## ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

**VŨ THỊ PHƯƠNG THẢO**

#### **NGHIÊN CỨU NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN LƯỢNG TIỀN GỬI TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM**

**Chuyên ngành: Tài chính – Ngân hàng**

**Mã số: 9340201.01**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**

**HÀ NỘI - NĂM 2020**

**CÔNG TRÌNH ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. Lê Trung Thành**

Phản biện 1:

**.TS. Nguyễn Hữu Điển**

Phản biện 2:

**n Chí Thành**

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án Tiến sĩ họp tại:

Trường Đại học Kinh tế, Đại Học Quốc Gia Hà Nội

Vào hồi ...giờ ...., ngày tháng năm 2020

**Có thể tìm hiểu luận án tại:**

**– Thư viện Quốc gia**

**– Trung tâm Thông tin – Thư viện, Đại học Quốc gia Hà Nội**

MỞ ĐẦU

**1. Tính cấp thiết của đề tài**

Một trong những yếu tố quan trọng nhất quyết định đến tăng trưởng và phát triển kinh tế của một quốc gia là sức mạnh và sự bền vững của hệ thống ngân hàng. Các ngân hàng đóng vai trò trung gian trong việc huy động tiền gửi và sau đó cho các doanh nghiệp, cá nhân vay. Chính vì thế tiền gửi là cốt lõi của hoạt động ngân hàng thương mại.

Tiền gửi là nguồn vốn chiếm tỷ trọng lớn và là điều kiện tiên quyết cho sự tồn tại và phát triển của bất cứ ngân hàng nào. Tiền gửi là cơ sở chính của các khoản cho vay và do đó là nguồn gốc sâu xa của lợi nhuận và sự phát triển trong ngân hàng. Các nghiên cứu trước đây đã cho thấy tiền gửi ngân hàng đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, đặc biệt là các nước đang phát triển và các nền kinh tế mới nổi (Ogege & Shiro, 2013). Việt Nam với tư cách là một quốc gia đang phát triển với thị trường vốn chưa ổn định cũng không phải là ngoại lệ. Bên cạnh đó, việc huy động vốn từ tiền gửi của ngân hàng hiện nay gặp rất nhiều khó khăn do điều kiện kinh tế, chính trị của quốc gia, sự cạnh tranh của các đối thủ trong ngành cũng như do đặc điểm người gửi tiền.

Do vậy, việc nghiên cứu các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại là hết sức cần thiết. Nghiên cứu về lượng tiền gửi sẽ cung cấp cơ sở về tri thức cho cơ quan quản lý nhà nước để thiết kế chính sách ngân hàng nhằm giảm thiểu rủi ro đổ vỡ toàn hệ thống và giúp các ngân hàng thương mại có được các giải pháp nhằm huy động được lượng tiền gửi ổn định, an toàn và thực hiện tốt chức năng trung gian tài chính.

**2. Khoảng trống nghiên cứu**

Thông qua tổng quan nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng, tác giả thấy:

* Thứ nhất, các nghiên cứu thực nghiệm về nhân tố ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng đưa ra các kết quả khác nhau ở các nước khác nhau. Ngoài một số nhân tố giống nhau thì mỗi quốc gia, mỗi thời kỳ có một số đặc thù riêng tạo nên sự khác biệt trong nhân tố ảnh hưởng cũng như mức độ ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại.
* Thứ hai, các nghiên cứu trong nước tập trung chủ yếu nghiên cứu hành vi của người gửi tiền thông qua điều tra khảo sát để đánh giá mức độ tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại. Nghiên cứu về các nhân tố vĩ mô và các nhân tố bản thân ngân hàng tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại còn ít.
* Thứ ba, hướng nghiên cứu lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại thông qua dữ liệu về các nhân tố vĩ mô và bản thân ngân hàng phù hợp với Việt Nam do nguồn số liệu được Ngân hàng thế giới, Ngân hàng Nhà nước và các ngân hàng thương mại cập nhật liên tục và đầy đủ.

Xuất phát từ những lý do nêu trên, tác giả chọn đề tài: “Nghiên cứu nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại Việt Nam”.

**3. Mục tiêu, đối tượng, phạm vi nghiên cứu**

**Mục tiêu chung**

Lượng hóa tác động của các nhân tố tới lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại Việt Nam.

Để xuất một số kiến nghị đối với Ngân hàng nhà nước và các ngân hàng thương mại trong việc huy động vốn từ tiền gửi khách hàng.

**Mục tiêu cụ thể**

1. Tổng quan nghiên cứu liên quan đến lượng tiền gửi tại các NHTM, các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM;
2. Hệ thống hóa, luận giải rõ hơn các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM, từ đó lựa chọn các nhân tố phù hợp đưa vào mô hình nghiên cứu;
3. Phân tích thực trạng tình hình huy động vốn thông qua tiền gửi tại các NHTM Việt Nam;
4. Đánh giá tác động của các nhân tố đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam;
5. Đưa ra khuyến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước về các chính sách ngân hàng để ổn định kinh tế vĩ mô và giảm thiểu rủi ro đổ vỡ hệ thống ngân hàng và các giải pháp giúp các NHTM trong việc huy động vốn từ tiền gửi khách hàng để luôn duy trì được mức tăng trưởng tiền gửi tại NHTM.

**Cụ thể hóa mục tiêu bằng các câu hỏi nghiên cứu:**

1. Những nhân tố nào ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các NHTM?
2. Thực trạng huy động vốn bằng tiền gửi khách hàng tại các NHTM Việt Nam?
3. Mức độ tác động của các nhân tố đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam như thế nào?
4. Khuyến nghị nào phù hợp đối với Ngân hàng Nhà nước và các NHTM để duy trì mức tăng trưởng tiền gửi tại các NHTM.

**Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

***Đối tượng nghiên cứu:*** Luận án nghiên cứu các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam.

***Phạm vi nghiên cứu:***

Nguồn vốn huy động từ tiền gửi bao gồm tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm. Tuy nhiên, tiền gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân luôn chiếm tỷ trọng lớn trong lượng tiền gửi huy động được tại các NHTM nên trong luận án của mình, đối tượng nghiên cứu của tác giả là lượng tiền gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại các NHTM Việt Nam. Và tác giả nghiên cứu dưới hai hướng tiếp cận như sau:

*Theo hướng tiếp cận thứ nhất*: nghiên cứu nhân tố vĩ mô và nhân tố thuộc bản thân ngân hàng tác động đến lượng tiền gửi tiết kiệm của khác hàng cá nhân tại các NHTM Việt Nam

Về không gian: Luận án nghiên cứu các NHTM Việt Nam trong hệ thống ngân hàng Việt Nam.

Về thời gian: Luận án nghiên cứu trong giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2019.

*Theo hướng tiếp cận thứ hai*: nghiên cứu nhân tố thuộc hành vi người gửi tiền tiết kiệm là khách hàng cá nhân tại các NHTM Việt Nam

Về không gian: Luận án nghiên cứu các NHTM Việt Nam trên địa bàn thành phố Hà Nội

Về thời gian: Luận án sử dụng kết quả khảo sát trong giai đoạn 2019-2020.

**4. Phương pháp nghiên cứu**

Luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu chung: phương pháp tổng hợp, phân tích, so sánh, các phương pháp thống kê kếp hợp điều tra, khảo sát, phỏng vấn sâu tới các đối tượng liên quan để khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam.

Đối với dữ liệu bảng, tác giả sử dụng hồi quy theo các phương pháp như: hồi quy tác động cố định (FEM), hồi quy tác động ngẫu nhiên (REM) với sự hỗ trợ của phần mềm thống kê Stata 15.

Đối với dữ liệu khảo sát, tác giả sử dụng hồi quy Logistic với sự hỗ trợ của phần mềm thống kê Stata 15.

**5. Những đóng góp mới của luận án**

**Về mặt lý luận**

Nghiên cứu đã sử dụng kết hợp lý thuyết tài chính truyền thống và lý thuyết tài chính hành vi để xây dựng khung lý thuyết về các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam. Thông qua các lý thuyết này, tác giả tổng hợp các kết quả liên quan đến nhân tố vĩ mô, nhân tố thuộc về ngân hàng thương mại và nhân tố thuộc về hành vi người gửi tiền ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam.

Luận án là nghiên cứu thực nghiệm đầu tiên về nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam với cả ba nhóm nhân tố: nhân tố vĩ mô, nhân tố thuộc về ngân hàng và nhân tố hành vi người gửi tiền.

**Về mặt thực tiễn**

Kết quả nghiên cứu về tác động của các nhân tố tới lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam cho thấy: Theo hướng tiếp cận thứ nhất, các nhân tố bao gồm quy mô ngân hàng, tỷ lệ nợ xấu, tỷ lệ lợi nhuận, lạm phát và tăng trưởng kinh tế có ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam. Theo hướng tiếp cận thứ hai, các nhân tố về giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân, thu nhập bình quân, độ tin cậy của thông tin, tần suất tiếp cận thông tin của người gửi tiền ảnh hưởng đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng.

