



NHÂN TỔ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH GỬI TIỀN CÁ NHÂN DƯỚI GÓC ĐỘ KINH TẾ VÀ SỰ ĐIỀU CHỈNH CỦA LUẬT NGÂN HÀNG

TRƯƠNG THỊ TUYẾT MINH, NGUYỄN THỊ NGỌC

Nghiên cứu này tổng hợp các nhân tố chính ảnh hưởng đến quyết định gửi tiền của khách hàng cá nhân bao gồm: "Thương hiệu ngân hàng", "Chính sách lãi suất", "Sự tiện lợi", "Chất lượng dịch vụ", "Chính sách khuyến mãi" và "Đội ngũ nhân viên". Đây là cơ sở để các ngân hàng xây dựng chiến lược phân bổ nguồn lực hiệu quả trong việc mở rộng mạng lưới khách hàng và giữ chân khách hàng hiện hữu. Bên cạnh đó, đối chiếu, phân tích các quy định liên quan trong pháp luật ngân hàng, nhận diện những hạn chế, khoảng trống của pháp luật, nghiên cứu này đưa ra các đề xuất nhằm hoàn thiện các quy định pháp luật về nhận tiền gửi.

Từ khóa: Nhân tố ảnh hưởng, quyết định gửi tiền, khách hàng cá nhân, ngân hàng thương mại

FACTORS INFLUENCING PERSONAL DEPOSIT DECISIONS FROM AN ECONOMIC PERSPECTIVE AND BANKING LAW ADJUSTMENTS

Truong Thi Tuyet Minh, Nguyen Thi Ngoc

This study synthesizes the key factors influencing individual customers' decisions to deposit money, including "Bank's Brand", "Interest Rate Policies", "Convenience", "Service Quality", "Promotional Policies", and "Staff Competence". This forms the basis for banks to develop effective resource allocation strategies in expanding their customer base and retaining existing customers. Additionally, by comparing and analyzing relevant provisions in banking laws, identifying limitations and gaps, this research proposes recommendations to enhance legal regulations concerning deposit-taking.

Keywords: Influencing factors, deposit decision, personal customers, commercial banks

Ngày nhận bài: 8/5/2024

Ngày hoàn thiện biên tập: 24/5/2024

Ngày duyệt đăng: 3/6/2024

Giới thiệu

Kinh tế học pháp luật là việc áp dụng các lý thuyết kinh tế vào phân tích luật, sử dụng các khái niệm kinh tế để giải thích quy phạm pháp luật, dự báo sự ảnh hưởng của pháp luật và đánh giá hiệu quả kinh tế của việc áp dụng pháp luật. Kinh tế học pháp luật, mặc dù, đã được khởi xướng từ những năm 1789, 1827, 1830 (Kaplow và Shavell, 2002), nhưng phải đến những năm 1960, 1970 mới tiếp tục

phát triển bởi Coase's (1960) với định đề về ảnh hưởng ngoại biên và trách nhiệm pháp lý, Becker's (1968) với khung lý thuyết về tội phạm và tính thực thi của pháp luật, Posner's (1972) với các nghiên cứu về kinh tế học pháp luật và đạt được những kết quả có tầm ảnh hưởng lớn. Bài viết này sử dụng một số lý thuyết kinh tế và công cụ phân tích của kinh tế học về nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của người gửi tiền trong phạm vi nghiên cứu khoanh vùng, nhằm lý giải cho những tác động của kinh tế, xã hội tới những quy định trong pháp luật ngân hàng.

