

# HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG NHẬN TIỀN GỬI CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN HÀNG HẢI VIỆT NAM, CHI NHÁNH THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - PHÒNG GIAO DỊCH THỦ ĐỨC

● PHAN QUAN VIỆT - HOÀNG THỊ THƠM

## TÓM TẮT:

Huy động vốn là một trong những hoạt động được các ngân hàng thương mại (NHTM) quan tâm, vì tạo ra nguồn vốn cần thiết phục vụ cho hoạt động kinh doanh, là cơ sở mở rộng hoạt động tín dụng, ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của ngân hàng; đồng thời, cũng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh, vị thế và uy tín của ngân hàng trên thị trường. Với ý nghĩa vai trò của nguồn vốn và cơ cấu nguồn vốn của một ngân hàng và liên hệ với thực tiễn tại Ngân hàng thương mại Cổ phần Hàng hải Việt Nam, chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - Phòng Giao dịch Thủ Đức (MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức), bài viết nghiên cứu nhằm hoàn thiện hoạt động nhận tiền gửi của khách hàng cá nhân tại MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức).

**Từ khóa:** huy động nhận tiền gửi, khách hàng cá nhân, MSB chi nhánh Hồ Chí Minh - Phòng Giao dịch Thủ Đức.

## 1. Đặt vấn đề

### 1.1. Tính cấp thiết của đề tài

Với mục tiêu chuyển biến mạnh mẽ trong thời đại mới, MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức đã và đang chú trọng đẩy mạnh hoạt động nhận tiền gửi từ các cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức để chủ động tăng nguồn vốn, cũng như tăng lợi nhuận của PGD. Trong quá trình đẩy mạnh hoạt động nhận tiền gửi của khách hàng tại chi nhánh có những thành công nhất định song còn nhiều hạn chế và bất cập như chế độ hậu mãi cho những khách hàng lớn còn yếu, chi phí đầu tư cho quảng cáo tuyên truyền còn ít, đội ngũ tư vấn và chăm sóc, tìm kiếm khách hàng chưa đáp ứng đủ cho nhu cầu của khách hàng. Cụ thể, năm 2019 và năm 2020, huy động tiền

gửi tiết kiệm không đáp ứng nhu cầu vốn cho vay, chi nhánh phải "mua vốn" của hội sở, với tỷ lệ năm 2019 là 3,58% và năm 2020 là 4,18%. Bên cạnh đó, thành phố Thủ Đức có hơn 33 chi nhánh/phòng giao dịch của các NHTM và tổ chức tín dụng. Trước sự cạnh tranh gay gắt, chi nhánh cũng gặp không ít khó khăn trong hoạt động huy động vốn nói chung và huy động tiền gửi tiết kiệm nói riêng.

### 1.2. Mục tiêu nghiên cứu

Phân tích đánh giá thực trạng huy động tiền gửi tại MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức. Qua đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả huy động tiền gửi tạo sự ổn định vốn kinh doanh nhằm mang lại hiệu quả kinh doanh cao hơn cho chi nhánh.

**1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Hoàn thiện hoạt động nhận tiền gửi của khách hàng cá nhân tại MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức; Chỉ nghiên cứu cho hoạt động huy động tiền gửi tiết kiệm đối với khách hàng cá nhân, không nghiên cứu cho các hoạt động tài chính khác như hoạt động tín dụng, hoạt động tài trợ,...

Thời gian nghiên cứu: từ tháng 9/2021 đến tháng 3/2022.