Luận án chỉ ra mức độ tác động của các nhân tố đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam, là cơ sở thực nghiệm quan trọng giúp các nhà quản trị ngân hàng, các nhà hoạch định chính sách hiểu rõ hơn về nhân tố tác động đến tiền gửi tại các NHTM để từ đó đưa ra các quyết định quản trị phù hợp.

**6. Kết cấu của luận án**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục chữ viết tắt, danh mục bảng biểu, danh mục hình vẽ, tài liệu tham khảo, phụ lục, nội dung của luận án bao gồm 4 chương:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận về nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại

Chương 2: Phương pháp nghiên cứu

Chương 3: Kết quả nghiên cứu nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

Chương 4: Kết luận về các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại Việt Nam và khuyến nghị

**CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN LƯỢNG TIỀN GỬI TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

1.1. Lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại

1.1.1. Nghiệp vụ huy động vốn tại ngân hàng thương mại

Đối với NHTM, vốn chủ sở hữu chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ (khoảng 10%) trong tổng nguồn vốn của mình. Nguồn vốn chủ yếu của NHTM huy động từ nhận từ tiền, ngoài ra NHTM còn phát hành giấy tờ có giá, vay vốn từ NHNN, các tổ chức tín dụng khác và các nguồn vốn khác.

***1.1.2.*** ***Khái niệm, phân loại tiền gửi tại ngân hàng thương mại***

 Tiền gửi có 3 loại, cụ thể như sau:

 1. Tiền gửi không kỳ hạn: Đây là tài khoản thanh toán do người sử dụng dịch vụ thanh toán mở tại ngân hàng với mục đích thực hiện các giao dịch thanh toán qua ngân hàng.

 2. Tiền gửi có kỳ hạn: Đây là tài khoản tiền gửi của khách hàng tổ chức, doanh nghiệp được hưởng lãi và có thể rút tiền sau một kỳ hạn nhất định theo thỏa thuận giữa khách hàng với ngân hàng. Khách hàng gửi tiền được nhận lãi và gốc khi đáo hạn, nhưng không được ngân hàng cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

 3. Tiền gửi tiết kiệm: Đây là khoản tiền của cá nhân gửi vào tài khoản tiền gửi tiết kiệm, được xác nhận trên sổ tiền gửi tiết kiệm, được hưởng lãi theo quy định của ngân hàng và được bảo hiểm theo quy định của pháp luật về bảo hiểm tiền gửi.

# ***1.1.3. Vai trò của tiền gửi đối với các ngân hàng thương mại***

 Nguồn vốn, đặc biệt là nguồn vốn huy động từ tiền gửi có vai trò quan trọng đối với các ngân hàng thương mại.

 Thứ nhất, nguồn vốn từ tiền gửi là tiền đề để ngân hàng tổ chức, thiết kế mọi hoạt động kinh doanh.

 Thứ hai, vốn quyết định khả năng sinh lời và mở rộng hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

 Thứ ba, nguồn vốn huy động từ tiền gửi quyết định khả năng phòng chống rủi ro cho ngân hàng.

 Thứ tư, quy mô nguồn vốn từ tiền gửi quyết định khả năng cạnh tranh của ngân hàng.

# ***1.1.4. Đo lường lượng tiền gửi tại ngân hàng thương mại***

 Để đo lường lượng tiền gửi tại ngân hàng có thể dùng số liệu tuyệt đối hoặc số liệu tương đối. Ta có một số cách tính như sau:

 Lượng tiền gửi ngân hàng là số lượng tiền khách hàng gửi tại ngân hàng đó tính tại một thời điểm.

 Mức tăng trưởng lượng tiền gửi tuyệt đối là mức chênh lệch lượng tiền gửi giữa hai kỳ cần so sánh.

 Tốc độ tăng trưởng tiền gửi được tính bằng cách lấy chênh lệch giữa lượng tiền gửi kỳ hiện tại so với lượng tiền gửi kỳ trước chia cho lượng tiền gửi kỳ trước. Tốc độ tăng trưởng lượng tiền gửi được thể hiện bằng đơn vị %.

1.1.5. Lý thuyết tài chính về tiền gửi

1.1.5.1. Lý thuyết về cầu tiền

Theo lý thuyết về nhu cầu tiền của Keynes, có ba động cơ chính khiến mọi người nắm giữ tiền: giao dịch, phòng ngừa và đầu tư. Để phục vụ cho những động cơ này, các ngân hàng thương mại cung cấp các loại hình tiền gửi khác nhau: tiền gửi và tiền gửi tiết kiệm. Phát triển lý thuyết của Keynes, có ba lý thuyết chính liên quan đến hành vi tiết kiệm: giả thuyết thu nhập vĩnh viễn - Permanent income hypothesis của Friedman (1957), mô hình vòng đời - Life cycle model của Modigliani và Brumberg (1954) và lý thuyết gần đây hơn về hành vi tiết kiệm riêng biệt của Angus Deaton (1991) và (Carroll, 1992) là lý thuyết cổ phiếu đệm - The buffer-stock theory.

*1.1.5.2. Lý thuyết về tài chính hành vi*

 Lý thuyết tài chính hành vi phản ánh sự kết hợp giữa kinh tế và tâm lý của con người để giải thích các quyết định của cá nhân. Lý thuyết sử dụng các yếu tố xã hội, nhận thức, cảm xúc để đánh giá các quyết định kinh tế của chủ thể kinh tế. Lý thuyết tài chính hành vi cho rằng các cá nhân chịu ảnh hưởng bởi đặc điểm cá nhân, niềm tin cá nhân, kinh nghiệm cá nhân, và các yếu tố về cảm xúc, thói quen, nguồn thông tin khi đưa ra quyết định về việc gửi hay rút tiền tại một ngân hàng. Chính vì thế đặc điểm người gửi tiền cũng là nhân tố ảnh hưởng đến hành vi người gửi tiền cũng như lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại.

1.2. Tổng quan nghiên cứu về nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại

1.2.1. Tổng quan nghiên cứu về nhân tố vĩ mô và nhân tố thuộc về ngân hàng tác động đến lượng tiền gửi

1.2.1.1. Các nhân tố vĩ mô

Lãi suất: Masson et al. (1998) cho rằng lãi suất có quan hệ tích cực đối với tăng trưởng tiền gửi tại các ngân hàng ở các nước đang phát triển Châu Phi và Châu Mỹ La Tinh, tuy nhiên kết quả không mạnh mẽ lắm. Kết quả này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Hazon và Azmi (2008), Erna & Ekki (2004), Lomuto (2008), Harald & Heiko (2009). Trái ngược với nghiên cứu về các yếu tố quyết định huy động tiền gửi ở Ethiopia do Girgan Garo (2015) thực hiện, tiết lộ lãi suất và khối lượng tiền gửi tương quan nghịch với nhau. Những phát hiện tương tự có thể được kiểm chứng ​​trong các nghiên cứu của Siyambola (2012) và Wubitu (2012). Phân tích hồi quy của họ cho thấy rằng có mối quan hệ ngược chiều giữa lãi suất và tăng trưởng tiền gửi.

Lạm phát: Lạm phát được coi là một vấn đề kinh tế ở các nước phát triển trong nửa sau của thế kỷ 20. Lạm phát ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế, việc làm, phân phối thu nhập và sự giàu có cũng như các điều kiện chính trị xã hội của một quốc gia. Theo Mohammad & Mahdi (2010), ở các nước phát triển mối tương quan tiêu cực giữa lạm phát và tiền gửi đã được ghi nhận. Tuy nhiên, ở các nước đang phát triển thì điều ngược lại là đúng. Kết quả này đồng quan điểm với Haron & Azmi (2006) khi cho biết tỷ lệ lạm phát có ảnh hưởng tiêu cực đến tiền gửi ngân hàng tại Malaysia.

 *Tăng trưởng kinh tế*: Khi tổng sản phẩm quốc nội tăng, ngoài việc tăng nhu cầu giao dịch đối với tiền, sẽ làm tăng tiết kiệm của cộng đồng (Sandhu và Goswami, 1986). Theo Blanco và Meyer (1988), Meyer (1989), Doshi (1994), Masson et al. (1998), tăng trưởng GDP có liên quan tích cực đến tiết kiệm, mặc dù có sự khác biệt nhỏ về mức độ của các mối quan hệ này. Các kết luận của Erna & Ekki (2004) và Harald & Heiko (2008) cũng cho rằng GDP có ảnh hưởng đến khối lượng tiền gửi.

Cú sốc: Các cú sốc ảnh hưởng đến tiền gửi và lãi suất trong thời kỳ khủng hoảng đối với bất cứ ngân hàng nào và phản ứng của nhà đầu tư đối với việc chấp nhận rủi ro của ngân hàng luôn tăng lên sau khủng hoảng (Maria & Sergio, 2001). Hosono (2005) đã kiểm tra hiệu quả của kỷ luật thị trường ở các nước Châu Á trong thời kỳ khủng hoảng. Kết quả của ông cho thấy khả năng phản ứng của người gửi tiền đối với việc chấp nhận rủi ro của ngân hàng thấp hơn trong và sau cuộc khủng hoảng so với trước khi khủng hoảng. Demirgüç-Kunt và Huizinga (2003) đã xem xét tác động của bảo hiểm tiền gửi đối với hành vi của người gửi tiền khi nghe thông tin ngân hàng gặp rủi ro. Rõ ràng, bảo hiểm tiền gửi làm giảm độ nhạy cảm của người gửi tiền khi tiếp nhận những thông tin không tốt về ngân hàng.