Cơ sở lý thuyết

Lý thuyết trò chơi trong lĩnh vực kinh tế được khởi xướng bởi John Von Neuman (Kuhn và Tucker, 1958). Sau đó ông và Oskar Morgenstern viết tác phẩm "Theory of games and economics behavior" (Lý thuyết trò chơi và hành vi kinh tế), đã hình thành nên sơ bộ lý thuyết trò chơi trong kinh tế học. Lý thuyết được tiếp tục phát triển bởi nhiều nhà kinh tế học sau đó, nhưng nổi bật nhất phải kể đến John Harsanyi (2004), Reinhard Selten và nhà toán học John Nash. Nội dung chủ đạo của lý thuyết: cách lựa chọn hành vi tối ưu khi chi phí và lợi ích của mỗi lựa chọn là không cố định mà phụ thuộc vào lựa chọn của các cá nhân khác (sự phỏng đoán hành động tối ưu của một người duy lý). Từ nội dung này, xuất hiện điểm cân bằng Nash. Cân bằng Nash là cân bằng được tạo ra với những chiến lược phản ứng tốt nhất của tất cả người chơi.

Lý thuyết này khẳng định, nhiệm vụ của pháp luật trong việc xác định chắc chắn và tạo ra cơ chế

hiệu quả để bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền, phòng chống các rủi ro với người gửi tiền. Đồng thời, lý thuyết được sử dụng trong việc chứng minh các nội dung của quy định pháp luật về bảo hiểm tiền gửi, quy định các nghĩa vụ của NHTM trong thiết lập quy trình bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền là một trong những yếu tố tác động, chi phối đến quyết định của người gửi tiền.

Lý thuyết lựa chọn với nội dung nổi bật về chi phí cơ hội. Nội dung chủ đạo của lý thuyết: chi phí cơ hội đại diện cho những lợi ích mà một cá nhân, nhà đầu tư hoặc doanh nghiệp bỏ lỡ khi lựa chọn phương án này thay vì lựa chọn phương án khác. Lý thuyết được sử dụng trong việc phân tích hiệu quả kinh tế, xã hội của các quy định về lãi suất và điều hành lãi suất tiền gửi của Ngân hàng Nhà nước. Theo đó, nếu lãi suất tiền gửi không phù hợp với các điều kiện phát triển kinh tế và tỷ lệ lạm phát, thì khoảng cách giữa chi phí cơ hội của khoản tiền gửi với các hoạt động đầu tư khác sẽ rất cao. Điều này có thể làm suy giảm, ảnh hưởng đến chức năng huy động của các ngân hàng thương mại. Như vậy, nếu quy định về lãi suất phù hợp với quy luật cung cầu vốn trong nền kinh tế, thì NHTM sẽ thực hiện tốt chức năng của nó. Điều này sẽ đem lại lợi ích không chỉ cho các bên chủ thể của giao dịch nhận tiền gửi, mà còn cho tổng thể nền kinh tế.

Lý thuyết thông tin bất đối xứng được nghiên cứu bởi George Akerlof (1970) trong công trình "Thị trường đối với hàng kém phẩm: sự không chắc chắn của chất lượng và cơ chế của thị trường", Michael Spence (1973) trong công trình "Cơ chế phát tín hiệu trong thị trường việc làm", Joseph Stiglitz (1976) trong tác phẩm "Trạng thái cân bằng trong thị trường bảo hiểm cạnh tranh: luận về kinh tế học của thông tin không hoàn hảo" và Stiglitz (1981) "Hạn chế tín dụng trong thị trường với thông tin không hoàn hảo". Nội dung cơ bản của lý thuyết là chỉ ra 2 hệ quả của trạng thái không tương xứng trong cơ cấu thông tin được nắm giữ bởi các chủ thể trong một giao dịch. Sự chênh lệch từ mức độ nắm giữ thông tin của các chủ thể tạo ra: (i) sự lựa chọn bất lợi (adversed option) và (ii) rủi ro đạo đức (moral hazard), xuất hiện ở trước và trong khi giao dịch đang diễn ra.

Lý thuyết được sử dụng trong việc chứng minh: việc yêu cầu các NHTM công khai lãi suất, công khai tham gia bảo hiểm tiền gửi, công khai các quyền của người gửi tiền là hết sức cần thiết và cần được quy định trong pháp luật ngân hàng. Điều này đóng vai trò "phát tín hiệu" để tránh "lựa chọn bất lợi" của

người gửi tiền. Nội dung lý thuyết cho phép giả định: để các NHTM thực hiện tốt sứ mệnh là kênh dẫn truyền vốn lớn nhất trong nền kinh tế, thì các quy định pháp luật cần quy định rõ hơn các biện pháp, cơ chế nhằm bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền. Điều này có thể tăng sức cạnh tranh của NHTM trong bối cảnh các kênh huy động vốn trong dân cư gia tăng với số lượng lớn, nhưng thiếu cơ chế bảo vệ của pháp luật.

Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định gửi tiền

Có nhiều nhân tố tác động đến quyết định gửi tiền của khách hàng cá nhân, trong đó, tác giả đã nghiên cứu các công trình đã công bố và tìm thấy 6 nhân tố được nhắc đến phổ biến như sau:

- Thương hiệu ngân hàng: Nhân tố này có tác động tích cực đến quyết định gửi tiền của các cá nhân được chứng minh trong nghiên cứu của Jaber và Manasrah (2017), Krisnanto (2011).

- Chính sách lãi suất có ảnh hưởng quan trọng đến quyết định gửi tiền. Khách hàng thường có xu hướng chọn ngân hàng có lãi suất cao để gửi tiền. Một trong các nghiên cứu về vấn đề này được kể đến như nghiên cứu của Vazifehdoost và Mohammadi (2015).

- Sự tiện lợi: Mối quan hệ giữa sự tiện lợi với quyết định gửi tiền được tìm thấy trong nghiên cứu của Vazifehdoost và Mohammadi (2015), Krisnanto (2011).

- Chất lượng dịch vụ: Theo nghiên cứu của Jaber và Manasrah (2017), chất lượng dịch vụ càng cao thì càng thỏa mãn tốt nhu cầu khách hàng và tác động tích cực đến lựa chọn của khách hàng.

- Chính sách khuyến mãi: Chính sách khuyến mại càng tốt thì càng thu hút khách hàng sử dụng sản phẩm của ngân hàng. Mối quan hệ này đã được chỉ ra trong bài viết "Customer Satisfaction towards ATM Services: A Case of Vietcombank Vinh Long, Vietnam" của Hà Nam Khánh Giao (2019).

- Đội ngũ nhân viên: Nghiên cứu của Krisnanto (2011) đã chứng minh chất lượng của đội ngũ nhân viên có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định gửi tiền của khách hàng cá nhân.

Thảo luận và đề xuất

Trong khuôn khổ nghiên cứu này, các ngân hàng có thể khuyến khích hoạt động gửi tiền của các cá nhân một cách hiệu quả thông qua việc ưu tiên phân bổ nguồn lực của mình cho các hoạt động liên quan đến Chính sách khuyến mại, Đội ngũ nhân viên, Sự tiện lợi, Thương hiệu ngân hàng, Chính sách lãi suất và Chất lượng dịch vụ. Cụ thể:



Về bản chất, các chính sách khuyến mại tác động đến lãi tiền gửi. Cùng với lãi suất, chính sách khuyến mãi đóng vai trò tích cực trong việc thu hút khách hàng cá nhân gửi tiền. Lãi tiền gửi là giá của vốn mà người gửi tiền được hưởng. Hiện nay, quy định pháp luật không can thiệp trực tiếp vào lãi suất trong hoạt động nhận tiền gửi. Hướng tới mục tiêu đưa lãi suất trở thành giá của một hàng hóa đặc biệt (tiền tệ) trên thị trường, Ngân hàng Nhà nước không can thiệp vào điều hành lãi suất trực tiếp như trước kia, mà chỉ gián tiếp điều tiết lãi suất huy động vốn trên thị trường thông qua 5 công cụ là (i) Tái cấp vốn; (ii) Tỷ giá hối đoái; (iii) Nghiệp vụ thị trường mở; (iv) Dữ trữ bắt buộc; (v) Lãi suất.

Điều 12 Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định: “Trong trường hợp thị trường tiền tệ có diễn biến bất thường, Ngân hàng Nhà nước quy định cơ chế điều hành lãi suất áp dụng trong quan hệ giữa các tổ chức tín dụng với nhau và với khách hàng, các quan hệ tín dụng khác”. Đây là trường hợp ngoại lệ, cho phép Ngân hàng nhà nước được quyền can thiệp vào lãi suất giữa NHTM với người gửi tiền.