**2. Cơ sở lý thuyết**

**2.1. Lý thuyết về huy động tiền gửi**

**2.1.1. Khái niệm về huy động tiền gửi tiết kiệm**

Theo Phan Thị Thu Hà (2009), huy động vốn là hoạt động tạo nguồn vốn cho NHTM, đóng vai trò quan trọng, ảnh hưởng tới chất lượng hoạt động của ngân hàng và nguồn tiền gửi của khách hàng là nguồn vốn quan trọng, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của NHTM. Dựa vào khoản 13 Điều 4 Luật các Tổ chức tín dụng năm 2010, có thể khái quát: Huy động tiền gửi tiết kiệm tại NHTM là hoạt động nhận tiền của cá nhân dưới hình thức tiền gửi tiết kiệm theo nguyên tắc có hoàn trả đầy đủ tiền gốc, lãi cho người gửi tiền theo thỏa thuận.

**2.1.2. Tổng quan một số nghiên cứu có liên quan**

Hoàng Nguyên Ngọc (2011) thực hiện Luận án: "Các giải pháp huy động chủ yếu để nâng cao sức cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng". Luận án này đã phân tích được các giải pháp để huy động vốn có hiệu quả, từ đó xây dựng chính sách huy động nguồn vốn đúng với cơ chế chính sách của Nhà nước, phù hợp diễn biến thị trường, nhu cầu khách hàng và định hướng chiến lược kinh doanh;

Trương Đông Lộc (2012) thực hiện: "Nghiên cứu hành vi gửi tiết kiệm của người dân ở tỉnh Kiên

Giang". Nội dung bài nghiên cứu tìm hiểu hành vi gửi tiền của người dân tại tỉnh Kiên Giang. Số liệu được sử dụng trong nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu phân tầng kết hợp với thuận tiện.

Trịnh Thế Cường (2015) thực hiện nghiên cứu: "Giải pháp nâng cao hoạt động huy động vốn của Agribank". Nghiên cứu đã nhấn mạnh huy động vốn và quản lý huy động vốn của các NHTM gồm các hoạt động: (1) Hoạch định chiến lược huy động vốn; (2) Ban hành các chính sách huy động vốn; (3) Tổ chức thực hiện công tác huy động vốn; (4) Kiểm tra, giám sát huy động vốn. Trên cơ sở xác định rõ những nội dung quản lý huy động vốn, nghiên cứu đã đề xuất các tiêu chí đo lường huy động vốn và quản lý huy động vốn, làm căn cứ lý thuyết cho những phân tích, đánh giá thực trạng.

**3. Thực trạng hoạt động hiệu quả huy động tiền gửi tiết kiệm tại MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức**

**3.1. Các chỉ tiêu định lượng (Bảng 1)**

Tổng nguồn vốn kinh doanh của chi nhánh tăng liên tục qua các năm: Năm 2018 tăng 13,42% so với năm 2017; năm 2019 tăng 26,95% so với năm 2018; năm 2020 tăng 6,96% so với năm 2019. Năm 2020, tốc độ tăng trưởng cao so với các năm trước là do các kênh đầu tư khác như bất động sản, kinh doanh vàng, chứng khoán không còn hấp dẫn như trước đây, hơn nữa lãi suất ngân hàng ổn định trong thời gian tương đối dài nên gửi tiền vào ngân hàng là kênh đầu tư an toàn nhất được người dân lựa chọn. Tính bình quân từ năm 2018 đến năm 2020, tổng nguồn vốn tăng 16,96% mỗi năm. (Bảng 2)

Mức tăng trưởng nguồn vốn huy động tiền gửi tiết kiệm giai đoạn 2018 - 2020 có mức tăng trưởng

**Bảng 1. Tổng nguồn vốn MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức giai đoạn 2018 - 2020**  
Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Tổng nguồn vốn	883	100	1.121	100	1.199	100
Mức tăng trưởng (%)	13,42		26,95		6,96	
Vốn huy động tại địa phương	857	97	1.098	98	1.169	97,5
Khác	26	3	23	2	30	2,5

Nguồn: Báo cáo tổng kết của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức, 2018 - 2020