 *Thu nhập bình quân đầu người:* Theo Jim (2008), thu nhập bình quân đầu người là mức GDP chia cho dân số của một quốc gia hoặc khu vực. Thay đổi GDP thực tế trên đầu người theo thời gian thường được hiểu là thước đo thay đổi trong mức sống trung bình của một quốc gia. Thu nhập dự kiến sẽ có tác động tích cực đến tiền gửi (M. A. Baqui & Richard L. Meyer, 1987). Khi thu nhập của xã hội tăng lên thì lượng tiền gửi ngân hàng thương mại cũng tăng lên. Mahendra (2005) cũng chỉ ra rằng thu nhập của xã hội rất quan trọng đối với tăng trưởng tiền gửi của ngân hàng.

1.2.1.2. Các nhân tố thuộc về ngân hàng thương mại

Thanh khoản của ngân hàng: Bộ đệm thanh khoản cao hơn có xu hướng ủng hộ cầu tiền gửi. Harald & Heiko (2008) cho rằng tình hình thanh khoản của ngân hàng cũng đóng một vai trò quan trọng trong tăng trưởng tiền gửi ngân hàng. Các ngân hàng thanh khoản cao hơn cóđ\ tăng trưởng tiền gửi cao hơn. Theo Nada (2010), các ngân hàng được coi là rủi ro nếu gặp khó khăn hơn trong việc thu hút tiền gửi và cho vay so với các ngân hàng được coi là an toàn. Khi các ngân hàng không thanh toán cho người gửi tiền thì nó phải đối mặt với rủi ro thanh khoản khiến những người gửi tiền khác không gửi tiền vào ngân hàng đó.

Khả năng sinh lời của ngân hàng: Erna & Ekki (2004) thấy rằng mối quan hệ lâu dài giữa tiền gửi ngân hàng thương mại và lợi nhuận của các ngân hàng. Lợi nhuận ngân hàng cao hơn sẽ có xu hướng báo hiệu sự vững chắc của ngân hàng, điều này có thể giúp các ngân hàng này dễ dàng thu hút tiền gửi hơn (Harald & Heiko, 2008). Tuy nhiên, ảnh hưởng của lợi nhuận ngân hàng và quy mô ngân hàng được tìm thấy là không đáng kể khi bị kiểm soát các biến khác. Vì vậy, ảnh hưởng của lợi nhuận và quy mô ngân hàng đối với tiền gửi ngân hàng thương mại thấp hơn so với các biến khác.

Lãi suất tiền gửi: Một trong những nhân tố hiệu quả nhất để quyết định gửi tiền vào hệ thống ngân hàng là lãi suất (Mohammad & Mahdi, 2010). Philip (1968), Tần (2003), Erna & Ekki (2004) và Harald & Heiko (2008) cũng đề cập đến lãi suất là một trong những yếu tố quyết định đối với tiền gửi ngân hàng thương mại. Mustafa & Sayera (2009) nói rằng lãi suất tiền gửi thấp đang không khuyến khích huy động tiết kiệm.

Quy mô ngân hàng: Molyneux và Thornton (1992), Bikker và Hu (2002), Goddard et al. (2007) và Ikuko & Konishi (2007) tìm thấy một mối quan hệ tích cực giữa quy mô và tăng trưởng tiền gửi. Quy mô lớn cũng như mạng lưới chi nhánh lớn hơn giúp các ngân hàng huy động được lượng tiền gửi nhiều hơn so với các ngân hàng nhỏ. Trái ngược với quan điểm trên, Kaufman (1972) và Harald & Heiko (2008) lại cho rằng các ngân hàng nhỏ hơn tuy tạo ra ít tiền gửi hơn về mặt tuyệt đối nhưng về mặt tương đối lại có tốc độ tăng trưởng tiền gửi cao hơn các ngân hàng lớn, do đó có thể có lợi cho các ngân hàng nhỏ trong việc đạt được tăng trưởng tiền gửi cao hơn.

Chất lượng tín dụng: Chất lượng khoản vay tốt sẽ báo hiệu sự thành công của ngân hàng trong việc tạo thu nhập cũng như nhu cầu thu hút nhiều tiền gửi hơn để hỗ trợ các hoạt động tín dụng của ngân hàng (Park và Peristiani, 1998; Harald & Heiko, 2008). Tỷ lệ nợ xấu cao khiến cho người gửi tiền cảm thấy sự không an toàn khi gửi tiền vào các ngân hàng đó, điều đó làm giảm lượng tiền gửi tại ngân hàng. Ikuko & Konishi (2007) cho rằng tỷ lệ nợ xấu là một trong số những nhân tố có ảnh hưởng tiêu cực đến tăng trưởng tiền gửi. Với các ngân hàng không đáp ứng được các yêu cầu về lành mạnh và an toàn tài chính thì lượng tiền gửi sẽ giảm.

*1.2.2. Tổng quan nghiên cứu về nhân tố hành vi người gửi tiền tác động đến lượng tiền gửi*

*1.2.2.1. Đặc điểm người gửi tiền*

*Giới tính:* Giới tính là một trong những nhân tố ảnh hưởng đến hành vi người gửi tiền và lượng tiền gửi ngân hàng. Theo Bajtelsmit và Bernasek (1996), Croson & Gneezy (2004), F. Modigliani & C. Shi Larry (2004) đàn ông có xu hướng ưa thích và chấp nhận rủi ro hơn so với phụ nữ, chính vì vậy phụ nữ thường có tiết kiệm nhiều hơn trong cả ngắn hạn và dài hạn. Nghiên cứu của Takemura và Kozu (2009) cho thấy nam giới có xu hướng rút tiền gửi của họ dễ dàng hơn phụ nữ. Tuy nhiên, một số bài nghiên cứu lại cho rằng giới tính không thực sự ảnh hưởng đến hành vi người gửi tiền, biến này chỉ được đưa vào mô hình với vai trò là biến kiểm soát (Delafrooz & Paim, 2011; Nguyễn & cộng sự, 2017).

*Tình trạng hôn nhân:* Tình trạng hôn nhân được cho là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến lượng tiền gửi (Delafrooz & Paim, 2011). Theo Lupton và Smith (2003), kết hôn là một việc làm để giảm thiểu những rủi ro khi mỗi cá nhân có thể đảm bảo cho những thành viên còn lại khỏi những thay đổi bất thường trong cuộc sống, do đó, tiết kiệm của những người độc thân sẽ cao hơn những người đã kết hôn. Tuy nhiên lại có quan điểm cho rằng hôn nhân khiến các hộ gia đình có xu hướng tiết kiệm để đầu tư cho những tài sản khác như mua nhà ở trong tương lai. Do đó, hộ gia đình sẽ có xu hướng tiết kiệm được nhiều hơn so với những người độc thân (Lupton & Smith, 2003)

*Số lượng người phụ thuộc:* Quan điểm về số người phụ thuộc tác động lên quyết định tiết kiệm hiện tại vẫn đang thu hút sự chú ý của các nhà nghiên cứu. Kelley (1973) đã từng lập luận rằng việc một gia đình có nhiều hay ít người phụ thuộc không tác động nhiều lên tỷ lệ tiết kiệm. Tuy nhiên, Espenshade (1975) đã phản biện rằng số người phụ thuộc – cụ thể là số lượng con trong một gia đình sẽ có tác động lớn lên tỷ lệ trích tiết kiệm của một cá nhân/gia đình, và khi đứa trẻ càng lớn thì mức độ ảnh hưởng càng lớn. Nghiên cứu gần đây của Lugauer và cộng sự (2019) tại Trung Quốc đã khẳng định một gia đình càng đông con thì số tiền tiết kiệm được càng ít đi và ngược lại. Kết luận này phù hợp với các lý thuyết về chu kỳ tiết kiệm trong cuộc sống.

*Độ tuổi*: Mối quan hệ giữa tuổi tác và hành vi gửi tiền có thể được giải thích bằng sự trưởng thành của con người. Nghiên cứu của Browning & Crossley (2001) đã chỉ ra càng lớn tuổi con người càng trưởng thành và nhìn nhận hành vi gửi tiền là cần thiết để dự phòng rủi ro. Mục đích thực hiện hành vi gửi tiền ở từng nhóm tuổi cũng không có sự tương đồng, về cơ bản người trẻ tuổi có xu hướng tiết kiệm để mua nhà còn người cao tuổi thường tiết kiệm để nghỉ hưu (Burbridge and Davies 1994). Kết quả này cũng tương đồng với một nghiên cứu gần đây của Yao, R., Xiao, J.J. & Liao, L. (2015) về động cơ tiết tiệm của từng nhóm tuổi của người dân thành thị ở Trung Quốc.

*Giáo dục*: Hành vi gửi tiền và nền tảng giáo dục có mối quan hệ với nhau cụ thể là những người có học vấn cao hơn có xu hướng gửi tiền nhiều và hiệu quả hơn so với những người có học vấn thấp hơn (Solmon, L. C., 1975; Avery và Kennickell, 1991). Theo Bernheim and Scholes (1993); Ameriks, Caplin và Leahy (2003) những người có nền tảng giáo dục hạn chế thường không có khả năng lên kế hoạch tốt, bao gồm cả hành vi lên kế hoạch tiết kiệm.

