

## MỤC LỤC

### KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Lê Mạnh Hùng và Vũ Thị Yến** – Đánh giá tác động lan tỏa của đầu tư trực tiếp nước ngoài tới năng suất của các doanh nghiệp ngành chế biến chế tạo Việt Nam. *Mã số: 165.IIEM.11* 3  
*The assessment of FDI spillover effects on productivity of Vietnam's processing enterprises*
- 2. Đào Lê Đức** - Nghiên cứu tác động của quản trị thị trường chiến lược đến kết quả kinh doanh của các chuỗi bán lẻ điện thoại di động. *Mã số: 165.IBAdm.11* 14  
*Research Impacts of Strategic Market Management to Business Results of Cellphone Retail Chains*
- 3. Lê Thanh Tâm, Đoàn Mạnh Tú và Lê Thị Kim Nhung** - Đo lường tài chính toàn diện từ cung và cầu: Trường hợp nghiên cứu tại Việt Nam. *Mã số: 165.1FiBa.12* 28  
*Measuring financial inclusion from supply and demand sides: Empirical evidence of Vietnam*

### QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Nguyễn Thị Phương Liên** - Huy động tiền gửi của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh đại dịch COVID-19 – thực trạng và những vấn đề đặt ra. *Mã số: 165.2FiBa.22* 38  
*Deposit mobilization of Vietnamese commercial banks in the context of the COVID-19 pandemic – status and issues*
- 5. Phùng Mạnh Trung** - Phân tích hiệu quả hệ thống tạo giá trị của các ngân hàng niêm yết Việt Nam giai đoạn 2018 -2020 - Ứng dụng của mô hình phân tích mạng lưới Đường bao Dữ liệu. *Mã số: 165.2FiBa.21* 50  
*Profitability and Marketability of Vietnamese Banks - An Application of Network Data Envelopment Analysis*

- 6. Trần Kiều Trang** - Nghiên cứu mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội, năng lực cạnh tranh và kết quả hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) Việt Nam. **Mã số: 165.2Badm.22** 66  
*The relationship between social responsibility (CSR), competitiveness and performance of small and medium enterprises (SMEs) in Vietnam*
- 7. Nguyễn Thị Thu Hà và Nguyễn Thị Thu Hà** - Nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp thông qua sự hài lòng của khách hàng tổ chức về sản phẩm du lịch team building. **Mã số: 165.2BMkt.22** 78  
*Increase competitive advantage of tourism company through assessment of organizational customer's satisfaction: A case of team building tourism products*
- 8. Nguyễn Hữu Bình, Nguyễn Bích Liên và Nguyễn Phong Nguyên** - Tiếp cận đo lường hiệu suất của nhà quản lý: mô hình đề xuất và kiểm định thực nghiệm. **Mã số: 164.2Deco.22** 90  
*Approach for measurement of manager's performance: proposed model and empirical test*

## **Ý KIẾN TRAO ĐỔI**

---

- 9. Hoàng Thị Huệ, Lê Hoàng Nhung, Đinh Thị Hồng Thắm và Phan Thùy Dung** - Tác động của hạn chế kinh tế, thích ứng nghề nghiệp đến nhận thức việc làm thỏa đáng của sinh viên: vai trò điều tiết của tính cách chủ động. **Mã số: 165.3OMIs.31** 98  
*The impact of economic constraints and career adaptability to decent work perception among undergraduates: the moderating role of proactive personality*
- 10. Mai Văn Luông, Nguyễn Thị Nga, Lê Thị Trúc Huỳnh và Nguyễn Thị Quỳnh Trang** - Vận dụng các lý thuyết hành động hợp lý mở rộng để giải thích ý định học trực tuyến của sinh viên trường đại học Nha Trang. **Mã số: 164.3OMIs.31** 108  
*Applying the Extended Reasoned Action Theory to Explain The Intention of Online Learning of Nha Trang University Students*

# **HUY ĐỘNG TIỀN GỬI CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19: THỰC TRẠNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA**

**Nguyễn Thị Phương Liên**  
Trưởng Đại học Thương mại  
Email: ntplien@tmu.edu.vn

*Ngày nhận: 18/03/2022*

*Ngày nhận lại: 22/4/2022*

*Ngày duyệt đăng: 26/04/2022*

**B**ài viết nghiên cứu thực trạng huy động tiền gửi của các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam trong 2 năm 2020 - 2021 (có so sánh với giai đoạn trước đại dịch Covid-19), theo các khía cạnh: tốc độ tăng trưởng và cơ cấu huy động, lãi suất, sản phẩm và kênh huy động. Trên cơ sở đánh giá thực trạng huy động tiền gửi và những vấn đề đặt ra trong huy động tiền gửi của các ngân hàng thương mại Việt Nam, tác giả bài viết đề xuất một số khuyến nghị với NHTM, với các cơ quan quản lý nhà nước nhằm cải thiện tình hình huy động tiền gửi của NHTM Việt Nam, đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn và an toàn hệ thống ngân hàng giai đoạn phục hồi kinh tế và trong bối cảnh ứng phó với các tác động từ đại dịch Covid-19.

**Từ khóa:** ngân hàng thương mại, huy động tiền gửi, huy động tiền gửi dân cư, tiền gửi không kì hạn, tiền gửi có kì hạn, đại dịch Covid-19.

**JEL Classifications:** E52, G18, D04

## **1. Mở đầu**

Đại dịch Covid-19 bắt đầu khởi phát vào cuối tháng 12/2019 với tâm dịch đầu tiên tại thành phố Vũ Hán, Trung Quốc. Tại Việt Nam, trường hợp đầu tiên mắc Covid-19 xác nhận vào cuối tháng 1/2020. Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, từ năm 2020 đến nay, hoạt động huy động tiền gửi của các NHTM Việt Nam đang có những diễn biến phức tạp. Trong khi tiền gửi dân cư bắt đầu tăng chậm từ tháng 6/2020 thì tiền gửi của doanh nghiệp, của tổ chức kinh tế tăng khá nhanh. Nhiều doanh nghiệp có tài sản bằng tiền lớn nhưng không có cơ hội đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh, khả năng tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ giảm sút nên phần lớn số doanh

nh nghiệp này đều gửi tiền vào ngân hàng. Bên cạnh đó, cơ cấu kì hạn tiền gửi, nhất là tỉ lệ tiền gửi không kì hạn (Current Account Saving Account - CASA) tại các NHTM đang có xu hướng tăng nhanh so với tiền gửi có kì hạn.

Bên cạnh lợi ích đạt được nhờ giảm chi phí huy động tiền gửi không kì hạn, thực tế gia tăng tỉ lệ CASA cũng đặt các NHTM trước những khó khăn, thách thức trong quá trình giải bài toán cân đối giữa nguồn vốn và sử dụng vốn, đáp ứng quy định của Ngân hàng Nhà nước (NHNN) về tỉ lệ nguồn vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung và dài hạn theo Thông tư số 22/2019/TT-NHNN, đảm bảo yêu cầu thanh khoản ngân hàng.

Theo hiểu biết của tác giả, các nghiên cứu về huy động tiền gửi của NHTM Việt Nam đã được công bố không nhiều. Gần đây, có nghiên cứu của tác giả Nguyễn Văn Thọ, Nguyễn Ngọc Linh đăng trên Tạp chí Ngân hàng, số 23/2019 “Tăng trưởng huy động vốn từ tiền gửi khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam” và một vài bài báo đăng trên các báo ngày. Vì vậy, nghiên cứu thực trạng để đề xuất các khuyến nghị, giải pháp cải thiện một số bất cập, vướng mắc trong huy động tiền gửi của các NHTM Việt Nam nhằm phát triển đồng bộ các bộ phận cấu thành thị trường tài chính, đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn và an toàn hệ thống ngân hàng giai đoạn phục hồi kinh tế và trong bối cảnh ứng phó với các tác động từ đại dịch Covid-19 là vấn đề thực tiễn đã, đang và tiếp tục đặt ra.