**Bảng 2. Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động tiền gửi tiết kiệm giai đoạn 2018 - 2020**

Chỉ tiêu	Năm						Tăng trưởng (%)		
	2018		2019		2020		Năm 2019/2018	Năm 2020/2019	Bình quân 2018 - 2020
	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)			
- Nguồn vốn huy động	883	100	1.121	100	1.199	100	26,95	6,96	16,96
+ Tiền gửi tiết kiệm dân cư	484	54,8	702	62,62	998	83,24	45,04	42,17	43,61
+ Tiền gửi từ các tổ chức	399	45,2	419	37,38	201	16,76	5,01	-52,03	-23,5

Nguồn: Báo cáo tổng kết của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức năm 2020

nguồn vốn lớn qua các năm nhằm cung cấp các khoản tín dụng cho khách hàng khi nền kinh tế gặp khó khăn. Đây là một chính sách đúng đắn trong giai đoạn nền kinh tế đang hồi phục. Giá trị này đều lớn hơn 0, phản ánh huy động tiền gửi tiết kiệm có hiệu quả, vì đáp ứng nhu cầu cho vay, không phải "mua vốn" của hội sở với giá cao hơn.

**3.2. Cơ cấu nguồn vốn huy động tiền gửi**

Nguồn vốn huy động phân theo kỳ hạn: Tiền gửi không kỳ hạn đạt 277 tỷ đồng, chiếm 23,10% tổng nguồn vốn huy động trong năm 2018 và tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2017 đạt khoảng 14,52%/ năm; Tiền gửi có kỳ hạn từ 12 tháng đến < 24 tháng đạt 822 tỷ đồng, chiếm 68,56% tổng nguồn vốn huy động trong năm 2018 và tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn từ năm 2016 đến năm 2018 đạt khoảng

56,22%/ năm. (Bảng 3)

**3.3. Độ đa dạng các hình thức huy động tiền gửi tiết kiệm (Bảng 4)**

Kênh huy động tiền gửi tiết kiệm dân cư tăng nhanh thông qua việc áp dụng nhiều hình thức huy động tiền gửi tiết kiệm phong phú và có nhiều mức lãi suất cho từng dịch vụ tiền gửi tiết kiệm. Trong đó, sản phẩm tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi hàng tháng chiếm tỷ trọng lớn nhất với trên 52,10%, đạt 460 tỷ đồng năm 2018 và 475 tỷ đồng năm 2019 và đạt 490 tỷ đồng năm 2020.

**3.4. Số dư huy động tiền gửi tiết kiệm (Bảng 5)**

Kết quả cho thấy số dư huy động tiền gửi tiết kiệm tăng dần qua các năm từ 484 tỷ đồng năm 2018 lên 998 tỷ đồng năm 2020. Điều đó cho thấy quy mô tiền gửi tiết kiệm của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức tăng dần

**Bảng 3. Tình hình huy động vốn tiền gửi tiết kiệm của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức phân theo kỳ hạn**

Chỉ tiêu	Năm						Tăng trưởng (%)		
	2018		2019		2020		Năm 2019/2018	Năm 2020/2019	Bình quân 2018 - 2020
	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)			
- Theo kỳ hạn	484	100	702	100	998	100	45,04	42,17	43,61
+ Không kỳ hạn	132	27,27	232	33,05	192	19,24	75,76	-17,24	29,26
+ Có kỳ hạn dưới 12 tháng	146	30,17	93	13,25	50	5,01	-36,30	-46,23	-41,27
+ Có kỳ hạn 12 - <24 tháng	194	40,08	359	51,14	734	73,54	85,05	100,04	92,55
+ Có kỳ hạn > 24 tháng	12	2,48	18	2,55	22	2,21	50,00	22,22	36,11

Nguồn: Báo cáo tổng kết của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức năm 2020