*Thu nhập và nguồn thu nhập:* Hầu hết các nhà nghiên cứu đều cho rằng khi thu nhập thay đổi thì hành vi tiết kiệm cũng sẽ thay đổi theo. Trong giai đoạn nền kinh tế phát triển ổn định, kết quả nghiên cứu của Tversky & Daniel (1979), Dynan (2004) đã chỉ ra rằng những cá nhân/hộ gia đình có thu nhập cao có xu hướng tiết kiệm cao hơn các cá nhân/hộ gia đình có thu nhập thấp xét theo cả về tỷ lệ cũng như giá trị tuyệt đối. Tuy nhiên, trong giai đoạn nền kinh tế khủng hoảng, hầu hết các cá nhân/ hộ gia đình sẽ bị ảnh hưởng ít nhiều đến thu nhập, đa phần sẽ bị giảm nguồn thu, từ đó sẽ dẫn đến tỷ lệ tiết kiệm sẽ có sự thay đổi. Tuy nhiên, theo Glenn (1995) khi người dân lạc quan về tương lai thì tỷ lệ tiết kiệm sẽ giảm đi và ngược lại.

*1.2.2.2. Khả năng tiếp cận thông tin*

Takemura và Kozu (2009) trong nghiên cứu “An Empirical Analysis on Individuals’ Deposit Withdrawal behavior using data from Web-based survey” đã có được những kết quả sau: Thứ nhất, những cá nhân tin tưởng nguồn thông tin như tạp chí, Internet và các cuộc trao đổi thảo luận với mọi người ở nơi làm việc có xu hướng rút tiền gửi nhiều hơn. Thứ hai, sự gia tăng tần suất của các cuộc điện thoại với bạn bè và việc trao đổi thường xuyên tại nơi ở và nơi làm việc cũng làm cho người gửi tiền rút tiền gửi của họ.

CHƯƠNG 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Phương pháp tiếp cận và khung phân tích

Căn cứ vào tổng quan lý thuyết có liên quan kết hợp với phân tích lý luận về các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM cũng như điều kiện thực tiễn hiện nay, tác giả xây dựng khung phân tích các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam theo hai hướng tiếp cận như hình 2.1.

**LƯỢNG TIỀN GỬI**

***Hướng tiếp cận thứ nhất:***

Tác động lượng tiền gửi do:

- Nhóm nhân tố vĩ mô

- Nhóm nhân tố thuộc bản thân ngân hàng

***Hướng tiếp cận thứ hai:***

Tác động lượng tiền gửi do hành vi người gửi tiền:

- Đặc điểm người gửi tiền

- Khả năng tiếp cận thông tin

*Hình 2.1: Khung phân tích các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi*

*(Nguồn: Tổng hợp của tác giả)*

# **2.2. Phương pháp nghiên cứu về nhân tố vĩ mô và nhân tố thuộc về ngân hàng tác động đến lượng tiền gửi**

# ***2.2.1. Phương pháp phân tích***

2.2.1.1. Phương pháp phân tích định tính

Phương pháp định tính được sử dụng nhằm mô tả và phân tích đặc điểm của nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam. Thông qua hệ thống hóa lý luận nghiên cứu từ nhiều nguồn tài liệu trong và ngoài nước có liên quan đến tiền gửi tại các NHTM, các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM, tác giả tìm kiếm và mô tả các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam. Phương pháp định tính còn được tác giả sử dụng thông qua kết hợp giữa lý thuyết và thực tiễn để làm cơ sở đưa ra các kiến nghị nhằm duy trì tốc độ tăng trưởng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam.

2.2.1.2. Phương pháp phân tích định lượng

Do dữ liệu thứ cấp là dạng dữ liệu bảng nên ngoài phương pháp so sánh, phương pháp thống kê mô tả, tác giả sử dụng phương pháp hồi quy tuyến tính. Tác giả sử dụng các kỹ thuật nổi bật nhất là mô hình bình phương nhỏ nhất (OLS), mô hình hồi quy tác động cố định (FEM) và mô hình hồi quy tác động ngẫu nhiên (REM) để phân tích.

**2.2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu**

Trên cơ sở lý thuyết về tiền gửi, căn cứ vào mô hình nghiên cứu của một số tác giả Ikuko & Konishi (2007); Haron & Azmi (2008) và thực trạng tiền gửi tại các NHTM Việt Nam, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa các biến vĩ mô và các biến thuộc bản thân ngân với lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại Việt Nam như sau:

**DEPOSITi,t = α1CAPITALi,t + α2ASSETi,t + α3BADLOANi,t + α4ROAi,t + α5LIQUIDi,t + α6LISTEDi,t + α7GDPi,t + α8CPIi,t + εi,t**

***Biến phụ thuộc***: Lượng tiền gửi được đo bằng tốc độ tăng trưởng tiền gửi tại NHTM:

***Biến độc lập***:

1. Mức độ an toàn vốn: Tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản
2. Quy mô ngân hàng: Logarit tự nhiên của tổng tài sản
3. Chất lượng tín dụng: Tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ
4. Khả năng sinh lời: Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản bình quân
5. Khả năng thanh khoản: Tỷ lệ tiền mặt và tiền gửi tại NHNN trên tổng TS
6. Tình trạng niêm yết

0 – đại diện cho NHTM chưa niêm yết trên thị trường chứng khoán

1– đại diện cho NHTM niêm yết trên thị trường chứng khoán

1. Tăng trưởng kinh tế được đo lường bởi sự tăng trưởng của tổng sản phẩm quốc nội (GDP)
2. Lạm phát được đo bằng tốc độ tăng trưởng hàng năm của chỉ số giá tiêu dùng CPI

Với các giả thuyết như sau:

H1: Ngân hàng có mức độ an toàn vốn lớn sẽ được đánh giá an toàn hơn và do đó tiền gửi sẽ nhiều hơn.

H2: Chất lượng tín dụng thấp, tiền gửi có xu hướng giảm.

H3: Khả năng sinh lời cao, tiền gửi có xu hướng tăng.

H4: Khả năng thanh khoản của ngân hàng tốt, tiền gửi có xu hướng tăng.

H5: Quy mô ngân hàng lớn, tiền gửi của ngân hàng có xu hướng tăng.

H6: lạm phát tăng khiến tiền gửi có xu hướng giảm.

H7: Nền kinh tế tăng trưởng khiến lượng tiền gửi tại ngân hàng có xu hướng tăng.

# ***2.2.3. Dữ liệu nghiên cứu***

***Thời gian số liệu***: Chuỗi thời gian nghiên cứu bắt đầu từ năm 2006 đến năm 2019. Số liệu tài chính là số liệu cuối mỗi quý.

***Nguồn số liệu:***

Dữ liệu về các nhân tố vĩ mô được thu thập từ website của Qũy tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng thế giới (WB) và Tổng cục thống kê.

Dữ liệu về các nhân tố thuộc về NHTM được thu thập từ Báo cáo tài chính của 40 NHTM (tính đến thời điểm 31/12/2019) và Uỷ ban chứng khoán nhà nước.

2.3. Phương pháp nghiên cứu về nhân tố hành vi người gửi tiền tác động đến lượng tiền gửi

2.3.1. Phương pháp phân tích

Trong luận án này, biến phụ thuộc lượng tiền gửi được xác định là người gửi tiền có hay không rút toàn bộ số tiền gửi sau khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng họ gửi tiền. Chính vì thế, tác giả lựa chọn phương pháp phân tích hồi quy Logistic vì phương pháp này tận dụng có thể tận dụng được những ưu điểm của phương pháp phân tích phân biệt vừa tận dụng được những ưu điểm của phương pháp phân tích hồi quy tương quan, khi mà biến phụ thuộc của phương pháp hồi quy Logistic là một biến nhị phân chứ không phải một biến số học.

**2.3.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu**

Trong luận án này, tác giả sử dụng mô hình trong nghiên cứu của các tác giả Toshihiko Takemura và Takashi Kozu (2009). Tuy nhiên, tác giả có những điều chỉnh cho phù hợp với tình hình của Việt Nam.

Mối quan hệ giữa biến độc lập và biến phụ thuộc thông qua công thức:

|  |  |
| --- | --- |
| p = | exp (β0 + β1X1 + β2X2 + β3X3 + β4X4 + β5X5 + β6X6 + β7X7 + β8X8) |
| 1+ exp (β0 + β1X1 + β2X2 + β3X3 + β4X4 + β5X5 + β6X6 + β7X7 + β8X8) |

hoặc

log(p/1-p) = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + b7X7 + b8X8

Trong đó: p = 1 nếu người gửi tiền rút toàn bộ số tiền, 0 với các trường hợp khác

**Biến phụ thuộc**

 Trong mô hình, việc người gửi tiền rút toàn bộ số tiền gửi sau khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng họ gửi tiền đại diện cho lượng tiền gửi. Xác suất người gửi tiền rút toàn bộ số tiền gửi sau khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng họ gửi tiền là p.

