

Chủ biên: PGS.TS. Nguyễn Kim Anh

SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH VI MÔ: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN



**NHÓM CÔNG TÁC
TÀI CHÍNH VI MÔ VIỆT NAM**

Báo cáo này thuộc bản quyền của Trung tâm Tư vấn Nguồn lực Tài chính vi mô Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa (*tiền thân là Nhóm Công tác Tài chính vi mô Việt Nam-VMFWG*). Việc sao chép một phần hoặc tái bản Báo cáo nghiên cứu này chỉ được thực hiện khi có sự đồng ý chính thức bằng văn bản của Trung tâm Tư vấn Nguồn lực Tài chính vi mô Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa (VMFWG) trước khi thực hiện sao chép hoặc tái bản. Báo cáo nghiên cứu này được hoàn thành bởi sự hợp tác của Nhóm tác giả nghiên cứu gồm PGS.TS. Nguyễn Kim Anh, ThS. Nguyễn Hồng Hạnh, TS. Phí Trọng Hiền, ThS. Dương Thị Ngọc Linh, ThS. Nguyễn Thị Tuyết Mai, ThS. Phan Cử Nhân và PGS.TS. Lê Thanh Tâm, với nguồn hỗ trợ tài chính của Quỹ Citi – Ngân hàng Citi, tổ chức ADA. Các ý kiến trong Báo cáo mang tính chất độc lập, không phản ánh quan điểm của VMFWG và các nhà tài trợ.

Quỹ Citi

Citi Foundation



Quỹ Citi hỗ trợ trao quyền kinh tế và tài chính cho người nghèo, người có thu nhập thấp trong cộng đồng trên địa bàn hoạt động của Citi. Chúng tôi cộng tác với một số đối tác để thiết kế và thử nghiệm các sáng kiến dành cho người nghèo, hỗ trợ hoạt động xây dựng kiến thức và năng lực lãnh đạo. Thông qua phương pháp tiếp cận “Hơn cả nhân đạo”, chúng tôi đặt sức mạnh của các nguồn lực kinh doanh của Citi và chúng tôi cùng làm việc để tăng cường đầu tư nhân đạo và cải thiện cộng đồng. Để biết thêm thông tin xin truy cập trang web <http://www.citigroup.com/citi/foundation/index.htm>

Tổ chức quốc tế ADA



ADA là một tổ chức phi chính phủ đến từ Luxembourg hoạt động để thúc đẩy tài chính cho người nghèo trên toàn thế giới. ADA tin rằng tăng cường khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính cho người nghèo có thể cải thiện lâu dài cho điều kiện sống của họ. Vì vậy, ADA cung cấp các dịch vụ tài chính chuyên nghiệp cho người nghèo nhằm giúp đỡ khoảng 2,5 triệu người trưởng thành không nằm trong hệ thống tài chính thông thường tự cung cấp và đáp ứng tương xứng các nhu cầu cuộc sống của chính mình. Tổ chức đã và đang phát triển các dịch vụ và sản phẩm tài chính hiệu quả với mục tiêu chống lại đói nghèo trong suốt 20 năm qua. ADA ưu tiên hỗ trợ và đào tạo các đơn vị tham gia lĩnh vực tài chính cho người nghèo ở các nước đang phát triển hơn là giúp đỡ. Điều này có ý nghĩa tôn trọng đối với quyền tự chủ của họ và mang đến những công cụ cần thiết mà họ cần để xây dựng tương lai của chính họ. ADA nỗ lực tạo ra một ngành tài chính cho người nghèo hiệu quả, bền vững và mang tính xã hội cao. Tất cả các sáng kiến của tổ chức đều nhằm thúc đẩy tính minh bạch và sự chặt chẽ trong lĩnh vực này. ADA hỗ trợ việc thực hiện các công cụ/phương thức đo lường hiệu quả xã hội và tính minh bạch cũng như ngăn chặn việc mắc nợ. ADA phấn đấu trở thành một đối tác đáng tin cậy để hỗ trợ sự phát triển mang tính tự chủ của những người bị loại trừ khỏi các dịch vụ tài chính thông thường.

Trung tâm Tư vấn Nguồn lực Tài chính vi mô Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa



Trung tâm Tư vấn Nguồn lực Tài chính vi mô Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa là một tổ chức dành cho các nhà thực hành tài chính vi mô để có diễn đàn chia sẻ kinh nghiệm, giải quyết các vấn đề khó khăn và đưa tiếng nói của ngành tài chính vi mô đến với các nhà hoạch định chính sách. Để biết thêm thông tin xin truy cập trang web <http://www.microfinance.vn>

NHÓM CÔNG TÁC TÀI CHÍNH VI MÔ VIỆT NAM (VMFWG)

SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH VI MÔ: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN

Chủ biên:

PGS.TS. Nguyễn Kim Anh

Thành viên tham gia:

ThS. Nguyễn Hồng Hạnh

TS. Phí Trọng Hiển

ThS. Dương Thị Ngọc Linh

ThS. Nguyễn Thị Tuyết Mai

ThS. Phan Cử Nhân

PGS.TS. Lê Thanh Tâm

HÀ NỘI, 2017

LỜI CẢM ƠN

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn những nỗ lực chia sẻ, hỗ trợ thông tin và thời gian quý báu của các tổ chức, cá nhân đã dành cho chúng tôi trong quá trình thực hiện Báo cáo nghiên cứu.

Với những thông tin, phân tích, đánh giá của Báo cáo nghiên cứu, chúng tôi hy vọng có thể tạo ra được bức tranh tổng thể về quá trình phát triển, những khó khăn, vướng mắc cũng như những bài học được đúc kết và rút ra trong quá trình chuyển đổi thành công của 03 tổ chức tài chính vi mô chính thức với mục tiêu truyền tải những kinh nghiệm đến các tổ chức, các chương trình - dự án tài chính vi mô có động lực chuyển đổi. Chúng tôi cũng mong muốn với các kiến nghị, đề xuất tại Báo cáo sẽ truyền tải được sự chủ động, những kinh nghiệm trong việc xây dựng chương trình, kế hoạch chuyển đổi, lộ trình triển khai cụ thể, khả thi, tiết kiệm chi phí các nguồn lực trong quá trình chuyển đổi tới các tổ chức, các chương trình - dự án tài chính vi mô có mong muốn chuyển đổi để qua đó tạo đà cho việc phát triển hoạt động tài chính vi mô tại Việt Nam. Những kinh nghiệm, kết quả và đề xuất, kiến nghị tại Báo cáo hy vọng sẽ đem lại những giá trị ứng dụng vào thực tiễn. Kết quả nghiên cứu có thể là tư liệu hữu ích phục vụ cho công tác nghiên cứu, là tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà thực hành tài chính vi mô, các nhà hoạch định chính sách và các Cơ quan quản lý Nhà nước.

Chúng tôi trân trọng gửi lời cảm ơn tới Quý vị đại biểu tham dự và đóng góp ý kiến Dự thảo Báo cáo nghiên cứu trao đổi tại Hội thảo “Tài chính toàn diện tại Việt Nam: cơ hội thách thức” ngày 12 tháng 12 năm 2016 tại Hà Nội. Những gợi ý, nội dung phản biện hữu ích đã được Nhóm nghiên cứu sử dụng để nâng cao chất lượng báo cáo và những kiến nghị trở nên thực tiễn hơn.

Lời cảm ơn chân thành của nhóm nghiên cứu cũng xin gửi tới các tổ chức tài chính vì mô đã cung cấp thông tin khảo sát điều tra về tổ chức và khách hàng, đặc biệt tới TCTCVM Tỉnh Thương TYM và TCTCVM Thanh Hóa. Chúng tôi cũng gửi lời tri ân sâu sắc tới phần đóng góp ý kiến của các phản biện để bài nghiên cứu được hoàn thiện hơn, cũng như sự đóng góp của ThS. Nghiêm Văn Sơn – Phó Vụ trưởng Vụ Thanh toán, và ông Lê Văn Tuyên – Trưởng phòng Vụ Thanh toán, NHNN trong việc hỗ trợ cung cấp thông tin hữu ích về tài chính toàn diện tại Việt Nam.

Cuối cùng, chúng tôi bày tỏ sự cảm ơn tới các đơn vị tài trợ: **Quỹ Citi – Ngân hàng Citibank Việt Nam; tổ chức ADA** đã khuyến khích, hỗ trợ tài chính để Nhóm nghiên cứu khởi động ý tưởng và hoàn thiện Báo cáo nghiên cứu.

**Thay mặt Nhóm nghiên cứu
Chủ biên**

PGS.TS. Nguyễn Kim Anh

LỜI GIỚI THIỆU

“Thành công (theo cả 2 nghĩa sâu rộng và bền vững) sẽ đến với những tổ chức xác định được nhận thức, nhu cầu và mong muốn của những người thu nhập thấp và đáp ứng cho họ thông qua việc thiết kế, truyền thông, đặt giá và cung cấp các dịch vụ mang tính cạnh tranh và phù hợp” (Kotler & Andreasen, 1996).

Các tổ chức tài chính vi mô (TCTCVM) trên thế giới và tại Việt Nam có thế mạnh về việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ phù hợp với khách hàng nghèo và thu nhập thấp, do tầm nhìn, chiến lược và phương thức hoạt động ngay từ khi bắt đầu hoạt động đã tập trung vào thị phần này. Tuy vậy, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, các dịch vụ tài chính số, ngân hàng đại lý, cũng như xu hướng và chiến lược phát triển tài chính toàn diện trên thế giới và Việt Nam, các thế mạnh này đã và đang dần trở thành các điểm yếu.

Trong bối cảnh đó, nghiên cứu này tập trung (i) hệ thống hóa các vấn đề lý thuyết và kinh nghiệm thực tiễn trên thế giới về sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô của TCTCVM; (ii) phân tích – đánh giá thực trạng các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô của các TCTCVM tại Việt Nam; từ đó (iii) đề xuất một số khuyến nghị để nâng cao chất lượng, đa dạng hóa, phát triển các sản phẩm này, phục vụ tốt hơn nhu cầu khách hàng, tận dụng các ưu thế của khoa học công nghệ, hướng tới hòa nhập các TCTCVM vào chiến lược tài chính toàn diện chung của quốc gia.

Nghiên cứu này được xuất bản dưới một số ấn phẩm khác nhau. Vào tháng 3/2017, ấn phẩm báo cáo tóm tắt các nội dung chính của báo cáo, với mục tiêu cung cấp tổng quan các vấn đề cốt yếu về sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô trên hai giác độ: thực trạng và giải pháp phát triển đã được xuất bản và công bố tại Hội nghị Tài chính toàn diện APEC 2017. Còn đây là bản báo cáo chính đầy đủ và chi tiết, được xuất bản sau khi có các nhận xét, đánh giá của các nhà khoa học, các tổ chức và cá nhân quản lý – hoạt động trong ngành TCVM, cũng như các nhà đầu tư, các nhà tài trợ quan tâm tới lĩnh vực này.

Trân trọng giới thiệu cùng quý độc giả ấn phẩm này.

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

ADB	Ngân hàng Phát triển Châu Á
BRAC	Ngân hàng Bangladesh
BRI	Ngân hàng Rakyat tại Indonesia
CEP	Quỹ trợ vốn cho người lao động nghèo tự tạo việc làm
CGAP	Nhóm tư vấn hỗ trợ những người nghèo nhất
CIDA	Cơ quan phát triển quốc tế Canada
COOP Bank	Ngân hàng hợp tác xã
GB	Ngân hàng Grameen
IFMR	Tổ chức từ thiện
INR	Đơn vị tiền tệ Rupees của Ấn Độ
KH	Khách hàng
M7-MFI	Tổ chức tài chính vi mô trách nhiệm hữu hạn M7
MFI	Tổ chức tài chính vi mô
NABARD	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Ấn Độ
NBFC	Công ty tài chính phi ngân hàng
NGOs	Tổ chức phi chính phủ
NH	Ngân hàng
NHCSXH	Ngân hàng chính sách xã hội

NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHPT	Ngân hàng phát triển
NHTM	Ngân hàng thương mại
ODA	Hỗ trợ phát triển chính thức
TCTC	Tổ chức tài chính
TCTCVM	Tổ chức Tài chính vi mô
TCTD	Tổ chức tín dụng
TCVM	Tài chính vi mô
TK	Tiết kiệm
TPHCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TYM	Tổ chức tài chính vi mô Tỉnh Thương
QTDND	Quỹ tín dụng nhân dân
RBI	Ngân hàng dự trữ Ấn Độ
VND	Việt Nam đồng

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	02
LỜI GIỚI THIỆU	04
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	05
CHƯƠNG 1. SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH VI MÔ: CƠ SỞ VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ	15
1.1. Các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô	15
1.1.1. Khái niệm	15
1.1.2. Phân loại	15
1.1.2.1. Phân loại tổng thể	15
1.1.2.2. Phân loại các sản phẩm dịch vụ tín dụng vi mô	17
1.1.3. Các điều kiện phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM	27
1.1.3.1. Các điều kiện thuộc về TCTCVM	27
1.1.3.2. Các điều kiện khách quan	30
1.2. Kinh nghiệm quốc tế về sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô	32
1.2.1. Kinh nghiệm về sản phẩm dịch vụ	32
1.2.1.1. Tín dụng	32
1.2.1.2. Huy động vốn	46
1.2.1.3. Thanh toán và chuyển tiền	55
1.2.1.4. Bảo hiểm vi mô	131
1.2.1.5. Các sản phẩm phi tài chính	141
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH VI MÔ TẠI VIỆT NAM: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ	147
2.1. Tín dụng	147
2.1.1. Phân tích thực trạng	147
2.1.2. Đánh giá	151
2.1.2.1. Các kết quả đạt được	151

2.1.2.2. Các hạn chế	155
2.1.2.3. Nguyên nhân của các hạn chế	156
2.2. Huy động vốn	157
2.2.1. Phân tích thực trạng	157
2.2.1.1. Phân tích thực trạng chung của sản phẩm huy động vốn đối với TCTCVM	157
2.2.1.2. Nghiên cứu tình huống: Phân tích thực trạng huy động vốn tại 03 TCTCVM chính thức	163
2.2.1.3. Phân tích thực trạng sản phẩm dịch vụ huy động vốn của các TCTCVM trên quan điểm khách hàng	177
2.2.2. Đánh giá	181
2.2.2.1. Các thành tựu/kết quả đạt được	181
2.2.2.2. Các hạn chế	182
2.2.2.3. Nguyên nhân của các hạn chế	183
2.3. Thanh toán và chuyển tiền	186
2.3.1. Phân tích thực trạng	186
2.3.2. Đánh giá	190
2.3.2.1. Những kết quả đạt được trong hoạt động thanh toán điện tử tại Việt Nam	190
2.3.2.2. Các hạn chế và nguyên nhân của các hạn chế	197
2.4. Bảo hiểm vi mô	201
2.4.1. Phân tích thực trạng	201
2.4.2. Đánh giá	210
2.5. Các sản phẩm phi tài chính	213

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ TCVM CHO TÀI CHÍNH TOÀN DIỆN	219
3.1. Định hướng và nhu cầu phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện	219
3.1.1. Định hướng phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện	219
3.1.2. Nhu cầu phát triển dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện	221
3.2. Giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện	222
3.2.1. Giải pháp đối với các nhà hoạch định chính sách	222
3.2.1.1. <i>Giải pháp chung</i>	222
3.2.1.2. <i>Giải pháp cụ thể nhằm phát triển từng sản phẩm</i>	223
3.2.2. Giải pháp đối với các tổ chức chính trị-xã hội và chính quyền địa phương	247
3.2.3. Giải pháp đối với các tổ chức TCVM	248
3.2.3.1. <i>Giải pháp chung</i>	248
3.2.3.2. <i>Giải pháp cụ thể nhằm phát triển từng sản phẩm</i>	250
3.2.4. Giải pháp đối với các tổ chức tín dụng quan tâm tới thị trường tài chính vi mô	252
3.2.4.1. <i>Giải pháp chung</i>	252
3.2.3.2. <i>Giải pháp cụ thể nhằm phát triển từng sản phẩm</i>	252
3.2.5. Giải pháp đối với các nhà tài trợ	254
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	255

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1	Các số liệu cơ bản về mô hình SHG tại Ấn Độ 2013 – 2015	50
Bảng 1.2	Các số liệu cơ bản về mô hình kết hợp SHG và BC(31/08/2015)	51
Bảng 1.3	Huy động vốn thông qua thị trường vốn tại các TCTCVM ở Ấn Độ	52
Bảng 1.4	Các loại hình thanh toán bán lẻ	72
Bảng 1.5	Phân loại các điểm/kênh tiếp cận cho thanh toán bán lẻ	111
Bảng 1.6	Các dịch vụ phi tài chính trên thế giới	142
Bảng 1.7	Chính sách và chương trình giáo dục tài chính tại châu Á	144
Bảng 2.1	Kết quả khảo sát chất lượng các sản phẩm vay vốn của các TCTCVM	153
Bảng 2.2	Số liệu vận hành tại TYM giai đoạn sau chuyển đổi	171
Bảng 2.3	Cấu phần huy động tiết kiệm của Thanh Hóa MFI, 2007 - 10/2015	177
Bảng 2.4	Các lý do chính để khách hàng gửi tiết kiệm tại TCTCVM	179
Bảng 2.5	Đánh giá mức độ ưu tiên của khách hàng TCVM khi lựa chọn gửi tiết kiệm	180
Bảng 2.6	Kết quả thực hiện ba mô hình điểm về dịch vụ e-money	187
Bảng 2.7	Hoạt động BHVM của một số tổ chức đoàn thể xã hội (đến cuối 2015)	205
Bảng 2.8	Kết quả khách hàng trả lời phỏng vấn được tiếp cận dịch vụ phi tài chính	214
Bảng 2.9	Bảng kết quả khảo sát về nhu cầu chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính	216

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1	Sự tương quan giữa các yếu tố nền tảng, các trụ cột xúc tác và việc sử dụng hiệu quả	76
Hình 1.2	Mô hình tác động giữa các cơ sở hạ tầng liên quan	98
Hình 2.1	Cấu trúc nguồn vốn hoạt động của TCTCVM - So sánh Bắc Bộ và Nam Bộ	158
Hình 2.2	Cấu trúc nguồn vốn của hệ thống TCTCVM Việt Nam (7/2016)	159
Hình 2.3	Thống kê số lượng khách hàng tiết kiệm vi mô theo tỉnh thành	160
Hình 2.4	Cơ cấu khách hàng tiết kiệm vi mô, phân loại theo khu vực và thu nhập (7/2016)	161
Hình 2.5	Cơ cấu dư nợ tiết kiệm tại hệ thống TCTCVM (7/2016)	162
Hình 2.6	Giá trị tiết kiệm/khách hàng tại các TCTCVM Bắc Bộ và Nam Bộ	163
Hình 2.7	Quy mô huy động tiết kiệm của 4 TCTCVM chính thức giai đoạn 2010-2015	165
Hình 2.8	Tỷ trọng huy động tiết kiệm trên dư nợ tín dụng của 4 TCTCVM chính thức, giai đoạn 2010-2015	167
Hình 2.9	Thực trạng huy động vốn tại TYM, 2012-6/2016	168
Hình 2.10	Tiết kiệm bắt buộc và tiết kiệm tự nguyện tại TYM giai đoạn 2009-2014	169
Hình 2.11	Cơ cấu vốn hoạt động của M7-MFI sau chuyển đổi (2013-2015)	172
Hình 2.12	Cấu phần dư nợ tiết kiệm của M7-MFI, 2010 - 2015	173
Hình 2.13	Cơ cấu vốn hoạt động của Thanh Hoá MFI năm 2015	175
Hình 2.14	Tăng trưởng dư nợ tiết kiệm của Thanh Hóa MFI	176
Hình 2.15	Mục đích gửi tiết kiệm tại TCTCVM của khách hàng	178

TÓM TẮT TỔNG QUAN

Nội dung tóm tắt tổng quan trình bày những phát hiện chính của nghiên cứu “*Sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô: Thực trạng và giải pháp phát triển*”. Nhóm nghiên cứu được lựa chọn và kết hợp từ những nhà thực hành tài chính vi mô (TCVM), những người làm trong lĩnh vực quản lý nhà nước hoặc cơ quan tài trợ có liên quan đến tài chính vi mô, những người làm công tác nghiên cứu lâu năm về tài chính vi mô. Chính vì vậy, cách tiếp cận từ nhiều góc độ và mang tính ứng dụng thực tiễn được sử dụng trong quá trình thực hiện nghiên cứu.

Nghiên cứu này có mục tiêu (i) đáp ứng nhu cầu người nghèo, người thu nhập thấp; (ii) tăng tính bền vững và khả năng cạnh tranh cho tổ chức TCVM; (iii) cải thiện môi trường chính sách, phổ cập tài chính cho người nghèo; (iv) theo kịp xu thế chung thế giới về phát triển. *Phạm vi của nghiên cứu* chỉ tập trung vào các sản phẩm dịch vụ: tín dụng, huy động vốn, thanh toán, bảo hiểm vi mô và các dịch vụ phi tài chính của các tổ chức tài chính vi mô (chính thức và bán chính thức).

Thông qua các vấn đề lý thuyết chung và kinh nghiệm quốc tế về phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô, các nguyên nhân thành công và môi trường kinh tế, văn hóa, xã hội góp phần tạo nên những thành công ấy được tổng hợp. Việc này được nhóm tác giả đánh giá là rất quan trọng để tránh ngộ nhận dẫn đến áp dụng máy móc kinh nghiệm nước khác vào một môi trường kinh tế, văn hóa xã hội không phù hợp. Vì vậy, các bài học rút ra cho Việt Nam được so sánh, phân tích bối cảnh kinh tế xã hội Việt Nam để rút ra những khuyến nghị thích hợp cho phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô, góp phần phổ cập tài chính tại Việt Nam.

Thực trạng phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM Việt Nam được phân tích dựa trên dữ liệu thứ cấp và điều tra sơ cấp đối với khách hàng. Kết quả là: (1) *Các sản phẩm tín dụng* dành cho khách hàng thu nhập thấp khá phát triển, đóng góp chủ chốt vào thu nhập của tổ chức, và đã đạt được một số kết quả ấn tượng, đặc biệt với nhóm các TCTCVM chính thức. Tuy vậy, quy mô cho vay còn giới hạn, sản

phẩm chưa đa dạng, việc chia sẻ thông tin tín dụng giữa các tổ chức chưa đầy đủ. (2) *Đối với sản phẩm huy động vốn*, chỉ các TCTCVM chính thức mới có mức huy động vốn tăng trưởng vượt bậc sau khi chính thức hóa. Khả năng thanh khoản chung của các TCTCVM VN thời gian qua được đảm bảo khá tốt. Tuy vậy, đối với các tổ chức bán chính thức, nguồn vốn hạn hẹp, phụ thuộc nhiều vào vốn chủ sở hữu và nguồn tài trợ. Các sản phẩm huy động vốn kém đa dạng, chất lượng thấp, quy mô vốn huy động còn nhỏ bé. (3) *Đối với bảo hiểm vi mô*, đã có hai TCTCVM bán chính thức được thử nghiệm cung cấp sản phẩm bảo hiểm vi mô tương hỗ, và một số công ty bảo hiểm phát triển thêm sản phẩm này. Tuy vậy, ngành công nghiệp bảo hiểm vi mô vẫn còn trong giai đoạn ban đầu, khung pháp lý cho sản phẩm tài chính vi mô hầu như chưa có. (4) *Về thanh toán và chuyển tiền*: chưa TCTCVM nào thử nghiệm cung cấp sản phẩm này, mặc dù các TCTCVM chính thức chỉ bị giới hạn không cung cấp dịch vụ thanh toán qua tài khoản cho khách hàng. Có ba mô hình thử nghiệm cung cấp dịch vụ tiền điện tử (e-money) liên kết giữa ngân hàng và công ty công nghệ/viễn thông được thực hiện. Bên cạnh đó, khung pháp lý cho thanh toán không dùng tiền mặt cũng đang được phát triển và hoàn thiện dần. Tuy vậy, phần đông người dân nông thôn chưa được tiếp cận với các dịch vụ TTKDTM do cơ sở hạ tầng thanh toán kém, sản phẩm dịch vụ thanh toán chưa phù hợp, và các tổ chức phi ngân hàng chưa tham gia vào việc cung ứng các dịch vụ thanh toán. (5) *Về các sản phẩm phi tài chính*: Đa số các dự án tài chính vi mô của các NGO quốc tế đều triển khai các dịch vụ phi tài chính, nhưng mức độ cung cấp tại các TCTCVM chính thức và Quỹ xã hội rất hạn chế.

Trên cơ sở phân tích đánh giá thực trạng, kết hợp với học tập các kinh nghiệm quốc tế và định hướng về tài chính vi mô – hướng tới tài chính toàn diện ở Việt Nam, một số khuyến nghị được rút ra cho các bên có liên quan nhằm phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM đáp ứng nhu cầu người nghèo, người thu nhập thấp, tăng tính bền vững và khả năng cạnh tranh cho tổ chức. Việc triển khai song song dịch vụ

tài chính vi mô và phi tài chính được coi là nguyên nhân dẫn đến việc giảm nghèo bền vững, cũng hướng đến góp phần cải thiện môi trường chính sách, phổ cập tài chính cho người nghèo và các tổ chức TCVM.