Để đánh giá thực trạng và đề xuất các khuyến nghị nhằm cải thiện tình hình huy động tiền gửi của các NHTM Việt Nam, tác giả bài viết sử dụng nguồn thông tin sơ cấp từ phỏng vấn chuyên gia, kết hợp với các dữ liệu thứ cấp (Báo cáo của NHNN, Ủy ban Chứng khoán Nhà nước; Báo cáo ngành ngân hàng, triển vọng thị trường trái phiếu của một số công ty chứng khoán; Báo cáo hoạt động tín dụng và huy động vốn của một vài NHTM Việt Nam), phân tích tình huống điển hình (In-case study) và xử lý thông tin, dữ liệu bằng các kỹ thuật thống kê mô tả, so sánh nhằm luận giải các vấn đề nghiên cứu.

## **2. Thực trạng huy động tiền gửi của các NHTM Việt Nam**

Trong suốt 2 năm 2020 - 2021, dưới tác động của đại dịch Covid-19, tăng trưởng tiền gửi dân cư tại các NHTM Việt Nam đang ở mức thấp nhất và chưa đạt được 1/4 mức tăng trưởng trung bình trong giai đoạn từ năm 2012 - 2021. Hình 1 cho thấy, tiền gửi dân cư từng ghi nhận mức tăng trưởng 25,71% vào tháng 10/2012 khi lãi suất huy động ở mức hấp dẫn 9%-12%/năm. Năm 2018 - 2019, tăng trưởng tiền gửi dân cư giảm xuống dưới mức 10%. Bắt đầu từ năm 2020 tiền gửi dân cư giảm mạnh, tháng 10/2021 mức tăng trưởng huy động tiền gửi dân cư

chỉ ở mức 3,08%, chưa bằng 1/8 mức huy động cùng kì năm 2012 và chỉ bằng 1/3 cùng kì năm 2019 (thời điểm chưa xảy ra đại dịch Covid-19).

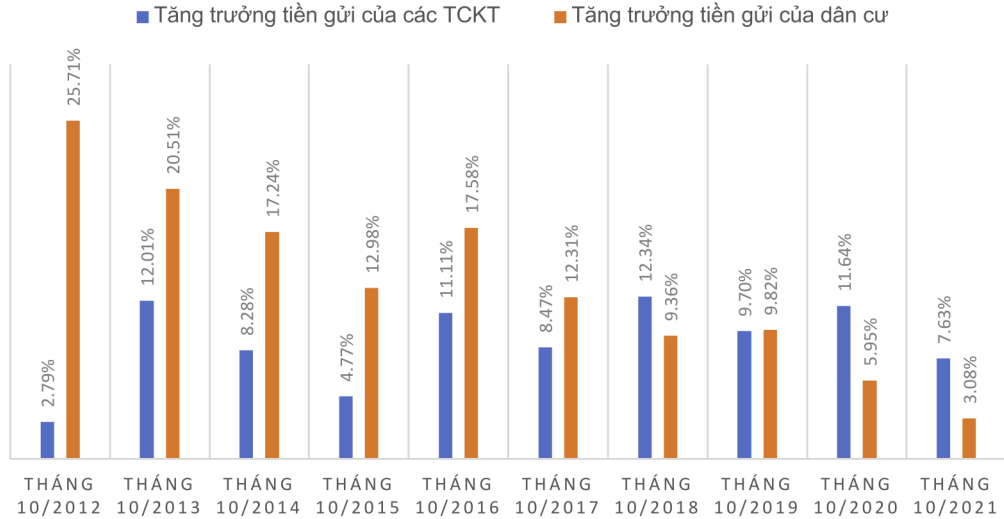
Cơ cấu tiền gửi dân cư và tiền gửi của các TCKT/tiền gửi doanh nghiệp cũng có những thay đổi trái chiều. Giai đoạn từ 10/2012 - 10/2017 tăng trưởng huy động tiền gửi dân cư thường cao hơn nhiều tiền gửi doanh nghiệp. Năm 2018 tăng trưởng tiền gửi dân cư có xu hướng giảm thấp so với tiền gửi của TCKT và giảm mạnh trong hai năm gần đây. Tháng 10/2021, tăng trưởng tiền gửi dân cư chưa đạt ½ tăng trưởng tiền gửi doanh nghiệp. Theo đánh giá của các nhà phân tích, bối cảnh đại dịch Covid-19 làm cho cơ hội phát triển sản xuất kinh doanh rất hạn chế, dẫn đến doanh nghiệp có tiền nhàn rỗi tạm thời gửi vào NHTM để hưởng lãi là lý do quan trọng tác động đến sự thay đổi cơ cấu tăng trưởng vốn tiền gửi của NHTM.

Xét theo kì hạn tiền gửi, tỉ lệ huy động tiền gửi không kì hạn của các NHTM đang có xu hướng tăng lên, không chỉ ở các NHTM có yếu tố nhà nước như trước đây, mà còn bao gồm cả các ngân hàng tư. Bảng 1 cho thấy, năm 2020 một số ngân hàng có tỉ lệ tiền gửi không kì hạn (Tỉ lệ CASA = Vốn huy động không kì hạn/Tổng nguồn vốn huy động) khá cao như Ngân hàng Thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam (Techcombank/TCB), Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội (MB), Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank/VCB), Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng Hải (MSB)... Cuối năm 2021, Techcombank là ngân hàng có tỷ lệ CASA cao nhất hệ thống đạt 50,5%, trong đó CASA dân cư tăng 30,8% so với cuối năm 2020; MB có tỷ lệ CASA ở mức 49%, tăng mạnh so với mức 37% cuối năm 2020; MSB có tỷ lệ CASA đạt 36%; VCB có tỷ lệ CASA đạt 32,2%.

### **Lãi suất huy động tiền gửi**

Một trong những nguyên nhân cơ bản dẫn tới tốc độ tăng huy động tiền gửi của NHTM thấp là do lãi suất huy động tiền gửi hai năm 2020 - 2021 giảm (xem hình 2).

**TĂNG TRƯỞNG TIỀN GỬI CỦA CÁC TCKT VÀ DÂN CƯ  
TẠI THỜI ĐIỂM CUỐI THÁNG 10 HÀNG NĂM SO VỚI CUỐI NĂM TRƯỚC**



Nguồn: Tổng hợp từ các báo cáo của NHNN, VCBS, MBS

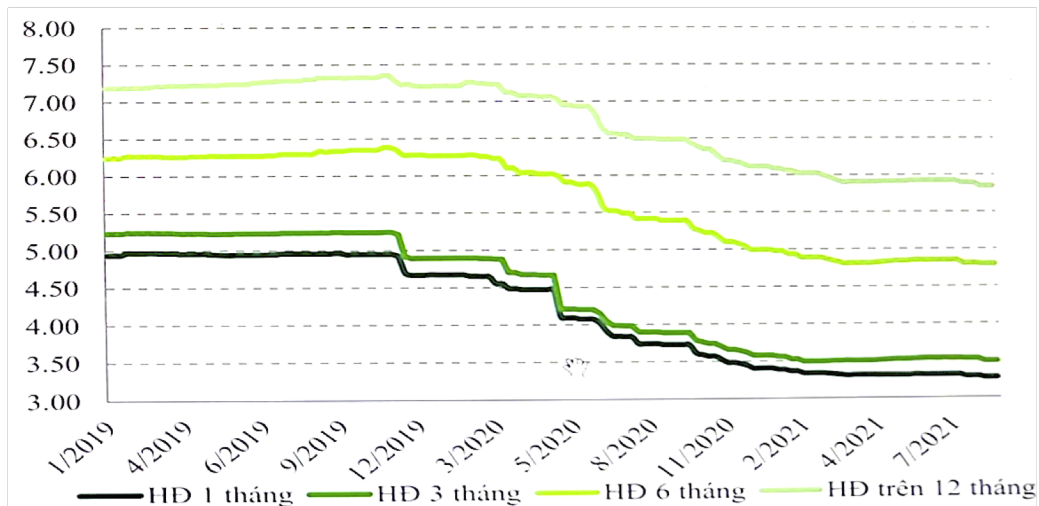
**Hình 1:** Tăng trưởng huy động tiền gửi TCKT và dân cư của NHTM Việt Nam