***Biến độc lập***

***Biến X1 - giới tính:*** Biến này nhận giá trị 1 nếu người gửi tiền là nam giới và nhận giá trị 0 nếu người gửi tiền là nữ giới.

***Biến X2 - độ tuổi:*** Để thực hiện việc đánh giá sự khác biệt giữa các nhóm, ta đặt thêm biến giả X2A và X2B. Trong đó:

X2A = 1 nếu người gửi tiền thuộc nhóm từ 30 tuổi đến 55 tuổi với nữ, đến 60 tuổi với nam, 0 với các trường hợp khác.

X2B = 1 nếu người gửi tiền thuộc nhóm trên 55 tuổi với nữ, trên 60 tuổi với nam, 0 với các trường hợp khác.

***Biến X3 - giáo dục:*** Để thực hiện việc đánh giá sự khác biệt giữa các nhóm, ta đặt thêm biến giả X3A và X3B. Trong đó:

X3A = 1 nếu người gửi tiền thuộc nhóm tốt nghiệp đại học, 0 với các trường hợp khác.

X3B = 1 nếu người gửi tiền thuộc nhóm tốt nghiệp sau đại học, 0 với các trường hợp khác.

***Biến X4 - tình trạng hôn nhân:*** Biến này nhận giá trị 1 nếu người gửi tiền đã kết hôn và nhận giá trị 0 nếu người gửi tiền là độc thân.

***Biến X5 - thu nhập bình quân hàng tháng***: Để thực hiện việc đánh giá sự khác biệt giữa các nhóm, ta đặt thêm biến giả X5A và X5B. Trong đó:

X5A = 1 nếu người gửi tiền thuộc nhóm từ 5 triệu đến 20 triệu, 0 với các trường hợp khác.

X5B = 1 nếu người gửi tiền thuộc nhóm từ 20 triệu trở lên, 0 với các trường hợp khác.

***Biến X6 - độ tin cậy của nguồn thông tin***.

Trong đó, biến X6A đại diện cho nguồn thông tin từ ti vi, báo giấy, báo điện tử, và được đánh giá là có mức độ tin cậy cao hơn. Còn biến X6B đại diện cho nguồn thông tin từ thư điện tử, điện thoại của bạn bè, từ hàng xóm, từ chỗ làm việc, Internet và được đánh giá là có mức tin cậy thấp hơn.

***Biến X7 - mức độ thường xuyên cập nhật thông tin:*** Biến này nhận giá trị là 1 nếu người gửi tiền có cập nhật và nhận giá trị là 0 nếu người gửi tiền là không cập nhật.

***Biến X8 - nhận biết hệ thống bảo hiểm tiền gửi***

Biến X8A thể hiện người gửi tiền có biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam không. Biến này nhận giá trị là 1 nếu người gửi tiền có biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam và nhận giá trị là 0 nếu người gửi tiền là không biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam.

Biến X8B – hiểu biết về hạn mức bảo hiểm tiền gửi

Biến này nhận giá trị là 1 nếu người gửi tiền có biết về hạn mức bảo hiểm tiền gửi và nhận giá trị là 0 nếu người gửi tiền là không biết về hạn mức bảo hiểm tiền gửi.

Dựa trên mô hình nghiên cứu, các giả thuyết nghiên cứu sau đây được xây dựng :

*Giới tính :* Người gửi tiền là nam giới có xu hướng rút tiền ít hơn nữ giới

*Độ tuổi:* Người gửi tiền dưới 30 tuổi có xu hướng rút tiền ít hơn người gửi tiền ở nhóm tuổi khác.

*Trình độ học vấn:* Người gửi tiền có trình độ học vấn từ đại học trở lên có xu hướng rút tiền nhiều hơn người gửi tiền ở nhóm có trình độ học vấn khác.

*Tình trạng hôn nhân*: Người gửi tiền đã kết hôn có xu hướng rút tiền ít hơn người gửi tiền độc thân.

*Thu nhập:* Người gửi tiền có thu nhập trên 20 triệu đồng có xu hướng rút tiền ít hơn người gửi tiền ở nhóm thu nhập.

*Nguồn thông tin:* Người gửi tiền cập nhật thông tin từ kênh chính thức có xu hướng rút tiền ít hơn người cập nhật thông tin từ các kênh khác.

*Mức độ cập nhật thông tin:* Người gửi tiền thường xuyên cập nhật thông tin có xu hướng rút tiền ít hơn người gửi tiền không cập nhật thông tin.

*Hiểu biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam:* Người gửi tiền có hiểu biết về BHTGVN có xu hướng rút tiền ít hơn người gửi tiền không có hiểu biết về BHTGVN

# ***2.3.3. Dữ liệu nghiên cứu***

***Nguồn số liệu***: Tác giả thu thập số liệu bằng việc khảo sát trực tiếp và khảo sát online đối với người gửi tiền thông qua bảng hỏi tại một số chi nhánh NHTM tại địa bàn TP. Hà Nội.

***Phạm vi khảo sát***

Kích thước mẫu của khảo sát: 300 quan sát. Số lượng mẫu khảo sát được phân chia theo các chi nhánh các NHTM tại TP. Hà Nội.

**CHƯƠNG 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN LƯỢNG TIỀN GỬI TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM**

3.1. Tình hình huy động vốn tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

3.1.1. Bối cảnh kinh tế thế giới và Việt Nam

3.1.2. Tình hình huy động vốn từ tiền gửi tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

3.1.2.1. Tình hình các ngân hàng thương mại Việt Nam

Ngành ngân hàng tăng trưởng nhanh cả về số lượng và quy mô tài sản trong giai đoạn 2006-2010. Tính đến cuối năm 2010, số lượng NHTMCP bao gồm cả các NHTM Nhà nước là 40/100 ngân hàng, chiếm 40% trên toàn hệ thống các NHTM. Sau gần 9 năm tái cấu trúc kể từ năm 2011, số lượng NHTMCP đã giảm xuống còn 32 thông qua sáp nhập và mua lại.

3.1.2.2. Tăng trưởng quy mô tiền gửi khách hàng

Kết quả phân tích từ báo cáo tài chính của các NHTM cho thấy, trong vòng 13 năm từ năm 2006 đến năm 2019, quy mô tổng tiền gửi khách hàng đã tăng gấp 15,34 lần (Tổng tiền gửi khách hàng của các NHTM tại 31/12/2019 là 7.917 nghìn tỷ đồng so với 516 nghìn tỷ đồng tại thời điểm 31/12/2006).

3.1.2.3. Tiền gửi khách hàng theo kỳ hạn

Giai đoạn 2015 - 2019, có thể nhận thấy sự chuyển dịch rõ nét trong cơ cấu tiền gửi khách hàng của các NHTM Việt Nam theo hướng gia tăng tỷ trọng huy động vốn các kỳ hạn dài và giảm dần tỷ trọng kỳ hạn ngắn: Tỷ trọng huy động vốn ngắn hạn của các NHTM năm 2015 là 92,3% thì đến năm 2017, tỷ trọng này giảm mạnh 11,1% xuống 81,1%, sau đó tăng 4,1% lên mức 85,2% trong năm 2019. Tuy nhiên huy động vốn từ kỳ hạn ngắn vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động từ tiền gửi khách hàng. Huy động vốn các kỳ hạn dài tăng tập trung chủ yếu ở các kỳ hạn từ 1 đến 5 năm. Tỷ trọng huy động vốn trung hạn năm 2015 là 7,3% thì đến năm 2017, tăng 8,5% lên 15,8%, sau đó giảm về mức 10,5% đến cuối năm 2019.

3.1.2.4. Thực trạng tiền gửi khách hàng theo nhóm ngân hàng

Để tăng tính hiệu quả trong việc so sánh đánh giá, tác giả chia các ngân hàng thành bốn nhóm theo quy mô vốn điều lệ tính đến thời điểm 31/12/2019. Cụ thể các nhóm như sau: Nhóm 1: Vốn điều lệ trên 20.000 tỷ đồng; Nhóm 2: Vốn điều lệ từ 5.000 tỷ đến 20.000 tỷ đồng; Nhóm 3: Vốn điều lệ từ 3.500 tỷ đến dưới 5.000 tỷ đồng và Nhóm 4: Vốn điều lệ dưới 3.500 tỷ đồng (6 NHTM).

***Theo quy mô và tốc độ tăng trưởng***

Kết quả phân tích dữ liệu cho thấy, trong giai đoạn 2015 - 2019, các NHTM thuộc nhóm 1 có xu hướng tăng trưởng ổn định nhất so với các nhóm còn lại (độ lệch chuẩn 3,74%), trong khi tăng trưởng tiền gửi từ khách hàng của các NHTM thuộc nhóm 2 và nhóm 3 có xu hướng không ổn định nhất (độ lệch chuẩn lần lượt là 7,78% và 8,97%).

So với tốc độ tăng trưởng tiền gửi khách hàng bình quân của hệ thống NHTM, các ngân hàng thuộc nhóm 1 ở mức thấp nhất (17,6%), trong khi các ngân hàng thuộc nhóm 2 ở mức tương đương (18,2%), các ngân hàng thuộc nhóm 3 và nhóm 4 tăng trưởng cao hơn ở mức 20,5% và 20,3%.