Các hạn chế chính của nghiên cứu là: (1) Chưa nghiên cứu việc phát triển sản phẩm dịch vụ của những tổ chức có cung cấp dịch vụ tài chính vi mô khác trên thị trường như Ngân hàng Chính sách xã hội, Ngân hàng Hợp tác xã Việt Nam và hệ thống Quỹ tín dụng nhân dân, các ngân hàng thương mại có tham gia cung cấp dịch vụ tài chính vi mô cho khách hàng thu nhập thấp. (2) Chưa nghiên cứu sâu nhu cầu về phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô từ phía khách hàng. Mặc dù nhóm nghiên cứu đã thực hiện phát triển các bảng câu hỏi phỏng vấn khách hàng kỹ lưỡng và gửi cho các TCTCVM để thực hiện phỏng vấn, chỉ có hai tổ chức gửi phản hồi tại Thanh Hóa và Hà Nội, do vậy dữ liệu sơ cấp thu thập được không mang tính mẫu đại diện. (3) Các sản phẩm thanh toán và phi tài chính không có nhiều thông tin thực trạng, do thiếu dữ liệu cả từ phần cung và cầu. (4) Mối quan hệ giữa tài chính vi mô và tài chính toàn diện và tác động của nó tới sự phát triển sản phẩm dịch vụ chưa thực sự rõ. (5) dữ liệu thứ cấp tổng thể về toàn bộ các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô chưa mang tính time-series. Hy vọng trong các nghiên cứu tiếp theo, các khoảng trống nghiên cứu này sẽ được tiếp tục khai phá.

CHƯƠNG 1: SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH VI MÔ: CƠ SỞ VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ

1.1. Các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô

1.1.1. Khái niệm

Theo ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB, 2000): “ Tài chính vi mô là việc cung cấp một loạt các dịch vụ tài chính như nhận tiền gửi, cung ứng khoản vay, dịch vụ thanh toán, chuyển tiền và bảo hiểm cho người nghèo và hộ gia đình có thu nhập thấp và các doanh nghiệp nhỏ của họ” . Theo J.Ledgerwood (2013): “Tài chính vi mô là một phương pháp phát triển kinh tế nhằm mang lại lợi ích cho dân cư có thu nhập thấp trong xã hội nhằm cung cấp các dịch vụ tài chính, dịch vụ khác để phục vụ nhu cầu chi tiêu và đầu tư...”.

Trên quan điểm của Nhóm tư vấn hỗ trợ những người nghèo nhất CGAP: “Tài chính vi mô là việc cung cấp tín dụng, tiết kiệm, bảo hiểm vi mô, dịch vụ chuyển tiền và các dịch vụ phi tài chính khác cho nhóm người có thu nhập thấp bởi một cơ chế thích hợp, giúp cho họ có thể tiến hành sản xuất, phát triển nghề nghiệp tăng thêm thu nhập cải thiện chất lượng cuộc sống” (CGAP, 2013). Như vậy, **sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô gồm các nhóm sản phẩm dịch vụ tài chính được điều chỉnh và thiết kế để đáp ứng nhu cầu của khách hàng thu nhập thấp.**

1.1.2. Phân loại

1.1.2.1. Phân loại tổng thể

Trên thị trường TCVM, các tổ chức cung ứng TCVM có thể cung cấp các sản phẩm dịch vụ TCVM cho khách hàng theo một trong hai cách tiếp cận đơn năng và tổng hợp. Theo cách tiếp cận đơn năng, TCVM chỉ tập trung vào các dịch vụ trung gian tài chính và có thể bao gồm cả trung gian xã hội. Theo cách tiếp cận tổng hợp, TCVM có thể cung cấp thêm các dịch vụ phi tài chính như phát triển doanh nghiệp và dịch vụ xã hội. Cụ thể hóa hơn, các nhóm dịch vụ trên như sau:

- Thứ nhất, sản phẩm dịch vụ trung gian tài chính bao gồm cung cấp các dịch vụ: **tín dụng vi mô, tiết kiệm vi mô, bảo hiểm, thanh**

toán. Dịch vụ trung gian tài chính không cần thiết phải có trợ cấp về lâu dài, mặc dù có thể cần hoặc không cần trợ cấp trong ngắn hạn.

- *Thứ hai*, dịch vụ trung gian xã hội, chính là quá trình xây dựng con người và xã hội xuất phát từ yêu cầu của dịch vụ trung gian tài chính bền vững cho khu vực nông thôn. Hoạt động trung gian xã hội thường đòi hỏi phải có sự trợ cấp dài hạn hơn so với hoạt động trung gian tài chính, nhưng những trợ cấp trên cũng nên dần được xóa bỏ.
- *Thứ ba*, dịch vụ phát triển doanh nghiệp. Đây là các dịch vụ phi tài chính nhằm trợ giúp cho các doanh nghiệp nhỏ. Các dịch vụ này bao gồm đào tạo kinh doanh, dịch vụ tiếp thị và công nghệ, phát triển kỹ năng và phân tích tiểu khu vực kinh tế. Dịch vụ phát triển doanh nghiệp có thể cần hoặc không cần trợ cấp, tùy thuộc vào sự sẵn lòng và khả năng thanh toán của khách hàng cho những dịch vụ này.
- *Thứ tư*, các dịch vụ xã hội, hoặc các dịch vụ phi tài chính tập trung vào việc cải thiện sự vững mạnh của các doanh nghiệp nhỏ và đời sống dân cư nông thôn. Nhóm này bao gồm dịch vụ đào tạo về y tế, dinh dưỡng, giáo dục và văn hóa. Các dịch vụ xã hội cần sự trợ giúp của nhà nước hoặc các nhà tài trợ đang hỗ trợ các NGOs.

Các sản phẩm dịch vụ TCVM mà một tổ chức cung ứng tùy thuộc vào tổ chức đó tiếp cận theo phương pháp “đơn năng” hay “tổng hợp”. Cách tiếp cận tổng hợp tạo ra lợi thế cho các tổ chức thông qua việc hiểu rõ nhu cầu khách hàng, cung cấp các dịch vụ họ cho là cần thiết nhất hoặc họ có lợi thế so sánh khi cần thiết. Tuy nhiên, cách tiếp cận tổng hợp đòi hỏi chi phí và nguồn lực lớn hơn cách tiếp cận đơn năng nên các NHTM rất ít khi sử dụng cách tiếp cận “tổng hợp”. Cách này thường chủ yếu do các ngân hàng phát triển, TCTCVM NGOs và các hợp tác xã tín dụng hay quỹ tín dụng nhân dân áp dụng khi có sự hỗ trợ của nhà nước hoặc của các nhà tài trợ.

1.1.2.2. Phân loại các sản phẩm dịch vụ tín dụng vi mô

Các TCTCVM thường cung cấp ba loại sản phẩm dịch vụ tín dụng như sau: cho vay cá thể; cho vay theo nhóm tương hỗ và cho vay gián tiếp theo nhóm tương hỗ qua trung gian thứ ba.

➤ Cho vay cá thể/cá nhân

Các khoản vay này thường có những đặc điểm sau:

- Bảo đảm đối với khoản vay thường là một số dạng thế chấp truyền thống như tài sản cố định bảo lãnh của bên thứ ba.
- TCTCVM đánh giá khách hàng thông qua các yếu tố cá nhân như tính cách, năng lực, và thông qua các chỉ tiêu tài chính của khách hàng.
- Các điều khoản vay vốn được xác định và thay đổi phù hợp với nhu cầu khách hàng.
- Mối quan hệ giữa nhân viên tín dụng và khách hàng gần gũi. Nhân viên thường bỏ khá nhiều công sức để tìm hiểu khách hàng, marketing và chăm sóc khách hàng khi cần thiết.
- Chi phí và nhân lực ít tốn kém hơn so với cho vay theo nhóm, vì từng nhân viên có thể quản lý rất nhiều khách hàng đơn lẻ cùng một lúc.

Các TCTCVM thường áp dụng cho vay đối với một khách hàng trong các trường hợp doanh nghiệp vừa và nhỏ nông thôn, các cá nhân khá giả. Lý do là các khách hàng thu nhập thấp thường không đủ những yêu cầu bảo đảm theo các tiêu chí truyền thống, nên thường cần sử dụng cho vay theo nhóm – đảm bảo bằng nhóm hoặc các hình thức tín chấp khác. Đây cũng là lý do tại sao các NHTM, NH phát triển, các quỹ tín dụng nhân dân hoặc hợp tác xã tín dụng thường cho vay đơn lẻ.

➤ Cho vay theo nhóm tương hỗ:

Cho vay theo nhóm liên quan tới việc hình thành các nhóm người có cùng chung nguyện vọng muốn tiếp cận tới các dịch vụ tài chính. Phương pháp cho vay theo nhóm thường xây dựng nên hoặc mô phỏng các nhóm tiết kiệm và cho vay phi chính thức như *hụi, hạp*¹.

Mô hình Grameen Bank áp dụng cách thức cho vay theo nhóm như trên. Tuy nhiên, cách cho vay này tỏ ra không hiệu quả do các chi phí thành lập và giám sát nhóm lớn, sự bền vững khó đạt được nếu không dựa trên các yếu tố văn hóa xã hội truyền thống². Vì vậy, nhiều tổ chức tài chính nông thôn đã dùng cho vay gián tiếp theo nhóm tương hỗ qua trung gian thứ ba.

➤ Cho vay gián tiếp theo nhóm tương hỗ qua trung gian

Sản phẩm cho vay này vẫn sử dụng những điểm mạnh của cho vay theo nhóm, nhưng sẽ có một tổ chức trung gian đứng ra thành lập và quản lý nhóm, cũng như chịu trách nhiệm chung về hoạt động của các nhóm. Thông thường, các tổ chức đoàn thể, xã hội như hội nông dân, hội phụ nữ.... được lựa chọn làm trung gian này. Họ sẽ thực hiện một số công đoạn trong quá trình cho vay của TCTCVM như thu nợ hộ, giải ngân hộ.... Các đặc điểm của sản phẩm cho vay theo nhóm là:

- Quy mô và điều khoản cho vay linh hoạt, cho phép khách hàng tiếp cận nguồn vốn khi cần thiết.
- Hình thức bảo đảm phi truyền thống – sức ép của những người cùng nhóm – được thay thế cho tài sản thế chấp. Sự chậm trả của một thành viên thường có nghĩa là việc cho vay tiếp đối với

¹ Những hiệp hội tín dụng quay vòng (*hụi, hạp, phường, bát*) là các nhóm phi chính thức được phát triển nhờ những thành viên có nghiệp vụ cơ bản. Các hiệp hội này tồn tại ở hầu hết các quốc gia trên toàn thế giới. Ở Việt Nam, đó là các *hụi, hạp, phường, bát*. Ở Mexico được gọi là *Tandas*, ở Tây Phi là *Tontines* hoặc *susus*, ở Nam Phi là *Stokvels*, ở Ai Cập là *Gamiyas*.

² GB đạt được thành công lớn thông qua cho vay nhóm tương hỗ vì ngoài các yếu tố về tính chuyên nghiệp, họ còn dựa trên nền tảng văn hóa đạo Hồi chặt chẽ.

các thành viên khác của nhóm bị đình chỉ đến khi nào món vay được hoàn trả³.

- Tỷ lệ hoàn trả của các khoản vay thường rất cao so với các khoản cho vay thông thường. Một trong những điển hình là ngân hàng GB với mức hoàn trả 98%, hoặc TYM của Việt Nam với mức 95%. Sức ép của những người cùng nhóm tạo khuyến khích cho việc hoàn trả nhanh chóng và đầy đủ, vì các thành viên không muốn bỏ rơi các thành viên khác trong nhóm hoặc không muốn phải chịu bất kỳ một hình phạt nào do nhóm đưa ra vì sự chậm trả. Trong một số trường hợp đặc biệt, nhóm có thể nhận thấy những nguyên nhân chậm trả hợp pháp của thành viên và sẵn sàng giúp đỡ họ cho đến khi khó khăn được giải quyết⁴.
- Tiết kiệm bắt buộc được coi như một hình thức bảo đảm phi truyền thống, một nguồn vốn rẻ và cũng có thể được sử dụng để trả cho món vay chậm trả của một thành viên trong nhóm.
- Chi phí giao dịch thấp đối với TCTCVM, do các chi phí xem xét và giám sát đã được chuyển giao cho nhóm. Vì vậy, TCTCVM có thể tiếp cận được với một số lượng khách hàng lớn ngay cả trong trường hợp thông tin không cân xứng thông qua sự lựa chọn của các thành viên trong nhóm. Rõ ràng, các thành viên của cùng cộng đồng thường có sự hiểu biết tốt hơn về việc ai là người chắc chắn có rủi ro và ai không. Các nhân viên tín dụng chỉ làm việc với nhóm trưởng, vì vậy tổng chi phí giao dịch giảm đi đáng kể.
- Một số chi phí khác đối với hình thức cho vay theo nhóm lại khá cao như chi phí tập huấn. Vì vậy, các TCTCVM muốn thực hiện cho vay theo nhóm thành công thì thường phải tìm nguồn tài trợ cho phần này từ chính phủ hay các nhà tài trợ.

³ Ở một số TCTCVM, tính chất trách nhiệm liên đới không chỉ tồn tại ở cấp độ nhóm mà còn ở cả cấp độ làng, theo nghĩa bất kỳ một nhóm nào trong làng lâm vào tình trạng chậm trả các món vay thì sẽ không có những món vay khác nữa được trao cho làng đó (Paxton et al, 2000).

⁴ Tuy nhiên, nếu một vài thành viên của nhóm gặp phải những khó khăn về hoàn trả thì thường toàn bộ nhóm sẽ sụp đổ, dẫn tới tác động dây chuyền. Đây là dấu hiệu bất ổn cố hữu đối với cho vay theo nhóm trong môi trường có rủi ro (Paxton et al, 2000).

Do những ưu và nhược điểm của từng sản phẩm dịch vụ cho vay, các TCTCVM tùy thuộc điều kiện và khả năng mà áp dụng một hoặc một số phương thức cho vay như ở trên. Và sẽ không có gì ngạc nhiên khi phương thức này thành công đối với một số trường hợp nhưng lại thất bại với các trường hợp khác.

❖ Sản phẩm dịch vụ tiết kiệm

Với đặc trưng khu vực nông thôn và tập trung vào các nhóm khách hàng doanh nghiệp nhỏ và khách hàng cá nhân thu nhập thấp, thông thường các TCTCVM cung cấp ba loại sản phẩm dịch vụ tiết kiệm chính là tiết kiệm bắt buộc, tiết kiệm tự nguyện, và tiết kiệm cho các doanh nghiệp nhỏ/siêu nhỏ.

- Tiết kiệm bắt buộc (Hay số dư bù)

Xét về bản chất, tiết kiệm tự nguyện khác căn bản so với tiết kiệm tự nguyện. Tiết kiệm bắt buộc (hay số dư bù) là số tiền do người vay đóng góp như là một điều kiện để nhận được tiền vay. Nó có thể được tính bằng phần trăm của món vay, hoặc là một giá trị danh nghĩa nào đó (Miskin, 2001).

Nhìn chung, tiết kiệm bắt buộc có thể được xem như một phần của sản phẩm cho vay chứ không phải là một sản phẩm tiết kiệm thực sự, vì nó quan hệ rất chặt chẽ với việc nhận và hoàn trả món vay. Tất nhiên, đối với người vay, tiền gửi tiết kiệm bắt buộc thể hiện là tài sản trong khi món vay thể hiện nguồn nợ của khách hàng, do đó người vay về mặt danh nghĩa không thể coi tiết kiệm bắt buộc như một phần của khoản vay. Đối với các NHTM hoặc các NHPT, tiết kiệm bắt buộc chính là phần số dư bù, tính toán bằng phần trăm trên giá trị khoản vay. Khoản tiền này sẽ được trả lại cho khách hàng khi khách hàng thanh toán xong khoản tín dụng. Đối với các hợp tác xã tín dụng hoặc quỹ tín dụng nhân dân, tiết kiệm bắt buộc có thể có hoặc không, nhưng có một khoản tiền ban đầu được đóng góp vào việc xây dựng quỹ. Khoản này được coi như “phí thành viên”, và sẽ được rút ra khi khách hàng không là thành viên của hợp tác xã nữa.

- Tiết kiệm tự nguyện

Sản phẩm dịch vụ tiết kiệm tự nguyện dựa trên giả thiết rằng khách hàng đã biết và đã có tiết kiệm, vấn đề họ cần là dịch vụ huy động tiết kiệm do TCTCVM đưa ra phù hợp với nhu cầu của họ. Đối tượng khách hàng đa dạng, mở rộng với cả khách hàng đã vay vốn và không vay vốn, khách hàng là thành viên và không là thành viên (trong trường hợp các hợp tác xã, TCTC NGOs).

- Tiền gửi cho các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ

Do đặc trưng của doanh nghiệp khác với dân cư về mục đích sử dụng tiền gửi chủ yếu cho mục tiêu thanh toán, hoạt động huy động tiền gửi của doanh nghiệp cần phải được thiết kế một cách phù hợp. Các sản phẩm đưa ra mang tính chất hỗn hợp với nhiều mức thanh toán tiền mặt khác nhau để đáp ứng những đặc trưng và nhu cầu tài chính của các mảng thị trường khác nhau. Thông thường, có ba nhóm tiền gửi của doanh nghiệp nhỏ dựa vào mức độ thanh toán bằng tiền mặt: tài khoản tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm.

- Tiền gửi không kỳ hạn của doanh nghiệp (tiền gửi giao dịch): Đây là loại tiền gửi có tính thanh khoản cao nhất tạo sự thuận tiện cho khách hàng, nhưng hưởng lãi suất thấp nhất, thậm chí nhiều TCTC không trả lãi suất. Khách hàng có quyền gửi tiền hay rút tiền bất kỳ lúc nào. Việc quản lý thanh khoản với loại tiền gửi này là điều đáng quan tâm nhất của cán bộ huy động vốn do tính không ổn định của nguồn này. Tuy vậy, TCTCVM sẽ có thêm các khoản thu khác từ nguồn này như phí thanh toán⁵. TCTC cũng sẽ tạo dựng và phát triển mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng được thông qua loại tiền gửi này, đáp ứng nhu cầu khách hàng một cách tốt nhất vì các doanh nghiệp thường có nhu cầu sử dụng dịch vụ này. Nếu có nhiều doanh nghiệp cùng gửi tiền không kỳ hạn vào TCTC và thực hiện thanh toán qua TCTC, tính ổn định của nguồn

⁵ Tuy nhiên, cần nhấn mạnh ở đây là không phải TCTCVM nào cũng được cung cấp dịch vụ thanh toán.

này sẽ tăng lên và TCTC sẽ có cơ hội sử dụng một phần nguồn ổn định này để tài trợ cho các hoạt động tín dụng của mình.

- Tiền gửi có kỳ hạn của doanh nghiệp: Đây là loại tiền gửi có tình thanh khoản thấp hơn tiền gửi không kỳ hạn. Khách hàng có thể thường xuyên rút tiền với số lần hạn chế mỗi tháng vào quỹ tiền gửi bất kỳ lúc nào. Mức lãi suất mà khách hàng được hưởng đối với loại tiền gửi này thấp, đôi khi được tính toán dựa trên mức số dư tối thiểu trong tài khoản được đưa theo thời kỳ (hàng tháng, hàng năm). Loại tiền gửi này được đưa ra để khuyến khích doanh nghiệp tận dụng nguồn tiền nhàn rỗi trong giai đoạn chưa đầu tư, đồng thời cung cấp thêm vốn cho TCTCVM, tăng cường mối quan hệ gắn kết với.
- Tiền gửi tiết kiệm của doanh nghiệp: là các khoản tiền gửi thời hạn cố định được “khóa” trong một khoảng thời gian nhất định. Một số doanh nghiệp tính toán xác định được lượng tiền dư thừa tạm thời trong thời gian xác định đã gửi vào tài khoản này vì mục tiêu lợi nhuận. Lãi suất trả cho loại tiền gửi này là cao nhất và yêu cầu về tính thanh khoản là thấp nhất trong số ba loại tiền gửi trên cho đối tượng doanh nghiệp. Do tính ổn định tương đối của nguồn tiền, TCTCVM có thể sử dụng khoản này để cho vay trong thời hạn tương ứng.

❖ Các sản phẩm dịch vụ thanh toán

Các sản phẩm dịch vụ thanh toán bao gồm các dịch vụ trung gian thanh toán và hỗ trợ thanh toán. Cần phải khẳng định rằng không phải mọi TCTCVM đều được cung cấp dịch vụ thanh toán, tùy thuộc quy định của từng quốc gia. Tuy vậy, các TCTCVM có thể trở thành nhà cung cấp các dịch vụ trung gian thanh toán, tức là “cánh tay nối dài” hoặc các dịch vụ hỗ trợ cho các ngân hàng trong cung cấp dịch vụ thanh toán.

Tại Việt nam, chỉ có các ngân hàng mới là tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán (NHNN, 2014a)⁶. Còn các tổ chức cung cấp dịch vụ trung gian thanh toán có thể đa dạng hơn, miễn là đảm bảo tất cả các điều kiện về quản lý rủi ro, đảm bảo an toàn, bảo mật (Chính phủ, 2012; NHNN, 2014b).

Các dịch vụ thanh toán gắn liền với các dịch vụ huy động tiền gửi của TCTCVM. Để thực hiện thanh toán, rõ ràng khách hàng cần phải dùng tới tài khoản tiền gửi không kỳ hạn. Phí từ hoạt động thanh toán có thể gắn liền với hoạt động tiền gửi, nhưng cũng có thể tách biệt, với mục tiêu đảm bảo đủ bù đắp các chi phí liên quan tới hoạt động thanh toán như chi phí trang thiết bị và cơ sở hạ tầng khác, chi phí nhân sự, bảo hiểm⁷. Tuy vậy, nhiều TCTCVM đang phát triển hoạt động này để thực hiện mục tiêu đa dạng hóa hoạt động và thu nhập. Cùng với quyền rút tiền mặt và quyền viết séc, dịch vụ thanh toán còn bao gồm cả việc chuyển tiền. Các khách hàng nông thôn thường cần tới dịch vụ chuyển tiền, nhất là khi xu hướng đô thị hóa khiến cho nhiều cư dân nông thôn di chuyển ra thành thị hoặc nước ngoài để sinh sống, và thường xuyên gửi tiền về nông thôn để chu cấp cho những người ở nhà. Để cung cấp dịch vụ chuyển tiền, các TCTCVM phải có một hệ thống chi nhánh hoặc các mối quan hệ đại lý rộng rãi với một hoặc nhiều ngân hàng.

Tại Việt nam, dịch vụ thanh toán qua tài khoản thanh toán của khách hàng bao gồm: cung ứng phương tiện thanh toán; thực hiện dịch vụ thanh toán séc, lệnh chi, ủy nhiệm chi, nhờ thu, ủy nhiệm thu, thẻ ngân hàng, thư tín dụng, chuyển tiền, thu hộ, chi hộ, dịch vụ thanh toán khác.

- ❖ Với dịch vụ thẻ, một số TCTCVM trên thế giới cũng đã thực hiện cung cấp cho khách hàng, bao gồm thẻ rút tiền tự động, thẻ ghi

⁶ Theo điều 2, Thông tư 23/2014/TT-NHNN, các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán bao gồm (1) Ngân hàng Nhà nước; (2) Ngân hàng thương mại, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác xã; (3) Chi nhánh ngân hàng nước ngoài

⁷ Các TCTCVM có thể áp dụng cách tính chi phí theo phần trăm số tiền thanh toán, hoặc có thể là phí tối thiểu đều nhau cộng thêm với khoản tính thêm cho khách hàng mới.

nợ và thẻ tín dụng⁸. Đây là những dịch vụ tiện ích cho khách hàng, đặc biệt đối với doanh nghiệp và các cá nhân có mức sống tương đối cao ở nông thôn. Thẻ là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt được các định chế tài chính hay các công ty phát hành, chủ thẻ sử dụng để rút tiền mặt hoặc thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ tại các đơn vị chấp nhận thẻ. Thẻ thanh toán tạo ra nhiều lợi thế cho các TCTC và khách hàng vì chúng có thể (i) giảm thiểu chi phí hành chính và chi phí hoạt động; (ii) giúp tổ chức hoạt động hợp lý; (iii) bổ sung dòng tiền theo nhu cầu khách hàng khi cần thiết.

Thẻ thanh toán bao gồm nhiều loại như: Thẻ rút tiền mặt ATM với chức năng chuyên biệt để rút tiền mặt tại các máy rút tiền tự động hoặc tại TCTC phát hành thẻ, thẻ ghi nợ cho phép khách hàng sử dụng tiền của chính mình trên tài khoản tiền gửi, và thẻ tín dụng cho phép khách hàng được sử dụng một hạn mức tín dụng nhất định mà không phải trả lãi nếu chủ thẻ hoàn lại số tiền đã sử dụng đúng thời hạn.

Tuy vậy, dịch vụ này còn khá mới mẻ đối với các TCTCVM. Thẻ thanh toán chỉ có thể được sử dụng khi có một cơ sở hạ tầng hoàn chỉnh thích hợp và nối kết với các ngân hàng thương mại cũng phát triển hoạt động thanh toán thẻ. Ví dụ, thẻ thanh toán giúp khách hàng rút tiền mặt khi cần thiết thông qua các máy rút tiền tự động. Nếu như không có một hệ thống rộng lớn các máy rút tiền như vậy và những người bán hàng không có thiết bị đọc thẻ POS và không sẵn lòng chấp nhận việc thanh toán qua thẻ thì tính hữu dụng của thẻ thanh toán là rất giới hạn. Hơn nữa, các chi phí liên quan như bảo trì hệ thống, quản trị rủi ro qua mạng, bảo mật an ninh... là rất lớn đối với các TCTCVM phát triển thẻ. Các khách hàng mục tiêu của dịch vụ thẻ thanh toán cũng là những khách hàng có mức sống cao hoặc

⁸ Tại Việt Nam, thẻ ngân hàng gồm: thẻ ngân hàng gồm: thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng, thẻ trả trước (NHNN, 2016a). Quy định về thẻ ngân hàng tại Việt Nam không bao gồm các loại thẻ do các tổ chức cung ứng hàng hóa, dịch vụ phát hành chỉ để sử dụng trong việc thanh toán hàng hóa, dịch vụ của chính các tổ chức phát hành đó.

các doanh nghiệp. Vì vậy, nếu số lượng khách hàng và số lượng giao dịch không đủ lớn để bù đắp chi phí và rủi ro, hoạt động này sẽ không phát triển tại các vùng nông thôn.