**Bảng 4. Các dịch vụ huy động tiền gửi tiết kiệm giai đoạn 2018 - 2020**

Chỉ tiêu	2018		2019		2020	
	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
- Nguồn vốn huy động	883	100	1.121	100	1.199	100
+ Tiết kiệm học đường [Lãi suất %/ năm]	22 [5,5]	2,49	52 [5,5]	4,64	62 [5,5]	5,17
+ Tiết kiệm tích lũy [Lãi suất %/ năm]	21 [5,8]	2,38	46 [5,8]	4,10	57 [5,8]	4,75
+ Tiết kiệm gửi góp hàng tháng (tỷ đồng) [Lãi suất %/ năm]	26 [5,9]	2,94	49 [5,9]	4,37	61 [5,9]	5,09
+ Tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi sau toàn bộ (tỷ đồng) [Lãi suất %/ năm]	310 [6,5]	35,11	430 [6,5]	38,36	445 [6,5]	37,11
+ Tiền gửi tiết kiệm rút gốc linh hoạt (tỷ đồng) [Lãi suất %/ năm]	44 [6,2]	4,98	69 [6,2]	6,16	84 [6,2]	7,01
+ Tiết kiệm có kỳ hạn trả lãi hàng tháng (tỷ đồng) [Lãi suất %/ năm]	460 [6,5]	52,10	475 [6,5]	42,37	490 [6,5]	40,87

Nguồn: Báo cáo tổng kết của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức năm 2020

**Bảng 5. Số dư huy động tiền gửi tiết kiệm**

Chỉ tiêu	2018		2019		2020	
	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số dư (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
Tiền gửi tiết kiệm cá nhân	484	54,8	702	62,62	998	83,24

Nguồn: Báo cáo tổng kết của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức, 2018 - 2020

qua các năm. Đây là dấu hiệu cho thấy nâng hạng đạt hiệu quả các trong hoạt động huy động vốn tiền gửi tiết kiệm.

**3.5. Số lượng khách hàng cá nhân gửi tiền**

Tác giả nhận thấy số lượng khách hàng gửi tiền tiết kiệm tăng dần qua các năm, năm 2018 từ 4.822 khách hàng tăng lên 7.865 khách hàng năm 2019, với tỷ lệ tăng trưởng trung bình giai đoạn 2018 - 2020 là 22%/năm. (Bảng 6)

**4. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động huy động tiền gửi tiết kiệm tại MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức**

**4.1. Xây dựng chiến lược marketing**

\* Đa dạng hóa các loại sản phẩm và hình thức huy động vốn

Đánh giá, phân loại sản phẩm và hình thức huy

động vốn hiện có của MSB PGD Thủ Đức trên thị trường (số lượng, hiệu quả, vướng mắc trong quá trình triển khai sử dụng); những sản phẩm còn thiếu, tổ chức thực hiện điều tra ý kiến khách hàng, phân tích khả năng sinh lời (xác định doanh thu, hiệu quả, vòng đời sản phẩm), trên cơ sở đó đề xuất hạn chế hoặc loại bỏ những sản phẩm không hiệu quả, phát triển các sản phẩm và hình thức huy động vốn có khả năng sinh lời cao, chất lượng, có tính thương hiệu

Cần phải triển khai thêm các hình thức và sản phẩm huy động vốn an toàn nhưng thuận tiện với chi phí thấp như tiết kiệm online, tiết kiệm tại nhà, tiết kiệm học đường, tiết kiệm gửi một nơi linh nhiều nơi, tiền gửi có kỳ hạn quyền chọn, hoán đổi lãi suất,... tăng cường hình thức tiền gửi tiết kiệm

**Bảng 6. Số lượng khách hàng gửi tiết kiệm tại Chi nhánh năm 2018 - 2020**

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	%TTBQ 2018 - 2020
Số lượng khách hàng tiền gửi (khách hàng)	4.822	5.611	7.865	22%