  ***Theo kỳ hạn huy động tiền gửi từ khách hàng***

Tương tự như xu hướng chung của hệ thống ngân hàng, cơ cấu huy động vốn của các nhóm ngân hàng trong giai đoạn 2015 - 2019 có chung sự thay đổi theo hướng gia tăng tỷ trọng huy động vốn trung, dài hạn, giảm tỷ trọng huy động vốn các kỳ hạn ngắn. Trong đó, nhóm 1 và nhóm 2 có sự thay đổi rõ ràng nhất, với tỷ trọng tiền gửi ngắn hạn ngắn hạn trên tổng tiền gửi của khách hàng năm 2019 giảm lần lượt 2,4% và 5,8% so với năm 2015. Tăng trưởng huy động tiền gửi từ khách hàng các kỳ hạn dài giai đoạn 2015 - 2019 (trên 5 năm) tăng mạnh ở các ngân hàng thuộc nhóm 1 (tăng 4,1%) và nhóm 3 (tăng 2,3%).

3.2. Kết quả nghiên cứu nhân tố vĩ mô và nhân tố thuộc về ngân hàng tác động đến lượng tiền gửi

3.2.1. Thống kê mô tả

3.2.2. Ma trận tương quan giữa các biến

Với cơ sở dữ liệu về các ngân hàng đã được thu thập trong giai đoạn 2006 – 2019, tác giả sử dụng kiểm định Pearson Correlation để kiểm tra mối tương quan giữa các biến nghiên cứu. Qua phân tích, ta thấy mối quan hệ giữa biến ASSET và CAPITAL là tương quan cao. Còn các biến khác có mối tương quan thấp.

# ***3.2.3. Kết quả kiểm định mô hình***

***Lựa chọn độ trễ của Mô hình***

 Sử dụng mô hình hồi quy Fixed Effect với độ trễ khác nhau, kết quả cho thấy Mô hình trễ 4 kỳ cho kết quả Adjusted R2 cao nhất. Mô hình trễ 1 kỳ có nhiều biến có ý nghĩa nhất. Tác giả quyết định sử dụng Mô hình trễ 1 kỳ.

***Lựa chọn mô hình***

Để lựa chọn mô hình, tác giả đã tiến hành hồi quy Fix Effect và Random Effect. Sau đó sử dụng kiểm định Hausman để lựa chọn sự phù hợp giữa mô hình FEM và REM. Do p-value của Cross-section random là 0,0013 < 5% cho thấy mô hình FEM cho kết quả hợp lý hơn và được sử dụng trong việc đưa ra các kết luận.

3.2.4. Kết quả ước lượng mô hình

Việc hồi quy sẽ chia thành 3 giai đoạn: giai đoạn 1 từ 2006 đến năm 2010, giai đoạn 2 từ năm 2011 đến 2015, giai đoạn 3 là năm 2016 đến 2019. Việc chia giai đoạn được quyết định dựa trên 2 mốc thời gian quan trọng mà tác giả đánh giá có ảnh hưởng tới tốc độ tăng trưởng tiền gửi tiết kiệm: Năm 2011 là năm Đề án tái cấu trúc các ngân hàng Việt Nam được Chính phủ phê duyệt và tiến hành giai đoạn 1 từ năm 2011 đến năm 2015. Năm 2016 là năm bắt đầu giai đoạn 2 của Đề án tái cấu trúc các ngân hàng Việt Nam.

*Bảng 3.4: Kết quả hồi quy mô hình FEM qua các giai đoạn*

|  |  | 2006-2010 | 2011-2015 | 2016-2019 |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| VARIABLES | DEPOSIT | DEPOSIT | DEPOSIT | DEPOSIT |
|  |  |  |  |  |
| CAPITAL | 0.123 | 0.118 | 0.725\* | 0.0528 |
|  | (0.135) | (0.180) | (0.270) | (0.498) |
| ASSET | -2.559\*\*\* | -0.706 | -6.478\*\*\* | -0.683\*\*\* |
|  | (0.866) | (1.052) | (2.418) | (2.746) |
| BADLOAN | -0.256\*\* | -0.506\* | 0.0146\*\* | -0.0732\* |
|  | (0.105) | (0.243) | (0.163) | (0.152) |
| ROA | 0.160\*\* | 1.114\* | 0.0664 | 0.198\*\* |
|  | (0.265) | (0.957) | (0.403) | (0.258) |
| LIQUID | 0.231 | 1.088\*\*\* | 0.0837 | 0.167 |
|  | (0.197) | (0.308) | (0.268) | (0.164) |
| CPI | -1.000\*\*\* | 0.391 | -1.650\*\*\* | -0.851\*\* |
|  | (0.221) | (0.373) | (0.278) | (0.710) |
| LISTED | 0.0886\* | -0.899\*\* | 1.819 | 0.0511 |
|  | (1.296) | (4.021) | (1.352) | (1.400) |
| GDP | 0.0380\*\* | 0.0345\*\* | 0.0493\*\* | 0.000181 |
|  | (0.0167) | (0.0350) | (0.0231) | (0.0160) |
| Constant | 51.49\*\*\* | 19.64 | -120.1\*\* | 17.21 |
|  | (16.26) | (19.00) | (44.95) | (52.91) |
|  |  |  |  |  |
| Observations | 1,837 | 711 | 702 | 424 |
| Number of KG | 40 | 40 | 40 | 30 |
| R-squared | 0.351 | 0.483 | 0.391 | 0.282 |

*(Nguồn: Tính toán của tác giả)*

***Giai đoạn 2006-2010******:*** Với mức ý nghĩa 5% thì các biến trễ 1 kỳ của biến LIQUID, LISTED, GDP có tác động đến tốc độ tăng trưởng tiền gửi.

***Giai đoạn 2011-2015:*** Với mức ý nghĩa 5% thì các biến trễ 1 kỳ của biến ASSET, BADLOAN, CPI và GDP có tác động đến tốc độ tăng trưởng tiền gửi.

***Giai đoạn 2016-2019******:*** Với mức ý nghĩa 5% thì các biến trễ 1 kỳ của biến ASSET, ROA và CPI có tác động đến tốc độ tăng trưởng tiền gửi.

***Giai đoạn 2006 – 2019***: Với mức ý nghĩa 5% thì các biến trễ 1 kỳ của biến ASSET, BADLOAN, ROA, CPI và GDP có tác động đến tốc độ tăng trưởng tiền gửi.

3.3. Kết quả nghiên cứu nhân tố hành vi người gửi tiền tác động đến lượng tiền gửi

3.3.1. Về thói quen tiết kiệm của người gửi tiền

Thông qua khảo sát có thể thấy trình độ học vấn cao nhất của người gửi tiền chủ yếu là tốt nghiệp đại học, chiếm 59,8%. Còn lại 27% tốt nghiệp sau đại học và 13,2% tốt nghiệp trung học phổ thông. Đa phần số người tham gia khảo sát làm việc trong những ngành nghề không thuộc lĩnh vực kinh tế, chiếm 50%. 23,8% số người tham gia khảo sát thuộc lĩnh vực kinh tế, 7,4% làm trong lĩnh vực ngân hàng.

Cũng theo khảo sát, có thể nhận thấy những người được hỏi đa phần có thói quen tiết kiệm bằng cách gửi tiết kiệm bằng đồng Việt Nam (93,7%) sau đó là giữ vàng. Rất ít người lựa chọn tiết kiệm bằng ngoại tệ, đầu tư bất động sản hay đầu tư chứng khoán. Tuy nhiên, khi được hỏi về việc lựa chọn hình thức cất trữ tài sản trong khủng hoảng tài chính, chỉ có 15% số người được gửi lựa chọn gửi tiết kiệm bằng VNĐ, 23% lựa chọn giữ tiền mặt VNĐ. Đặc biệt, có đến 36% số người được hỏi sẽ giữ vàng và không có người nào lựa chọn sẽ đầu tư chứng khoán trong khủng hoảng tài chính.

 Khi được hỏi về các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn hình thức tiết kiệm của người gửi tiền, có đến 51% số người được hỏi lựa chọn yếu tố an toàn là yếu tố hàng đầu họ quan tâm khi lựa chọn hình thức tiết kiệm, sau đó mới đến khả năng sinh lời.

 Yếu tố uy tín của ngân hàng cũng là yếu tố ưu tiên hàng đầu của người gửi tiền trong việc lựa chọn ngân hàng để gửi tiền (55%), sau đó mới đến yếu tố lãi suất. Yếu tố về vị trí của ngân hàng có gần nhà hay không là yếu tố ưu tiên cuối cùng khi quyết định lựa chọn ngân hàng để gửi tiền.

 Khi có thông tin về việc ngân hàng khác có lãi suất huy động cao hơn, 55% sẽ không chuyển khoản tiền gửi từ ngân hàng hiện tại sang ngân hàng khác vì họ chỉ tin tưởng uy tín của ngân hàng hiện tại hoặc họ không có thói quen thường xuyên thay đổi ngân hàng để gửi tiền. Chỉ có 25,6% số người được hỏi trả lời sẽ chuyển khoản tiền gửi sang ngân hàng khác vì họ thích gửi ở ngân hàng có lãi suất cao. Và 11,1% số người được hỏi trả lời lý do chọn ngân hàng gửi tiền là vì địa điểm giao dịch gần nhà của họ, 7,6% gửi tiền là do thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng.