Nhìn chung, sự không can thiệp trực tiếp vào lãi suất nhận tiền gửi như quy định hiện nay, theo nhóm tác giả là phù hợp với bản chất của quan hệ tín dụng và xu hướng chung. Việc can thiệp trực tiếp bằng quy định trần lãi suất sẽ đi ngược với xu thế chung và có thể tạo ra khoảng cách lớn giữa chi phí cơ hội của giá vốn tiền gửi với tiền sử dụng vào mục đích đầu tư chứng khoán, bất động sản và các hành vi đầu cơ khác. Quy định hiện hành, được đánh giá là tương thích với tình hình, mức độ phát triển kinh tế của Việt Nam.

Các yếu tố chất lượng dịch vụ, sự tiện lợi, đội ngũ nhân viên đều liên quan đến mức độ hài lòng, sự yên tâm của người gửi tiền đối với (i) Tài sản của họ (tiền gửi) và (ii) Dịch vụ do ngân hàng cung cấp. Nhiệm vụ của pháp luật là ghi nhận những nhu cầu cơ bản này. Các trụ cột xoay quanh những nhu cầu này bao gồm: (a) Tính an toàn của tiền gửi; (b) Tính tiện lợi về thời gian và địa điểm thực hiện giao dịch; (c) cơ chế dự phòng: được bảo hiểm số tiền gửi.

Dưới góc độ pháp lý, một hệ thống quy phạm về bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền đã được pháp luật ngân hàng quy định để triển khai các trụ cột nêu trên. Điều 10 Luật Các tổ chức tín dụng 2010 (được sửa đổi, bổ sung năm 2017) quy định các nghĩa vụ của tổ chức tín dụng bao gồm: (i) Phải tham gia bảo hiểm tiền gửi và công bố công khai việc tham gia bảo hiểm tiền gửi tại trụ sở chính và chi nhánh; (ii) Tạo thuận lợi cho khách hàng gửi và

rút tiền, bảo đảm thanh toán đủ, đúng hạn gốc và lãi của các khoản tiền gửi; (iii) Từ chối việc điều tra, phong tỏa, cầm giữ, trích chuyển tiền gửi từ bên thứ ba ngoại trừ một số trường hợp nhất định hoặc được sự đồng ý của chủ tài khoản tiền gửi; (iv) Công khai lãi suất tiền gửi, các quyền, nghĩa vụ của khách hàng đối với từng loại sản phẩm; (v) Công bố thời gian giao dịch chính thức và không được tự ý ngừng giao dịch vào thời gian đã công bố.

Đối với hình thức tiền gửi tiết kiệm (chiếm tỷ trọng cao trong hoạt động gửi tiền) mà người gửi tiền là cá nhân, ngoài các nguyên tắc trên, pháp luật còn quy định NHTM phải có nghĩa vụ:

- Tự ban hành quy định nội bộ cụ thể về từng hình thức tiền gửi tiết kiệm nhằm đảm bảo an toàn tài sản cho người gửi tiền và an toàn hoạt động cho tổ chức tín dụng. Trong đó, các nội dung quy định tối thiểu phải có bao gồm: Nhận tiền gửi; Chi trả tiền gửi; Sử dụng tiền gửi tiết kiệm làm tài sản bảo đảm; Chuyển giao quyền sở hữu tiền gửi; Nhận, chi trả tiền gửi bằng phương tiện điện tử; Xử lý các trường hợp rủi ro khác.

- Cung cấp ít nhất một biện pháp để người gửi tiền tra cứu tài khoản tiền gửi tiết kiệm.

- Công bố công khai thông tin về tiền gửi bao gồm: Lãi suất tiền gửi; Thủ tục giao nhận tiền gửi giữa ngân hàng và người gửi tiền; Các hình thức tiền gửi tiết kiệm; Biện pháp tra cứu; Xử lý rủi ro (mất, nhàu nát, rách thẻ tiết kiệm).