*Nguồn: Báo cáo tổng kết của MSB chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - PGD Thủ Đức, 2018 - 2020*

có thưởng với nhiều giải thưởng hấp dẫn để thu hút khách hàng. Bên cạnh đó, cần thực hiện đánh giá, phân loại sản phẩm huy động vốn hiện có của MSB trên thị trường, phân tích những sản phẩm còn thiếu, còn yếu so với các NHTM khác, phân tích khả năng sinh lời để đề xuất hạn chế hoặc hủy bỏ sản phẩm không hiệu quả, phát triển các sản phẩm dịch vụ có chất lượng, có thương hiệu và khả năng sinh lời cao. Thực hiện nghiên cứu thị trường, phân đoạn khách hàng đưa ra các sản phẩm huy động vốn phù hợp với các đối tượng khách hàng gửi tiền, đặc điểm các vùng, miền, xây dựng chính sách ưu đãi về lãi suất, khuyến mãi phù hợp với từng phân đoạn khách hàng, đa dạng hóa và hoàn thiện hệ thống danh mục sản phẩm huy động vốn, gia tăng tiện ích cho sản phẩm huy động vốn, bán chéo sản phẩm,... nhằm giữ vững khách hàng truyền thống và thu hút khách hàng mới, giữ vững và mở rộng thị phần.

- Sản phẩm huy động vốn tiền gửi có kỳ hạn ngắn:

+ Tiết kiệm xây dựng nhà ở, tiết kiệm "Làm quà" cho con cháu trong tương lai. Đây là hình thức tiết kiệm dành cho những người có thu nhập ổn định, có thể gửi góp hàng tháng, hàng quý,... Với loại tiền gửi này, ngân hàng có thể tạo điều kiện cho khách hàng rút vốn trước hạn, khách hàng có thể chuyển quyền sở hữu khi sổ tiết kiệm chưa đến hạn thanh toán để bảo toàn lãi. Sổ tiết kiệm này có được phép cầm cố, vay vốn hoặc bảo lãnh cho người thứ ba vay vốn tại bất kỳ chi nhánh nào thuộc MSB và các tổ chức tín dụng. Với hình thức huy động này, ngân hàng có thể đưa ra các hình thức khuyến mại, quay số trúng thưởng quy định ở từng mức gửi của khách hàng.

+ Tiết kiệm học đường

Ở hình thức tiết kiệm này, ngân hàng có thể cho khách hàng rút vốn trước hạn. Khách hàng cũng được hưởng các chính sách như: có thể chuyển quyền sở hữu khi sổ tiết kiệm chưa đến hạn thanh toán để bảo toàn lãi, sổ tiết kiệm cũng có thể cầm

cổ để vay vốn tại ngân hàng. Vì đây là hình thức tiết kiệm học đường, đối tượng khách hàng là học sinh, sinh viên, do đó ngân hàng nên dùng hình thức này để xác nhận khả năng tài chính cho khách hàng hoặc thân nhân đi du lịch, học tập ở nước ngoài.

*\* Giải pháp về chương trình khuyến mãi*

Thành lập Tổ chỉ đạo huy động vốn giai đoạn 2021 - 2025, với nhiệm vụ xây dựng, chỉ đạo kịp thời các cơ chế, giải pháp liên quan đến phát triển nguồn vốn của MSB.

Xây dựng cơ chế khuyến khích nội bộ, phân vùng, địa bàn hoạt động để xây dựng cơ chế thưởng huy động vốn áp dụng đối với Chi nhánh, Giám đốc Chi nhánh cho phù hợp; quy định về giao chỉ tiêu huy động vốn cho cán bộ nhân viên; phát động các đợt thi đua huy động vốn trong chi nhánh có đánh giá và khen thưởng kịp thời cho các cá nhân, tập thể đạt thành tích tốt; xây dựng chương trình quản lý, khai thác dữ liệu huy động vốn, quản lý khách hàng trên hệ thống IPCAS; xây dựng cơ chế phí, lãi suất theo hướng khuyến khích các đơn vị huy động thừa vốn,...