Khi được hỏi về phản ứng của người gửi tiền khi có thông tin ngân hàng khác có lãi suất huy động cao hơn, 70% không thay đổi ngân hàng vì họ tin tưởng uy tín ngân hàng hiện tại đang gửi (43,2%) và vì họ không có thói quen thường xuyên thay đổi ngân hàng (23,8%). Điều đó lại cho thấy người gửi tiền tin tưởng vào hệ thống ngân hàng Việt Nam.

Có 74,6% số người được khảo sát cho biết họ tin tưởng và hoàn toàn tin tưởng vào ti vi, báo giấy và báo điện tử. Trong khi đó thông tin từ bạn bè, đồng nghiệp, hàng xóm và Internet được 52,3% người lúc tin lúc không và 34,7% cho rằng thông tin từ những nguồn đó không đáng tin và không bao giờ tin.

Về mức độ thường xuyên cập nhật thông tin về thị trường tài chính và ngân hàng nơi người khảo sát gửi tiền: Có thể thấy phần đông, chiếm 44,3% cập nhật thông tin khi cần. 21,3% số người tham gia khảo sát cập nhật một tháng một lần và 9% không cập nhật thông tin. Số còn lại cập nhật từ một đến hai tuần một lần.

Khi được hỏi về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam thì chỉ có 53,4% trả lời có biết về BHTGVN, còn lại 46,6% không biết về BHTGVN. Mặc dù BHTGVN được thành lập từ năm 2000, và tất cả các khoản tiền gửi trên 50 triệu đồng đều được bảo hiểm, tuy nhiên người gửi tiền không phải đóng phí bảo hiểm mà tổ chức tham gia BHTG phải đóng cho BHTGVN. Đây có thể là nguyên nhân khiến cho người gửi tiền không biết về BHTGVN.

Trong số những người trả lời có biết về BHTGVN, có 63,4% người trả lời đúng về hạn mức hiện tại của BHTGVN, 27,6% người trả lời không biết và 9% trả lời sai về hạn mức. Tuy nhiên tính chung trên tổng mẫu quan sát chỉ có 35,9% người được hỏi trả lời đúng về hạn mức BHTG.

Khi được hỏi về việc nghe tin đồn thất thiệt về thị trường tài chính và ngân hàng mà họ đang gửi tiền, 64,1% trả lời không rút tiền trong đó 46,6% không rút tiền khỏi ngân hàng đó vì tin NHNN sẽ không để tình trạng có ngân hàng đổ vỡ và 17,5% không rút vì biết khoản tiền gửi của mình được bảo hiểm. Chỉ có 33% ngay lập tức rút tiền khỏi ngân hàng đó.

# ***3.3.2. Kết quả nghiên cứu nhân tố hành vi người gửi tiền***

3.3.2.1. Mô tả các biến

*3.3.2.2. Kết quả hồi quy*

Các biến có ý nghĩa: X2A, X2B, X6A, X7, X8A tại mức ý nghĩa 5%.

Các biến không có ý nghĩa: X1, X3A, X3B, X4, X5A, X5B, X6B, X8B tại mức ý nghĩa 5%. Tuy nhiên biến X3A và X4 có ý nghĩa tại mức 10%.

Biến X2A có hệ số ước lượng -0,43 có nghĩa là người gửi tiền thuộc nhóm từ 30 tuổi đến 55 tuổi với nữ, đến 60 tuổi với nam có xu hướng rút tiền nhiều hơn nhóm dưới 30 tuổi. Điều đó có nghĩa là khả năng rút tiền của nhóm từ 30 tuổi đến 55 tuổi với nữ, đến 60 tuổi với nam cao hơn nhóm khác là 33,7%

Biến X2B có hệ số ước lượng -0,72 có nghĩa là người gửi tiền trên 55 tuổi đối đối với nữ, trên 60 tuổi đối với nam có xu hướng rút tiền nhiều hơn nhóm dưới 30 tuổi khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng họ gửi tiền.

Biến X6A có hệ số ước lượng 0,26 có nghĩa là khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng người gửi tiền đang gửi, những người gửi tiền càng tin tưởng các nguồn thông tin chính thống (ti vi, báo giấy, báo điện tử) thì xu hướng rút tiền ít hơn.

Biến X3A có hệ số ước lượng 0,32 có nghĩa là người gửi tiền thuộc nhóm tốt nghiệp đại học có xu hướng rút tiền ít hơn.

Biến X4 có hệ số ước lượng 0,4 có nghĩa là người gửi tiền thuộc nhóm đã kết hôn có xu hướng rút tiền ít hơn. Điều đó có nghĩa là khả năng rút tiền của nhóm đã kết hôn ít hơn nhóm chưa kết hôn là 49,1%.

Biến X8A có hệ số ước lượng 0,52 có nghĩa là người gửi tiền biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam thì xu hướng rút tiền ít hơn so với người gửi tiền không biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam.

**CHƯƠNG 4: KẾT LUẬN VỀ CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN LƯỢNG TIỀN GỬI TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM VÀ KHUYẾN NGHỊ**

4.1. Kết luận về nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng thương mại

4.1.1. Kết luận về nhân tố vĩ mô và nhân tố thuộc về ngân hàng tác động đến lượng tiền gửi

***Thứ nhất,*** trong giai đoạn 2006-2010, tính thanh khoản, tình trạng niêm yết và tăng trưởng kinh tế có tác động đến tốc độ tăng trưởng tiền gửi ngân hàng. Giai đoạn này chứng kiến cuộc khủng hoảng tài chính thế giới vào năm 2007. Tuy nhiên Việt Nam chưa hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới nên chưa bị ảnh hưởng nhiều. Trong giai đoạn này, hệ thống ngân hàng Việt Nam tăng trưởng mạnh về quy mô tài sản và vốn. Hệ thống ngân hàng luôn đạt mức lợi nhuận cao. Bên cạnh đó, một loạt các ngân hàng bắt đầu niêm yết cổ phiếu trên sàn chứng khoán và bắt đầu công khai minh bạch báo cáo định kỳ của mình theo yêu cầu của Uỷ ban Chứng khoán Nhà nước.

***Thứ hai***, trong giai đoạn 2011-2015, quy mô tài sản, tỷ lệ nợ quá hạn, lạm phát và tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội có tác động đến tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Kết quả trong giai đoạn này có thể giải thích bởi một số lý do như sau: Từ năm 2011, nền kinh tế Việt Nam bắt đầu giai đoạn suy giảm tăng trưởng kinh tế, nhiều rủi ro được bộc lộ thành tổn thất. Những thông tin không tốt về ngân hàng được thị trường trong đó có người gửi tiền được quan tâm nhiều hơn, đón nhận thận trọng hơn, với những suy xét kỹ hơn. Do vậy, họ sẽ quan tâm, cân nhắc tới yếu tố rủi ro của ngân hàng khi quyết định gửi tiền. Ngoài ra, có thể do tỷ lệ tiết kiệm trong dân cư giảm xuất phát từ tình trạng lạm phát, tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội giảm, thu nhập giảm nên tiền gửi vào ngân hàng cũng tăng với tốc độ chậm.

 ***Thứ ba***, trong giai đoạn 2016-2019, quy mô tài sản, tỷ lệ lợi nhuận và lạm phát có tác động đến tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Người gửi tiền thấy rằng các vụ sáp nhập ngân hàng dù có gây nên một số xáo trộn nhưng quyền lợi của họ chưa bị ảnh hưởng. Đồng thời, người gửi tiền có thể đã quen với với quan điểm sáp nhập ngân hàng yếu kém mà tiền gửi của họ vẫn được bảo toàn. Do đó, họ không quan tâm lắm tới yếu tố rủi ro của ngân hàng khi gửi tiền.Sau các thương vụ sáp nhập, người gửi tiền quan tâm đến mức lợi nhuận của ngân hàng hơn, thể hiện ở mức tăng trưởng tiền gửi phụ thuộc vào lợi nhuận của các ngân hàng.

***Thứ 4,*** trong giai đoạn 2006 – 2019***,*** tốc độ tăng trưởng tiền gửi chịu tác động bởi 5 nhân tố: quy mô ngân hàng, chất lượng tín dụng, tỷ lệ lợi nhuận, lạm phát và tăng trưởng kinh tế. Cụ thể:Quy mô ngân hàng có tác động ngược chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Với các ngân hàng có quy mô tài sản lớn thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi chậm hơn. Tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ có tác động ngược chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Với các ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu lớn thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi chậm hơn. Tỷ lệ lợi nhuận có tác động cùng chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Với các ngân hàng có tỷ lệ lợi nhuận trên tổng tài sản cao thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi nhanh hơn. Lạm phát có tác động ngược chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Khi lạm phát cao thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi thấp hơn. Tăng trưởng kinh tế có tác động cùng chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Khi tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội cao thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi nhanh hơn.

4.1.2. Kết luận về nhân tố hành vi người gửi tiền đến lượng tiền gửi

 Người gửi tiền từ 30 tuổi đến 55 tuổi đối với nữ, và 30 tuổi đến 60 tuổi đối với nam có xu hướng rút tiền nhiều hơn người gửi tiền dưới 30 tuổi.