**Bảng 1:** Tỷ lệ CASA của một số NHTM Việt Nam

Đơn vị tính: %

	ACB	BID	CTG	HDB	MB	MSB	STB	TCB	TPB	VCB	VIB	VPB
2020	21,0	18,0	18,8	12,0	37,0	26,7	18,7	44,3	18,3	29,7	11,9	15,2
2021	21,0	19,0	20,0	11,0	49,0	36,0	21,5	50,5%	20,3	32,2	11,0	21,0

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo ngành ngân hàng năm 2022 của MBS, Triển vọng ngành ngân hàng năm 2022 của VCBS và Thúy Hà (2022)



**Hình 2:** Lãi suất huy động tiền gửi bình quân toàn hệ thống ngân hàng

Theo số liệu thống kê của NHNN, mặt bằng lãi suất huy động vốn năm 2021 đang ở mức thấp nhất trong nhiều năm. Cụ thể, lãi suất tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn dưới 1 tháng bằng tiền đồng (VND) bình quân của các NHTM trong nước ở mức 0,1% - 0,2%/năm; tiền gửi kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng là 3,3% - 3,5%/năm; tiền gửi có kỳ hạn từ 6 tháng đến 12 tháng là 4,2% - 5,7%/năm; tiền gửi có kỳ hạn từ trên 12 tháng đến 24 tháng là 5,4%

- 6,8%/năm; cao nhất tới 6,1% - 6,9%/năm đối với kỳ hạn trên 24 tháng.

Lãi suất huy động tiền gửi có sự khác biệt giữa gửi online và gửi tại quầy. Lãi suất gửi online thường cao hơn so với gửi tại quầy và phân hóa mạnh giữa các nhóm ngân hàng. Những ngân hàng có lãi suất cao nhất chủ yếu là ngân hàng quy mô nhỏ - có thị phần tiền gửi thấp. Trong khi đó, các ngân hàng lớn thường niêm yết lãi suất thấp hơn

**Hộp 1:** Nghiên cứu trường hợp BIDV

Lãi suất huy động tiền gửi không kỳ hạn từ năm 2019 - 2021 là 0,1%. Với mức lãi suất trên, khách hàng gần như không có thu nhập từ tiền gửi. Nếu so sánh với mức lạm phát thì tài sản của khách hàng sau khi gửi vào ngân hàng còn bị giảm giá, đặc biệt với một số khu vực chịu ảnh hưởng của dịch bệnh, giá cả hàng hóa leo thang. Năm 2021, lãi suất huy động tiền gửi dân cư có kỳ hạn giảm nhiều so với thời gian trước đó, các kỳ hạn từ 1-5 tháng lãi suất chỉ ở mức 3,1% - 3,4%/năm trong khi năm 2019 từ 4,5% - 5%/năm.

**Bảng 2:** Lãi suất huy động tiền gửi dân cư của BIDV

Đơn vị tính: %/năm

Kỳ hạn	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Không kỳ hạn	0,1	0,1	0,1
1 tháng	4,5	4,3	3,1
2 tháng	4,5	4,3	3,1
3 tháng	5,0	4,75	3,4
5 tháng	5,0	4,75	3,4
6 tháng	5,5	5,3	4,0
9 tháng	5,5	5,3	4,0
12 tháng	6,9	6,8	5,5
13 tháng	6,8	6,8	5,5
18 tháng	6,8	6,8	5,5
24 tháng	6,9	6,8	5,5
36 tháng	6,9	6,8	5,5

Nguồn: Tổng hợp từ Bảng niêm yết lãi suất huy động tiền gửi của BIDV

nhiều. Năm 2020, SCB là ngân hàng có lãi suất huy động cao nhất ở tất cả các kỳ hạn trong 10 ngân hàng có số dư tiền gửi cao nhất (Agribank, BIDV, Vietcombank, VietinBank, SCB, Sacombank, ACB, MB, SHB và Techcombank). Ngân hàng này niêm yết lãi suất gửi online cao hơn nhiều so với gửi tại quầy, có kỳ hạn cao hơn tới 0,75%. Lãi suất kỳ hạn 1 tháng của SCB được niêm yết ở mức tối đa theo quy định của NHNN là 4%/năm (đối với gửi online) và 3,95%/năm (đối với gửi tại quầy). Lãi suất kỳ hạn 6 tháng của SCB khi gửi tại quầy hiện là 5,7%/năm, trong khi gửi online lên tới 6,45%/năm. Lãi suất kỳ hạn 12 tháng, 24 tháng lần lượt là 6,8% và 6,95%/năm, gần cao nhất thị trường.

#### **Sản phẩm huy động tiền gửi**

Các sản phẩm huy động tiền gửi mà các NHTM Việt Nam cung cấp cho khách hàng hai năm gần đây gồm một số loại cơ bản sau:

- Tiền gửi thanh toán: là loại tiền gửi không kỳ hạn được sử dụng với mục đích chủ yếu là thực hiện

các giao dịch thanh toán qua ngân hàng bằng các phương tiện thanh toán như: ủy nhiệm chi, chuyển tiền điện tử... Phương thức trả lãi của sản phẩm này được tính trên số dư tài khoản cuối ngày và cộng dồn hàng ngày, tự động hạch toán trả vào ngày cuối tháng (thường vào ngày 25 hàng tháng).

- Tiền gửi kinh doanh chứng khoán kết nối trực tiếp với tài khoản chứng khoán của khách hàng tại công ty chứng khoán có liên kết với ngân hàng để thực hiện các giao dịch thanh toán tiền mua bán chứng khoán, nhận cổ tức,...

- Tiền gửi chuyên dùng (tiền gửi đầu tư trực tiếp và/hoặc gián tiếp vào Việt Nam, tiền gửi đầu tư trực tiếp ra nước ngoài...), lãi suất huy động được tính theo hình thức không kỳ hạn theo số dư cuối ngày.

- Tiền gửi có kỳ hạn: Lãi suất huy động phụ thuộc vào kỳ hạn gửi. Ngân hàng trả lãi cuối kỳ hoặc định kỳ hàng tháng theo phương thức nhận lãi bằng tiền mặt tại quầy giao dịch, hoặc lãi tự động chuyển vào tài khoản tiền gửi thanh toán (thẻ ATM) của chủ tài khoản.

#### **Hộp 2: Nghiên cứu trường hợp BIDV**

BIDV cung cấp 3 loại gói tài khoản: gói B-free, gói QR BIDV và gói tài khoản song hành.

Gói tài khoản B-free: Được thiết kế thành 05 gói theo nhu cầu sử dụng dịch vụ tăng dần của khách hàng, khách hàng được miễn phí toàn bộ các dịch vụ trong quá trình sử dụng khi khách hàng duy trì số dư tài khoản theo quy định của từng gói. Với các sản phẩm trong gói, khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngân hàng mọi lúc mọi nơi, phục vụ nhu cầu đời sống hàng ngày (như thanh toán tiền điện nước, nạp tiền điện thoại, thanh toán online...) cũng như phục vụ nhu cầu tài chính (vay lương, tiết kiệm online).