**4.2. Nâng cao tính chủ động trong công tác huy động vốn tiền gửi để phát triển nguồn vốn**

Điều này cũng góp phần làm tăng tính năng động của hoạt động ngân hàng, mang lại những ấn tượng tốt của khách hàng về hoạt động ngân hàng. Tuy nhiên, công tác huy động vốn muốn thành công cần có sự nỗ lực, sự hỗ trợ của nhiều bộ phận: Bộ phận giao dịch tại quầy cần phát huy tính chủ động trong quá trình giao dịch, luôn hoàn thành tốt các yêu cầu từ phía khách hàng và bên cạnh đó cần chủ động giới thiệu, tư vấn các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng và sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi cần thiết. Đồng thời, cán bộ giao dịch viên cần phải am hiểu và thường xuyên được đào tạo về kỹ năng bán hàng và cung cấp sản phẩm dịch vụ.

**4.3. Đẩy mạnh đầu tư tín dụng an toàn nhằm sử dụng có hiệu quả nguồn vốn huy động**

Cần chú trọng việc tăng trưởng dư nợ phải đi đôi với nâng cao chất lượng tín dụng. Để giảm

thiếu rủi ro, cần phải sử dụng nhiều biện pháp thực hiện tốt công tác kiểm tra trước, trong và sau khi cho vay; sử dụng nhiều hình thức bảo đảm tiền vay; cơ cấu dư nợ hợp lý,... Đồng thời thường xuyên triển khai phân tích tài chính, đánh giá và phân loại khách hàng để từ đó lựa chọn khách hàng đầu tư có hiệu quả.

#### **4.4. Cải tiến bộ phận chăm sóc khách hàng**

Triển khai Dự án Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) để tiếp cận và thực hiện việc chăm sóc khách hàng, cung cấp và quảng bá sản phẩm dịch vụ huy động kết hợp bán chéo các sản phẩm khác theo hướng một ngân hàng hiện đại. Xây dựng hệ thống Contact center (trung tâm hỗ trợ khách hàng), giúp khách hàng được tư vấn từ xa, đây cũng là công cụ để ngân hàng thu thập thông tin khách hàng, từ đó có thể nghiên cứu tâm lý khách hàng theo mỗi phân đoạn thị trường và phân khúc khách hàng, cuối cùng là chăm sóc khách hàng tốt nhất, như: giới thiệu các dịch vụ mới cho khách hàng, tư vấn các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, các chương trình khuyến mãi của ngân hàng, gửi thư cảm ơn, chúc mừng khách hàng,...

#### **4.5. Quảng cáo xây dựng hình ảnh thương hiệu**

- Nâng cao hiệu quả quảng bá thương hiệu thông qua các phương tiện thông tin đại chúng và hoạt động tài trợ các sự kiện văn hóa thể thao trong nước và quốc tế. Bên cạnh đó, cũng nên tăng cường thêm các hoạt động xã hội nhằm quảng bá rộng rãi hình ảnh, thương hiệu, sự ảnh hưởng của ngân hàng đối với xã hội,... thông qua đó nâng cao uy tín thương hiệu của ngân hàng trong lòng khách hàng.

#### **4.6. Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn tiền gửi đặc biệt là nguồn vốn trung - dài hạn**

Với các khoản tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngắn, ngân hàng nên đưa ra lãi suất thấp nhưng

trong thời kỳ khan hiếm vốn có thể huy động với mức lãi suất cao hơn, với tiền gửi có kỳ hạn dài huy động với lãi suất cao để khuyến khích khách hàng gửi tiền dài hạn. Trường hợp khách hàng cần tiền ngay chi nhánh cũng đảm bảo chi trả cho khách hàng nhưng nên áp dụng mức lãi suất không kỳ hạn cho khách hàng. Ngân hàng cũng tạo ra sự tiện lợi cho khách hàng bằng cách đa dạng hóa hình thức gửi tiền. Khách hàng có thể gửi tiền bằng tiền mặt, bằng chuyển khoản, bằng séc, ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi nhưng khi công nghệ phát triển, ngân hàng nên áp dụng các hình thức gửi tiền bằng những giao dịch qua ATM, qua tiện ích: Mobile banking, Internet banking,... Từ khía cạnh đã đề cập như trên có thể tham khảo thêm một số hình thức huy động vốn tiền gửi mới để tăng tổng nguồn vốn tiền gửi, đặc biệt là tiền gửi trung và dài hạn, đồng thời cải thiện được cơ cấu tăng một cách hợp lý.