Trên thế giới chỉ có một số TCTCVM cung ứng dịch vụ này, như thẻ tín dụng MasterCard của Hiệp hội phát triển doanh nghiệp nhỏ ở cộng hòa Dominica, hay thẻ tín dụng của Quỹ tín thác tăng trưởng kinh doanh ở Swaziland⁹. Tại Việt nam, chưa TCTCVM nào được phép cung cấp dịch vụ thẻ thanh toán, chỉ các ngân hàng và công ty tài chính (với thẻ tín dụng- nếu được NHNN chấp thuận) (NHNN, 2016a).

❖ Dịch vụ trung gian thanh toán bao gồm:

- Dịch vụ cung ứng hạ tầng thanh toán điện tử (Dịch vụ chuyển mạch tài chính, Dịch vụ bù trừ điện tử, Dịch vụ cổng thanh toán điện tử);
- Dịch vụ hỗ trợ dịch vụ thanh toán (Gồm dịch vụ hỗ trợ thu hộ, chi hộ; Dịch vụ hỗ trợ chuyển tiền điện tử; Dịch vụ Ví điện tử) (Chính phủ, 2012; NHNN, 2014b).

Đối với các TCTCVM, việc tham gia vào cung cấp dịch vụ cung ứng hạ tầng thanh toán khá khó khăn, mảng này chủ yếu dành cho các công ty Fintech. Do vậy, các sản phẩm dịch vụ hỗ trợ dịch vụ thanh toán là lựa chọn duy nhất đối với các TCTCVM trong lĩnh vực thanh toán.

❖ Bảo hiểm vi mô:

“Bảo hiểm là một hợp đồng theo đó một bên, (gọi là công ty bảo hiểm), bằng việc thu một khoản tiền (gọi là phí bảo hiểm), cam kết thanh toán cho bên kia (gọi là người được bảo hiểm) một khoản tiền, hoặc hiện vật tương đương với khoản tiền đó, khi xảy ra một sự cố đã quy định đi ngược lại quyền lợi của người được bảo hiểm” (Bland, 1993). Bảo hiểm vi mô là sản phẩm nguyên tắc hoạt động giống như các sản phẩm bảo hiểm khác nhưng được thiết kế riêng để phù hợp

⁹ Xem thêm trong phụ lục 1.1

với đối tượng khách hàng của TCVM. Theo Churchill (2006), bảo hiểm vi mô là một hình thức thu xếp tài chính để bảo vệ người dân có thu nhập thấp chống lại các rủi ro và hiểm họa cụ thể với điều kiện khách hàng đóng góp các khoản phí bảo hiểm thường xuyên tương xứng với khả năng và chi phí của các rủi ro liên quan.

Thực chất, nhu cầu bảo hiểm vi mô ở khu vực nông thôn là rất lớn, do khu vực này chịu nhiều rủi ro, nhất là những rủi ro thời tiết, dịch bệnh. Khách hàng của các TCTCVM thường dễ bị tổn thương nếu rủi ro xảy ra. Vì vậy, nhu cầu tiềm ẩn về dịch vụ bảo hiểm là rất lớn. Nhiều TCTCVM đã thử nghiệm việc bảo hiểm dư nợ cho vay của các khách hàng của mình. Trong hầu hết các trường hợp, khách hàng đóng góp một món nhỏ và quỹ tập thể được sử dụng để trả cho món vay của một khách hàng nếu họ mất khả năng hoặc các tài sản sản xuất của họ bị phá hủy hoặc bị đánh cắp.

Một số TCTCVM đã thử nghiệm các kế hoạch bảo hiểm để đề phòng thất thoát do hỏa hoạn hoặc mất trộm và để trả cho toàn bộ các sự kiện trong một chu kỳ sống, như khi sinh nở hay một thành viên trong gia đình chết. Một ví dụ điển hình là ngân hàng Grameen Bank đã cung cấp dịch vụ bảo hiểm vay vốn và hoàn trả. Mỗi thành viên được yêu cầu đóng góp khoảng 1% giá trị món vay vào quỹ bảo hiểm. Trong trường hợp khách hàng chết thì quỹ này được sử dụng để hoàn trả món vay và cung cấp cho gia đình người chết một số tiền để chi phí tang lễ. Các sản phẩm bảo hiểm vi mô đã được giới thiệu và cung cấp cho các khách hàng có thu nhập thấp một số quốc gia như Indonesia, Bangladesh, Mông cổ. Bảo hiểm là một sản phẩm mà TCTCVM có cơ hội sẽ cung cấp rộng rãi hơn trong tương lai, vì khách hàng nông thôn có nhu cầu ngày càng tăng về bảo hiểm y tế và tiền vay trong trường hợp chết hoặc mất mát tài sản.

❖ Dịch vụ phi tài chính

Dịch vụ phi tài chính là các dịch vụ như đào tạo, tập huấn và các hỗ trợ khách hàng khác trong sản xuất, kinh doanh và đời sống... Đối tượng khách hàng chủ yếu của TCVM là những người nghèo và thu

nhập thấp, sống tại những vùng nông thôn hoặc vùng sâu vùng xa nên ngoài việc cung cấp cho họ các sản phẩm dịch vụ tài chính để giúp họ có cơ hội thoát nghèo thì sứ mệnh quan trọng của TCVM là làm sao giúp họ tránh tái nghèo hay nói cách khác là thoát nghèo bền vững bằng chính kiến thức và năng lực của họ.

Dịch vụ phi tài chính cho các khách hàng nghèo và thu nhập thấp thông thường chỉ được cung cấp bởi các TCTCVM, các tổ chức tín dụng khác có cung cấp dịch vụ TCVM nhưng chỉ tập trung vào các sản phẩm dịch vụ tài chính. Thông qua các dịch vụ phi tài chính, khách hàng của các TCTCVM được cung cấp kiến thức, kỹ năng để có thể phát triển nghề nghiệp hoặc tạo thêm nghề nghiệp mới, tiếp cận thị trường, nắm bắt nhu cầu và phương thức tiêu thụ sản phẩm nhằm thu được lợi nhuận cao nhất. Ngoài ra, các khách hàng TCVM chủ yếu là các cá nhân, hộ gia đình thu nhập thấp, họ cũng mong muốn được cung cấp các dịch vụ về y tế, sức khỏe, văn hóa, giáo dục để phát triển đời sống tinh thần. Theo quá trình phát triển của xã hội, nhu cầu cho các dịch vụ phi tài chính này từ khách hàng ngày càng đa dạng nên các dịch vụ phi tài chính cũng ngày càng được quan tâm hơn. Qua quá trình phát triển của TCVM có thể thấy một xu hướng tất yếu là các TCTCVM sẽ chuyển dần từ cách tiếp cận đơn năng sang tiếp cận tổng hợp, quan tâm đến nhu cầu tổng hợp của khách hàng thu nhập thấp.

1.1.3. Các điều kiện phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM

Để phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM cần có các điều kiện liên quan tới các TCTCVM và các điều kiện bên ngoài.

1.1.3.1. Các điều kiện thuộc về TCTCVM

a. Tính chất sở hữu và mô hình tổ chức

Tổ chức cung ứng TCVM có thể thuộc sở hữu cổ phần, nhà nước, hợp tác xã hoặc sở hữu tư nhân. Tính chất sở hữu của tổ chức cung ứng ảnh hưởng đến nhiều yếu tố như mục tiêu hoạt động chính của

tổ chức đó (vì lợi nhuận hay vì sự phát triển xã hội là chủ yếu); nhóm khách hàng chính là ai và sứ mệnh phục vụ như thế nào. Nếu tổ chức cung ứng thuộc sở hữu của nhà nước, mục tiêu phát triển xã hội thường được ưu tiên cao nhất và tổ chức này là công cụ để nhà nước thực hiện các chính sách phát triển của mình. Đối với tổ chức cung ứng thuộc sở hữu tư nhân hay cổ phần, tổ chức đó sẽ hoạt động theo mục tiêu do chủ sở hữu đưa ra như: vì lợi nhuận, vì các khách hàng thành viên.... Vì vậy, tính chất sở hữu quyết định việc các sản phẩm dịch vụ TCVM sẽ được cung ứng tới mức độ nào và tập trung vào các đối tượng nào?

b. Chiến lược hoạt động của các tổ chức

Sản phẩm dịch vụ TCVM được cung ứng bởi nhiều loại tổ chức khác nhau, mỗi một tổ chức đều xây dựng cho mình một chiến lược hoạt động cụ thể. Chiến lược hoạt động là phương châm và kế hoạch có tính chất toàn cục, xác định mục tiêu chủ yếu và sự sắp xếp, tổ chức lực lượng trong một giai đoạn nhất định của tổ chức nhằm mục tiêu phát triển. Tùy vào mỗi tổ chức có kế hoạch kinh doanh khác nhau, thậm chí đối với một tổ chức, trong những thời kỳ khác nhau sẽ có các kế hoạch kinh doanh khác nhau vì theo đuổi các mục tiêu ngắn hạn khác nhau. Theo đó, các sản phẩm dịch vụ cung ứng cũng sẽ phụ thuộc nhiều vào chiến lược hoạt động của các tổ chức cung ứng. Lấy ví dụ, đối với các sản phẩm dịch vụ TCVM do ngân hàng thương mại cung cấp sẽ phụ thuộc vào chiến lược hoạt động của ngân hàng qua các giai đoạn, các sản phẩm dịch vụ TCVM sẽ được mở rộng hay thu hẹp tùy theo định hướng kinh doanh của ngân hàng thương mại đó tăng cường hay giảm bớt sự tập trung vào phân khúc thị trường khách hàng thu nhập thấp trong toàn bộ danh mục khách hàng của ngân hàng. Ngoài ra, chiến lược hoạt động của mỗi tổ chức cung ứng TCVM còn quyết định cách thức phân phối sản phẩm dịch vụ, giá thành sản phẩm dịch vụ, thiết kế của các sản phẩm dịch vụ....

c. Tiềm lực tài chính

Tiềm lực tài chính của tổ chức cung ứng TCVM được thể hiện thông qua các yếu tố như: mức độ an toàn vốn (quy mô vốn chủ sở hữu, hệ số an toàn vốn), khả năng huy động vốn, chất lượng tài sản, mức sinh lợi, khả năng thanh toán. Tiềm lực tài chính quyết định đến quy mô và tính đa dạng trong việc cung cấp các dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ tín dụng và tiết kiệm. Tiềm lực tài chính tốt giúp cho tổ chức cung ứng TCVM nâng cao uy tín, mở rộng quy mô khách hàng, tăng khách hàng tiềm năng, tăng khả năng phát triển các dịch vụ ngoài tín dụng và tiết kiệm. Tổ chức cung ứng TCVM còn có cơ hội mở rộng liên kết hợp tác với các tổ chức tài chính khác, với các nhà tài trợ, với các đơn vị khác, tạo đà phát triển nhanh chóng các hoạt động của tổ chức, đa dạng hóa sản phẩm và quy mô tiếp cận.

d. Chất lượng nguồn nhân lực

Chất lượng nguồn nhân lực đóng một vai trò quan trọng trong sự phát triển hoạt động của các tổ chức, qua đó tác động tới các sản phẩm dịch vụ cung ứng. Chất lượng nguồn nhân lực được thể hiện thông qua trình độ chuyên môn và kỹ năng làm việc. Một tổ chức với đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao sẽ là cơ sở quan trọng để thực hiện thắng lợi các mục tiêu đề ra. Để các sản phẩm dịch vụ TCVM phát triển và tiếp cận được với khách hàng là các cá nhân, hộ gia đình thu nhập thấp thì đòi hỏi các cán bộ của các tổ chức cung ứng dịch vụ không chỉ có hiểu biết về các sản phẩm dịch vụ tài chính nói chung mà còn phải hiểu đặc điểm đối tượng khách hàng đặc biệt này và những nhu cầu trong việc sử dụng sản phẩm dịch vụ của họ. Đối với những TCTCVM, địa bàn hoạt động chủ yếu ở những vùng sâu, vùng xa, vùng nông thôn khó khăn và phục vụ chủ yếu cho đối tượng khách hàng nghèo, thu nhập thấp thì đội ngũ cán bộ am hiểu địa phương, tâm huyết với khách hàng là yếu tố tiên quyết để giúp tổ chức xây dựng và phát triển được các sản phẩm dịch vụ TCVM sát với nhu cầu của khách hàng.

e. Thực hiện công tác nghiên cứu thị trường

Các tổ chức TCVM ngày càng phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt trong huy động tiền gửi do đó nghiên cứu thị trường là một trong những điều kiện cần thiết quyết định tới sự thành công của sản phẩm. Nghiên cứu thị trường cũng là công cụ vô cùng hữu ích giúp các TCTCVM hiểu rõ thêm về sức mạnh của họ, khách hàng và đối thủ cạnh tranh hiện tại. Ngoài ra, các nghiên cứu thị trường cũng giúp các TCTCVM có cái nhìn sâu sắc hơn về sở thích của khách hàng, từ đó xây dựng chiến lược phát triển các sản phẩm không những hiệu quả về mặt chi phí, thu hút được nhóm khách hàng mục tiêu mà còn giành được thị phần từ các đối thủ cạnh tranh. Nghiên cứu thị trường còn cung cấp cho tổ chức TCVM những hiểu biết tốt hơn về nhu cầu và năng lực tiết kiệm của thị trường tài chính vi mô hiện tại, từ đó giúp xây dựng thiết kế các sản phẩm tiết kiệm phù hợp về thời gian và chi phí. Phân tích thị trường chuyên sâu còn cho biết các thị trường tài chính vi mô được ưa thích với các yếu tố quyết định sự thành công của sản phẩm huy động vốn đó là: tính an toàn/an ninh, tính thuận tiện, khả năng thanh khoản và khả năng sinh lợi.

1.1.3.2. Các điều kiện khách quan

a. Môi trường chính sách

Do đặc trưng và vai trò quan trọng của các trung gian tài chính nên hầu hết tất cả các tổ chức cung ứng TCVM đều chịu sự quản lý và giám sát chặt chẽ của các cơ quan nhà nước nói chung, của một số đơn vị chức năng nói riêng như Ngân hàng Trung ương, Bảo hiểm tiền gửi... Các hoạt động cơ bản của các tổ chức này thường phải tuân thủ theo các quy định pháp luật cụ thể như: quy chế về huy động tiền gửi tiết kiệm, quy chế tiền gửi thanh toán, quy chế phát hành giấy tờ có giá; quy chế cho vay, quy định về bảo đảm. Môi trường luật pháp thuận lợi, khung pháp lý rõ ràng là điều kiện tiên quyết cho sự phát triển hoạt động của các tổ chức cung ứng TCVM nói chung và của các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô nói riêng.

Môi trường chính sách là hệ thống các chính sách điều tiết và giám sát hoạt động TCVM. Một mặt, chính sách đưa ra các chuẩn mực và quy chế hoạt động cho tổ chức cung ứng TCVM nhằm đảm bảo an toàn hoạt động cho các tổ chức, mặt khác chính sách có thể là đòn bẩy thúc đẩy tính sáng tạo, cạnh tranh và tăng trưởng của tổ chức cung ứng TCVM, theo đó, thúc đẩy khối lượng sản phẩm dịch vụ cung cấp cho người nghèo và gia tăng quy mô khách hàng được hưởng dịch vụ. Chính sách cũng được thể hiện thông qua chiến lược phát triển ngành tài chính vi mô cấp quốc gia. Chiến lược là kim chỉ nam dẫn lối cho sự phát triển của cả ngành TCVM. Tùy thuộc vào tình trạng ngành TCVM, một chiến lược TCVM cấp quốc gia có thể có nhiều cách tiếp cận và các ưu tiên khác nhau. Chiến lược phát triển ngành TCVM hướng đến xây dựng ngành TCVM cạnh tranh, năng động, hoạt động dựa trên thông lệ tốt nhất, phục vụ đồng đảo đối tượng nghèo và thu nhập thấp, từ đó thúc đẩy sự hoạt động chuyên nghiệp và bền vững, hiệu quả của các tổ chức cung ứng TCVM với mục tiêu cung cấp các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô chất lượng và lâu dài tới tay người dân có nhu cầu.

b. Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế là điều kiện cho sự phát triển của lĩnh vực tài chính nói chung, và của TCVM nói riêng. Sự phát triển của nền kinh tế có ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM thông qua tác động tới nhu cầu và cách thức sử dụng sản phẩm dịch vụ tài chính của khách hàng. Môi trường kinh tế thuận lợi, đang tăng trưởng, sức mua cao, sản xuất mở rộng sẽ tác động làm nhu cầu sử dụng các dịch vụ tài chính tăng lên do người dân cần vay thêm vốn để đầu tư sản xuất kinh doanh, khi sản xuất kinh doanh phát triển mang lại lợi nhuận, người dân lại có thêm nhu cầu về một sản phẩm tiết kiệm phù hợp... do đó các sản phẩm dịch vụ tài chính sẽ có điều kiện để mở rộng và phát triển. Nhưng khi nền kinh tế lâm vào tình trạng khủng hoảng hay chậm phát triển, nhu cầu tiêu dùng giảm mạnh, sản xuất kinh doanh sẽ bị ảnh hưởng. Do đó, nhu cầu về các sản phẩm dịch vụ tài chính cũng giảm, các sản phẩm dịch vụ TCVM cũng giảm về cả quy mô và tốc độ tăng trưởng.

c. Môi trường chính trị, xã hội

Nhân tố môi trường chính trị xã hội tác động tới cả đối tượng cung ứng và đối tượng sử dụng sản phẩm dịch vụ TCVM. Môi trường chính trị, xã hội ổn định sẽ tạo thuận lợi cho các tổ chức cung ứng tăng cường các sản phẩm dịch vụ và tạo điều kiện cho các nhà đầu tư, các nhà tài trợ trên thế giới tăng cường đầu tư vào mở rộng các sản phẩm dịch vụ cho hộ gia đình thu nhập thấp. Ngoài ra, nhân tố về môi trường xã hội bao gồm các yếu tố về quan niệm sống, các yếu tố của đời sống tinh thần, trình độ học vấn, trật tự an ninh và an toàn xã hội là những biến số quyết định đến thói quen, sở thích khách hàng, từ đó ảnh hưởng đến nhu cầu sử dụng các dịch vụ tài chính vi mô. Ví dụ như ở Bangladesh và một số quốc gia châu Phi, các TCTCVM thành công đã dựa vào sức mạnh xã hội để mở rộng cho vay theo nhóm, dựa vào niềm tin không nợ nần trước khi qua đời để đòi nợ.

1.2. Kinh nghiệm quốc tế về sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô

1.2.1. Kinh nghiệm về sản phẩm dịch vụ

1.2.1.1. Tín dụng

Thông lệ quốc tế

Tín dụng là một trong những sản phẩm của TCTCVM và được thiết kế phù hợp với đặc tính và đáp ứng được nhu cầu khách hàng TCVM là những người nghèo, thu nhập thấp.

Điều kiện, thủ tục và quy trình xét duyệt vốn vay

❖ Điều kiện vay vốn

Xu hướng chung, các TCTCVM luôn cố gắng có những quy định về điều kiện vay vốn và thủ tục vay vốn thuận lợi, đơn giản để giúp khách hàng tiếp cận dễ dàng với dịch vụ tín dụng của họ và giảm các chi phí khi tiếp cận với dịch vụ này.

Trên thực tế, một số điều kiện vay vốn có thể là rào cản khiến cho khách hàng khó hoặc không thể tiếp cận được với dịch vụ tài chính của các tổ chức tài chính, đặc biệt là các tổ chức tài chính chính thức. Với khách hàng là những người có thu nhập thấp thì họ rất khó tiếp cận vốn vay từ các tổ chức tín dụng nếu điều kiện vay vốn cần có tài sản thế chấp. Để loại bỏ rào cản này, hầu hết các TCTCVM đã áp dụng phương pháp cho vay thông qua bảo lãnh nhóm và tín chấp thay cho điều kiện thế chấp tài sản.

Ngoài việc dùng nhóm liên đới để bảo lãnh cho vay, một số TCTCVM có thể sử dụng một số hình thức khác thay tài sản thế chấp khi cho vay vốn như: cho vay dựa vào sự bảo lãnh của người khác, có thể là người thân của khách hàng và người này có khả năng và cam kết chịu trách nhiệm trả nợ nếu khách hàng đó không trả nợ được, hoặc cho vay dựa vào uy tín cá nhân, với những khách hàng thân quen, truyền thống, có lịch sử tín dụng tốt và có khả năng trả nợ.

Bên cạnh hình thức cho vay dựa trên sự bảo lãnh/uy tín thay cho thế chấp, một số TCTCVM sử dụng cả các hình thức thế chấp. Hai hình thức phổ biến nhất là thế chấp bằng tài sản và thế chấp bằng tiền tiết kiệm bắt buộc. Với hình thức thế chấp bằng tiền tiết kiệm bắt buộc, khách hàng sẽ phải có số dư tối thiểu ở mức nào đó (có thể được tính bằng % của món vay) và số tiền này không được rút khi mà vốn vay chưa được trả hết. Hình thức cho vay thế chấp thường áp dụng khi TCTCVM cho vay cá nhân. Nhưng cũng có TCTCVM khi cho vay qua nhóm vẫn yêu cầu thành viên gửi tiết kiệm bắt buộc và không được rút đến khi vốn vay được trả hết hay không còn tham gia nhóm nữa. Và khoản tiết kiệm bắt buộc đó như là khoản thế chấp giúp TCTCVM giảm thiểu phần nào rủi ro mất vốn nếu nó xảy ra.

Ngoài ra, một trong những điều kiện vay vốn quan trọng khác các TCTCVM cũng đề cập đến là đối tượng nào sẽ được tiếp cận vay vốn. Tùy từng TCTCVM mà các quy định sau đối với khách hàng có thể được đưa vào hoặc không đưa vào điều kiện vay vốn của tổ chức:

- Có năng lực pháp luật dân sự, năng lực hành vi dân sự
- Có hộ khẩu thường trú và thường xuyên sinh sống tại địa phương
- Khả năng khả năng sử dụng vốn vay và khả năng trả nợ
- Không có nợ quá hạn hoặc nợ khó đòi từ các tổ chức tín dụng khác
- Mục đích sử dụng vốn vay hợp pháp hoặc chỉ được sử dụng cho mục đích phát triển sản xuất, kinh doanh tạo thu nhập
- Có kế hoạch/phương án sử dụng vốn vay khả thi, hiệu quả

Thủ tục và qui trình vay vốn

Đơn giản hóa thủ tục và quy trình xét vay là nguyên tắc quan trọng các tổ chức TCVM cần phải quan tâm. Việc giảm thiểu tối đa các thủ tục hành chính, giấy tờ và quy trình xét vay sẽ giúp khách hàng có thể tiếp cận nhanh chóng, kịp thời với vốn vay, đồng thời giảm chi phí cho họ trong quá trình đi vay. Trên thực tế, hầu hết các TCTCVM có thủ tục và quy trình xét vay đơn giản, thuận lợi cho khách hàng. Do chủ yếu cho vay với hình thức bảo lãnh nhóm và tín chấp, nên trong hồ sơ vay vốn không cần có các giấy tờ liên quan đến tài sản bảo đảm hoặc giấy tờ chứng minh về thu nhập của khách hàng. Các phương án sản xuất, kinh doanh từ nguồn vốn vay phức tạp cũng thường không được yêu cầu, nếu có cũng chỉ là kế hoạch đơn giản về sử dụng nguồn vốn vay. Với nhiều TCTCVM, khách hàng chỉ cần có Đơn vay vốn là đủ, nhưng điều quan trọng là phải có chữ ký bảo lãnh của các thành viên trong cùng nhóm.

Nếu áp dụng phương pháp cho vay qua nhóm, quy trình về thẩm định xét vay sẽ được đơn giản hóa và tiết kiệm về thời gian, chi phí rất nhiều. Nhân viên tín dụng sẽ không mất nhiều thời gian để đến từng cá nhân khách hàng thẩm định vốn vay. Việc bình xét, thẩm định vốn vay sẽ được chuyển giao cho nhóm. Tuy nhiên, vấn đề cần lưu ý ở đây là phải phát triển được các nhóm hoạt động hiệu quả

Phương pháp cho vay

Hai phương pháp cho vay – còn được gọi là phương pháp tiếp cận TCVM, đã và đang được các TCTCVM trên thế giới áp dụng phổ biến là cho vay cá nhân và cho vay qua nhóm. Mỗi phương pháp có những ưu điểm và hạn chế khác nhau.

Phương pháp cho vay cá nhân

Phương pháp cho vay cá nhân là phương pháp cung cấp khoản vay trực tiếp cho cá nhân, không thông qua nhóm. Phương pháp này thường sử dụng thích hợp với nhóm khách hàng có tài sản thế chấp, khả năng tài chính đảm bảo việc hoàn trả, đặc biệt là các khu vực thành thị. Phương pháp này có các đặc điểm như sau:

- Quyết định cho vay dựa vào tài sản thế chấp, bảo đảm của khách hàng hoặc dựa vào hiểu biết của TCTCVM đối với khách hàng, tình hình tài chính, khả năng trả nợ
- Có mối liên hệ trực tiếp, chặt chẽ, thường xuyên giữa nhân viên tín dụng và khách hàng.
- Quy mô của món vay thường lớn hơn món vay được giải ngân qua nhóm
- Tiết kiệm bắt buộc có thể không được yêu cầu

Ưu điểm cho vay cá nhân:

- Khả năng hoàn trả cao nếu khách hàng có thế chấp hoặc bảo đảm khi vay vốn
- Ít bị ảnh hưởng dây chuyền giữa các khách hàng
- Có thể cung cấp các sản phẩm tín dụng linh hoạt hơn so với cho vay qua nhóm
- Không mất các chi phí về thành lập, đào tạo nhóm

- Các món vay lớn cũng sẽ giúp giảm chi phí hơn so với giải ngân các món vay nhỏ theo nhóm

Hạn chế cho vay cá nhân:

- Nhân viên tín dụng mất nhiều thời gian, công sức hơn khi phải làm việc trực tiếp với từng khách hàng, đặc biệt là quá trình thẩm định, xét vay
- Không thuận lợi cho việc huy động tiết kiệm nhỏ
- Khó cung cấp các dịch vụ về trung gian tài chính, dịch vụ xã hội cho nhóm khách hàng mục tiêu so với phương pháp cho vay qua nhóm
- Các khách hàng hầu như không có mối liên hệ, học hỏi, hợp tác, hỗ trợ nhau
- Có thể có rủi ro đối với việc hoàn trả với những khách cho vay không bằng tài sản thế chấp, bảo đảm mà chỉ dựa vào sự hiểu biết, tin cậy khách hàng

Để thực hiện hiệu quả phương pháp cho vay cá nhân, TCTCVM cần có các chiến lược, giải pháp nhằm nâng cao năng lực cho các nhân viên tín dụng về các kỹ năng giao tiếp, tìm hiểu thông tin về khách hàng. Đồng thời, tạo ra đội ngũ khách hàng quen thuộc, có thể tin tưởng và gắn bó với TCTCVM cũng là mục tiêu quan trọng cho sự phát triển và hoạt động bền vững của TCTCVM.