Gói QR BIDV: Các sản phẩm trong gói phục vụ nhu cầu của khách hàng là các hộ kinh doanh như cửa hàng thời trang, ẩm thực, làm đẹp,... có lượng giao dịch hàng ngày lớn, giá trị giao dịch nhỏ. Dịch vụ QR BIDV hỗ trợ cho các đơn vị kinh doanh trong việc nhận thanh toán của khách hàng và quản trị doanh số bán hàng. Dịch vụ QR BIDV chấp nhận thanh toán đối với khách hàng của trên 50 ngân hàng và trung gian thanh toán khác. Các đơn vị kinh doanh nhận thanh toán ngay sau khi người mua quét mã QR trên ứng dụng ngân hàng. Dịch vụ triển khai đơn giản không cần kết nối kỹ thuật.

Gói tài khoản song hành: Với các sản phẩm trong gói, khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngân hàng mọi lúc mọi nơi, phục vụ các nhu cầu thanh toán cơ bản như nộp/rút tiền, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn... Biến động số dư tài khoản được thông báo qua BSMS, quản trị thẻ quốc tế, thanh toán hóa đơn (nạp tiền điện thoại, chuyển tiền vào tài khoản chứng khoán), shopping bằng mã QR. Rút tiền tại ATM bằng QR Code mà không cần mang theo thẻ vật lý. Chụp/Quét QR code để thanh toán hàng hoá dịch vụ tại các điểm chấp nhận thanh toán.

- Tiền gửi ký quỹ: Là tiền gửi không thời hạn hoặc có kỳ hạn của doanh nghiệp tại ngân hàng nhằm đảm bảo việc thực hiện một nghĩa vụ tài chính của doanh nghiệp đó với ngân hàng hoặc các bên liên quan. Loại tiền huy động với sản phẩm tiền gửi ký quỹ là VND hoặc ngoại tệ với phương thức trả lãi là cuối kỳ hoặc theo thời gian thực gửi của tiền gửi.

- Các Gói tài khoản. Tùy theo chính sách huy động tiền gửi của mình, mỗi NHTM cung cấp những gói tài khoản khác nhau.

**Các kênh huy động tiền gửi**

Bên cạnh kênh huy động tiền gửi truyền thống qua chi nhánh, phòng giao dịch, hai năm qua, hầu hết các ngân hàng đều tập trung nguồn lực phát triển kênh huy động tiền gửi hiện đại dựa trên nền tảng công nghệ số hóa, đẩy nhanh tiến độ chuyển đổi số trên các lĩnh vực: (i) Xây dựng và phát triển đồng bộ các kênh phân phối hiện đại như: Internet Banking, Mobile Banking, SMS Banking, Web Chat, Facebook, Youtube...; Xây dựng đồng thời các kênh tự phục vụ (e-zone) tại phòng giao dịch; (ii) Chuyển đổi quy trình thủ công tại quầy lên quy trình tự động vận hành trên các kênh ngân hàng số đối với hoạt động chuyển khoản, thanh toán, trả nợ vay, gửi tiền

ứng dụng các mô hình phân tích để đánh giá giá trị vòng đời khách hàng, marketing, bán chéo sản phẩm đúng đối tượng khách hàng... Nhờ sự đầu tư khá bài bản, kênh huy động tiền gửi hiện đại ngày càng đóng vai trò quan trọng, huy động được lượng vốn tiền gửi có tỷ trọng ngày càng cao trong cơ cấu vốn huy động của các ngân hàng.

Từ thực tế trên, theo chúng tôi hoạt động huy động tiền gửi hai năm qua của các NHTM Việt Nam đã đạt được một số thành công sau:

*Thứ nhất*, mặc dù huy động vốn tiền gửi, nhất là tiền gửi dân cư tăng trưởng chậm, nhưng do tốc độ tăng trưởng tín dụng thấp nên nguồn vốn huy động của các NHTM về cơ bản vẫn đáp ứng đủ nhu cầu sử dụng vốn và an toàn thanh khoản.

Do ảnh hưởng của đại dịch covid-19, nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh nói chung, cho đầu tư trung, dài hạn nói riêng không nhiều nên trong 2 năm 2020 - 2021, tăng trưởng huy động vốn vẫn đáp ứng được nhu cầu tăng trưởng tín dụng và đảm bảo an toàn thanh khoản. Sự khác biệt giữa tăng trưởng tín dụng và tăng trưởng huy động vốn không lớn. Tăng trưởng tín dụng và huy động vốn của toàn hệ thống ngân hàng năm 2020 lần lượt là 12,20% và 13,45%; đến tháng 10/2021 khoảng 8,7% và 7,63%.

**Bảng 3:** Tốc độ tăng trưởng tín dụng và huy động vốn của các NHTM Việt Nam

Đơn vị tính: %

	Năm 2019	Năm 2020	Tháng 10/2021
Tăng trưởng tín dụng	13,60	12,20	8,70
Tăng trưởng huy động vốn	13,16	13,45	7,63

Nguồn: Tổng hợp từ các báo cáo của NHNN, VCBS và MBS

online, quản trị và trả nợ thẻ tín dụng; (iii) Phối hợp triển khai một số sản phẩm sáng tạo như: Samsung Pay, QR Pay, Chat-bot trên ứng dụng Mobile banking, Swift GPI, rút tiền tại ATM bằng mã rút tiền tạo từ ứng dụng trên điện thoại thông minh; Phát triển ứng dụng Blockchain, công nghệ mới về Robotics và trí tuệ nhân tạo; (iv) Triển khai và xây dựng các mô hình khai thác dữ liệu lớn, dữ liệu phi cấu trúc,

Theo số liệu thống kê của NHNN, tại thời điểm 30/9/2021, tỉ lệ vốn ngắn hạn cho vay trung, dài hạn trung bình của toàn hệ thống là 25,09%; tỉ lệ dư nợ cho vay so với tổng tiền gửi là 72,23%.

*Thứ hai*, tỉ lệ tiền gửi không kì hạn gia tăng giúp ngân hàng giảm được chi phí huy động vốn, từ đó có điều kiện thực hiện chủ trương của Chính phủ về việc giảm lãi suất cho vay nhằm hỗ trợ, thúc đẩy sản



xuất, kinh doanh phát triển và vẫn duy trì được tỉ lệ thu nhập lãi cận biên (Net Interest Margin - NIM).

Trong các sản phẩm huy động tiền gửi dân cư, tiền gửi không kì hạn có lãi suất thấp nhất. Tỉ lệ CASA cao có nghĩa ngân hàng huy động được nhiều nguồn vốn rẻ, từ đó giúp ngân hàng giảm chi phí huy động vốn bình quân, duy trì được tỉ lệ thu nhập lãi cận biên (NIM) mặc dù lãi suất cho vay giảm xuống. Năm 2020 thực hiện chủ trương giảm lãi suất cho vay để hỗ trợ và đồng hành cùng doanh nghiệp, người dân vượt qua khó khăn, mặt bằng lãi suất cho vay bình quân của các NHTM đã giảm 0,6% - 0,8%/năm so với cuối năm 2019. Năm 2021, tiếp tục thực hiện chủ trương giảm lãi suất cho vay để hỗ trợ và thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh, mặt bằng lãi suất cho vay của các NHTM đã tiếp tục giảm thêm 0,82%/năm; lãi suất cho vay ngắn hạn VND bình quân đối với một số ngành, lĩnh vực ở mức 4,3%/năm, thấp hơn mức lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa theo quy định của NHNN (4,5%/năm).