Về cơ chế dự phòng, Luật Bảo hiểm tiền gửi 2012 quy định, NHTM phải tham gia bảo hiểm tiền gửi. Việc tham gia này được thể hiện ở nghĩa vụ nộp phí bảo hiểm tiền gửi đầy đủ và đúng hạn đối với toàn bộ toàn bộ số dư tiền gửi bình quân của các loại tiền gửi được bảo hiểm tại tổ chức tham gia bảo hiểm tiền gửi. Luật Bảo hiểm tiền gửi cũng quy định nghĩa vụ của chi trả tiền bảo hiểm đầy đủ và đúng thời hạn cho người được bảo hiểm tiền gửi của Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam.

Nhìn chung, pháp luật ngân hàng đã có những quy định xuyên suốt từ Luật Các tổ chức tín dụng, Luật Bảo hiểm tiền gửi để đảm bảo ghi nhận các nhu cầu của người gửi tiền. Luật Bảo hiểm tiền gửi quy định rõ quyền và nghĩa vụ của các bên trong quan hệ bảo hiểm tiền gửi, xác định rõ phí bảo hiểm tiền gửi và các chế tài tương ứng mức độ vi phạm.

Đối với tính an toàn của tiền gửi và mức độ tiện lợi, theo nhóm tác giả, luật dành nhiều sự tự chủ khi quy định cho phép ngân hàng tự xây dựng quy trình nội bộ nhằm đảm bảo an toàn cho tiền gửi của khách hàng và an toàn hoạt động ngân hàng. Tuy nhiên, quy định cụ thể để xác



định nguyên tắc nêu trên hiện nay vẫn chưa hoàn thiện, còn khá nhiều khoảng trống về nội dung này. Nhiều vụ tranh chấp về nhận tiền gửi trong thời gian qua cho thấy các hành vi vi phạm rất đa dạng, có thể xuất phát từ nhiều khâu, nhiều bộ phận khác nhau của ngân hàng. Khi quyền lợi của người gửi tiền có thể bị xâm phạm từ những lỗ hổng này, thì quy định cho phép ngân hàng tự xây dựng quy trình nội bộ về các nội dung này, theo nhóm tác giả, là chưa phù hợp. Về vấn đề này, Ngân hàng Nhà nước cần có các quy định nội bộ mẫu, làm cơ sở cho các ngân hàng xây dựng quy định nội bộ riêng, phù hợp với điều kiện hoạt động kinh doanh của mình. Trong quy định mẫu, cần thiết, tích hợp các nội dung về quy trình mẫu, kết nối giữa các quy trình, chế độ kiểm soát chéo của các bộ phận trong ngân hàng nhằm bảo vệ an toàn tiền gửi của khách hàng và quyền lợi của người gửi tiền nói chung.

Về nghĩa vụ công khai thông tin của ngân hàng trên cơ sở lý thuyết bất cân xứng thông tin, luật có quy định các thông tin tối thiểu mà ngân hàng phải thông báo công khai. Đồng thời, tồn tại các chế tài đối với hành vi không công bố hoặc công bố thiếu thông tin. Tuy nhiên, các chế tài này, theo nhóm tác giả: Chưa đầy đủ các hành vi vi phạm; Chưa đủ sức răn đe; Chưa tương xứng với các mức độ, hậu quả vi phạm.

Trên thực tế, một số NHTM thực hiện công khai các thông tin tối thiểu như quy định, nhưng mức độ thông tin khá chung chung, không cụ thể, không thực sự đáp ứng đúng tinh thần của nghĩa vụ công bố thông tin như Điều 12 Luật Các tổ chức tín dụng. Tuy nhiên, dưới góc độ pháp luật, trường hợp này không cấu thành hành vi vi phạm pháp luật ngân hàng. Vì vậy, Luật cần: Dự liệu các hành vi vi phạm nhiều hơn trên cơ sở khảo sát thực tế các vụ tranh chấp về nhận tiền gửi, các bản án tín dụng ngân hàng; Đa dạng hóa các biện pháp xử phạt hành chính trong lĩnh vực tiền tệ, hoạt động ngân hàng; Nâng cao mức xử phạt để đảm bảo sức răn đe, phòng ngừa hành vi vi phạm trong hoạt động ngân hàng.