Phương pháp cho vay qua nhóm

Phương pháp cho vay qua nhóm được rất nhiều các TCTCVM lựa chọn áp dụng và có thể nói rằng nó là một trong những yếu tố quan trọng mang đến sự thành công của các TCVM này. Đặc điểm của phương pháp cho vay qua nhóm là các thành viên phải tổ chức lại với nhau thành nhóm, và các TCTCVM sẽ cung cấp các dịch vụ cho các thành viên thông qua tổ chức nhóm. Vai trò của nhóm thể hiện ở các khía cạnh sau:

- Bảo lãnh cho các thành viên vay vốn thay cho tài sản thế chấp
- Là nơi trực tiếp thực hiện các dịch vụ tài chính hoặc phi tài chính của TCTCVM
- Tạo ra môi trường cho các thành viên học hỏi, hợp tác, hỗ trợ lẫn nhau, đặc biệt là trong việc sử dụng và hoàn trả vốn vay

Ưu điểm phương pháp cho vay qua nhóm:

- Đảm bảo sự hoàn trả nợ đầy đủ, đúng hạn thông qua sự lựa chọn thành viên, bình xét món vay, trách nhiệm liên đới giữa các thành viên, áp lực của nhóm và sự tương trợ lẫn nhau giữa các thành viên
- Giảm chi phí quản lý khi thực hiện các dịch vụ của TCTCVM, thông qua việc chia sẻ công việc, trách nhiệm cho nhóm
- Huy động tiết kiệm dễ dàng và thuận lợi hơn, đặc biệt là các món tiết kiệm nhỏ
- Đối với thành viên nhóm thì ngoài lợi ích được tiếp cận với các dịch vụ của TCTCVM họ còn phát triển năng lực cá nhân, sự tự tin, tính kỷ luật, sự giao tiếp xã hội khi tham gia tổ chức nhóm

Hạn chế phương pháp cho vay qua nhóm:

- Dễ bị ảnh hưởng dây chuyền, nhất là việc hoàn trả nợ
- Các sản phẩm vay vốn thường không đa dạng, linh hoạt, món vay nhỏ
- Có thể có sự không công bằng, gian lận nếu người đứng đầu nhóm không trung thực
- Tăng thêm chi phí cơ hội cho thành viên do mất thời gian cho việc họp hành, tham gia các công việc của nhóm

- Rủi ro hiệp biến¹⁰ khi các thành viên trong nhóm sử dụng vốn vay cho các hoạt động sản xuất tương tự nhau
- Chi phí trong giai đoạn ban đầu của TCTCVM cao cho việc thành lập, đào tạo nhóm
- Cá nhân thành viên trong nhóm không muốn phải chịu trách nhiệm về sự thiếu trách nhiệm của thành viên khác

Nguyên tắc thành lập nhóm: Để nhóm hoạt động thực sự có hiệu quả nên lưu ý các vấn đề sau khi thiết lập và vận hành hoạt động của nhóm:

- Nên lựa chọn nhóm có quy mô nhỏ và đồng nhất
- Hãy để các thành viên tự chọn nhau và tự bầu lãnh đạo nhóm khi thành lập nhóm
- Lãnh đạo nhóm có vai trò quan trọng, ảnh hưởng nhiều đến hiệu quả hoạt động của nhóm vì thế họ phải là những người có uy tín và năng lực. Họ cũng cần được đào tạo về kỹ năng điều hành và quản lý nhóm
- Nên có quy chế của nhóm và do nhóm tự xây dựng
- Tập huấn cẩn thận và đảm bảo tất cả các thành viên trong nhóm đều nắm vững các quy định của TCTCVM cũng như quy chế của nhóm và cam kết thực hiện những quy định này
- Để quyền bình xét vốn vay cho nhóm, các thành viên trong nhóm sẽ quyết định ai là người được vay, vay bao nhiêu. Vì không ai hiểu thành viên trong nhóm bằng chính họ và một khi được trao quyền, họ cũng cảm thấy có trách nhiệm cao hơn

¹⁰ Rủi ro hiệp biến: rủi ro xảy ra đồng thời trên diện rộng, tất cả đều bị rủi ro không ai có thể gánh đỡ cho ai.

- Áp dụng nguyên tắc chỉ giải ngân cho các thành viên trong nhóm khi không có thành viên nào trong nhóm có các khoản chậm trả. Mỗi thành viên đều phải ký kết để bảo lãnh khoản vay cho thành viên khác
- Quy định về các thành viên trong nhóm không có quan hệ anh em, họ hàng cũng được một số TCTCVM áp dụng

Trên thực tế, các TCTCVM có những sự lựa chọn khác nhau về quy mô nhóm. Có thể phân thành ba loại quy mô như sau:

- Nhóm nhỏ: khoảng 5-7 thành viên
- Nhóm trung bình: từ 8-15 thành viên
- Nhóm lớn: khoảng 16-30 thành viên, thậm chí có những nhóm đến 40-50 thành viên

Một số TCTCVM có thể áp dụng mô hình cụm (liên nhóm), bao gồm khoảng 4-6 nhóm nhỏ, mỗi nhóm 5 người. Thông thường sẽ có 2 cán bộ cho mỗi nhóm/cụm. Với những nhóm nhỏ có thể chỉ có 1 cán bộ nhóm.

Lựa chọn phương pháp cho vay nào trong hai phương pháp trên sẽ tùy mỗi TCTCVM trên cơ sở phân tích khách hàng mục tiêu và các điều kiện cụ thể về kinh tế, văn hóa, xã hội. Cũng có những tổ chức áp dụng cả hai phương pháp trên. Phương pháp cho vay cá nhân đòi hỏi sự phát triển cao về năng lực chuyên môn của TCTCVM.

Quy mô món vay

Trên thực tế, tính đa dạng của sản phẩm tín dụng của các TCTCVM có sự khác nhau. Một số TCTCVM chỉ có một vài sản phẩm đơn giản giống nhau cho các khách hàng và mỗi khách hàng chỉ được tiếp cận với một món vay tại mỗi thời điểm. Hoặc, một số TCTCVM chỉ cung cấp các món vay cho mục đích sản xuất, kinh doanh tạo thu nhập và họ không được sử dụng cho mục đích nào khác. Nhưng một số TCTCVM lại có các sản phẩm đa dạng hơn và tùy từng tổ

chức các loại vốn sẽ có tên gọi khác nhau, đồng thời quy mô món vay khác nhau, như: vốn vay chính, vốn chung, vốn ngắn hạn, vốn trung hạn, vốn vay bổ sung, vốn đa mục đích, vốn khẩn cấp, vốn quỹ nhóm. Khách hàng của họ có thể vay cùng một lúc hai món vay, và bên cạnh những món vay cho mục đích tạo thu nhập họ có thể tiếp cận cả các khoản vay cho mục đích tiêu dùng, đặc biệt khi gặp ốm đau, rủi ro trong cuộc sống hoặc cho những trường hợp khẩn cấp như cần tiền trang trải cho các chi phí học hành của con cái vào đầu năm học. Những TCTCVM có các sản phẩm tín dụng đa dạng thường đã hoạt động lâu năm, có nhiều kinh nghiệm và hoạt động mang tính chất chuyên nghiệp hơn.

Cho dù là loại sản phẩm tín dụng nào thì việc thiết kế quy mô món vay phù hợp là hết sức cần thiết. Với khách hàng, quy mô món vay phù hợp sẽ giúp đáp ứng đúng nhu cầu sử dụng vốn vay, cũng như khả năng trả nợ của họ. Nếu món vay quá nhỏ so với nhu cầu sử dụng vốn vay, nhất là cho một mục đích phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh nào đó, nó sẽ không có nhiều tác dụng. Nhưng nếu món vay lớn hơn nhu cầu sử dụng vốn và vượt quá năng lực sử dụng vốn vay của khách hàng thì nó có thể không được sử dụng hiệu quả. Một phần vốn vay có thể được sử dụng cho mục đích khác không tạo thu nhập. Và điều quan trọng khác là người vay sẽ gặp khó khăn khi trả nợ vì vốn vay được sử dụng không có hiệu quả và phải trả một số tiền nợ lớn. Còn đối với tổ chức TCVM, nếu sản phẩm vốn vay không được thiết kế hợp lý, nó sẽ không hấp dẫn khách hàng và họ có thể sẽ rời bỏ tổ chức. Hơn nữa, nếu món vay không phù hợp, người vay sẽ gặp khó khăn khi hoàn trả vốn vay và dẫn đến nguy cơ về nợ quá hạn, rủi ro mất vốn.

Để thiết kế các sản phẩm vốn vay với quy mô phù hợp với nhu cầu của nhóm khách hàng mục tiêu, các TCTCVM sẽ phải căn cứ vào một số yếu tố chính:

- o Mục đích sử dụng vốn vay. Với mỗi mô hình sản xuất, kinh doanh khác nhau sẽ cần lượng vốn khác nhau.

- o Khả năng trả nợ của nhóm khách hàng mục tiêu. Đây là yếu tố rất quan trọng mà bất kỳ TCTCVM nào cũng cần xem xét khi quyết định cho vay và trong thiết kế sản phẩm. Khả năng trả nợ khách hàng phụ thuộc vào nguồn thu nhập và chi tiêu của hộ gia đình/doanh nghiệp.
- o Năng lực và kinh nghiệm sử dụng tín dụng của khách hàng. Nhóm khách hàng ở thành thị, nông thôn và miền núi sẽ khác nhau và những người chuyên kinh doanh, buôn bán, làm ngành nghề sẽ khác với những người làm nghề nông. Thậm chí mỗi cá nhân trong nhóm khách hàng mục tiêu cũng có năng lực sử dụng vốn khác nhau. Với những khách hàng lần đầu sử dụng dịch vụ tài chính sẽ ít kinh nghiệm và có thể sử dụng vốn vay ít hiệu quả hơn, thậm chí có thể có những rủi ro. Vì thế, TCTCVM cần cân nhắc những món vay thích hợp để họ có thể tập dượt làm quen.

Mức vay nhỏ, phù hợp với nhóm khách hàng nghèo, đặc biệt là những lần vay vốn đầu tiên.

- o Tăng dần món vay ở các chu kỳ tiếp theo. Nguyên tắc này giúp khách hàng sử dụng hiệu quả những món vay lớn hơn nhờ kinh nghiệm có được từ việc sử dụng những món vay nhỏ ở chu kỳ trước và họ dần mở rộng được quy mô các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình.
- o Chỉ nên khống chế mức vay tối đa, không nên khống chế mức vay tối thiểu. Nguyên tắc này giúp khách hàng lựa chọn món vay phù hợp với khả năng sử dụng vốn vay của họ.

Thời hạn vay vốn

Thời hạn vay vốn có mối liên hệ với mục đích sử dụng món vay và như vậy nó cũng sẽ có mối liên quan đến quy mô món vay. Thông thường món vay lớn sẽ được sử dụng cho những khoản đầu tư cần thời hạn dài hơn. Nếu TCTCVM thiết kế thời hạn vay vốn phù hợp với nhu cầu đầu tư, kinh doanh của khách hàng thì khách hàng sẽ sử

dụng món vay hiệu quả hơn và có khả năng hoàn trả món vay đầy đủ và đúng hạn hơn.

Nhìn chung, cùng với việc thiết kế quy mô món vay nhỏ, các TCTCVM đều áp dụng thời hạn vay ngắn cho các khoản vay. Với các khoản vay chính thường có thời hạn 06 tháng, 12 tháng, 18 tháng, thời hạn 24 tháng ít được lựa chọn hơn. Với các khoản vay phụ/vay bổ sung, thường có thời hạn khoảng 3-6 tháng. Việc lựa chọn áp dụng cho vay món vay nhỏ, thời hạn vay ngắn khuyến khích khách hàng đầu tư vào những loại hình sản xuất kinh doanh sớm mang lại thu nhập, quay vòng vốn nhanh hơn và như vậy sẽ làm khách hàng năng động hơn. Các yếu tố này cũng làm cho khả năng hoàn trả vốn được đảm bảo hơn và TCTCVM sẽ giảm thiểu rủi ro cho vốn vay.

Phương thức hoàn trả vốn vay

Có hai phương thức trả nợ vốn vay: trả một lần vào cuối chu kỳ và trả dần theo các chu kỳ trả nợ.

Với cơ chế trả dần vốn, tiền dùng để trả nợ không nhất thiết từ nguồn thu trực tiếp do các hoạt động tăng thu nhập từ đầu tư vốn vay mang lại mà khách hàng có thể tìm kiếm từ nhiều nguồn thu nhập khác.

Cơ chế trả dần vốn như là một động lực kích thích sự phát triển kinh tế đối với khách hàng, đặc biệt nó rất phù hợp với nhóm khách hàng có thu nhập thấp. *Các lợi ích có được khi áp dụng phương thức trả dần vốn:*

- Trả dần vốn sẽ kích thích tính năng động của người vay trong việc sử dụng vốn, tính toán làm ăn để có tiền trả nợ vốn vay
- Giúp người vay trả vốn dễ hơn, thay vì phải trả một món lớn vào cuối chu kỳ bằng việc trả nhiều lần các món nhỏ
- Cuối chu kỳ người vay sẽ tích lũy được món tiền lớn nhờ việc trả dần vốn, nếu không người vay sẽ phải bán hầu hết sản phẩm để

trả vốn vào cuối chu kỳ. Trả dần vốn như một hình thức tiết kiệm đối với người vay

- Vốn vay sẽ quay vòng nhanh hơn, nhiều người sẽ được vay vốn hơn
- Đảm bảo tỷ lệ hoàn trả cao và giảm thiểu bớt rủi ro về nợ quá hạn, mất vốn

Tuy trả dần vốn có nhiều lợi ích nhưng nó cũng làm tăng chi phí thời gian cho cả TCTCVM và khách hàng, đồng thời cũng tăng chi phí về sổ sách, giấy tờ liên quan đến việc thu nợ.

Chu kỳ trả nợ có thể được thiết kế trả theo ngày, tuần, tháng, quý, 6 tháng/lần hoặc chia làm hai kỳ trả nợ. Hình thức trả theo ngày hoặc tuần chỉ áp dụng cho những khách hàng có thu nhập thường xuyên như buôn bán, dịch vụ, ngành nghề. Hình thức trả nợ theo tháng được các TCTCVM áp dụng tương đối phổ biến. Các hình thức trả vốn theo quý, 6 tháng/lần hoặc chia hai kỳ ít được lựa chọn. Mức trả gốc vốn vay có thể được chia đều cho các lần trả, nhưng cũng có thể thiết kế theo cách mức trả tăng dần ở những chu kỳ trả nợ tiếp theo. Để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho người vay, một số TCTCVM áp dụng cơ chế ân hạn một số chu kỳ đầu chưa phải trả gốc.

Việc lựa chọn phương thức trả vốn nào, với tần suất cụ thể như thế nào cần dựa trên điều kiện cụ thể của nhóm khách hàng mục tiêu, địa bàn hoạt động, mô hình đầu tư vốn vay.

Lãi suất cho vay

Xác định lãi suất cho vay (*hay còn gọi là định giá sản phẩm*) là khía cạnh rất quan trọng trong thiết kế sản phẩm tín dụng. TCTCVM cần phải áp dụng mức lãi suất trang trải được các chi phí, bảo đảm sự bền vững tài chính và có thể phục vụ nhóm khách hàng mục tiêu lâu dài, tuy nhiên cũng cần xem xét tới khả năng và lợi ích của khách hàng.

Khách hàng của TCTCVM thường là nhóm khách hàng nghèo và có thu nhập thấp. Trên thực tế, nhiều người có quan điểm rằng cần phải áp dụng lãi suất vay vốn ưu đãi để giúp họ phát triển kinh tế, cải thiện cuộc sống và trên thực tế cũng có những chương trình của Chính Phủ hoặc một số TCTCVM áp dụng lãi suất vay ưu đãi hay còn gọi là bao cấp cho nhóm đối tượng thuộc diện hộ nghèo. Đối với những TCTCVM hoạt động không có nguồn vốn bao cấp hoặc chỉ nhận được nguồn vốn tài trợ trong một số giai đoạn thì sẽ không thể đảm bảo sự bền vững về mặt tài chính nếu áp dụng lãi suất vay bao cấp và như vậy họ sẽ không thể cung cấp dịch vụ tài chính bền vững và lâu dài cho khách hàng.

Hầu hết các TCTCVM đều có quy mô nhỏ và thực hiện việc cung cấp các khoản vay nhỏ cùng với một số yếu tố không thuận lợi khác như địa bàn hoạt động rải rác, khó khăn, khách hàng là những người nghèo và có thu nhập thấp nên chi phí cho việc cung cấp dịch vụ tín dụng thường cao so với các tổ chức tín dụng chính thức. Mức lãi suất cho vay của một số TCTCVM thậm chí có thể cao hơn mức lãi suất của các ngân hàng thương mại. Nhưng khách hàng của các TCTCVM vẫn có thể chấp nhận các mức lãi suất này, vì với họ cơ hội tiếp cận với vốn vay quan trọng hơn phần chênh lệch lãi suất, hơn nữa các dịch vụ tín dụng của TCTCVM thường có lợi thế hơn các ngân hàng thương mại về điều kiện, thủ tục vay vốn. Nhưng để thu hút khách hàng nhiều hơn và cũng giảm nhẹ gánh nặng về chi phí vay vốn, giúp họ tăng thêm lợi nhuận từ hoạt động đầu tư vốn vay, các TCTCVM nên xác định mức lãi suất hợp lý, cân bằng được cả lợi ích của tổ chức và của khách hàng.

Các TCTCVM thường xác định lãi suất theo:

- Dựa trên cơ cấu chi phí
- Dựa trên tham khảo lãi suất thị trường và qui định của pháp luật
- Dựa trên lãi suất của đối thủ cạnh tranh.

Phương pháp tính lãi

Có hai phương pháp tính lãi được các TCTCVM áp dụng khá phổ biến: phương pháp tính lãi theo số dư giảm dần và phương pháp tính lãi bằng (hay còn gọi là bình quân).

Phương pháp tính theo số dư giảm dần

Tiền lãi được tính theo số dư nợ thực tế của kỳ trả nợ đó. Nó phản ánh đúng chi phí mà người đi vay phải trả.

$$\text{Công thức tính: } L = Gn \times i$$

Trong đó:

L: là lãi phải trả trong kỳ.

Gn: số dư nợ hiện tại của kỳ thứ n

i: lãi suất vay

Phương pháp tính lãi bằng

Phương pháp này còn có tên gọi khác là phương pháp tính lãi bình quân. Tiền lãi trả trong kỳ được tính theo số tiền vay ban đầu.

$$\text{Công thức tính: } L = G \times i$$

Trong đó:

L: lãi phải trả trong kỳ.

Gn: số tiền vay ban đầu

i: lãi suất vay

Phương pháp tính lãi theo số dư giảm dần sẽ không làm tăng lãi suất hiệu quả so với lãi suất danh nghĩa, phương pháp này tính lãi này chủ yếu sử dụng ở khối ngân hàng. Phương pháp tính lãi bằng sẽ làm lãi suất hiệu quả tăng so với lãi suất danh nghĩa và thời hạn vay càng dài và tần suất trả nợ càng dày thì lãi suất hiệu quả càng cao.

Phương pháp tính lãi bằng có ưu điểm là tính toán và thu tiền lãi đơn giản cho cả TCTCVM lẫn khách hàng. Một số TCTCVM áp dụng cách tính lãi theo số dư giảm dần nhưng tiền lãi được cộng lại và chia đều cho số lần phải trả nợ nhằm giúp cho việc thu lãi đơn giản cho TCTCVM và khách hàng. Tuy số lãi phải trả bằng nhau cho mỗi chu kỳ trả nợ, nhưng bản chất không phải là phương pháp tính lãi bằng.

1.2.1.2. Huy động vốn

Hiện nay, các TCTCVM trên thế giới thường huy động vốn thông qua ba nguồn chính là vay nợ, vốn chủ sở hữu và tiền gửi (đối với các tổ chức được phép huy động tiền gửi). Do vậy, nghiên cứu về kinh nghiệm quốc tế đối với sản phẩm huy động vốn sẽ được tổng kết theo ba kênh trên.

Kinh nghiệm quốc tế về huy động vốn thông qua tiết kiệm

Hiện nay, các TCTCVM trên thế giới có thể huy động vốn thông qua các sản phẩm tiết kiệm tiền gửi từ nhiều đối tượng khách hàng có mức thu nhập thấp, trung bình và thậm chí thu nhập cao cũng như từ các tổ chức, doanh nghiệp và các tổ chức gần với chi nhánh của tổ chức TCVM. Điều này cho phép các tổ chức TCVM không những có thể đáp ứng nhu cầu tiết kiệm tại nhiều địa phương mà còn có thể huy động một số lượng lớn các khoản tiết kiệm nhỏ từ nhiều nguồn nhằm đáp ứng cho danh mục tín dụng vi mô đa dạng cũng như đảm bảo khả năng tự vững về tài chính. Huy động tiết kiệm từ công chúng nói chung còn có lợi thế quan trọng khác đó là hạn chế tác động tiêu cực từ việc rút tiền đồng loạt vào một thời điểm nào đó. Chẳng hạn, các TCTCVM chỉ tập trung vào nhóm khách hàng có thu nhập thấp có thể phải đối mặt với nguy cơ rút tiền ồ ạt tại các thời điểm như đầu năm học do phải đóng học phí, các dịp lễ hội hay trong những tháng trước khi thu hoạch mùa. Nghiên cứu của CGAP (1998) chỉ ra rằng nhìn chung số lượng các tài khoản tiết kiệm cũng thường vượt trội so với các khoản cho vay, với hơn 152 triệu khoản vay, số lượng tài khoản tiết kiệm lên tới trên 573 triệu tài khoản tại các TCTCVM. Điều này đã chứng tỏ nhu cầu gửi tiền rất lớn của tầng lớp

thu nhập thấp và trung bình thấp và gọi mở các TCTCVM cần nâng cao năng lực trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ phù hợp với các đối tượng khách hàng.

Ví dụ, Năm 1994, Equity Building Society (EBS) ở Kenya đã bắt đầu chuyển đổi từ mô hình công ty cho vay thế chấp bị thua lỗ sang mô hình tổ chức tài chính vi mô thương mại. EBS đã huy động tiết kiệm tự nguyện từ giữa năm 1984 và 1993, nhưng chỉ tập trung vào một số ít sản phẩm và các nhà quản lý cũng như nhân viên biết rất ít về nhu cầu khách hàng, do vậy tiết kiệm đã bị đình trệ. Tuy nhiên, sau đó, một đội ngũ quản lý mới được thay thế và bắt đầu rà soát lại các sản phẩm và dịch vụ đang có cũng như nghiên cứu mở rộng các sản phẩm mới. Kết quả là tiết kiệm tiền gửi đã tăng từ 3 triệu đô la Mỹ cho hơn 12.000 tài khoản trong năm 1994 đến 7 triệu đô la Mỹ cho của hơn 41.000 tài khoản vào năm 1998. Đến năm 1999, EBS mới thực sự tập trung vào nghiên cứu nhu cầu khách hàng, thiết kế và cung cấp sản phẩm sao cho phù hợp nhất với nhu cầu của khách hàng. Kết quả là đến năm 2003 tiết kiệm EBS đã nhảy từ tổng số 7.000.000 đô la Mỹ đến 43 triệu đô la Mỹ của hơn 252.000 tài khoản, một mức tăng ấn tượng trong 5 năm (Robinson, 2004).

Ngoài ra, bài học kinh nghiệm huy động tiền gửi tiết kiệm của Trung Quốc cho thấy để có thể huy động tiền gửi thành công các TCTCVM cần có sự thiết kế sản phẩm phù hợp với từng khách hàng hay từng địa phương đồng thời không ngừng đa dạng hóa các nguồn huy động. Theo đó, hiện nay các dự án của chính phủ và đại đa số các dự án tài chính vi mô hỗ trợ người nghèo của các tổ chức nước ngoài hay tổ chức cộng đồng đều bao gồm tiết kiệm bắt buộc, ví dụ như một khoản tiền thay thế cho tài sản thế chấp hoặc tài sản bảo đảm. Đồng thời, một vài dự án cũng có hoạt động gửi tiền, phù hợp với tần suất trả nợ, trong đó một số tiền tương đương với tỷ lệ nhất định trên số vốn vay được gửi vào bất kể thời gian nào. Ví dụ, dự án Quỹ trợ vốn cho hợp tác xã nghèo (FPC) của Học viện khoa học xã hội Trung Quốc CASS quy định rằng, tại thời điểm vay vốn, khách hàng vay phải ký quỹ 5% số tiền vay vào quỹ chung của nhóm

và mọi thành viên phải gửi một số tiền tương đương 0,1% giá trị khoản vay hàng tuần. Dự án CIDA Tân Cương cũng kết nối số tiền gửi với giá trị khoản vay, và quy định tỷ lệ gửi tiền ở mức 1:10, 1:8, 1:6 hoặc 1:4. Tỷ lệ này giảm dần khi số tiền vay tăng lên. Các hợp tác xã tín dụng nông thôn (RCCs) khuyến khích các hộ nông dân tiết kiệm nhưng không yêu cầu hoạt động tài chính vi mô phải được liên kết với một khoản tiền gửi.