Hình 3 cho thấy, trong bối cảnh lãi suất cho vay bình quân giảm, nhờ tỉ lệ CASA cao, NIM bình quân của các NHTM Việt Nam vẫn duy trì ở mức trên

3%. Năm 2020, 2021 NIM bình quân của các NHTM là 3,33% và 3,7%.

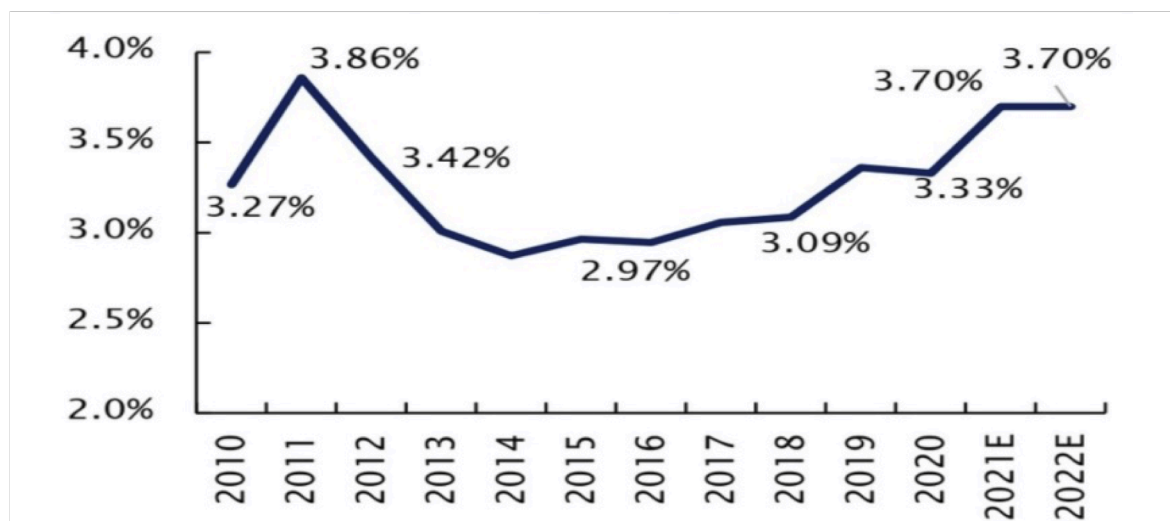
Trong hệ thống các NHTM Việt Nam, VPBank là ngân hàng có NIM cao nhất, ngân hàng duy nhất trong nhiều năm NIM luôn trên mức 5%. Các ngân hàng có NIM từ 3% - 5% gồm Techcombank, ACB, LVPB, MB, VCB, Agribank,... Hai ngân hàng còn lại (BIDV, Vietinbank) trong nhóm 4 ngân hàng lớn tại Việt Nam, NIM dao động trong khoảng 2% - 3%.

### 3. Những vấn đề đặt ra trong huy động tiền gửi của các NHTM Việt Nam

Bên cạnh những kết quả đạt được nêu trên, hoạt động huy động tiền gửi của các NHTM Việt Nam vẫn còn những bất cập, vướng mắc cần tiếp tục nghiên cứu để cải thiện nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng vốn và an toàn thanh khoản.

#### *Một là, về cơ cấu tiền gửi*

Mặc dù thanh khoản của hệ thống ngân hàng Việt Nam vẫn được đảm bảo (chủ yếu do tín dụng tăng chậm), song cơ cấu vốn tiền gửi đang tiềm ẩn rủi ro cho các ngân hàng. Giai đoạn 2020 - 2021, tăng trưởng huy động vốn chủ yếu là tiền gửi thanh toán của doanh nghiệp (tiền gửi không kì hạn), tiền



Nguồn: FlinPro, Yuanta Việt nam

**Hình 3:** Tỉ lệ thu nhập lãi cận biên bình quân của các NHTM Việt Nam

gửi dân cư tăng rất chậm và chỉ chiếm khoảng một nửa lượng vốn huy động của các ngân hàng. Tiền gửi doanh nghiệp tuy tăng nhanh, song có thể bị rút ra bất kỳ lúc nào để đưa vào sản xuất, kinh doanh khi dịch bệnh được kiểm soát. Điều này đồng nghĩa nguồn vốn của NHTM thiếu bền vững, gây khó khăn cho ngân hàng trong quản trị cân đối kỳ hạn nguồn vốn và sử dụng vốn. Đây là những thách thức không nhỏ đối với các ngân hàng có tỉ lệ CASA cao trong việc tuân thủ quy định Tỉ lệ vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung và dài hạn.

Theo Thông tư số 22/2019/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước, tỉ lệ tối đa vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung và dài hạn của NHTM là 40% từ tháng 1/2019 - 30/9/2020; từ 01/10/2020 - 30/9/2021 là 37%; từ 01/10/2021 - 30/9/2022 là 34%; từ ngày 01/10/2022 là 30%. Tỷ trọng vốn trung và dài hạn quá thấp trong tổng nguồn vốn huy động là một trong những nguyên nhân khiến nhiều ngân hàng không thể đáp ứng nhu cầu vay vốn của doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, do các doanh nghiệp này chủ yếu vay vốn trung và dài hạn để đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh, hoặc đối với một số ngân hàng lớn, tình trạng này cũng khiến họ gặp khó khăn cho việc tài trợ các dự án mang tầm cỡ quốc gia. Đặc biệt, khi đại dịch Covid-19 được kiểm soát, nhu cầu vốn để đầu tư cho các dự án trung, dài hạn trong nền kinh tế tăng nhanh, nếu cơ cấu kì hạn vốn tiền gửi không được cải thiện, NHTM sẽ phải đối mặt trước nhiều khó khăn, thách thức trong phát triển tín dụng, đảm bảo tuân thủ quy định của NHNN và an toàn thanh khoản.

#### ***Hai là, chênh lệch lãi suất và xu hướng dịch chuyển nhu cầu đầu tư của nhà đầu tư cá nhân***

Trong bối cảnh lãi suất huy động tiền gửi của NHTM sụt giảm mạnh, một số kênh đầu tư khác lại có tỉ suất lợi nhuận cao dẫn đến một bộ phận không nhỏ dân cư có xu hướng chuyển dịch mục đích sử dụng nguồn tiền nhàn rỗi sang đầu tư bất động sản, vàng, tiền kỹ thuật số, chứng khoán, nhất là đầu tư trái phiếu.

