong tương lai.

Trong bài khóa luận tốt nghiệp em đã nghiên cứu cơ sở lý thuyết, thực trạng hoàn thiện huy động vốn của PGD để chỉ ra những kết quả đạt được và những tồn tại trong công tác huy động vốn, từ đó em đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện huy động vốn hơn nữa cho Phòng giao dịch.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Ban lãnh đạo, các phòng/ban của Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình – Phòng giao dịch Núi Thành – Đà Nẵng đã hỗ trợ em rất nhiều về những kiến thức, kinh nghiệm thực tế và những số liệu cần thiết, đặc biệt em xin cảm ơn ThS. Nguyễn Thị Ngọc đã dành thời gian hướng dẫn tận tình để em có thể hoàn thành tốt bài khóa luận.

Dù đã rất cố gắng học hỏi và tìm hiểu nên bài khóa luận của em không tránh khỏi những thiếu sót về nội dung cũng như hình thức trình bày. Em rất mong được sự quan tâm và góp ý của Thầy/Cô để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn cũng như nâng cao hiểu biết về lý luận và thực tiễn.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TS. Nguyễn Minh kiều, Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng.
2. TS. Nguyễn Minh kiều, Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại.
3. TS. Lê Thị Mận, Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại.
4. Website của Ngân hàng Thương mại cổ phần An Bình: <https://www.abbank.vn/>
5. Luật các Tổ chức tín dụng năm 2024, số 32/2024/QH15
6. Báo cáo tổng kết của Ngân hàng TMCP An Bình – PGD Núi Thành qua các năm 2022-2024.