Để đảm bảo dịch vụ ngân hàng cơ bản có mặt tài khắp các địa phương, cung cấp các khoản tín dụng lớn và dịch vụ bảo hiểm ở nông thôn, Trung Quốc đã chủ trương ban hành các biện pháp huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau để hỗ trợ khu vực vùng sâu vùng xa. Theo đó, các ngân hàng gia tăng cho vay tín dụng nông nghiệp, đặc biệt là tín dụng vi mô ở khu vực nông thôn (khoảng 2/3 trong tổng số hơn 70 triệu nông dân bị thiếu dịch vụ ngân hàng). Chính phủ đã yêu cầu các thể chế tài chính như Ngân hàng Nông nghiệp Trung Quốc, Hợp tác xã tín dụng nông thôn... triển khai nhiều dự án về tín dụng vi mô nhằm hỗ trợ về các khu vực nông thôn nghèo trên cả nước. Đồng thời, khuyến khích phát triển các ngân hàng nhỏ, các doanh nghiệp cho vay vốn nhằm dẫn nguồn vốn chảy về thị trường trường tín dụng vi mô nông thôn. Bên cạnh đó, khuyến khích nhà đầu tư nước ngoài tham gia thị trường tín dụng vi mô nông thôn dưới dạng thích hợp, như mở chi nhánh hay thành lập các liên doanh ngân hàng. Năm 2009, ngân hàng HSBC đã mở chi nhánh đầu tiên ở Thành Đô và trở thành ngân hàng nước ngoài đầu tiên thâm nhập vào thị trường tài chính nông thôn Trung Quốc, hay nhiều dự án tài chính vi mô của các tổ chức nước ngoài khác như dự án hỗ trợ cho Thanh Hải phối hợp giữa ABC và quỹ viện trợ của Australia, dự án Lu-anping của Canada... Nhiều ngân hàng hàng đầu thế giới như Citibank, Standard Charter... cũng có kế hoạch cung cấp các dịch vụ tài chính vi mô tại khu vực nông thôn Trung Quốc.

Tương tự, các loại sản phẩm tiết kiệm ở Bangladesh chủ yếu bao gồm dịch vụ tiết kiệm, bắt buộc hoặc tự nguyện (Dowla và Alamgir 2003). Việc tiết kiệm bắt buộc thường là tiền gửi hàng tuần hoặc

hàng tháng và số tiền thường dao động khoảng 0,03-0,13 đô la Mỹ/lần gửi. Một số tổ chức TCVM cũng yêu cầu các thành viên phải gửi tiền để đủ điều kiện vay vốn. Ngoài ra, khách hàng nên duy trì một số dư tối thiểu trên tài khoản dựa trên các khoản cho vay được thực hiện nhằm bảo hiểm cho các tổ chức TCVM trong trường hợp người vay mất khả năng thanh toán. Ngược lại, sản phẩm tiết kiệm tự nguyện thường có điều kiện dễ dàng và đa dạng hơn (Brac 2015). Lãi suất tiết kiệm phụ thuộc vào thời gian, số lượng và loại hình tiết kiệm.

Ấn Độ, quốc gia đông dân thứ 2 thế giới với số người nghèo nhiều nhất thế giới, cũng đã rất thành công với mô hình SHG trong huy động vốn của các TCTCVM. SHG còn tự tìm kiếm từ các nguồn tài trợ từ các ngân hàng thương mại, các nguồn vốn của các tổ chức quốc tế, tài trợ Chính phủ, các tổ chức NGOs để có thêm nguồn tài chính, khả năng quản lý, tiếp cận các kỹ thuật phục vụ cho sản xuất, tiết kiệm chi phí quản lý, cũng như giúp người nghèo tiếp cận dễ dàng hơn với tổ chức...Dưới đây là hai mô hình điển hình của Ấn Độ:

❖ **Mô hình nhóm tương trợ (SHG)**

Nhóm tương trợ (SHG) là hình thức tổ chức TCVM chủ yếu tại Ấn Độ. Trong mô hình này, các thành viên của SHG sẽ tích lũy các khoản tiết kiệm nhỏ thường xuyên tại một mức cố định với kỳ hạn hàng ngày hoặc hàng tuần và cho các thành viên vay trong một thời gian cố định. SHG thường được thành lập dưới hình thức hiệp hội tự nguyện từ 15 đến 20 người hoạt động với một mục tiêu chung. Các thành viên trong nhóm thường có chung hoàn cảnh xã hội và tự nguyện hình thành các quỹ tiết kiệm chung vì lợi ích của tất cả các thành viên trong nhóm. SHG cũng nhận được những hỗ trợ về tài chính từ các MFI hoặc các ngân hàng để thiết lập quỹ quay vòng.

Chương trình liên kết SHG và Ngân hàng là một trong những chương trình TCVM lớn nhất trên thế giới hiện nay. Chương trình bắt đầu chính thức đi vào hoạt động từ năm 1992 theo sự chỉ đạo của NABARD. Thông qua chương trình, RBI đã tạo điều kiện để các SHG đi vay các

ngân hàng thương mại không cần thế chấp. Nếu các SHG thu được thành công ít nhất là trong sáu tháng, các ngân hàng sẽ cung cấp khoản tín dụng gấp 4 lần so với lượng tiết kiệm nhóm. Kể từ đó phong trào SHG đã lan rộng và trở thành hình thức TCVM phổ biến nhất tại Ấn Độ.

Chương trình liên kết SHG và Ngân hàng là một bước tiến để giúp những người dân nghèo có cơ hội tiếp cận với hệ thống ngân hàng chính thức và với các thói quen tiết kiệm và tín dụng. Nhờ vậy, những thành viên trong các nhóm SHG dễ dàng tìm kiếm các cơ hội sinh kế thông qua nguồn tín dụng từ các tổ chức tài chính. Chương trình này cũng có vai trò nâng cao năng lực của các nhóm và từng thành viên trong nhóm trong các hoạt động quản lý quỹ, các hoạt động liên quan tới tài chính và kết nối cộng đồng (Das, 2012).

Bảng 1.1. Các số liệu cơ bản về mô hình SHG tại Ấn Độ 2013 – 2015

Tiêu chí	2013	2014	2015
Số lượng SHG được liên kết	731,7 triệu	742,9 triệu	771,2 triệu
Số hộ nông dân được tiếp cận	95 triệu	97 triệu	101 triệu
Tổng nguồn tiết kiệm	82.170 triệu INR	98.970 triệu INR	113.070 triệu INR

Nguồn: Das (2012).

❖ **Mô hình kết hợp giữa SHG và BC**

Vào năm 2012, Chương trình các thể chế tài chính nông thôn (Rural Financial Institutions Programme), một chương trình liên kết giữa NABARD và Cơ quan hợp tác quốc tế của Đức (GIZ), đưa ra một hình thức kết hợp giữa mô hình SHG và mô hình BC trong đó, các ngân hàng sẽ chỉ định thành viên của SHG làm đại lý kinh doanh nhằm cải thiện khả năng kết nối giữa các đại lý với cộng đồng. Mô hình được thí điểm tại hai địa phương đầu tiên là Uttar Pradesh and Madhya

Pradesh. Theo mô hình này, các ngân hàng sẽ hợp tác với một liên đoàn địa phương. Các thành viên SHG của liên đoàn được bổ nhiệm làm những đại lý kinh doanh với tên gọi là "Ngân hàng Sakhi". Các "ngân hàng Sakhi" đã cung cấp một loạt các sản phẩm hỗn hợp hấp dẫn cho khách hàng bao gồm cả tài khoản tiết kiệm cơ bản, tiền gửi kỳ hạn, cho vay, thanh toán và các dịch vụ chính phủ điện tử khác. Điều này giúp gia tăng khả năng kinh doanh của các "ngân hàng Sakhi". Bên cạnh đó, việc chỉ định SHG trở thành đại lý kinh doanh ngân hàng còn mang tới ưu điểm khác đó là những thành viên SHG có thể dễ dàng kết nối với cộng đồng (thông qua các nhóm và các tổ chức cấp thôn bản) và có được sự tin tưởng của các thành viên khác trong cộng đồng. Họ thường sẽ ở lại trong cộng đồng chứ không di chuyển để tìm kiếm các cơ hội việc làm khác.

Bảng 1.2. Các số liệu cơ bản về mô hình kết hợp SHG và BC (31/08/2015)

Số lượng "ngân hàng Sakhi" được chỉ định	29
Số làng mà "ngân hàng Sakhi" đã tiếp cận	170
Số lượng khách hàng mở tài khoản thông qua "ngân hàng Sakhi"	10.019
Tổng số lượng giao dịch (gửi tiền và rút tiền)	17.227
Tổng giá trị giao dịch	9.447.421 INR

Nguồn: NABARD (2015).

Mô hình kết hợp SHG và BC dù mới được triển khai từ năm 2012 nhưng cho đến nay đã đạt được một số thành tựu đáng kể, gia tăng khả năng kết nối giữa các thể chế tài chính chính thức tới từng khách hàng cá nhân nhỏ lẻ, từng thôn làng xa xôi mà trước đây không có khả năng tiếp cận với các dịch vụ ngân hàng.

Kinh nghiệm quốc tế về huy động vốn chủ sở hữu

Trên thế giới, một số TCTCVM cũng đã bắt đầu tiếp cận các nguồn lực thông qua các thị trường vốn quốc tế tiêu biểu như Ngân hàng Rakyat tại Indonesia (BRI), Ngân hàng Bangladesh (BRAC), Banco Compartamos ở Mexico và Ngân hàng Equity ở Kenya đã tăng vốn chủ sở hữu thông qua phát hành công chúng. Ba tổ chức này vốn nổi tiếng cho sự tăng trưởng vượt trội cũng như có kết quả hoạt động hiệu quả ấn tượng và mở rộng quy mô hoạt động rộng khắp trong ngành TCVM đã được niêm yết trên thị trường chứng khoán là minh chứng rõ nét cho việc các TCTCVM hoàn toàn có thể huy động vốn trên thị trường chứng khoán (Lieberman, Anderson, Grafe, Campbell, & Kopf, 2008). Phát hành lần đầu ra công chúng (IPO) và niêm yết trên sàn chứng khoán đã cho phép bốn tổ chức tận dụng các cơ hội mới để tăng nguồn thu đồng thời giúp tăng tính thanh khoản cho nhà đầu tư. Tương tự, tại Ấn Độ, sự kiện TCTCVM Hyderabad thực hiện phát hành lần đầu ra công chúng được cho là đánh dấu mốc khi đã huy động được 1,6 tỷ USD (năm 2013). Lượng cổ phiếu đặt mua của Hyderabad được đánh giá tăng gấp 13,7 lần so với dự tính và giá thị trường tăng 98 lần so với mệnh giá ban đầu của cổ phiếu. Có thể nói các TCVM đã nhận được sự chú ý rất lớn của các nhà đầu tư trên thị trường vốn và do vậy, sau sự kiện rất nhiều tổ chức TCVM khác cũng tìm cách để có thể gia nhập vào thị trường này.

Bảng 1.3. Huy động vốn thông qua thị trường vốn tại các TCTCVM ở Ấn Độ

Năm tài chính	Số lượng (triệu USD)	Số lượng giao dịch
2007-2008	52	3
2008-2009	178	11
2009-2010	209	29
Q1-2011	66	6

Nguồn: Srinivasan (2010) TCVM Ấn Độ: Báo cáo ngành trung ương, 2010.

Một ví dụ điển hình khác là trường hợp của TCTCVM của Bangladesh, Grameen Koota (GK) đã huy động vốn bằng cách phát hành trái phiếu không chuyển đổi nhằm bổ sung nguồn vốn dài hạn trong khi đó truyền thống trước đây tổ chức này chủ yếu dựa vào các khoản vay ngân hàng. Với sự giúp đỡ của IFMR, GK đã hoàn thành ba vòng chứng khoán hóa các khoản vay của mình và đang tích cực lên kế hoạch tăng thêm vốn từ các tổ chức đầu tư cũng như quỹ đầu tư mạo hiểm. Ngoài ra, GK cũng đã huy động 200 triệu USD bằng cách phát hành trái phiếu không chuyển đổi (NCD) trên thị trường chứng khoán Bombay (BSE) vào ngày 22 tháng 1 năm 2010. Theo đó, MicroVest, một công ty đầu tư TCVM của Mỹ liên kết với SEBI đã đăng ký thực hiện mua. Đây cũng là lần đầu tiên một tổ chức TCVM của Ấn Độ đã trực tiếp huy động được vốn từ các nhà đầu tư nước ngoài thông qua phát hành trái phiếu NCD. Ngay sau đó, trong tháng 3 năm 2011, DWM, một nhà đầu tư nước ngoài cũng đã quyết định đầu tư 350 triệu USD vào trái phiếu không chuyển đổi NCD của GK. Thành công của GK có được là do có sự hỗ trợ của rất nhiều quỹ TCVM trong tiến trình phát hành chứng khoán. Cụ thể vào đầu năm 2008, Aavishkaar goodwill - một công ty phát triển TCVM của Ấn Độ đã đầu tư 92 triệu USD vào GK trong vòng đầu tiên của quá trình phát hành chứng khoán. Tiếp đó trong vòng thứ hai và vòng thứ ba của quá trình này, GK tiếp tục nhận được vốn đầu tư của công ty cổ phần Microventures SpA, quỹ đầu tư Microventures, Incofin và Aavishkaar Goodwill với số tiền gần 275 triệu đô vào cuối năm 2009 và 250 triệu USD năm sau đó. Sau khi chuyển đổi sang NBFC trong năm 2007, GK đã được tích cực theo đuổi mục tiêu của mình là phục vụ đối tượng khách hàng là người nghèo và nhanh chóng tăng danh mục cho vay của mình đạt hơn 3270 triệu đô la Mỹ tính đến tháng Ba năm 2010. Tóm lại kinh nghiệm huy động vốn từ thị trường chứng khoán của GK đã minh chứng mặc dù hoạt động này đòi hỏi các TCTCVM phải có chi phí rất lớn do liên quan tới chi phí pháp lý cũng như xếp hạng tín dụng trong quy trình đánh giá song các TCTCVM hoàn toàn có thể huy động vốn từ thị trường này. Chứng khoán đã thực sự trở thành một kênh huy động vốn quan trọng và hữu hiệu cho

các TCTCVM. Chứng khoán phát hành bởi các TCTCVM cũng được đông đảo các nhà đầu tư quan tâm và mua vào bởi không chỉ các ngân hàng, các quỹ đầu tư mà còn rất nhiều tổ chức tài chính khác nữa.

Kinh nghiệm quốc tế về huy động vốn thông qua vay nợ

Nhìn chung, vốn huy động từ vay nợ tại các TCTCVM trên thế giới thường chiếm hơn một phần ba trong tổng nguồn vốn của các tổ chức TCVM, tăng hơn 7 tỷ USD trong giai đoạn từ năm 2007-2010 theo số liệu của Mix Market (2010). Xét theo khu vực, trong hầu hết các khu vực huy động vốn từ nợ cũng chiếm ít nhất một phần ba tổng nguồn vốn của các tổ chức TCVM. NBFIs và đặc biệt là các tổ chức phi chính phủ đang phụ thuộc vào nợ như một nguồn huy động chính do hoạt động huy động tiền gửi tại các tổ chức này rất hạn chế, ngoại trừ châu Phi. Sau đây là kinh nghiệm huy động vốn từ vay nợ tại Ấn Độ với trường hợp nghiên cứu là mô hình TCVM kết hợp giữa công ty Tài chính SKS và công ty tài chính phi ngân hàng (NBFC) ở Ấn Độ.

Tại Ấn Độ, NBFC được đánh giá là ví dụ điển hình cho mô hình TCVM hoạt động vì lợi nhuận và ngày càng trở thành lựa chọn ưa thích bởi rất nhiều các TCTCVM khác cùng chung định hướng hoạt động vì lợi nhuận. Theo đó, NBFC chủ yếu huy động vốn thông qua thị trường vốn và quan niệm rằng vì hoạt động cho vay người nghèo có thể được thương mại hóa nên không nhất thiết chỉ phụ thuộc vào nguồn vốn chi phí thấp. Ngoài ra, do nhu cầu vốn là rất lớn nên các thị trường tài chính vẫn là nơi duy nhất để huy động nguồn lực một cách nhanh chóng và bền vững. Bên cạnh việc huy động vốn từ các nhà đầu tư trên thị trường vốn, các mô hình TCVM NBFCs tại Ấn Độ còn mở rộng nguồn vốn vay từ các ngân hàng thương mại để tài trợ vốn cho các dự án vi mô và hoạt động sản xuất của người nghèo nhằm mục tiêu giúp người nghèo thoát khỏi tình trạng nghèo đói (Leonard, 2011).

Từ những nghiên cứu về kinh nghiệm quốc tế trên, bài học kinh nghiệm cần rút ra đó là: Tổ chức TCVM cần không những huy động

tiết kiệm từ người nghèo mà còn phải mở rộng huy động tiết kiệm từ tất cả các đối tượng khác trong cộng đồng. Rõ ràng một tổ chức tài chính vi mô không thể chỉ dựa vào việc huy động tài chính từ người nghèo với quy mô rộng lớn để trở nên tự túc về tài chính, có thể tài trợ dễ dàng cho toàn bộ danh mục tín dụng vi mô và có lợi nhuận được. Bởi lẽ nếu chỉ tập trung vào huy động tiết kiệm từ người nghèo, các TCTCVM sẽ phải chịu áp lực chi phí giao dịch rất cao do số lượng rất lớn các tài khoản nhỏ.

1.2.1.3. Thanh toán và chuyển tiền

a) Tài khoản giao dịch: Nền tảng cho việc cung ứng dịch vụ thanh toán điện tử

Để đáp ứng nhu cầu chuyển và nhận các khoản thanh toán trong cuộc sống, tiền mặt (tiền giấy và tiền xu) được sử dụng như là một phương tiện thông dụng có thể đáp ứng được mục đích thanh toán này. Tuy nhiên, phương tiện này có nhiều điểm hạn chế và không thích hợp cho một số giao dịch thanh toán như: thanh toán từ xa hoặc đối với các khoản thanh toán có giá trị cao; làm tăng chi phí, tốc độ thanh toán chậm và tăng nguy cơ rủi ro (mất mát, trộm cắp) trong giao dịch.

Để giải quyết những hạn chế của việc sử dụng tiền mặt, các ngân hàng và các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán khác đã phát triển dịch vụ thanh toán điện tử như là một phương tiện thanh toán có tính an toàn, nhanh chóng và thuận tiện hơn.

Việc sử dụng hoặc cung ứng dịch vụ thanh toán điện tử đòi hỏi phải thực hiện dựa trên Tài khoản giao dịch. Khái niệm về Tài khoản giao dịch được hiểu là các tài khoản (bao gồm tài khoản tiền điện tử/tài khoản trả trước) mở tại ngân hàng hoặc các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán được cấp phép (PSPs), được sử dụng để chuyển và nhận các khoản thanh toán và để lưu trữ giá trị. Tài khoản giao dịch có 02 chức năng là thanh toán và lưu trữ giá trị tiền tệ. Để mở và có thể thực hiện thanh toán qua tài khoản, thông thường phải có đủ số

du trong tài khoản và do đó cần có một lượng giá trị tiền tệ nhất định trong tài khoản trong một khoảng thời gian.

Tất cả các tài khoản thanh toán tại ngân hàng và các tổ chức nhận tiền gửi được cấp phép khác¹¹ là "tài khoản giao dịch tiền gửi" mà có thể sử dụng để chuyển và nhận các khoản thanh toán thì được coi là các tài khoản giao dịch. Phương tiện thanh toán trả trước dựa trên tiền điện tử, được gọi là "tài khoản tiền điện tử". Loại tài khoản này có thể được cung cấp bởi các ngân hàng, các định chế tài chính nhận tiền gửi được cấp phép hoặc các tổ chức PSP không nhận tiền gửi được cấp phép (ví dụ các tổ chức cung ứng dịch vụ mạng viễn thông di động (MNOs)). Như vậy, có thể thấy rằng chức năng thanh toán là đặc điểm nhận biết quan trọng của tài khoản này, và do đó các tài khoản tiền điện tử cũng được coi là một loại tài khoản giao dịch. Đối với các sản phẩm thanh toán, cả hai loại tài khoản giao dịch đều có chức năng cơ bản giống nhau, đó là để chuyển và nhận các khoản thanh toán và lưu trữ giá trị. Tuy nhiên, ngoài dịch vụ cơ bản đó, cũng có thể có sự khác biệt lớn giữa hai loại tài khoản giao dịch, cũng như trong từng loại tài khoản giao dịch.

Việc áp dụng và sử dụng rộng rãi tài khoản giao dịch cho phép các cá nhân tiếp cận được các dịch vụ tài chính và ở phương diện thanh toán có tác động quan trọng đến hệ thống thanh toán quốc gia của một đất nước.

Như đã đề cập trên đây, các tài khoản giao dịch cho phép các cá nhân, doanh nghiệp quản lý giao dịch tài chính hàng ngày của mình và do đó các tài khoản giao dịch là một dịch vụ tài chính thiết yếu. Tuy nhiên, việc sở hữu và quan trọng hơn là khả năng sử dụng thường xuyên tài khoản giao dịch thông qua đó có thể tiếp cận các dịch vụ thanh toán và dịch vụ tài chính khác lại phụ thuộc nhiều vào việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng đối với các dịch vụ này như về

¹¹ Phụ thuộc vào từng khuôn khổ pháp lý cụ thể, các tổ chức này có thể bao gồm các liên hiệp tín dụng (credit unions), liên hiệp cho vay và tiết kiệm (savings and loans associations), và hợp tác xã (cooperatives).

giá cả, tính năng sản phẩm hoặc là việc tiếp cận dịch vụ có dễ dàng hay không.

Việc sử dụng rộng rãi các tài khoản giao dịch có tác động tích cực đến hệ thống thanh toán quốc gia ở 03 các khía cạnh sau: thứ nhất, việc hiện đại hóa hệ thống và dịch vụ thanh toán đòi hỏi sự đầu tư ban đầu đáng kể, và yếu tố để đánh giá liệu khoản đầu tư vào hệ thống có bền vững về mặt tài chính hay không lại phụ thuộc vào tiêu chí tàn suất và mức độ sử dụng dự kiến của hệ thống và dịch vụ thanh toán đã được nâng cấp; thứ hai, việc xử lý khối lượng lớn các khoản thanh toán thông qua tài khoản giao dịch sẽ làm tăng hiệu quả tổng thể của hệ thống thanh toán quốc gia; thứ ba, cải cách khuôn khổ pháp lý về thanh toán có thể tạo ra những thay đổi tích cực cho hệ thống thanh toán quốc gia. Những tác động tích cực này có thể giúp cải thiện hơn nữa điều kiện tiếp cận và sử dụng các tài khoản giao dịch, do vậy đưa đến một vòng tuần hoàn hiệu quả.

b) Rào cản đối với việc tiếp cận và sử dụng tài khoản giao dịch:

Có nhiều yếu tố có thể làm ảnh hưởng đến việc tiếp cận và sử dụng thường xuyên các tài khoản giao dịch. Một số yếu tố có thể nhận thấy như: mức phí duy trì tài khoản giao dịch cao; chi phí gián tiếp cao (chi phí di chuyển đến một chi nhánh hoặc điểm cung ứng dịch vụ); mức thu nhập thấp của đại bộ phận người dân; hoạt động phi chính thức của thị trường lao động; khía cạnh về giới, nhu cầu văn hóa và tôn giáo, tín ngưỡng không được quan tâm đầy đủ đến; nhận thức và kiến thức về tài chính còn hạn chế; thiết kế tài khoản giao dịch/sản phẩm thanh toán không đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người sử dụng; định kiến về sự không an toàn của tài khoản giao dịch của một bộ phận người sử dụng. Đây là những yếu tố có thể trở thành rào cản cho việc tiếp cận và sử dụng thường xuyên tài khoản giao dịch.

Theo các số liệu điều tra của Cục điều tra dân số Hoa Kỳ và Tập đoàn bảo hiểm Tiền gửi Liên bang Hoa Kỳ (FDIC) cho thấy có một bộ phận đáng kể dân số trưởng thành không được tiếp cận các dịch vụ ngân

hàng do không có tài khoản ngân hàng. Tại Hoa Kỳ, 16,7 triệu người trưởng thành hay 6,7% dân số trưởng thành (16 tuổi trở lên) không có tài khoản ngân hàng trong năm 2013 và hơn 50 triệu người trưởng thành (20% dân số trưởng thành) ít sử dụng dịch vụ ngân hàng.

Các gia đình không sử dụng dịch vụ ngân hàng cho rằng lý do kinh tế và thói quen là lý do chính để họ đứng ngoài hệ thống ngân hàng. Đa số (57,5%) hộ không dùng dịch vụ ngân hàng nói rằng họ không có đủ tiền để giữ trong tài khoản hoặc đáp ứng số dư tối thiểu để duy trì tài khoản là lý do họ không mở tài khoản, và hơn 1/3 (35,6%) hộ coi đây là lý do chính. Khoảng 1/3 (34,2%) hộ không sử dụng dịch vụ ngân hàng cho biết họ không thích hoặc không tin tưởng vào các ngân hàng, đây là một lý do họ không sử dụng ngân hàng và hơn 1/7 (14,9%) hộ cho rằng đây là lý do chính.

Gần 1/3 hộ gia đình không sử dụng dịch vụ ngân hàng (30,8%) cho rằng phí tài khoản cao hoặc khó đoán trước là một lý do họ không mở tài khoản và khoảng 13% (13,4%) số hộ nói rằng đây là lý do chính. Các hộ gia đình trước đây có sử dụng dịch vụ ngân hàng (gần 1/5 hay 17,7%) nói rằng có thể phí cao hoặc khó đoán trước là lý do chính họ không sử dụng ngân hàng nữa so với gần 1/10 (9,8%) các hộ gia đình chưa bao giờ có một tài khoản. Nguồn: Cục điều tra dân số Hoa Kỳ; Tập đoàn Bảo hiểm Tiền gửi Liên bang Hoa Kỳ (FDIC).