Thực tế cho thấy đại dịch Covid-19 có nhiều tác động bất lợi đến môi trường kinh doanh và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, song thị trường trái phiếu doanh nghiệp ở Việt Nam 2 năm qua vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng ấn tượng ở mức hai con số. 9 tháng đầu năm 2021, các tổ chức tín dụng (TCTD) có lượng trái phiếu phát hành riêng lẻ lớn nhất thị trường, chiếm 37,9% tăng 67% so với cùng kì năm 2020; doanh nghiệp bất động sản phát hành chiếm 30,6%, tăng 10,6% so với cùng kì năm 2020. Hoạt động phát hành trái phiếu rộng rãi ra công chúng diễn ra không đáng kể do những quy định chặt chẽ về điều kiện phát hành. Mặc dù, lãi suất trái phiếu doanh nghiệp phát hành năm 2021 giảm đáng kể, song mức lãi suất này vẫn hấp dẫn hơn so với lãi suất các sản phẩm tiền gửi tiết kiệm trung và dài hạn của NHTM, do đó trái phiếu doanh nghiệp thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư cá nhân. Lãi suất trái phiếu doanh nghiệp phát hành riêng lẻ bình quân năm 2021 là 8,02%/năm (năm 2020 là 9,40%); trong đó, lãi suất trái phiếu doanh nghiệp bất động sản là 10,51%/năm (năm 2020 là 10,77%), lãi suất trái phiếu các TCTD là 4,5%/năm (năm 2020 là 6,42%/năm). Theo thông tin từ FiiGroup, lượng trái phiếu doanh nghiệp do các công ty chứng khoán mua trong năm 2021 đã được các công ty phân phối phần lớn, nhà đầu tư cá nhân là những chủ thể rất quan tâm và tham gia tích cực trên thị trường trái phiếu doanh nghiệp thứ cấp. Số liệu từ Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam cũng cho thấy, lũy kế đến tháng 10/2021 đã có gần 1,09 triệu tài khoản do nhà đầu tư cá nhân mở mới, tăng gấp gần 3 lần số tài khoản mở mới của cả năm 2020, cao hơn tổng số tài khoản của nhóm nhà đầu tư cá nhân mở trong 4 năm 2017 - 2020 cộng lại (năm 2017: 206.000, năm 2018: 255.000, năm 2019: 186.600, năm 2020: 393.600 tài khoản).

Tuy nhiên, thị trường trái phiếu doanh nghiệp luôn ẩn chứa những rủi ro nhất định với nhà đầu tư cá nhân, nhất là trong trường hợp doanh nghiệp phát hành gặp khó khăn về tài chính và không thể trả lãi hoặc gốc khi đến hạn. Kết quả kiểm tra của Ủy ban Chứng khoán Nhà nước và Thanh tra Bộ Tài chính thời gian qua cho thấy vẫn có trường hợp doanh

ngành phát hành trái phiếu với số lượng lớn trong khi vốn chủ sở hữu nhỏ, kết quả kinh doanh lỗ; hoặc vốn chủ sở hữu góp vào nhưng lại tạm ứng ngay sau khi góp vốn; doanh nghiệp sử dụng một tài sản để làm đảm bảo cho 2 giao dịch (phát hành trái phiếu có tài sản đảm bảo và vay vốn ngân hàng),...

Thực tế đó đặt ra nhiều thách thức, không chỉ đối với các NHTM trong huy động tiền gửi mà còn cả với các cơ quan quản lý nhà nước trong tổ chức, quản lý thị trường trái phiếu doanh nghiệp để bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp cho nhà đầu tư và đảm bảo thị trường phát triển bền vững.

#### ***Ba là, về các sản phẩm huy động vốn và chất lượng cung ứng dịch vụ***

Thực tế huy động tiền gửi dân cư của các NHTM Việt Nam thời gian qua cho thấy các sản phẩm truyền thống vẫn là chủ yếu, sản phẩm mới còn ít nên chưa có sức hấp dẫn, thu hút nhiều khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ này mặc dù độ rủi ro được đánh giá thấp hơn nhiều so với các kênh đầu tư khác.

Thời gian qua, hầu hết ngân hàng chưa thiết kế thêm được nhiều sản phẩm mới. Với các sản phẩm huy động tiền gửi online, nhiều khách hàng, nhất là khách hàng lớn tuổi hoặc còn hạn chế trình độ công nghệ thông tin, chưa nắm được cách thức đăng ký và sử dụng dịch vụ, nhưng chưa được ngân hàng hỗ trợ kịp thời; tính chuyên nghiệp, thái độ và sự nhiệt tình của nhân viên ngân hàng đôi khi chưa làm hài lòng khách hàng. Một số ngân hàng chưa có bộ phận quan hệ khách hàng về lĩnh vực huy động tiền gửi, vì vậy, mối quan hệ với khách hàng về lĩnh vực huy động tiền gửi còn khá bị động, chủ yếu chờ khách hàng đến đăng ký dịch vụ gửi tiền. Khách hàng chưa thấy sự gắn kết, sự quan tâm đúng mức của ngân hàng, họ còn bị động và lúng túng trong việc lựa chọn sản phẩm gửi tiền phù hợp, thông tin được ngân hàng cung cấp còn khá chung chung.

#### ***Bốn là, vấn đề công nghệ ngân hàng và kiểm soát rủi ro***

Do ảnh hưởng của đại dịch Covid 19, hành vi sử dụng dịch vụ của người dân có sự thay đổi sâu sắc. Thay vì sử dụng dịch vụ truyền thống, nhiều khách hàng chuyển sang sử dụng dịch vụ bankless - dịch

vụ ngân hàng điện tử, ngân hàng số trên điện thoại thông minh và máy tính. Tuy nhiên công nghệ ngân hàng, nhất là của các ngân hàng nhỏ, chưa đạt được kỳ vọng của khách hàng; chất lượng mạng, tốc độ đường truyền, lỗi kỹ thuật hoặc thiết bị đầu cuối không đảm bảo; hệ thống ngân hàng điện tử phát triển độc lập, chưa có sự liên kết chặt chẽ và bền vững; việc sử dụng chữ ký điện tử, chứng nhận điện tử chưa được phổ biến rộng rãi và chưa thể hiện được ưu thế so với chữ ký thông thường. Thực tế trên khiến việc huy động tiền gửi của NHTM từ số dư tài khoản của khách hàng bị ảnh hưởng.

Bên cạnh đó, quy trình kiểm soát rủi ro liên quan đến hoạt động nhận, gửi tiền tại cá biệt một vài ngân hàng chưa tuân thủ đúng quy định và đã xảy ra những vụ việc liên quan đến tiền gửi của khách hàng. Mặt khác, sự phát triển quá nhanh về quy mô cung cấp dịch vụ với một số lượng lớn các sản phẩm khác nhau về tính chất, số lượng giao dịch, độ phức tạp khác nhau, nên hiện tượng gian lận, sai sót cũng đã xảy ra tại một vài ngân hàng.

Trong bối cảnh ngân hàng nước ngoài mở rộng hoạt động tại thị trường Việt Nam theo lộ trình thực hiện các cam kết hội nhập kinh tế của Việt Nam, mức độ cạnh tranh trên thị trường sẽ ngày càng gay gắt. Nếu các NHTM Việt Nam không tăng cường kiểm soát nội bộ, tăng cường nâng cấp, đầu tư công nghệ, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ để tạo niềm tin cho khách hàng thì nguy cơ bị giám sát thị phần, quy mô huy động vốn là điều khó tránh khỏi.

#### **4. Một vài khuyến nghị**

##### ***Với các ngân hàng thương mại Việt Nam***

Xuất phát từ quan điểm phát triển kinh tế giai đoạn 2021 - 2030 mà kỳ họp Quốc Hội khóa XIII đã đặt ra: “Phát triển nhanh và bền vững dựa chủ yếu vào khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số. Phải đổi mới tư duy và hành động, chủ động nắm bắt kịp thời, tận dụng hiệu quả các cơ hội của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư gắn với quá trình hội nhập quốc tế để cơ cấu lại nền kinh tế, phát triển kinh tế số, xã hội số, coi đây là nhân tố quyết định để nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh”, để đáp ứng nhu cầu sử dụng

vốn và an toàn thanh khoản, các NHTM cần đẩy mạnh hoạt động huy động vốn, hướng tới mục tiêu không ngừng gia tăng lượng khách hàng tiếp cận và sử dụng các kênh ngân hàng số. Tiếp tục chuyển dịch cơ cấu huy động tiền gửi theo hướng: (i) Gia tăng lượng khách hàng cá nhân để đảm bảo sự cân đối hợp lý giữa huy động tiền gửi dân cư với huy động tiền gửi của tổ chức kinh tế/doanh nghiệp; (ii) Đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng các nguồn vốn có tính ổn định cao (tiền gửi trung, dài hạn) từ các tổ chức và cá nhân. Chủ động khai thác các nguồn vốn với chi phí hợp lý nhờ ứng dụng công nghệ thông tin để triển khai các dịch vụ ngân hàng số.