 Người gửi tiền trên 55 tuổi đối đối với nữ, trên 60 tuổi đối với nam có xu hướng rút tiền nhiều hơn nhóm dưới 30 tuổi khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng họ gửi tiền.

 Người gửi tiền có trình độ tốt nghiệp đại học có xu hướng rút tiền ít hơn so với người gửi tiền mới tốt nghiệp trung học phổ thông trở xuống.

 Người gửi tiền thuộc nhóm đã kết hôn có xu hướng rút tiền ít hơn người gửi tiền chưa kết hôn.

 Khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng người gửi tiền đang gửi, những người gửi tiền càng tin tưởng các nguồn thông tin chính thống (ti vi, báo giấy, báo điện tử) thì xu hướng rút tiền ít hơn.

 Người gửi tiền biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam thì xu hướng rút tiền ít hơn so với người gửi tiền không biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam.

4.2. Khuyến nghị

4.2.1. Khuyến nghị đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam

4.2.1.1. Xây dựng chính sách huy động vốn từ tiền gửi

4.2.1.2. Công khai, minh bạch báo cáo tài chính

*4.2.1.3. Nâng cao chất lượng tín dụng*

4.2.1.4. Nâng cao tuyên truyền chính sách bảo hiểm tiền gửi cho khách hàng

4.2.2. Khuyến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước

4.2.2.1. Ổn định kinh tế vĩ mô

4.2.2.2. Tăng cường kiểm tra, giám sát các NHTM

4.2.2.3. Xây dựng Đề án tái cơ cấu hệ thống ngân hàng giai đoạn 2021-2025

4.2.2.4. Xây dựng và triển khai chương trình giáo dục tài chính cộng đồng

**4.3. Hạn chế của nghiên cứu và hướng nghiên cứu trong tương lai**

*Thứ nhất*, đối tượng khảo sát hành vi người gửi tiền là các khách hàng gửi tiền tại các NHTMCP trên địa bàn Thành phố Hà Nội, do đó kết quả nghiên cứu mới chỉ phản ánh được mức độ tác động của các nhân tố đến hành vi người gửi tiền tại Hà Nội mà không mang tính tổng quát cho tất cả người gửi tiền. Độ tin cậy và tính phổ biến sẽ cao hơn nữa khi mở rộng nghiên cứu tại các vùng miền khác nhau với quy mô rộng lớn hơn. Qua đó, có thể tìm ra các nhân tố thuộc về địa lý, vùng miền có ảnh hưởng đến lượng tiền gửi hay không.

*Thứ hai,* tất cả các vấn đề được xây dựng dựa trên thang đo định lượng dựa trên lý thuyết và các mô hình nghiên cứu trước nên còn hạn chế về cơ sở lý luận có thể có nhiều nhân tố khác tác động đến lượng tiền gửi tại ngân hàng.

Mặc dù luận án vẫn còn những hạn chế nhất định, nhưng kết quả nghiên cứu được đưa ra vẫn có ý nghĩa áp dụng đối với các NHTM Việt Nam. Ngoài ra, những hạn chế trên có thể sẽ mở ra hướng nghiên cứu mới cho các nghiên cứu sau này.

**Hướng nghiên cứu trong tương lai**

Khung lý thuyết được xây dựng trong nghiên cứu này có thể được sử dụng làm nền tảng cho các nghiên cứu trong tương lai về nhân tố tác động đến lượng tiền gửi tại các nước đang phát triển khác. Đồng thời nghiên cứu về nhân tố hành vi người gửi tiền có thể triển khai trên phạm vi rộng hơn, ở các tỉnh thành, vùng khác của Việt Nam. Nghiên cứu trong tương lai là cần thiết để so sánh về các nhân tố tác động cũng như mức độ tác động của các nhân tố đến lượng tiền gửi tại các ngân hàng.

**KẾT LUẬN**

Nguồn vốn huy động có ý nghĩa quyết định, là cơ sở để ngân hàng tiến hành các hoạt động cho vay, đầu tư, dự trữ, …mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Để có được nguồn vốn này, ngân hàng cần phải tiến hành các hoạt động huy động vốn, trong đó nguồn vốn huy động từ tiền gửi chiếm vai trò đặc biệt quan trọng.

Duy trì được nguồn vốn huy động tiền gửi tăng trưởng và ổn định là mục tiêu quan trọng mà các NHTM cần hướng tới. Luận án đã tổng hợp những lý luận liên quan đến lượng tiền gửi, các nhân tố tác động đến lượng tiền gửi ngân hàng bao gồm các nhân tố vĩ mô, nhân tố thuộc về ngân hàng và nhân tố hành vi người gửi tiền từ các nghiên cứu trong nước và trên thế giới. Từ đó, tác giả đã xác định được những nhân tố vĩ mô, những nhân tố thuộc bản thân ngân hàng và những nhân tố thuộc hành vi người gửi tiền ảnh hưởng đến tiền gửi ngân hàng. Thông qua việc sử dụng phần mềm thống kê Stata 15 để lựa chọn mô hình hồi quy phù hợp đánh giá mức độ tác động của các nhân tố, tác giả nhận thấy quy mô ngân hàng, tỷ lệ nợ xấu, khả năng sinh lời, lạm phát và tăng trưởng kinh tế có tác động đến lượng tiền gửi ngân hàng. Cụ thể, quy mô ngân hàng có tác động ngược chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Với các ngân hàng có quy mô tài sản lớn thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi chậm hơn. Bên cạnh đó, chất lượng tín dụng có tác động ngược chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Với các ngân hàng có tỷ lệ nợ xấu lớn thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi chậm hơn. Trong khi đó, tỷ lệ lợi nhuận có tác động cùng chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Với các ngân hàng có tỷ lệ lợi nhuận trên tổng tài sản cao thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi nhanh hơn. Lạm phát có tác động ngược chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Khi lạm phát cao thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi thấp hơn. Cuối cùng, tăng trưởng kinh tế có tác động cùng chiều với tốc độ tăng trưởng tiền gửi. Khi tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội cao thì tốc độ tăng trưởng tiền gửi nhanh hơn.

 Đôi với các nhân tố thuộc hành vi người gửi tiền, có các yếu tố như độ tuổi, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân, độ tin cậy của thông tin, mức độ thường xuyên cập nhật thông tin cũng như hiểu biết về BHTG ảnh hưởng đến hành vi người gửi tiền. Người gửi tiền trên 30 tuổi có xu hướng rút tiền nhiều hơn người gửi tiền dưới 30 tuổi. Người gửi tiền có trình độ tốt nghiệp đại học có xu hướng rút tiền ít hơn so với người gửi tiền mới tốt nghiệp trung học phổ thông trở xuống. Bên cạnh đó, người gửi tiền thuộc nhóm đã kết hôn có xu hướng rút tiền ít hơn người gửi tiền chưa kết hôn. Và khi nhận thông tin bất lợi về thị trường tài chính và ngân hàng người gửi tiền đang gửi, những người gửi tiền càng tin tưởng các nguồn thông tin chính thống thì xu hướng rút tiền ít hơn. Người gửi tiền biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam thì xu hướng rút tiền ít hơn so với người gửi tiền không biết về Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam. Các yếu tố còn lại như: giới tính, thu nhập bình quân của người gửi tiền không tác động đến lượng tiền gửi ngân hàng.

Trên cơ sở phân tích thực trạng tình hình huy động vốn từ tiền gửi tại các NHTM Việt Nam giai đoạn 2006-2019 cũng như kết quả phân tích nhân tố tác động đến tiền gửi ngân hàng, tác giả đã đưa ra một số khuyến nghị đối với NHNN, các NHTM nhằm tạo ra các thể chế, hành lang pháp lý cũng như các giải pháp giúp tăng cường hoạt động huy động vốn từ tiền gửi tại các NHTM Việt Nam.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Lê Trung Thành, Vũ Thị Phương Thảo, *Factors Affecting Depositors’ Behavior at Commercial Banks in Northern Vietnam*, The 1ST International Conference on Economics, Development and Sustainability (EDESUS 2019)
2. Vũ Thị Phương Thảo và Lê Thị Tâm, 2020. *Tác động của các nhân tố vi mô đến tiền gửi tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Hội nghị khoa học thường niên 2020, Đại học Thủy Lợi, ISBN: 978-604-82-3869-8.
3. Vũ Thị Phương Thảo và Ngô Thị Hường, 2020. *Nghiên cứu thực nghiệm về các nhân tố tác động đến tiền gửi tại ngân hàng thương mại*, Tạp chí Tài chính, 06/2020
4. Vũ Thị Phương Thảo và Lê Trung Thành, 2020. *Growth in mobilizing capital from customer deposits at Vietnamese Commercial Banks*, Young Scientist, No 43 (333), October 2020
5. Lê Trung Thành và Vũ Thị Phương Thảo, *An empirical analysis on depositors behavior in Hanoi*, Review of Finance, ISSN-2615-8981.
6. Vũ Thị Phương Thảo và Lê Trung Thành, *An Empirical Analysis of Macroeconomic and Bank-specific Factors Affecting Bank Deposits in Vietnam*, International Journal of Financial Research, Vol. 12, No. 2, April 2021.