Phí cao và mức thu nhập thấp

Chi phí cố định chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí cung ứng dịch vụ của PSP¹². Việc mở và duy trì tài khoản giao dịch phát sinh chi phí cố định cho PSP và những chi phí này phần lớn không phụ thuộc vào số lượng, giá trị các giao dịch thanh toán của khách hàng. Do đó, để thu hồi chi phí cố định này, PSP sẽ thường tính một loại phí nhìn

¹² Chi phí cố định phát sinh từ hoạt động của các chi nhánh, từ việc sử dụng nền tảng công nghệ, từ dịch vụ pháp lý, kế toán và bảo mật và các hoạt động khác. Đối với các tổ chức cung ứng dịch vụ được cấp phép, chi phí cố định còn nằm ở chi phí pháp lý và chi phí cố định kết nối với hạ tầng tài chính, ví dụ như hệ thống thanh toán liên ngân hàng. Chi phí cố định cũng chịu ảnh hưởng bởi yếu tố biến đổi khác, ví dụ như điều kiện của toàn bộ cơ sở hạ tầng viễn thông hoặc chi phí thực hiện hợp đồng.

chung fit hoặc không liên quan đến số lượng và giá trị giao dịch thanh toán của chủ tài khoản¹³.

Trên thực tế, nhiều PSP tính giá dịch vụ tài khoản giao dịch dưới dạng một khoản phí định kỳ cố định, thường là hàng tháng, trong đó có thể bao gồm một số dịch vụ cơ bản như chuyển tiền nội mạng hoặc một vài giao dịch rút tiền một nội mạng tại các máy giao dịch tự động (ATM)¹⁴. Thông thường các khoản phí hàng tháng này sẽ được miễn nếu chủ tài khoản duy trì một số dư tối thiểu hàng tháng nhất định trong tài khoản¹⁵.

Mức phí cố định hàng tháng (cũng như phí thu trên mỗi giao dịch hay phí thay đổi tùy giao dịch) phụ thuộc vào một số yếu tố. Ví dụ, một hệ thống tài chính nhỏ có thể không vận hành hiệu quả do không đạt được lợi ích kinh tế về quy mô và hiệu ứng ngoại vi tích cực¹⁶. Kết quả là, hệ thống đó có thể không đạt được tới một điểm cân bằng tối ưu mà tại đó chi phí trung bình trên mỗi tài khoản cao và mức độ sử dụng ở mức thấp (như chỉ có vài khách hàng và vài giao dịch)¹⁷.

Các yếu tố liên quan khác có thể dẫn đến mức phí cao bao gồm mức cạnh tranh thấp trên thị trường dịch vụ thanh toán, những rào cản lớn cản trở việc gia nhập thị trường của PSP mới (như không được kết nối với hạ tầng hoặc các yêu cầu bảo đảm an toàn cao),

¹³ Tại một số quốc gia, một số loại tài khoản không có bất cứ loại phí nào. Trong trường hợp này, PSPs thu hồi chi phí thông qua bán chéo các sản phẩm khác, hoặc các chi phí này được trả bởi một người khác không phải khách hàng (ví dụ như cơ quan chính phủ sử dụng dịch vụ trong chương trình chuyển tiền mặt). Tại một số nước, Luật quy định ngân hàng phải cung ứng một loại tài khoản nhất định mà không được thu phí của khách hàng. Trường hợp này sẽ được đề cập chi tiết ở mục 2.2 của Báo cáo.

¹⁴ Các dịch vụ khác (như chuyển tiền tới PSPs khác) thường được tính phí riêng cho từng giao dịch.

¹⁵ Tổ chức cung ứng dịch vụ có thể đầu tư khoản tiền này và thông qua đó bù đắp được chi phí cố định.

¹⁶ Tham khảo Beck and de la Torre (2006).

¹⁷ Ngược lại, trong một hệ thống tài chính đạt được lợi ích kinh tế về quy mô và hiệu ứng ngoại vi, các PSPs có thể sẽ không tính phí tài khoản giao dịch bởi vì việc thu hồi chi phí không có nhiều khó khăn. Các tài khoản này thường hoạt động fit nhưng vẫn mang lại lợi nhuận.

hạ tầng cơ sở kém phát triển và chi phí chìm cao (nguyên nhân gây ra là do thiếu tính liên thông của các cơ sở hạ tầng).

Mức phí cao ảnh hưởng đến tất cả người sử dụng dịch vụ và tác động tiêu cực đối với người có mức thu nhập thấp ở mức cao hơn. Một mặt, người sử dụng có thể không duy trì các số dư tối thiểu hàng tháng để tránh phải trả phí cố định hàng tháng hoặc phí duy trì tài khoản. Mặt khác, phí trên mỗi giao dịch cao có tác động lớn đối với khoản thanh toán có giá trị nhỏ, khiến cho có rất ít trường hợp người thu nhập thấp thực hiện. Do đó, một bộ phận lớn cá nhân, doanh nghiệp nhỏ và vi mô sẽ không có đủ khả năng trả chi phí cho việc mở, duy trì và sử dụng tài khoản giao dịch¹⁸.

Chi phí gián tiếp

Ngoài tác động đến mức phí, chi phí cố định cao cũng tác động tiêu cực đến mức độ bao phủ về mặt địa lý của PSP. Ví dụ, các ngân hàng và PSP khác sẽ không mở chi nhánh hoặc đặt máy ATM ở các thị trấn nhỏ hơn nếu không có đủ tiềm năng thị trường (như nhu cầu sử dụng tài khoản giao dịch) để trang trải các chi phí cố định để thiết lập và vận hành hạ tầng một cách liên tục. Ngược lại, mức độ bao phủ/thâm nhập thấp của PSP lại làm tăng chi phí gián tiếp cho người sử dụng dịch vụ, chẳng hạn như chi phí di chuyển hoặc thời gian để tiếp cận điểm cung ứng dịch vụ gần nhất.

Chi phí gián tiếp cao cho các cá nhân và doanh nghiệp, phát sinh khi sử dụng các tài khoản giao dịch cũng là một rào cản quan trọng hạn chế sử dụng các tài khoản đó. Hơn nữa, chi phí gián tiếp cao trước tiên có thể hạn chế người dùng tiềm năng mở tài khoản giao dịch và sau đó có thể trở thành một trở ngại đáng kể cho việc tiếp cận dịch vụ.

¹⁸ Một số nghiên cứu cho rằng khả năng trang trải phí là một yếu tố quan trọng nhất cho lý do cá nhân không mở tài khoản ở một tổ chức tài chính được cấp phép, và việc giảm phí sẽ làm cho việc mở tài khoản trở nên hấp dẫn hơn đối với hơn 500 triệu người trưởng thành trên toàn thế giới hiện không có tài khoản. Chi tiết tham khảo Demirguc-Kunt and Klapper (2012).

Nền kinh tế và lao động phi chính thức

Ở cả nền kinh tế phát triển và đang phát triển, có những người sử dụng dịch vụ thanh toán mà không chọn phải có một tài khoản giao dịch ngay cả khi họ có thể có đủ khả năng chịu những chi phí trực tiếp và không gặp phải trở ngại lớn về địa lý cho việc tiếp cận dịch vụ. Nói cách khác, họ đã tự nguyện loại mình ra khỏi việc tiếp cận và sử dụng dịch vụ tài chính này¹⁹. Bản chất của việc "tự loại trừ" là dường như họ không có động lực hoặc nhu cầu cần phải sử dụng các tài khoản hoặc có những trải nghiệm tiêu cực với PSP được cấp phép trước đó, và như thế họ lựa chọn tiền mặt và các loại dịch vụ thanh toán khác để đáp ứng nhu cầu thanh toán của họ. Một số người có thể đáp ứng nhu cầu bằng cách sử dụng tài khoản giao dịch của người khác và do đó họ có thể không cần một tài khoản của riêng mình.

Trên thực tế, nhiều người "tự loại trừ" đang hoạt động trong môi trường kinh tế phi chính thức²⁰, đặc biệt là lao động phi chính thức, và việc thực hiện thanh toán và cất trữ tiền bằng các phương tiện khác không phải tài khoản giao dịch chính thức là tình trạng thường thấy ở trường hợp này nói chung. Trốn tránh nghĩa vụ thuế, khoản phí khác của chính phủ và các khoản đóng góp an sinh xã hội là đặc điểm quan trọng của hoạt động phi chính thức và việc sử dụng tiền mặt để phục vụ cho mục đích này là đặc biệt hiệu quả. Do đó, rất nhiều cá nhân và doanh nghiệp hoạt động trong môi trường phi chính thức sẽ không mong muốn có tài khoản giao dịch.

Ngoài ra, có một thực tế là việc các cá nhân và doanh nghiệp dựa vào tiền mặt hoàn toàn hoặc gần như hoàn toàn để nhận và thực hiện các khoản thanh toán - và để lưu trữ giá trị - một cách tự nhiên sẽ dẫn đến việc giảm mức độ sử dụng các phương tiện thanh toán

¹⁹ Một số người sử dụng trước đây đã có một tài khoản nhưng sau đó lại không dùng nữa.

²⁰ Lao động phi chính thức thường được nhắc tới trong trường hợp cá nhân tự doanh hoặc người lao động không có trợ cấp an sinh xã hội và thu nhập của họ không được báo cáo tới cơ quan thuế. Những người lao động như vậy thường không có hợp đồng lao động theo quy định của luật lao động.

không dùng tiền mặt như một phương tiện thanh toán trong một cộng đồng, khu vực hoặc quốc gia. Điều này tiếp tục làm giảm phần nào giá trị của các tài khoản giao dịch cho tất cả các đối tượng kinh tế, bao gồm cả những người đã có tài khoản giao dịch. Bởi lẽ đó, lao động phi chính thức - và rộng hơn là kinh tế phi chính thức - không những làm giảm nhu cầu đối với các tài khoản giao dịch, mà còn làm giảm tính hấp dẫn của tài khoản đối với người sử dụng hiện tại và tiềm năng, đồng thời lại tăng tính hấp dẫn tương đối của tiền mặt. Mức độ phi chính thức càng cao, tác động không mong muốn đối với tài khoản giao dịch càng lớn.

Thiếu sự quan tâm đến vấn đề về giới, nhu cầu văn hóa và tôn giáo - tín ngưỡng, nhận thức và kiến thức về tài chính hạn chế

Nhiều lý do khác khiến cho người sử dụng tự loại mình khỏi việc sử dụng tài khoản giao dịch, chẳng hạn như lý do văn hóa hay tôn giáo. Những người này tin rằng việc sở hữu và/hoặc sử dụng tài khoản giao dịch theo cách hiện nay có thể không phù hợp với một số truyền thống văn hóa hay tôn giáo của họ.

Giới tính cũng có thể là một lý do quan trọng hạn chế việc mở và sử dụng các tài khoản giao dịch. Định kiến về giới tính có biểu hiện rõ ràng nhất là ở những nước mà tập quán xã hội làm hạn chế khả năng độc lập tài chính và tự chủ của phụ nữ. Tuy nhiên, thông thường những rào cản này lại không dễ nhìn thấy và trong một số trường hợp không phải là cố ý.

Hơn nữa, ngay cả khi có điều kiện thuận lợi để sở hữu tài khoản giao dịch - chẳng hạn mạng lưới chấp nhận rộng rãi các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt, mức phí các dịch vụ tài khoản giao dịch thấp so với mức thu nhập chung, khả năng tiếp cận dễ dàng tới các điểm cung ứng dịch vụ tài khoản và mức độ của hoạt động kinh tế phi chính thức thấp - thì một số cá nhân có thể không nhận thấy được các lựa chọn có sẵn cho họ và/hoặc những lợi ích tiềm tàng có được từ việc sử dụng dịch vụ tài chính này, hoặc có thể thiếu những kiến thức cơ bản để tiếp cận và/hoặc sử dụng các dịch vụ.

Hơn nữa, một số cá nhân trong tình huống này có thể sợ bị phân biệt đối xử nếu họ tiếp cận tới PSPs hoặc có thể họ sợ bị PSPs lừa đảo nếu sử dụng dịch vụ tài khoản giao dịch. Do đó, thiếu nhận thức và hiểu biết cơ bản về kiến thức tài chính của một bộ phận cá nhân là một trở ngại cho việc sở hữu và sử dụng các tài khoản giao dịch một cách rộng rãi. Trong bối cảnh này, tâm lý ngại tương tác với các ngân hàng và PSP được phép có thể là một trở ngại cụ thể ở mức độ tiếp cận dịch vụ.

Thiết kế tài khoản giao dịch và dịch vụ thanh toán liên quan không đáp ứng được nhu cầu của người sử dụng

Sự kết hợp của tất cả các tính năng hoặc thiết kế tài khoản giao dịch và dịch vụ thanh toán đi kèm sẽ quyết định khả năng tài khoản đó có đáp ứng nhu cầu của khách hàng hiện có hay tiềm năng, hoặc ít nhất đáp ứng một phần nhu cầu của họ hay không. Các tính năng được xây dựng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng ngân hàng truyền thống có thể lại không đáp ứng được nhu cầu của các cá nhân và các doanh nghiệp mà hiện không có tài khoản giao dịch. Lý do là các cá nhân và doanh nghiệp hiện bị loại trừ khỏi dịch vụ này thường có thu nhập thấp và không ổn định, sống trong các cộng đồng bị cô lập về tài chính và/hoặc gặp khó khăn khi thao tác với công nghệ.

Tuy nhiên, có những yếu tố có thể làm giảm mức phí liên quan tài khoản giao dịch, chẳng hạn như việc sử dụng thanh toán điện tử, không sử dụng séc, sử dụng lệnh giao dịch tự động (như chuyển tiền định kỳ) hoặc dịch vụ ủy quyền ghi nợ tự động cho việc thanh toán hóa đơn tiện ích. Tổng các chi phí thấp hơn để sở hữu và sử dụng các tài khoản giao dịch có thể làm cho các tài khoản này hấp dẫn hơn đối với khách hàng, đồng thời làm thay đổi mức cân bằng chi phí - lợi ích đối với các tổ chức cung ứng tài khoản đó.

Việc thiết kế không hợp lý các tài khoản giao dịch và các dịch vụ thanh toán cơ bản sẽ trở thành một rào cản đối với việc sở hữu tài

khoản giao dịch, đặc biệt là đối với việc sử dụng thường xuyên các tài khoản đó.

Định kiến của khách hàng về tài khoản giao dịch là không an toàn và/hoặc dịch vụ thanh toán đi kèm không đáng tin cậy

Một số người sử dụng có thể không muốn lưu trữ giá trị trong các tài khoản giao dịch hay thực hiện chuyển và nhận khoản thanh toán thông qua tài khoản. Điều này có thể là do các cá nhân hoặc doanh nghiệp bị thiệt hại khi sử dụng các tài khoản giao dịch - ví dụ như PSP bị phá sản, hay do cơ quan nhà nước thực hiện các biện pháp phong tỏa tiền của khách hàng hoặc làm giảm giá trị các khoản tiền gửi hoặc do gian lận. Điều này khiến cho người sử dụng lo ngại tài khoản giao dịch không đảm bảo an toàn. Trong những trường hợp khác, việc thiếu các kênh thanh toán đáng tin cậy như chi nhánh, ATM, POS, các đại lý của PSP v.v. đều có thể làm cho người sử dụng nghi ngờ độ tin cậy của tài khoản giao dịch và ưa thích sử dụng tiền mặt hơn.

c) Thanh toán bán lẻ và tài khoản giao dịch:

❖ Phương tiện thanh toán:

Phương tiện thanh toán là phương tiện trao đổi thúc đẩy việc chuyển tiền/giá trị và có thể được phân nhóm thành tiền mặt (tiền giấy và tiền xu) và phương tiện không dùng tiền mặt. Phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt bán lẻ có thể được phân chia thành phương tiện bằng giấy hoặc phương tiện điện tử.

Phương tiện bằng giấy bao gồm séc và các lệnh chuyển tiền khởi tạo trên chứng từ bằng giấy. Ngày nay, các phương tiện bằng giấy thường được chuyển đổi thành định dạng điện tử tại một số khâu trong chuỗi quy trình xử lý thanh toán bán lẻ.

Phương tiện thanh toán điện tử đã phát triển trở thành phương tiện không dùng tiền mặt được ưa chuộng. Phương tiện này do PSPs phát hành, là các nhà cung ứng dịch vụ ở phía cung của chuỗi thanh

toán bán lẻ, PSPs bao gồm các ngân hàng và các tổ chức nhận tiền gửi cũng như các tổ chức cung ứng dịch vụ chuyên biệt như tổ chức chuyển tiền (MTOs) và tổ chức phát hành tiền điện tử (EMIs).

Phương tiện thanh toán điện tử được chia thành 3 nhóm chính:

Hệ thống chuyển tiền điện tử (EFT): bao gồm ủy nhiệm chi (từ tài khoản tới tài khoản) và ủy nhiệm thu. Trong giao dịch thanh toán từ tài khoản tới tài khoản, EFT có thể được xử lý hoàn toàn bằng điện tử (từ đầu cuối đến đầu cuối).

Thẻ thanh toán: bao gồm thẻ tín dụng, thẻ tín dụng trả hết nợ khi đáo hạn (Charge cards), thẻ ghi nợ và thường vẫn ở dạng thẻ nhựa vật lý. Thanh toán thẻ thường được khởi tạo, chuẩn chỉ, xác thực, bù trừ và quyết toán hoàn toàn bằng điện tử.

Tiền điện tử (e-money): là phương tiện được sử dụng khi người trả tiền duy trì một tài khoản giao dịch đã nạp tiền trước tại một tổ chức PSP, thường là tổ chức phi ngân hàng. Các dạng sản phẩm cụ thể bao gồm tiền trực tuyến (online money) khi các lệnh thanh toán được khởi tạo thông qua internet, tiền di động (mobile money) khi khởi tạo lệnh thông qua điện thoại di động và thẻ trả trước. Yêu cầu pháp lý và quy định đối với dịch vụ tiền điện tử ở mỗi quốc gia là khác nhau.

Tiền điện tử tại Liên Minh Châu Âu:

- Trong Liên minh Châu Âu, quy định quản lý tiền điện tử đầu tiên được ban hành vào năm 2000 với Chỉ thị Tiền điện tử (EMD). Với mục tiêu làm tăng tính cạnh tranh và đổi mới trong thanh toán bán lẻ nhưng vẫn đảm bảo an toàn và bảo mật, các tổ chức phi ngân hàng có thể được phép phát hành tiền điện tử - gọi là các tổ chức tiền điện tử (EMIs). Năm 2007, Chỉ thị Dịch vụ Thanh toán (PSD) bổ sung thêm quy định về các tổ chức thanh toán (PIs), những tổ chức này được phân loại là PSP phi ngân hàng mới, được quyền cung cấp dịch vụ thanh toán theo một giấy phép duy nhất có giá trị trong khu vực EU. Đến năm 2009, EMD đã được

bổ sung, sửa đổi nhằm quy định cơ chế đảm bảo hoạt động an toàn cho EMIIs để phù hợp với PSD. Do đó, các tổ chức phi ngân hàng được phép cung cấp dịch vụ thanh toán cho người sử dụng căn cứ theo hai chỉ thị trên (EMD và PSD). EMIIs, ngoài việc được phát hành tiền điện tử, có thể được phép cung ứng đầy đủ các dịch vụ mà PSD cho phép; Pls chỉ có thể cung ứng dịch vụ thanh toán, nhưng không được phép phát hành tiền điện tử. So với các phương tiện thanh toán điện tử khác, tỷ trọng các giao dịch mua bán bằng tiền điện tử trong khu vực đồng Euro không lớn, chiếm 2,62% trong năm 2013. Tiền điện tử được phát hành trong khu vực đồng Euro ở mức 6,6 tỷ EURO trong năm 2014. EMIIs được cấp phép ở EU chủ yếu tập trung ở các quốc gia như Vương Quốc Anh (chiếm 48 trong tổng số 177 EMIIs) và ở Đan Mạch (chiếm 38 trong tổng số 177 EMIIs).

Tiền điện tử tại Ấn Độ:

- Luật các Hệ thống Thanh toán và Quyết toán năm 2007, có hiệu lực từ tháng 8 năm 2008, đã trao quyền cho Ngân hàng Trung ương Ấn Độ (RBI) quản lý và giám sát các hệ thống thanh toán trong nước. Theo Luật này, không tổ chức nào được vận hành một hệ thống thanh toán trong nước nếu không được sự cho phép của RBI. Vào tháng 4 năm 2009, căn cứ Điều 18 của Luật, RBI đã ban hành Hướng dẫn Chính sách về việc phát hành và hoạt động của các phương tiện thanh toán trả trước tại Ấn Độ. Căn cứ vào Hướng dẫn Chính sách năm 2009, có 63 tổ chức phi ngân hàng được phép vận hành các hệ thống thanh toán khác nhau ở Ấn Độ (tính đến đầu năm 2015). Trong số các tổ chức phi ngân hàng được cấp phép, có 33 tổ chức được phép phát hành phương tiện thanh toán trả trước. Các tổ chức phi ngân hàng phát hành các phương tiện thanh toán phải ký quỹ số tiền trong một tài khoản đảm bảo tại một ngân hàng thương mại, và số tiền này chỉ được sử dụng để hoàn trả tiền điện tử. Đối với các hệ thống vận hành bởi các ngân hàng, số tiền phát hành tiền điện tử sẽ được hạch toán vào mục Tài sản nợ Ròng có kỳ hạn và không kỳ hạn (Net Demand and Time Liabilities) cho mục đích duy trì dự trữ bắt buộc.

Tiền điện tử tại Nga

- Dịch vụ tiền điện tử ở Nga được điều chỉnh bởi các quy định của luật liên bang về "Hệ thống Thanh toán Quốc gia" (Luật NPS), theo đó các dịch vụ này chỉ được cung ứng bởi các tổ chức tín dụng. Tính đến đầu năm 2015, có hơn 90 tổ chức tín dụng cung ứng dịch vụ tiền điện tử. Đến cuối năm 2014, theo báo cáo có hơn 350 triệu tài khoản tiền điện tử đang hoạt động (thẻ trả trước, ví điện tử, ...) và trên 1,1 tỷ giao dịch tiền điện tử được thực hiện. Luật NPS cũng xem xét việc yêu cầu về vốn thấp hơn đối với các tổ chức tín dụng chuyên phát hành tiền điện tử. Luật NPS cũng cho phép các tổ chức tín dụng sử dụng các đại lý để cung cấp các dịch vụ tiền điện tử (bao gồm các dịch vụ như phân phối các phương tiện thanh toán hoặc nạp tiền vào các tài khoản tiền điện tử).

Tiền điện tử tại Thổ Nhĩ Kỳ

- Tại Thổ Nhĩ Kỳ, Luật các Hệ thống Thanh toán và Quyết toán Chứng khoán, Dịch vụ Thanh toán và Tiền điện tử (Luật PS) mở đường cho các tổ chức phi ngân hàng với vai trò là PSP bằng cách quy định hai loại hình tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính mới: Pls và EMLs. Pls có thể cung ứng dịch vụ xử lý giao dịch, nhưng không được phát hành tiền điện tử. EMLs phải đáp ứng các yêu cầu về vốn cao hơn (5 triệu TRY so với 1-2 triệu TRY đối với các Pls) và có thể cung ứng các tài khoản tiền điện tử cho khách hàng. Cơ quan Quản lý và Thanh tra Ngân hàng được trao quyền cấp phép và giám sát cả hai loại hình Pls và EMLs. EMLs có nghĩa vụ duy trì tiền nhận được từ khách hàng trong một tài khoản đảm bảo tại ngân hàng. Các ngân hàng đang nắm giữ những tài khoản này phải phong tỏa số tiền đã gửi của EMI trong tài khoản của ngân hàng mở tại Ngân hàng Trung ương Thổ Nhĩ Kỳ.

Tiền điện tử tại Uruguay

- Tại Uruguay, Luật Tài chính Toàn diện được ban hành tháng 4 năm 2014. Luật này quy định tiền điện tử thông qua việc cấp phép cho

một loại tổ chức cung ứng dịch vụ mới có tên Emisor de Dinero Electrónico (tổ chức phát hành tiền điện tử). Ngân hàng Trung ương Uruguay quản lý một cách linh hoạt nhiều mô hình kinh doanh và cung ứng dịch vụ khác nhau bởi tổ chức phát hành tiền điện tử. Ngân hàng này đã cấp phép cho 3 đơn đề nghị phát hành tiền điện tử và 8 đơn đề nghị đang trong quá trình xem xét. Hơn nữa, với việc triển khai đầy đủ Luật nói trên, thanh toán điện tử và cơ sở hạ tầng thương mại điện tử ở nước này đã có bước phát triển tích cực đáng ghi nhận.

❖ *Tài khoản giao dịch:*

Dịch vụ thanh toán điện tử thường liên quan đến tài khoản giao dịch của bên nhận tiền và/hoặc bên trả tiền. Các tài khoản giao dịch đóng vai trò như các nguồn tiền để thực hiện các khoản thanh toán, và là nơi để lưu giữ các khoản thanh toán được nhận. Tài khoản giao dịch có thể được phân loại thành các tài khoản tiền gửi thanh toán và các tài khoản giao dịch tiền điện tử. Hai loại tài khoản giao dịch này có thể liên thông với nhau nếu tiền từ tài khoản giao dịch tiền điện tử có thể được chuyển trực tiếp sang tài khoản tiền gửi thanh toán và ngược lại.

Tài khoản giao dịch có thể khác nhau về mức phí và dịch vụ cung ứng đi kèm và có nhiều loại, từ loại tài khoản hạn chế ở một số dịch vụ với phí thấp hoặc miễn phí đến loại tài khoản cá nhân và doanh nghiệp với đầy đủ tính năng.