Gửi tiết kiệm luôn được đánh giá là kênh đầu tư mang lại lợi ích và an toàn cao hơn cho người dân khi có tiền nhàn rỗi. Bên cạnh nhóm khách hàng gửi tiền với nhu cầu sinh lời, hiện nay dịch vụ tiền gửi còn được coi là một hình thức làm chủ tài chính hiện đại của nhiều người trẻ với mong muốn tích lũy cho kế hoạch lâu dài. Một cuốn sổ hay tài khoản tiết kiệm chính là sự đảm bảo khi cuộc sống có biến cố, hoặc nhu cầu phát sinh. Không những thế, với những tiện ích của công nghệ mới, khách hàng có thể trải nghiệm những sản phẩm tiết kiệm rất thuận tiện, cho phép tích lũy từng khoản tiền nhàn rỗi nhỏ nhất, không cần phải gửi khoản lớn trong một lần. Với các ứng dụng dịch vụ ngân hàng điện tử và ngân hàng số, khách hàng sẽ thuận tiện hơn trong tra cứu các khoản tiền gửi, kì hạn gửi, cách thức tính lãi cũng linh hoạt, nên có khả năng đáp ứng tối ưu nhu cầu đa dạng của mọi khách hàng cá nhân. Việc không ngừng sáng tạo xây dựng những sản phẩm, dịch vụ hiện đại tiện ích, các ngân hàng đã và sẽ là kênh thu hút vốn được tin cậy lựa chọn và phát huy tốt vai trò điều tiết luân chuyển nguồn vốn trong xã hội. Vì vậy, để thực hiện định hướng huy động tiền gửi nêu trên, mỗi ngân hàng có thể triển khai chiến lược huy động vốn bằng các phương thức, giải pháp cụ thể trên cơ sở tận dụng thế mạnh, khắc phục điểm yếu, phù hợp với điều kiện của mình. Sau đây là một số định hướng giải pháp cơ bản.

*Một là*, tăng cường công tác nghiên cứu nhu cầu gửi tiền để thu hút khách hàng và cung cấp những sản phẩm đáp ứng tốt hơn kỳ vọng của khách hàng.

Thực tế những năm qua, một số ngân hàng như TCB, MB, TPB... có lượng khách hàng thường xuyên tăng nhanh đều là những ngân hàng có nguồn vốn huy động dồi dào và giảm được chi phí vốn trong dài hạn. Hiện nay, tỉ lệ dân cư Việt Nam có tài khoản tại ngân hàng khoảng 31%, thấp hơn các nước trong khu vực (Singapore 98%, Malaysia 85%, Thái Lan 82%, Indonesia 49%, Philippines 34%). Đây là điều kiện tốt để các NHTM tiếp tục thu hút khách hàng mở tài khoản tại ngân hàng. Để phát triển nền khách hàng, các ngân hàng cần tiếp tục nghiên cứu hoàn thiện chính sách khách hàng, chủ động tiếp cận các nhóm khách hàng có nhu cầu gửi tiền khác nhau, xây dựng văn hóa công sở văn minh, nâng cao chất lượng nhân lực, chất lượng dịch vụ khách hàng. Ngăn ngừa sự sụt giảm bất thường của vốn tiền gửi trên cơ sở đáp ứng kịp thời, đầy đủ nhu cầu rút tiền trong mọi tình huống, ngăn chặn phao tin đồn nhảm, có phương án đáp ứng nhu cầu thanh khoản kịp thời khi có sự cố xảy ra. Để giữ chân khách hàng cũ và thu hút ngày càng nhiều khách hàng mới, việc đưa ra những sản phẩm với nhiều tính năng sẽ giúp khách hàng có nhiều sự lựa chọn để thỏa mãn nhu cầu cá nhân. Với sự phát triển đa dạng các thị trường vốn như hiện nay, thời gian nhàn rỗi của tiền ngày càng rút ngắn, tính ổn định ngày càng thấp. Vì vậy, ngân hàng cần đa dạng hơn nữa các kỳ hạn tiền gửi, có thể theo tuần, ½ tháng... để khách hàng yên tâm, sẵn sàng gửi tiền vào ngân hàng nếu chưa có nhu cầu sử dụng, từ đó giúp ngân hàng tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng hơn, tăng khả năng huy động tiền gửi của ngân hàng.

*Hai là*, xây dựng mức lãi suất, phí phù hợp với từng sản phẩm, từng nhóm khách hàng (cá nhân, doanh nghiệp) và biến động lãi suất của thị trường vốn

Để thu hút khách hàng, ngân hàng cần đa dạng hóa phương thức trả lãi đi đôi với dự thưởng. Khi xây dựng bảng phí dịch vụ và lãi suất cho từng loại hình huy động tiền gửi, ngân hàng cần tính toán sao cho mức phí bù đắp được các chi phí, đạt mục tiêu lợi nhuận, đảm bảo sức cạnh tranh không chỉ giữa các ngân hàng mà còn đảm bảo tính liên thông với các thị trường vốn khác, như thị trường trái phiếu

doanh nghiệp chẳng hạn. Thực tế cho thấy, từ năm 2016, Techcombank (ngân hàng đầu tiên) đã thực hiện chương trình e-banking 0 đồng (miễn phí toàn bộ các giao dịch qua kênh điện tử) cho khách hàng cá nhân, và từ đó đến nay Ngân hàng vẫn đang tiếp tục mở rộng chương trình này cho các phân khúc khách hàng khác. Nhờ chính sách e-banking 0 đồng, đến năm 2021 TCB là ngân hàng có tỉ lệ CASA cao nhất hệ thống (đạt 50,5%). Gần đây, các ngân hàng lớn như Vietcombank, BIDV, VietinBank cũng đã chính thức miễn phí dịch vụ trên các ứng dụng ngân hàng số như phí duy trì tài khoản, phí chuyển tiền nội, ngoại mạng. Tuy nhiên, nếu khi tất cả các ngân hàng đều miễn phí giao dịch e-banking thì chính sách này sẽ không còn tác dụng thu hút khách hàng và tăng tỉ lệ CASA như trường hợp TCB. Vì vậy, mỗi ngân hàng cần có những giải pháp riêng, trong đó nghiên cứu cải tiến sản phẩm, công nghệ để gia tăng tiện ích cho khách hàng khi mở tài khoản tại ngân hàng là một hướng đi thiết thực.

*Ba là*, kết hợp chặt chẽ giữa huy động tiền gửi với hiện đại hóa dịch vụ ngân hàng và phát triển hệ sinh thái số

Trong bối cảnh số lượng khách hàng ngày càng nhiều, số lượng sản phẩm, dịch vụ ngày càng tăng, sự hỗ trợ của công nghệ sẽ góp phần không nhỏ vào sự phát triển của hệ thống, giúp người quản lý và nhân viên ngân hàng được giải phóng khỏi những công việc tỉ mỉ, máy móc để đầu tư thời gian cho công việc chăm sóc và tìm kiếm khách hàng mới. Nhờ áp dụng công nghệ hiện đại, ngân hàng có điều kiện đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của khách hàng, từ đó đẩy mạnh việc huy động tiền gửi qua kênh ngân hàng điện tử và ngân hàng số. Do vậy, để nâng cao khả năng huy động tiền gửi, ngân hàng cần tập trung nguồn lực triển khai các giải pháp đột phá trên kênh ngân hàng số (định danh khách hàng điện tử - eKYC, chuyển tiền và thanh toán đa kênh bù trừ điện tử - ACH, huy động tiền gửi online...); Nâng cấp hệ thống core banking, cơ sở hạ tầng đường truyền, tăng cường an ninh công nghệ thông tin, tăng tính bảo mật thông tin khách hàng; Tiếp tục hoàn thiện đồng bộ hệ thống IPCAS (hệ thống thanh toán nội bộ và kế toán ngân hàng), đảm bảo hệ thống

được kết nối thông suốt, không bị nghẽn mạng, tạo thuận lợi trong quá trình giao dịch; Tăng cường công tác quản trị mạng, quản trị hệ thống để sớm phát hiện và có biện pháp ngăn chặn, xử lý kịp thời các hành vi vi phạm, các tội phạm công nghệ cao; Phát triển hệ sinh thái số - môi trường thanh toán điện tử bằng cách tăng cường liên kết với các nhà cung cấp bán lẻ như điện, nước, truyền hình, internet, viễn thông, học phí, viện phí, nộp thuế, vé xem phim và hàng loạt dịch vụ khác,...