#### **5. Kết luận**

Huy động vốn là nhân tố có tính quyết định trong hoạt động kinh doanh của NHTM, cũng như có vai trò quan trọng trong các hoạt động kinh doanh của khách hàng và nền kinh tế. Chính vì vậy, quản lý công tác huy động vốn ở các NHTM phải được đề cao. Đánh giá công tác huy động vốn có thể thông qua hàng loạt các chỉ tiêu khác nhau, cả các chỉ tiêu về huy động vốn và chỉ tiêu quản lý huy động vốn. Đối với các NHTM hoạt động trong khu vực nông thôn, phải có sự linh hoạt nhất định về công cụ huy động và lãi suất huy động, các thủ tục sổ sách có liên quan cần có sự đơn giản, phù hợp với trình độ dân trí của cư dân nông thôn. Bên cạnh đó, ngân hàng cần chú ý bồi dưỡng nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trong đó chú trọng bồi dưỡng năng lực chuyên môn, tư cách đạo đức và tính chuyên nghiệp ■

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Lý Hoàng Ánh (2006). *Ngân hàng thương mại*. Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
2. Nguyễn Ngọc Anh (2017). Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội - Chi nhánh Thanh Hóa. *Tạp chí Công Thương*, số 3, tháng 3/2017.
3. Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng hải Việt Nam (2020), *Báo cáo tài chính của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng hải Việt Nam giai đoạn 2017 - 2020*.

4. Trịnh Thế Cường (2015). Giải pháp nâng cao hoạt động huy động vốn của Agribank. *Tạp chí Tài chính*, số 615, trang 8-15.
5. Trịnh Thế Cường (2015). Huy động vốn tại Agribank Trảng An và một số vấn đề đặt ra. *Tạp chí Tài chính*, số 609, trang 11-18.
6. Nguyễn Đăng Dờn (2014). *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại hiện đại*. Nhà xuất bản Đại học Quốc gia, TP. Hồ Chí Minh.

**Ngày nhận bài: 13/3/2022**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/3/2022**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022**

*Thông tin tác giả:*

**1. TS. PHAN QUAN VIỆT<sup>1</sup>**

**2. HOÀNG THỊ THƠM<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

<sup>2</sup>Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng hải Việt Nam

Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh - Phòng Giao dịch Thủ Đức

## **IMPROVING THE CAPITAL MOBILIZATION FROM INDIVIDUAL CUSTOMERS AT MSB - HO CHI MINH CITY BRANCH - THU DUC TRANSACTION OFFICE**

● Ph.D PHAN QUAN VIET<sup>1</sup>

● HOANG THI THOM<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Ho Chi Minh City University of Technology

<sup>2</sup>Vietnam Maritime Commercial Joint Stock Bank,  
Ho Chi Minh City Branch - Thu Duc Transaction Office

### **ABSTRACT:**

Capital mobilization is one of the activities that commercial banks pay attention to as it generates the necessary capital for other banking activities and it is the basis for the credit growth and the solvency of banks. Capital mobilization also affects the bank's competitiveness, position and reputation in the market. Regarding to the important role of capital and capital structure of a bank, and the current situation of Vietnam Maritime Commercial Joint Stock Bank (MSB) - Ho Chi Minh City Branch - Thu Duc Transaction Office, this paper is to improve the capital mobilization from individual customers at MSB - Ho Chi Minh City Branch - Thu Duc Transaction Office

**Keywords:** deposit mobilization, individual customers, MSB Ho Chi Minh Branch - Thu Duc Transaction Office.