Trong một số trường hợp, phương tiện trả trước dựa trên tài khoản giao dịch tiền điện tử được sử dụng để giúp cho những người không tiếp cận dịch vụ tài chính trước đó có được một tài khoản giao dịch đầu tiên, một phần là vì các phương tiện và tài khoản này đôi khi có chi phí thấp hơn và/hoặc yêu cầu xác minh khách hàng thấp hơn. Tuy nhiên, thông thường, các tài khoản giao dịch tiền điện tử cung ứng giải pháp thanh toán hạn chế với kết nối hạn chế so với các dịch vụ giao dịch khác, và do đó không cho phép chủ tài khoản tham gia

vào hệ thống thanh toán chính thống (tức là thực hiện thanh toán/nhận thanh toán từ tài khoản mở tại một ngân hàng).

Ngược lại, hầu hết các tài khoản tiền gửi thanh toán có thể được liên kết với nhiều phương tiện và kênh thanh toán khác nhau cho nhiều mục đích thanh toán. Điển hình là thẻ ghi nợ được phát hành cho các chủ tài khoản và được sử dụng như là một phương tiện thanh toán tại các điểm bán hàng cũng như rút tiền mặt. Mặc dù trong một số trường hợp, hai đặc điểm này cũng có thể thấy ở các tài khoản giao dịch tiền điện tử nhưng chủ tài khoản tiền gửi thanh toán còn có thể thực hiện chuyển tiền qua dịch vụ ngân hàng trực tuyến hoặc qua máy ATM (hoặc thiết bị đầu cuối chuyên dụng) và/hoặc ủy quyền thanh toán ghi nợ tự động trên tài khoản của họ.

Với tài khoản có thể thực hiện nhiều dịch vụ thì thường bị tính phí. Do đó, "tài khoản cơ bản" đã được phát triển và hiện nay được cung ứng ở nhiều nước với mức độ thành công khác nhau. Các tổ chức cung ứng các tài khoản này thường là các ngân hàng, nhưng cũng thể do một số PSP phi ngân hàng cung ứng (ví dụ như bưu cục, đại lý được ủy thác).

Một số đặc điểm chính của tài khoản cơ bản được đúc rút từ kinh nghiệm của một số nước như sau (theo kết quả khảo sát của PAFI về tài khoản cơ bản ở một số nước):

- Hầu như tất cả các quốc gia đều có một loại tài khoản cơ bản. Các tài khoản cơ bản được cung ứng thông qua các tổ chức nhận tiền gửi (gồm các ngân hàng) hoặc trong một số trường hợp, các đại lý được ủy thác, bưu điện và các cửa hàng bán lẻ cũng tham gia vào việc cung ứng các tài khoản cơ bản.
- Tài khoản cơ bản được cung ứng mà không có bất cứ loại phí liên quan nào thường yêu cầu phải duy trì số dư tối thiểu. Ở một số quốc gia, tài khoản cơ bản có tính phí mặc dù phí đó thường cũng rất thấp. Ở một số các quốc gia khác, các tài khoản này cơ bản có xu hướng không phải duy trì số dư tối thiểu.

- Việc cung ứng các tài khoản cơ bản xuất phát từ nhu cầu thị trường. Rất hiếm trường hợp các tổ chức cung ứng dịch vụ bị bắt buộc phải cung ứng tài khoản cơ bản theo yêu cầu pháp lý/quản lý.
- Một số yếu tố pháp lý và kinh tế có thể cản trở việc cung ứng và sử dụng tài khoản cơ bản ở một số nước như:
 - (i) yêu cầu pháp lý tương đối cao đối với các tổ chức cung ứng tài khoản về nhận biết khách hàng (KYC) và chính sách phòng, chống rửa tiền (AML);
 - (ii) tỷ suất lợi nhuận thấp khi cung ứng tài khoản cơ bản.
 - (iii) phạm vi bán chéo sản phẩm bị hạn chế. Do tài khoản cơ bản có số dư thấp và tỷ suất lợi nhuận thấp nên không có nhiều tiềm năng cung ứng sản phẩm bổ sung (tỷ suất lợi nhuận cao hơn) cho nhóm khách hàng này.

Một số quốc gia đã tiến hành hoặc đang xem xét ban hành quy định công dân có quyền có một tài khoản ngân hàng cơ bản chỉ dùng để sử dụng các dịch vụ thanh toán với chi phí thấp và tính năng đơn giản. Những tài khoản này thường được cung ứng kèm với một thẻ ghi nợ. Ví dụ Liên minh Châu Âu có chỉ thị 2014/92/EU về việc tiếp cận tài khoản thanh toán cơ bản.

Chỉ thị 2014/92/EU liên quan đến ba nội dung: so sánh các mức phí liên quan đến tài khoản thanh toán, chuyển đổi tài khoản thanh toán và tiếp cận các tài khoản thanh toán với tính năng cơ bản. Liên quan đến nội dung tiếp cận tài khoản cơ bản, tất cả người dân EU – không nhất thiết phải là người cư trú ở quốc gia mà tổ chức tín dụng hiện diện và không phân biệt tình hình tài chính - đều có quyền mở tài khoản thanh toán cho phép họ thực hiện các giao dịch cần thiết như nhận tiền lương, lương hưu và trợ cấp hoặc thanh toán hóa đơn tiện ích. Các tài khoản này không có tính năng thấu chi hoặc cấp

tín dụng. Các nước thành viên tự quyết định việc miễn phí hoặc thu mức phí hợp lý khi cung ứng dịch vụ tài khoản thanh toán với các tính năng cơ bản cho người tiêu dùng. Một khoản phí hợp lý cần được xác định ở mức trung bình quốc gia dựa trên một tập hợp các tiêu chí, chẳng hạn như mức thu nhập quốc dân, mức phí trung bình trả cho một tài khoản của quốc gia thành viên đó và các chi phí liên quan đến việc cung ứng tài khoản thanh toán. Chỉ thị 2014/92/EU không bắt buộc tất cả các tổ chức tín dụng phải cung ứng tài khoản thanh toán cơ bản cho tất cả người tiêu dùng. Các nước thành viên sẽ tự quyết định tất cả hoặc một số lượng nhất định các tổ chức tín dụng được cung ứng tài khoản thanh toán với tính năng cơ bản cho người sử dụng. Tuy nhiên, các quốc gia thành viên phải đảm bảo việc tiếp cận dễ dàng các tài khoản cơ bản cho tất cả người dân trong nước. Mục đích của chỉ thị này là để giúp cho người dân muốn mở và sử dụng tài khoản thanh toán có thể tiếp cận được tới dịch vụ thanh toán cơ bản ở bất cứ nơi nào trong Liên minh Châu Âu cho các giao dịch thanh toán hàng ngày của họ.

d. Các loại hình thanh toán bán lẻ:

Đặc điểm quan trọng của một khoản thanh toán bán lẻ là phải có ít nhất một bên tham gia giao dịch, hoặc là bên nhận tiền hoặc bên trả tiền, chứ không phải là một định chế tài chính. Theo đó, người sử dụng thanh toán bán lẻ có thể được phân loại chung thành cá nhân, các doanh nghiệp (bao gồm cửa hàng bán lẻ, kinh doanh cá thể, loại hình tự kinh doanh) và các cơ quan chính phủ. Tất cả đều có vai trò kép, vừa là bên trả tiền và vừa là bên nhận tiền. Tùy thuộc vào tổ hợp đối tượng trả tiền – nhận tiền, thanh toán bán lẻ có thể được phân nhóm thành các loại hình khác nhau như bảng dưới đây:

Bảng 1.4. Các loại hình thanh toán bán lẻ

Phân loại thanh toán bán lẻ		Bảng 1		
Người trả \ Người nhận	Người trả	Cá nhân	Doanh nghiệp (1)	Chính phủ
	Cá nhân	P2P	P2B	P2G
Doanh nghiệp	B2P	B B	B2G	
Chính phủ	G2P	G2B	G2G	
<i>P = cá nhân; B = doanh nghiệp; G = chính phủ</i>				

Giao dịch thanh toán cá nhân – cá nhân (P2P): có nghĩa là bên trả tiền và bên nhận tiền đều là cá nhân; bao gồm các giao dịch chuyển tiền cho các thành viên trong gia đình/bạn bè (ví dụ như chuyển tiền di cư), không liên quan đến giao dịch kinh tế.

Đối với giao dịch thanh toán P2P, khi thực hiện trực tiếp, vẫn chủ yếu được thực hiện bằng tiền mặt. Trong trường hợp này, một cá nhân không có tài khoản giao dịch không gặp phải nhiều bất lợi so với cá nhân có tài khoản giao dịch.

Tuy nhiên, dịch vụ thanh toán sáng tạo ở một số thị trường đang thách thức sự thống trị của tiền mặt trong thanh toán P2P trực tiếp. Ví dụ, một số tổ chức PSP đang tận dụng lợi thế về cơ sở dữ liệu giúp nhận diện tài khoản thông qua số điện thoại di động và xác thực khách hàng ngay tức thời cũng như số dư trong tài khoản cho người nhận khoản thanh toán (mặc dù việc quyết toán giữa PSP thường được thực hiện ở một thời điểm sau đó).

Hơn nữa, khi các giao dịch thanh toán P2P cần được thực hiện từ xa (tức là bên trả tiền và bên nhận tiền không ở cùng một địa điểm), tiền mặt thường không còn là phương tiện thanh toán phù hợp nhất. Việc chuyển tiền mặt vật lý (ví dụ như thông qua gửi thư hoặc một cá nhân khác) rất rủi ro và đôi khi thiếu thực tế. Như vậy, việc không có tài khoản giao dịch sẽ làm hạn chế các lựa chọn về phương tiện

thanh toán, trong đó có phương tiện phù hợp hơn đối với các giao dịch thanh toán từ xa như ủy nhiệm chi trực tiếp từ tài khoản tới tài khoản hoặc tiền di động. Mặc dù vẫn có thể sử dụng các dịch vụ khác như chuyển tiền bằng tiền mặt tại quầy hoặc sử dụng dịch vụ của MTOs để thực hiện giao dịch thanh toán này nhưng tổng chi phí của các dịch vụ này (chi phí trực tiếp và gián tiếp) thường cao hơn so với việc chuyển tiền trực tiếp từ tài khoản tới tài khoản²¹.

Giao dịch thanh toán cá nhân - doanh nghiệp (P2B): bao gồm các giao dịch thanh toán bán lẻ liên quan đến việc mua bán hàng hóa và dịch vụ bán lẻ từ doanh nghiệp. Loại hình này cũng bao gồm giao dịch thanh toán với cá nhân là người cung ứng hàng hóa và dịch vụ (ví dụ kinh doanh cá thể và cá nhân nhận tiền trả cho dịch vụ đã cung ứng). Trong một nền kinh tế, phần lớn các giao dịch thanh toán bán lẻ thuộc loại hình thanh toán P2B.

Giao dịch thanh toán cá nhân - chính phủ (P2G): bao gồm những nghĩa vụ cá nhân phải trả cho cơ quan hành chính địa phương, khu vực và trung ương. Điển hình là các khoản thanh toán thuế thu nhập và thuế bất động sản, tiền đóng góp an sinh xã hội²², tiền phạt (phạt vi phạm giao thông), phí và lệ phí nhất định (lệ phí cấp hộ chiếu hoặc giấy phép lái xe).

Đối với giao dịch thanh toán P2B và P2G, về cơ bản nếu cá nhân không có một tài khoản giao dịch sẽ gặp bất lợi giống như giao dịch thanh toán P2P từ xa. Ngoài ra, việc lựa chọn mua hàng hóa và dịch vụ của người tiêu dùng bị hạn chế nếu các nhà cung ứng dịch vụ tốt hơn - hoặc chi nhánh của các cơ quan chính phủ - nằm ở xa làm cho việc thanh toán trực tiếp gần như không thể thực hiện được, rất bất tiện hoặc rất tốn kém về thời gian và tiền bạc. Hơn nữa, các cá

²¹ Mặc dù đây là trường hợp thông thường đối với giao dịch chuyển tiền cá nhân P2P trong nước, nhưng khi xét đến giao dịch chuyển tiền P2P xuyên biên giới thì "tổng tất cả" chi phí cho dịch vụ tiền mặt-tiền mặt trong nhiều trường hợp thấp hơn rất nhiều so với chi phí của dịch vụ tài khoản-tài khoản.

²² Trong nhiều trường hợp, thuế thu nhập và đóng góp an sinh xã hội của người lao động được đơn vị thuê lao động trả trực tiếp sau khi đã trừ từ tiền lương.

nhân cũng không tận dụng được cơ hội và lợi ích của thương mại điện tử và chính phủ điện tử nếu không có tài khoản giao dịch²³.

Giao dịch thanh toán doanh nghiệp - doanh nghiệp (B2B): giao dịch thanh toán tiền giữa 2 doanh nghiệp. Giao dịch thanh toán B2B bao gồm các khoản có giá trị rất lớn thuộc các giao dịch nội bộ ngành quy mô lớn hoặc các khoản thanh toán nhỏ lẻ giữa các doanh nghiệp nhỏ, vừa và lớn. Thông thường, các giao dịch thanh toán mua sắm hàng tiêu dùng, sản phẩm chuỗi cung ứng và dịch vụ chuyên môn thuộc loại hình thanh toán này. Ngoài ra, nhóm B2B bao gồm cả các giao dịch thanh toán cho các chi phí vận chuyển thường xuyên, các hóa đơn dịch vụ tiện ích và các hóa đơn định kỳ khác.

Giao dịch thanh toán doanh nghiệp - cá nhân (B2P): thường liên quan đến các giao dịch định kỳ trong việc đãi ngộ nhân viên (như là trả lương và các khoản đãi ngộ khác như thưởng), và do đó đặc trưng của loại hình này là số lượng lớn các giao dịch có giá trị tương đối nhỏ.

Giao dịch thanh toán doanh nghiệp - chính phủ (B2G): thường là khoản thanh toán định kỳ, có đặc trưng là số lượng lớn giao dịch với giá trị khác nhau. Thanh toán B2G bao gồm các khoản thuế doanh nghiệp (như thuế thu nhập, thuế bán hàng và thuế giá trị gia tăng), phí cho các dịch vụ của chính phủ (ví dụ như đăng ký công ty, giấy phép kinh doanh), tiền phạt và các khoản đóng góp an sinh xã hội của người lao động.

Khó khăn đối với các doanh nghiệp không tiếp cận được tới tài khoản giao dịch có thể tương tự với những khó khăn cá nhân gặp phải. Hơn nữa, với vai trò là bên trả tiền, các doanh nghiệp nhỏ và vi mô nếu không sở hữu tài khoản giao dịch có thể không được tiếp

²³ Trong một số trường hợp, người bán hàng và thậm chí cơ quan chính phủ có khoản chiết khấu khi thanh toán bằng phương tiện không dùng tiền mặt. Và/hoặc có những chương trình dự thưởng liên quan đến phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt, như thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ. Khách hàng không có tài khoản giao dịch sẽ không có cơ hội nhận được những ưu đãi này.

cận tới kênh cung ứng nào đó hoặc có thể không tận dụng được dịch vụ tín dụng thương mại. Với vai trò là bên nhận tiền, họ có thể bỏ lỡ các giao dịch mà khách hàng chỉ thực hiện thanh toán bằng phương tiện điện tử. Ở mức độ tổng quát hơn, nếu các doanh nghiệp nhỏ và vi mô không sử dụng thanh toán điện tử với vai trò là bên trả hoặc bên nhận thì không có khả năng tự động hóa một số quy trình nội bộ (ví dụ như kế toán, ngân quỹ) và do đó bỏ qua lợi ích kinh doanh hiệu quả nhất định và lợi ích từ việc cải thiện kiểm soát nội bộ.

Cuối cùng, cơ quan hành chính công thực hiện thanh toán cho cá nhân (chính phủ - cá nhân (G2P)), cho doanh nghiệp (chính phủ - doanh nghiệp (G2B)) và cho các cơ quan chính phủ hoặc trực thuộc chính phủ (chính phủ - chính phủ (G2G))²⁴. Ba loại giao dịch thanh toán này thường chiếm một tỷ lệ đáng kể trong tổng số lượng và giá trị thanh toán bán lẻ của một quốc gia.

Đặc trưng của giao dịch thanh toán G2P là số lượng rất lớn các giao dịch, thông thường với giá trị nhỏ. Thanh toán G2P thường gắn liền với việc chi trả trợ cấp xã hội (ví dụ như trợ cấp tiền mặt có điều kiện, trợ cấp nuôi con và trợ cấp sinh viên), trả lương nhân viên chính phủ, lương hưu, tiền hoàn thuế và các loại khác.

Đặc trưng của giao dịch thanh toán G2B là số lượng lớn các giao dịch có giá trị khác nhau, dao động từ các khoản thanh toán hợp đồng mua sắm có giá trị lớn cho đến các khoản thanh toán rất nhỏ được thực hiện bằng thẻ tín dụng hoặc thẻ ghi nợ của chính phủ. Ví dụ như mua sắm hàng tiêu dùng (như văn phòng phẩm), tài sản cố định (như thiết bị và máy tính), dịch vụ (như như vệ sinh, bảo dưỡng và dịch vụ chuyên môn), chi phí giao thông (như như chi phí đi lại và tiền xăng) và hóa đơn định kỳ (như tiền thuê nhà). Các loại giao dịch khác bao gồm hoàn lại tiền thuế doanh nghiệp, giải ngân vốn vay, trợ cấp hoặc hỗ trợ doanh nghiệp bởi cơ quan hành chính.

²⁴ Thanh toán G2G sẽ không được thảo luận trong Báo cáo này.

Các cơ quan hành chính công - ngoại trừ các cơ quan địa phương và khu vực - thường không gặp phải các vấn đề trong việc tiếp cận tới tài khoản giao dịch, mặc dù trong một số trường hợp họ có thể gặp khó khăn khi sử dụng các tài khoản theo đúng mục đích của mình. Ví dụ, đối với một số khoản thanh toán G2P như trả tiền trợ cấp xã hội hoặc trợ cấp hưu trí (và thậm chí một số khoản thanh toán G2B như giao dịch mua bán nhỏ), các cơ quan chính phủ có thể lựa chọn thanh toán bằng tiền mặt hơn là chi trả qua tài khoản giao dịch. Trường hợp này xảy ra trong một môi trường thiếu cơ sở hạ tầng (ví dụ như máy ATM, POS và chi nhánh ngân hàng) để hỗ trợ việc sử dụng các tài khoản giao dịch²⁵.

e, Các lực đẩy thị trường trong thanh toán bán lẻ

Về tổng quan, cạnh tranh thị trường và bình đẳng là hai yếu tố rất quan trọng trong việc tạo ra môi trường thuận lợi cho việc cung ứng các dịch vụ thanh toán bán lẻ. Môi trường cạnh tranh sẽ tạo thuận lợi cho sự xuất hiện của các tổ chức cung ứng mới và sản phẩm sáng tạo để đáp ứng nhu cầu của các đối tượng không được phục vụ và ít được phục vụ. Đây cũng là yếu tố có thể kích thích việc cải thiện chất lượng, tiện lợi và hiệu quả của các dịch vụ hiện có, và gây áp lực giảm giá của dịch vụ. Ngoài ra, yếu tố bình đẳng cho phép PSP được tiếp cận cơ sở hạ tầng quan trọng và môi trường pháp lý chung đóng một vai trò quan trọng trong việc hình thành một thị trường có tính cạnh tranh.

Một số yếu tố là lực đẩy thị trường trong thanh toán bán lẻ như:

- **Chi phí chuyển đổi:** Chi phí này tồn tại ở cấp độ cơ sở hạ tầng (đối với tổ chức tham gia hạ tầng), cấp độ sản phẩm chéo (giữa các phương tiện thanh toán) và giữa các sản phẩm cùng loại. Chi phí chuyển đổi có thể hạn chế việc ứng dụng công nghệ tốt hơn và tối ưu hóa xã hội.

²⁵ Đây cũng có thể là trường hợp, đặc biệt ở cấp khu vực và địa phương, mà việc quản lý tài khoản và tài chính cơ bản được thực hiện thủ công hơn là điện tử.

- *Phụ thuộc lối mòn:* Di sản để lại từ quá trình phát triển và áp dụng công nghệ thường ảnh hưởng đến các lựa chọn và kết quả sau này, do đó làm hạn chế các quyết định đầu tư và có thể tác động tiêu cực đến quá trình đổi mới và ứng dụng công nghệ hiệu quả hơn.
- *Điểm giới hạn:* Khi một hệ thống thanh toán bán lẻ đã đạt đến điểm giới hạn, hệ thống này có xu hướng trở thành hệ thống giữ vị trí thống lĩnh trên thị trường. Do hiệu ứng ngoại vi mang lại độ thỏa dụng cao hơn cho mỗi thành viên khi có thêm các thành viên khác tham gia nên độ thỏa dụng của từng thành viên hay của cả nhóm thành viên cũng có thể tăng nếu tất cả thành viên đều tham gia vào một hệ thống duy nhất, với điều kiện không có những hạn chế đáng kể nào về năng lực xử lý mà có thể gây ra hậu quả tắc nghẽn nghiêm trọng. Biện pháp bảo vệ cần được đặt ra tránh xu hướng cản trở cạnh tranh và đổi mới của dịch vụ thanh toán bán lẻ có tính thống lĩnh, ví dụ bằng cách tạo điều kiện cho kết nối liên thông.
- *Kết nối đa hạ tầng và mức độ kết dính:* Ít nhất ở các thị trường phát triển, kết nối đa hạ tầng - sử dụng nhiều hạ tầng cùng một lúc đối với phía cung và cầu của thị trường thanh toán, diễn ra phổ biến. Khách hàng sẽ có nhiều hơn một loại phương tiện thanh toán, và các nhà bán hàng chấp nhận nhiều loại phương tiện thanh toán. Yếu tố kết nối đa hạ tầng này cũng diễn ra trong trường hợp của một phương tiện thanh toán (ví dụ thẻ tín dụng). Tuy nhiên, thông thường, người tiêu dùng sẽ ưa thích một phương tiện thanh toán cụ thể nào đó hơn các loại khác, nghĩa là họ kết dính với việc sử dụng phương tiện thanh toán đó. Ví dụ, người tiêu dùng chỉ gắn kết một phương tiện thanh toán cho thanh toán hóa đơn, cho thanh toán phúc lợi xã hội hoặc cho tài khoản dịch vụ tài chính chung. Chương trình khách hàng thân thiết có những phần thưởng khuyến khích để tăng mức độ kết dính.

f. Các yếu tố thúc đẩy tiếp cận và sử dụng tài khoản giao dịch:

Việc tiếp cận và sử dụng tài khoản giao dịch có thể gặp phải một số rào cản nhất định đến từ phạm vi của các cơ quan quản lý tài chính hoặc các bên có liên quan khác. Những rào cản có thể phân loại thành các yếu tố nền tảng và các trụ cột xúc tác.

Các yếu tố nền tảng bao gồm cam kết từ các bên liên quan, khuôn khổ pháp lý và quản lý, cơ sở hạ tầng tài chính và công nghệ thông tin. Đây là các yếu tố hỗ trợ quan trọng đối với các hệ thống thanh toán và cung ứng các dịch vụ thanh toán nói chung. Các yếu tố này rất quan trọng cho việc tiếp cận và sử dụng các tài khoản giao dịch. Dựa trên các yếu tố nền tảng, các trụ cột xúc tác bao gồm việc thiết kế sản phẩm thanh toán; sự thuận tiện khi sử dụng tài khoản giao dịch; nhận thức và hiểu biết về kiến thức tài chính, và tận dụng khối lượng thanh toán lớn thường xuyên cho mục đích Tài chính Toàn diện - tạo nên động lực thúc đẩy tiếp cận và sử dụng tài khoản giao dịch. Mỗi tương quan giữa các yếu tố nền tảng, các trụ cột xúc tác và mục tiêu cuối cùng của việc tiếp cận và sử dụng các tài khoản giao dịch được minh họa như dưới đây:

Hình 1.1: Sự tương quan giữa các yếu tố nền tảng, các trụ cột xúc tác và việc sử dụng hiệu quả



❖ Các yếu tố nền tảng:

➤ ***Yếu tố nền tảng 1: Cam kết khu vực công và tư nhân:***

Việc triển khai những đổi mới trong NPS, thúc đẩy việc áp dụng các phương thức thanh toán mới và các hành động quan trọng cần thiết khác nhằm đẩy nhanh Tài chính toàn diện đòi hỏi phải có sự cam kết mạnh mẽ từ tất cả các bên liên quan.

Các chương trình Tài chính toàn diện nhỏ lẻ đã được tiến hành trong nhiều thập kỷ. Tuy nhiên, những chương trình đó có xu hướng chỉ tập trung vào một phần của vấn đề, chẳng hạn như việc mở tài khoản ngân hàng cho các cá nhân chưa có tài khoản, triển khai giáo dục tài chính, hoặc cho phép việc sử dụng mạng lưới đại lý của PSP. Các cách tiếp cận này thường rời rạc và như vậy thường không đạt được sự tiếp cận bền vững, an toàn và hiệu quả tới các dịch vụ thanh toán. Tỷ lệ người dân không tiếp cận các dịch vụ tài chính (financial exclusion) - đặc biệt là những người nghèo - vẫn ở mức cao trên thế giới.

Ở cấp độ toàn cầu, nhiều sáng kiến về Tài chính Toàn diện đã được triển khai gần như đồng thời bởi Liên minh Tài chính Toàn diện (AFI), Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Trung tâm Nghiên cứu Tiền tệ Mỹ Latinh (CEMLA), G20, Ngân hàng Thế giới và một số tổ chức khác, đã đánh dấu bước ngoặt là các nhà lãnh đạo chính trị ở cấp cao nhất đã coi Tài chính Toàn diện là vấn đề trọng tâm. Để đưa những cam kết này thành hành động cụ thể, các tổ chức đa phương, tổ chức tư vấn chính sách, các liên minh khu vực tư nhân, các tổ chức phi chính phủ, các nhà hoạch định chính sách và các cơ quan quản lý nhà nước đã bắt tay vào hỗ trợ những cam kết đó thông qua các nghiên cứu thực tế, thu thập dữ liệu chuyên sâu, hỗ trợ kỹ thuật, các dự án thí điểm, thay đổi chính sách, quy định và tài trợ. Gần đây, các chương trình quốc tế đã thực hiện một số chương trình có tính hệ thống và thống nhất để hiện thực hóa các mục tiêu Tài chính Toàn diện toàn cầu. Những sáng kiến toàn cầu nổi bật

nhằm thúc đẩy Tài chính toàn diện như Sáng kiến G20 và Tiếp cận Tài chính Toàn cầu 2020.