*Bốn là*, thiết lập môi trường kiểm soát nội bộ phù hợp

Môi trường kiểm soát nội bộ đóng vai trò quan trọng trong hoạt động ngân hàng nói chung và huy động tiền gửi nói riêng. Tùy theo điều kiện và chiến lược phát triển, mỗi ngân hàng cần xây dựng một môi trường kiểm soát nội bộ phù hợp giúp cho công tác quản trị điều hành và giám sát hệ thống; cung cấp các thông tin liên quan để khoanh vùng trọng điểm các giao dịch có dấu hiệu gian lận, hoặc tác nghiệp sai, giúp phát hiện sớm dấu hiệu rủi ro, chấn chỉnh nhanh chóng, hiệu quả nhưng tiết kiệm tối đa lao động và chi phí; thực hiện tốt các chức năng hỗ trợ đánh giá tổng thể hoạt động, đánh giá mức độ hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch của từng chi nhánh, của toàn hệ thống (tỉ lệ tăng/giảm huy động tiền gửi, cơ cấu và sự biến động số dư tiền gửi, tỉ lệ vốn ngắn hạn dùng cho vay trung dài hạn, tỉ lệ an toàn vốn tối thiểu, mức độ hoàn thành các chỉ tiêu hội sở giao cho chi nhánh...).

*Với Chính phủ và các cơ quan quản lý nhà nước*

Để bảo vệ quyền và lợi ích chính đáng, hợp pháp cho nhà đầu tư, để thị trường tài chính phát triển an toàn, hiệu quả, bền vững, Chính phủ cần tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý đối với phát hành trái phiếu doanh nghiệp riêng lẻ, nhất là các quy định về chào bán riêng lẻ, chuẩn hóa quy định về chế độ công bố thông tin của doanh nghiệp phát hành,... Các cơ quan quản lý nhà nước cần tăng cường quản lý, giám sát và thực hiện thanh, kiểm tra tình hình phát hành, cung cấp dịch vụ về trái phiếu doanh nghiệp riêng lẻ, nhất là trái phiếu của doanh nghiệp bất động sản, doanh nghiệp có lượng trái phiếu phát hành lớn lãi suất cao, doanh nghiệp có kết quả kinh

doanh thua lỗ, doanh nghiệp phát hành trái phiếu không có tài sản đảm bảo; Thực hiện công khai hóa tất cả các hành vi vi phạm pháp luật về phát hành và giao dịch trái phiếu doanh nghiệp trên nhiều kênh thông tin để người dân có thể dễ dàng tiếp cận thông tin một cách đầy đủ, chính xác, kịp thời.

#### **Với người dân - nhà đầu tư cá nhân**

Gửi tiền tiết kiệm tại NHTM, đầu tư trái phiếu doanh nghiệp, hay lựa chọn các cơ hội đầu tư khác là quyền của nhà đầu tư. Để hạn chế tối đa rủi ro có thể xảy ra, bên cạnh sự nỗ lực của các cơ quan quản lý nhà nước, người dân - nhà đầu tư cá nhân cũng cần có các biện pháp tự bảo vệ mình bằng cách không ngừng học hỏi nâng cao kiến thức, tìm hiểu kỹ càng về doanh nghiệp phát hành trái phiếu, ngân hàng huy động tiền gửi, đặc biệt là việc công bố thông tin của các tổ chức này trên các trang thông tin chính thức để lựa chọn sản phẩm đầu tư, thời điểm đầu tư phù hợp với năng lực tài chính và khả năng chịu đựng rủi ro của mình...

#### **5. Kết luận**

Đại dịch Covid-19 đã và đang tác động đến nhiều hoạt động của nền kinh tế xã hội, làm cho cơ hội đầu tư, khả năng duy trì và mở rộng sản xuất kinh doanh giảm thấp, hành vi sử dụng các dịch vụ điện tử của người dân, trong đó có dịch vụ ngân hàng tăng nhanh, tốc độ tăng trưởng huy động tiền gửi tại NHTM, nhất là tiền gửi dân cư giảm mạnh, tiền gửi không kì hạn và xu hướng dịch chuyển nhu cầu đầu tư từ gửi tiền ngân hàng sang các kênh đầu tư khác tăng lên nhanh chóng...

Để đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn của nền kinh tế, an toàn thanh khoản của hệ thống ngân hàng, các NHTM cần tiếp tục nghiên cứu cải thiện tình hình huy động tiền gửi trên cơ sở đảm bảo sự cân đối hợp lý giữa huy động tiền gửi dân cư với huy động tiền gửi doanh nghiệp, đẩy mạnh tốc độ tăng trưởng các nguồn vốn có tính ổn định cao, phát triển đa dạng sản phẩm và kênh phân phối, xây dựng biểu phí và lãi suất cạnh tranh, nâng cao chất lượng dịch vụ, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng và tăng cường kiểm soát rủi ro. Bên cạnh đó, tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý và tăng cường sự kiểm soát của các cơ quan quản lý nhà nước đối với hoạt động phát

hành trái phiếu doanh nghiệp riêng lẻ cũng là giải pháp vô cùng quan trọng. ♦

#### **Tài liệu tham khảo:**

1. Công ty Chứng khoán Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, *Triển vọng thị trường trái phiếu Chính phủ năm 2022*.
2. Công ty Chứng khoán Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, *Triển vọng ngành ngân hàng năm 2022*.
3. Công ty Chứng khoán Ngân hàng TMCP Quân đội, *Báo cáo ngành ngân hàng năm 2022*.
4. Nguyễn Văn Thọ, Nguyễn Ngọc Linh, *Tăng trưởng huy động vốn từ tiền gửi khách hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Tạp chí Ngân hàng, số 23/2019.
5. Website của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (<https://www.sbv.gov.vn>), Ủy ban Chứng khoán Nhà nước (<https://www.ssc.gov.vn>), Trung tâm Lưu ký Chứng khoán Việt Nam (<https://vsd.vn>), BIDV (<https://www.bidv.com.vn>) và một số ngân hàng thương mại khác

#### **Summary**

The article studies the current situation of deposit mobilization of commercial banks in Vietnam in the two years 2020 - 2021 (in comparison with the period before the Covid-19 pandemic) in terms of growth speed, mobilization structure, interest rate, products and mobilization channels. On the basis of assessing the current situation of deposit mobilization and the problems posed in deposit mobilization of Vietnamese commercial banks, the author of the article proposes a number of recommendations to commercial banks and state management agencies in order to improve deposit mobilization of Vietnamese commercial banks, to meet the demand for capital use and safety of the banking system during the economic recovery period and in the context of responding to impacts from the Covid-19 pandemic.