Yếu tố thương hiệu ngân hàng là biểu hiện của sự tín nhiệm của người gửi tiền đối với một NHTM. Dưới góc độ pháp lý, đã có các quy định dựa trên những tiêu chí định lượng và định tính để đánh giá tình hình hoạt động của NHTM. Trong đó: Nhóm chỉ tiêu định lượng đo lường mức độ lành mạnh hoạt động ngân hàng trên cơ sở số liệu hoạt động của ngân hàng; Nhóm chỉ tiêu định tính đo lường mức độ tuân thủ các quy định pháp luật của ngân

hàng. Hệ thống tiêu chí được sử dụng để đánh giá, xếp hạng một ngân hàng bao gồm: (i) vốn; (ii) chất lượng tài sản; (iii) quản trị điều hành ngân hàng; (iv) kết quả hoạt động kinh doanh; (v) khả năng thanh khoản; (vi) mức độ nhạy cảm với rủi ro thị trường. Định kỳ hàng năm, Ngân hàng Nhà nước trên cơ sở các tài liệu, báo cáo tài chính, số liệu do ngân hàng cung cấp, kết quả giám sát, kiểm tra, thanh tra của Ngân hàng Nhà nước, kết quả kiểm toán của công ty kiểm toán độc lập, để tính điểm với từng tiêu chí và thực hiện việc xếp hạng ngân hàng theo các mức A, B, C, D, E.

Tuy nhiên, việc xếp hạng ngân hàng, hiện nay, được xác định chủ yếu cho mục tiêu quản lý nhà nước của Ngân hàng Nhà nước mà chưa hoàn toàn dựa trên phương diện tiếp cận của người gửi tiền. Điều 23 Thông tư số 52/2018/TT-NHNN, ngày 31/12/2018 về xếp hạng tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài quy định: “Tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài không được cung cấp kết quả xếp hạng cho bên thứ ba... dưới bất kỳ hình thức nào”. Điều này có nghĩa là ngân hàng không được cung cấp về hạng mức tín nhiệm của mình khi người gửi tiền có yêu cầu. Theo nhóm tác giả, điều này chưa phù hợp với nhu cầu của người gửi tiền. Tiếp cận thông tin về xếp hạng tổ chức tín dụng là một quyền và là nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của người gửi tiền. Do vậy, việc công khai thông tin này hoàn toàn phù hợp với lý thuyết bất đối xứng thông tin để hạn chế “sự lựa chọn bất lợi” của người gửi tiền và phù hợp với đặc tính tín nhiệm trong hoạt động tín dụng ngân hàng.

Tài liệu tham khảo:

1. Chính phủ, Nghị định số 88/2019/NĐ-CP ngày 14/11/2019 quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực tiền tệ và hoạt động ngân hàng;
2. Chính phủ, Nghị định số 143/2021/NĐ-CP ngày 01/01/2022 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 88/2019/NĐ-CP ngày 14/11/2019 quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực tiền tệ và hoạt động ngân hàng;
3. Ngân hàng Nhà nước, Thông tư số 48/2018/TT-NHNN ngày 31/12/2018 quy định về tiền gửi tiết kiệm; Thông tư số 52/2018/TT-NHNN ngày 31/12/2018 quy định xếp hạng tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài;
4. Giao, H. (2019). Customer Satisfaction towards ATM Services: A Case of Vietcombank Vinh Long, Vietnam. SSRN Electronic Journal, 6, 141–148. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no1.141>.

Thông tin tác giả:

TS. Trương Thị Tuyết Minh

Khoa Luật Thương Mại, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

ThS. Nguyễn Thị Ngọc

Khoa Quản Trị, Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh

Email: tttminh@hcmulaw.edu.vn