Sáng kiến G20

Tháng 9/2009, các nhà lãnh đạo G20 đã đưa ra "Khuôn khổ cho sự tăng trưởng mạnh mẽ, bền vững và cân bằng", trong đó bao gồm một cam kết "để hỗ trợ mở rộng an toàn và bền vững các kênh cung ứng dịch vụ tài chính mới tới người nghèo và được xây dựng trên những mô hình về tài chính vi mô, nhân rộng các mô hình thành công về tài trợ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs)". Để thực hiện được cam kết này, các chuyên gia Tài chính Toàn diện của G20 (FIEG) được thành lập để xác định bài học kinh nghiệm từ phương thức đổi mới cung cấp các dịch vụ tài chính, thúc đẩy việc xây dựng chính sách thành công, thiết lập tiêu chuẩn về tiếp cận tài chính, hiểu biết tài chính và bảo vệ người tiêu dùng. FIEG đã xây dựng các nguyên tắc G20 cho Phổ cập Tài chính Sáng tạo và được thông qua bởi các nhà lãnh đạo tại Hội nghị thượng đỉnh Toronto vào năm 2010.

Trong năm 2010, G20 đã thông qua Kế hoạch Hành động Tài chính Toàn diện (FIAP) và thành lập GPFI để điều phối và thực hiện FIAP. FIAP đã được cập nhật tại Hội nghị thượng đỉnh G20 vào năm 2014 tại Brisbane, bao gồm những nội dung hành động sau đây: cam kết đề (i) thực hiện các nguyên tắc G20 về Phổ cập Tài chính Sáng tạo với một tầm nhìn chung về tiếp cận toàn diện (ii) cải thiện dữ liệu (iii) hỗ trợ nâng cao năng lực và đào tạo, và (iv) cải thiện sự phối hợp quốc gia, khu vực và quốc tế.

Kể từ khi ra mắt FIAP, lần lượt các chủ tịch G20 đã xác nhận những thành tố chính và các cam kết đối với giáo dục tài chính và bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, dịch vụ tài chính cho các nhóm dễ bị tổn thương (bao gồm cả phụ nữ và thanh thiếu niên), tạo cơ hội phát triển các công nghệ sáng tạo để thúc đẩy Tài chính Toàn diện, và giảm chi phí chuyển tiền.

GPFI thực hiện các cam kết của FIAP và G20 thông qua các nhóm khác nhau: (i) Nhóm phụ trách về quy định quản lý và tổ chức thiết lập tiêu chuẩn (SSBs); (ii) Nhóm phụ trách về tài trợ SMEs; và (iii) Nhóm phụ trách về Phổ cập kiến thức tài chính và Bảo vệ người tiêu dùng (thành lập năm 2013) (1). Trong năm 2014, GPFI đã thành lập một nhóm mới phụ trách Thị trường và các Hệ thống thanh toán. Nhóm mới này có nhiệm vụ thúc đẩy các cam kết vào năm 2013 bởi các nhà lãnh đạo G20 để "khai thác các phương thức mới như phương tiện di động và công nghệ, đặc biệt là trong lĩnh vực chuyển tiền". Nhóm này được đồng chủ trì bởi Úc, Mexico và Nam Phi với mục tiêu trong 5 năm tới là đẩy mạnh việc sử dụng các hệ thống thanh toán, bao gồm cả kênh chuyên tiền để đạt được mục tiêu tăng cường phổ cập tài chính bền vững. Nhóm này tập trung vào công nghệ mới và các mô hình kinh doanh, tạo sự liên kết chặt chẽ tới cách tiếp cận dựa trên thị trường thông qua cam kết với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính. Một tài liệu quan trọng được sử dụng cho phân tích này là Báo cáo của Nhóm Ngân hàng Thế giới về các Cam kết Chuyển tiền G20, công bố vào đầu năm 2014. Theo đó, nhóm này sẽ phối hợp với nhóm SSBs trước hết tập trung chủ yếu vào các hoạt động liên quan đến lĩnh vực chuyển tiền, đặc biệt để đáp ứng các cam kết của G20 hiện nay nhằm giảm chi phí chuyển tiền.

Tiếp cận tài chính toàn cầu 2020

Cuối năm 2013, Chủ tịch Nhóm Ngân hàng thế giới (WBG) đã đặt mục tiêu nhằm đạt được Tiếp cận tài chính toàn cầu (UFA) vào năm 2020. Mục tiêu UFA là "sở hữu tài khoản giao dịch có lưu trữ giá trị trên phạm vi toàn cầu". Để đạt được mục tiêu này, WBG đã mở rộng đầu tư, cung cấp tài chính, tư vấn, chuyển giao kiến thức và các nguồn lực liên quan, kể cả việc tăng cường tham gia cùng các đối tác chủ chốt trong khu vực tư nhân và cộng đồng các nhà tài trợ. Về phía WBG cam kết tạo điều kiện tốt nhất cho 1 tỷ người trưởng thành không tiếp cận được tài chính hiện nay có thể tiếp cận tới các tài khoản giao dịch. Bên cạnh đó, WBG đã làm

việc với các đối tác liên minh (các tổ chức đa phương, ngân hàng, liên minh tín dụng, mạng lưới thẻ, các tổ chức tài chính vi mô à các công ty viễn thông) để cam kết cùng WBG thực hiện các mục tiêu UFA. UFA xác định 25 quốc gia mục tiêu và cam kết phổ cập tài chính ở các nước này, triển khai các chương trình thúc đẩy liên kết với các nhà bán lẻ và các nhà phân phối lớn.

Việc tiếp cận và sử dụng hiệu quả các tài khoản giao dịch đòi hỏi sự vận hành tốt của hệ sinh thái thanh toán bán lẻ, với đặc trưng là sự cân bằng phức tạp giữa hợp tác và cạnh tranh, an toàn và hiệu quả, cũng như xác định quy định pháp lý cụ thể đối với các mô hình thanh toán mới. Thúc đẩy sự thay đổi trong một môi trường như vậy đòi hỏi phải có khả năng mang lại lợi ích đa dạng, thực hiện nghiên cứu và phát triển chính sách, thay đổi luật lệ, huy động vốn để hiện đại hóa cơ sở hạ tầng tài chính, và các yêu cầu tương tự khác. Cam kết rõ ràng, mạnh mẽ và bền vững của các tổ chức khu vực công và tư nhân để mở rộng phổ cập tài chính là điều cần thiết để chương trình này tiến triển hiệu quả.

Các cơ quan thuộc khu vực công có vai trò quan trọng trong việc tạo ra môi trường phù hợp, thuận lợi cho Tài chính toàn diện. Ví dụ, nhiều ngân hàng trung ương đã tận dụng tốt hơn các vai trò khác nhau của mình trong lĩnh vực thanh toán bán lẻ, bao gồm vai trò làm nhà vận hành hệ thống thanh toán để thúc đẩy mức độ phổ cập.

Cam kết mạnh mẽ từ khu vực tư nhân cũng cho thấy là có giá trị trong những chương trình mở rộng tiếp cận các tài khoản giao dịch cho những người chưa được tiếp cận dịch vụ hoặc ít được phục vụ. Ví dụ, trong nhiều trường hợp, ngành dịch vụ tài chính đã tiên phong triển khai các chương trình cung cấp các tài khoản cơ bản theo thẩm quyền tương ứng của từng quốc gia.

➤ ***Yếu tố nền tảng 2: Khung pháp lý và quản lý***

Khung pháp lý và quản lý có vai trò quan trọng trong việc tạo ra một môi trường thuận lợi cho các dịch vụ thanh toán toàn diện. Dịch vụ

thanh toán bán lẻ được tạo dựng bởi một cấu trúc phức tạp của cơ sở hạ tầng, mạng lưới và dịch vụ được đầu tư bởi cả khu vực công và tư nhân, và lợi ích đến từ mức độ cạnh tranh và hợp tác khác nhau, cũng như vấn đề chuẩn hóa và đổi mới. Ngoài ra, hoạt động thanh tra và giám sát sẽ giúp cho việc quản lý rủi ro, giảm thiểu gian lận và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Xây dựng được một khung pháp lý và quản lý lành mạnh, có định hướng rõ ràng và không phân biệt đối xử là một thách thức. Bên cạnh đó, việc thiếu cơ chế giám sát hiệu quả có thể bóp nghẹt sự cạnh tranh và đổi mới, đe dọa sự an toàn, lành mạnh và hiệu quả của dịch vụ thanh toán bán lẻ, dẫn đến việc bảo vệ khách hàng không phù hợp, làm ảnh hưởng xấu đến việc sử dụng dịch vụ.

Năm khía cạnh quan trọng của khung pháp lý và quản lý bao gồm: (i) quy định mang tính trung lập và phù hợp; (ii) quản lý rủi ro; (iii) bảo vệ tiền gửi và tiền điện tử của khách hàng; (iv) bảo vệ khách hàng tài chính; và (v) liên chính về tài chính.

(i) Quy định mang tính trung lập, phù hợp và có thể đoán trước

Một thách thức chính đối với cơ quan quản lý là phải khuyến khích sự đổi mới mà không làm ảnh hưởng đến an toàn và lành mạnh của NPS. Các PSP phi ngân hàng và các phương thức công nghệ và kinh doanh sáng tạo đã góp phần mở rộng tiếp cận tới các dịch vụ thanh toán. Tuy nhiên, quản lý các rủi ro liên quan đến các thành viên mới, các phương thức sáng tạo, khách hàng mới là một thách thức.

Nếu cách tiếp cận quá thận trọng đối với các phương thức sáng tạo sẽ dẫn đến xu hướng bóp nghẹt cạnh tranh và đổi mới. Ngược lại, cách tiếp cận thông thoáng hay nới lỏng đối với vấn đề đổi mới có thể không giải quyết được các rủi ro và thất bại của thị trường và làm suy yếu tính dự đoán của khung pháp lý và quản lý chung.

Do đó, thách thức là thiết kế một khung pháp lý và quản lý công bằng và cân đối cho tất cả các bên liên quan, để giải quyết các rủi ro và thúc đẩy sự đổi mới. Về cơ bản, điều này đòi hỏi khuôn khổ đó

phải dựa trên rủi ro, nhà cung cấp và phương tiện trung lập, hướng tới tương lai. Nói cách khác, khung pháp lý và quản lý phải xử lý được những rủi ro mà các PSP phi ngân hàng, các sản phẩm và các mô hình kinh doanh mới có thể tạo ra²⁶. Đồng thời, phải đảm bảo khả năng dự báo và sự rõ ràng về các tiêu chí mà các PSP phải đáp ứng để cung cấp các loại hình dịch vụ thanh toán cụ thể, cũng như đối với các nhà vận hành hệ thống thanh toán (PSO) cho các mạng lưới thanh toán và cơ sở hạ tầng khác, các đại lý của PSP và trung gian thanh toán bên thứ ba khác.

(ii) Quản lý rủi ro

Nói chung, tài khoản giao dịch và các dịch vụ thanh toán bán lẻ chịu nhiều rủi ro khác nhau, bao gồm rủi ro hoạt động, thanh khoản, danh tiếng, kinh doanh và gian lận. Công nghệ mới có thể tạo ra những rủi ro và thách thức mới trong việc phát hiện, quản lý và giảm thiểu rủi ro.

Một trong những giải pháp giải quyết những thách thức này là yêu cầu PSP và PSO phải xây dựng, triển khai và duy trì một khuôn khổ quản trị rủi ro thích hợp tùy thuộc vào vai trò của họ trong ngành dịch vụ này. Việc đưa ra các yêu cầu quản lý ở mức độ phù hợp đối với các PSP, PSO là một thách thức đối với nhà quản lý. Do đó, nhà cố quản lý có trách nhiệm: (i) xác định chính xác những rủi ro; (ii) thiết kế những yêu cầu quản trị rủi ro phù hợp; (iii) tăng cường năng lực của các bên liên quan để thực hiện có hiệu quả các biện pháp đó; và (iv) đảm bảo sự tuân thủ liên tục với khuôn khổ.

Trong bối cảnh tài chính toàn diện, sáu rủi ro chính nằm ở các tài khoản giao dịch có sự liên quan đặc biệt. Thất bại trong việc xử lý/quản trị những rủi ro này một cách hiệu quả có thể dẫn đến sự mất lòng tin vào thanh toán điện tử, và dẫn đến làm chậm hoặc đảo

²⁶ Rủi ro giữa các sản phẩm thanh toán có sự khác nhau, ví dụ giữa mạng thanh toán đóng hoặc mở (open - or closed - loop), giữa sản phẩm trả trước hay với các phương tiện đơn mục đích hoặc đa mục đích.

ngược việc sử dụng tài khoản giao dịch, ảnh hưởng trực tiếp đến việc đạt được những mục tiêu về tài chính toàn diện:

- *An ninh công nghệ thông tin/gian lận*: Những vụ xâm nhập an ninh mạng và sự phức tạp ngày càng gia tăng của các cuộc tấn công mạng đã đặt các dịch vụ của từng PSP và thậm chí toàn bộ hệ thống thanh toán bán lẻ của một quốc gia vào rủi ro. Triển khai các biện pháp kiểm soát an ninh thông tin phù hợp, thiết lập hệ thống phát hiện và phòng chống gian lận đòi hỏi phải đầu tư đáng kể vào con người và tài nguyên hệ thống. Điều này có thể là thách thức đặc biệt đối với những PSP mới và quy mô nhỏ.
- *Độ tin cậy và hoạt động kinh doanh liên tục*: Cung cấp dịch vụ tài khoản giao dịch điện tử liên quan đến việc sử dụng một loạt các thiết bị, mạng lưới truyền thông và phương tiện kỹ thuật khác. Những yếu kém trong quản lý, bảo trì hoặc tính bền vững của bất cứ yếu tố nào kể trên cũng có thể dẫn đến sự thất bại của dịch vụ tài khoản giao dịch của từng PSP, hoặc thậm chí của cả hệ thống xử lý giao dịch liên mạng. Trong khi các tần suất, độ dài và mức độ nghiêm trọng của những gián đoạn có thể khác nhau, nhưng tất cả các sự kiện như vậy đều có thể ảnh hưởng đến việc tiếp nhận và sử dụng các tài khoản giao dịch.
- *Rủi ro kinh doanh*: Một lo ngại hiện nay là PSP có thể bị lỗ lớn trong các hoạt động kinh doanh của mình, khiến không thể tiếp tục hoạt động và cung ứng dịch vụ. Cho dù tiền trong tài khoản giao dịch mở tại PSP được bảo vệ thích hợp, nhưng trong trường hợp phá sản thì các tài khoản giao dịch sẽ không còn hoạt động và sẽ cần phải được chuyển cho một PSP khác, hoặc nếu bị đóng cửa thì tiền được chuyển trả cho chủ sở hữu.
- *Quan hệ hợp đồng và tính thực thi*: Trong quá trình cung ứng dịch vụ thanh toán, PSP thường có mối quan hệ kinh doanh với một loạt các đối tượng, bao gồm cả các nhà cung cấp cơ sở hạ tầng thanh toán, mạng lưới, cũng như các nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng và các dịch vụ phi ngân hàng khác. Đồng thời, với tư cách

là một nhà cung cấp dịch vụ, các PSP cũng có một mối quan hệ kinh doanh với khách hàng của họ. Với những rủi ro và trách nhiệm pháp lý liên quan đến việc thanh toán, cũng như yêu cầu về tính minh bạch liên quan đến các khía cạnh và các tính năng của một dịch vụ thanh toán hoặc hoạt động của họ tăng thanh toán, các mối quan hệ kinh doanh giữa các bên cần được điều chỉnh bởi các thỏa thuận hợp đồng. Hơn nữa, các thỏa thuận hợp đồng giữa các bên trong chuỗi thanh toán (tức là PSP, PSO và các bên liên quan khác) cũng như giữa PSP và người dùng cuối (tức là khách hàng) phải rõ ràng và toàn diện. Cuối cùng, các bên tham gia hợp đồng, bao gồm cả những người sử dụng dịch vụ thanh toán, cần chắc chắn về tính hợp pháp và tính thực thi của các mối quan hệ hợp đồng của họ, cũng như tính pháp lý của điều khoản bảo vệ cụ thể, trách nhiệm và nghĩa vụ mà có thể được quy định trong hợp đồng (ví dụ như việc sử dụng các thỏa thuận độc quyền, các thỏa thuận ràng buộc khách hàng và trách nhiệm đối với các khoản thanh toán trái phép). Theo đó, một số khía cạnh quan trọng cần quan tâm bao gồm liệu khuôn khổ pháp lý và quản lý có đủ toàn diện để xử lý rõ ràng, liệu các điều khoản trong hợp đồng là đầy đủ và dễ hiểu, và liệu cơ chế xử lý tranh chấp và bồi thường rõ ràng và hiệu quả được quy định trong hợp đồng đó.

- *Việc sử dụng bên thứ ba như các đại lý và thuê ngoài hoạt động của bộ phận hậu kiểm và CNTT: Cơ chế này có thể nâng cao khả năng của PSP trong việc cung cấp dịch vụ với chi phí thấp²⁷. Tuy nhiên, việc chuyển đổi hoạt động và/hoặc liên hệ/tương tác khách hàng với các bên thứ ba có thể làm giảm trách nhiệm quản trị rủi ro và chức năng kiểm soát tổng thể - bao gồm cả khía cạnh KYC và AML²⁸ - và do đó đặt cả PSP và khách hàng của*

²⁷ Những cơ chế này cũng có thể tăng cường tính hiệu quả chung của hệ thống thanh toán bán lẻ: trước tiên, bằng việc có được tính hiệu quả về mạng lưới tiềm năng và công nghệ tiên tiến; thứ hai là khai thác được lợi ích kinh tế về quy mô và phạm vi đối với hoạt động hậu kiểm và CNTT.

²⁸ Nhóm đặc trách FATF đã xác định những yêu cầu được áp dụng. Xem FATF (2013b).

mình vào rủi ro và làm cho người giám sát hệ thống thanh toán khó khăn hơn trong việc thực thi nhiệm vụ một cách hiệu quả.

- *Rủi ro tín dụng và thanh khoản đối với khách hàng là chủ tài khoản*: tài khoản giao dịch kéo theo việc lưu trữ tiền. Khách hàng là chủ tài khoản giao dịch gửi tiền tại PSP vì mục đích an toàn cho đến khi khách hàng cần khoản tiền đó để thực hiện giao dịch thanh toán hoặc rút tiền. Vì nhiều lý do khác nhau, các PSP có thể không có khả năng giữ sẵn tiền khi khách hàng của họ cần sử dụng.

(iii) Bảo vệ tiền của khách hàng

Tiền của khách hàng thông thường sẽ được phản ánh trong tổng số dư của một tài khoản giao dịch. Tuy nhiên, đối với thanh toán điện tử mà không được quyết toán theo thời gian thực, tiền đã được rút ra từ tài khoản của người trả tiền không được phản ánh ngay trong tài khoản của người thụ hưởng, nên nảy sinh thuật ngữ “trôi nổi” (“float”). Trong bối cảnh tiền điện tử, “float” thường được nhắc đến như là tổng giá trị tiền của khách hàng hiện có (sau đây gọi là thuật ngữ “tiền của khách hàng” được dùng để bao quát tất cả những khả năng này).

Đối với tài khoản giao dịch tiền gửi, việc bảo vệ tiền của khách hàng khỏi bị lạm dụng và mất mát là một trong những mục tiêu chính của hoạt động thanh tra, giám sát ngân hàng. Hoạt động giám sát là một cơ chế phòng ngừa và thường được bổ sung với các cơ chế bảo vệ tiền gửi (ví dụ như bảo hiểm tiền gửi) được kích hoạt trong trường hợp một định chế tài chính được hỗ trợ bởi cơ chế này bị phá sản hoặc bị phát mại²⁹.

Với sự phát triển của các sản phẩm tiền điện tử và tổng giá trị tiền lũy kế được lưu trữ trong tài khoản tiền điện tử rất lớn, cơ quan quản

²⁹ Cơ chế bảo vệ tiền gửi rất khác nhau, bao gồm việc cơ chế đó là rõ ràng hay ngầm định, ngưỡng bảo vệ (hạn mức), các loại tài khoản được hỗ trợ, nguồn tiền của cơ chế v.v. Tham khảo Ủy ban Basel về Thanh tra, Giám sát ngân hàng (1998, 2014) để biết thêm chi tiết.

lưu tài chính ngày càng chú ý đến nguy cơ lạm dụng hoặc mất mát tiền của khách hàng. Tiền điện tử cũng chịu nhiều loại hình rủi ro giống như tiền gửi thanh toán truyền thống, bao gồm cả rủi ro mà PSP, hoặc một nhân viên của PSP lạm dụng hoặc bỏ trốn với tiền của khách, rủi ro PSP phải đối mặt với phá sản, hay định chế tài chính nắm giữ tài khoản tiền gửi của PSP (chứ không phải PSP quản lý các tài khoản tiền điện tử) phải đối mặt với phá sản.

Các tài khoản giao dịch tiền điện tử về cơ bản là khác với tài khoản giao dịch tiền gửi do tài khoản tiền điện tử không được thiết kế để thúc đẩy chức năng trung gian tài chính. Trong ngữ cảnh đó sự rõ ràng trong việc sử dụng tiền trong tài khoản tiền điện tử là một vấn đề quan trọng. Đối với các tài khoản giao dịch tiền gửi, các nhà cung ứng dịch vụ tài khoản phải chịu sự thanh tra, giám sát ngân hàng chặt chẽ, tuy nhiên điều này không được áp dụng đối với tài khoản giao dịch điện tử. Do đó, việc cho vay lại tiền điện tử (hoặc đầu tư các nguồn tiền này) của PSP thông thường sẽ dẫn tới việc lạm dụng tiền.

Trong bối cảnh này, một trong những biện pháp giảm thiểu rủi ro phổ biến nhất mà nhà quản lý áp dụng là yêu cầu PSP có phát hành các sản phẩm tiền điện tử phải gửi toàn bộ số tiền từ phát hành tiền điện tử vào tài khoản mở tại một hoặc nhiều ngân hàng. Số tiền này phải được tách bạch khỏi nguồn vốn hoạt động của chính PSP đó và được bảo vệ khỏi sự siết nợ của chủ nợ và/hoặc chính phủ. Song song với biện pháp này, nhà quản lý có thể quyết định áp đặt hạn mức đối với nguồn tiền điện tử và hạn mức giao dịch để làm giảm mức thiệt hại cho chủ tài khoản tiền điện tử và/hoặc cho các mục đích AML/CFT. Nhìn chung, các cơ chế bảo hiểm tiền gửi không chi trả cho các tài khoản tiền điện tử. Tuy nhiên, có một trường hợp, có sự bảo vệ thông qua cơ chế bảo hiểm tiền gửi "chuyển tiếp" ("pass-through") theo đó bảo hiểm tiền gửi đối với tài khoản ngân hàng nơi mà tiền của khách hàng được PSP giữ sẽ được chuyển tiếp tới chủ tài khoản tiền điện tử.

Các biện pháp bảo vệ tiền của khách hàng tại một số nước sẽ được trình bày như dưới đây:

Nghiên cứu của Cơ quan Quản lý Tiền tệ Hồng Kông về các biện pháp đảm bảo an toàn tiền của khách hàng trong các mô hình tiền điện tử:

Để triển khai quy định quản lý mới đối với các phương tiện lưu trữ giá trị (SVFs) và hệ thống thanh toán bán lẻ, Cơ quan tiền tệ Hồng Kông (HKMA) đã tiến hành một nghiên cứu về các biện pháp bảo vệ tiền của khách hàng trong các mô hình tiền điện tử và SVFs được áp dụng ở một số thị trường lớn.

Một mục tiêu của biện pháp bảo vệ là đảm bảo có đủ tiền để hoàn trả cho khách hàng. Các đặc tính của SVF làm cho nó giống như phương tiện tiền điện tử và thanh toán điện tử hơn là phương tiện tiết kiệm. Do đó, ở những thị trường mà HKMA nghiên cứu, SVFs thường không được coi là tiền gửi và do đó không nằm trong phạm vi bảo hiểm tiền gửi.

Nghiên cứu của HKMA chỉ ra rằng công ty phát hành SVF thường được yêu cầu phải bảo vệ tiền của khách hàng bằng cách: (i) gửi tiền có liên quan trong các tài khoản tách biệt hoặc (ii) thiết lập các biện pháp thích hợp để bảo vệ tiền của khách hàng. Liên quan tới biện pháp thứ 2, nghiên cứu đã xác định được hai yêu cầu cụ thể: (i) các quỹ phải được đặt trong một tài khoản tín thác và được quản lý bởi một tổ chức tín thác, hoàn toàn vì lợi ích của khách hàng; hoặc (ii) tiền của khách hàng phải được bảo hiểm hoặc được bảo lãnh tương đương từ một công ty bảo hiểm hoặc một ngân hàng.

Khi tổ chức phát hành SVF mất khả năng thanh toán, hiệu quả của các biện pháp bảo vệ chủ yếu xoay quanh khả năng thanh toán của các đơn vị hỗ trợ (tức là các ngân hàng, tổ chức giữ hộ tài sản hoặc công ty bảo hiểm). Vì vậy, một yêu cầu chung là các tổ chức hỗ trợ không được thuộc cùng một tập đoàn với các tổ

chức phát hành SVF. Ngoài ra, tùy thuộc vào quy mô số tiền của khách hàng, các tổ chức phát hành SVF có thể phải tham gia nhiều hơn một tổ chức hỗ trợ để đảm bảo sự vững mạnh của các biện pháp bảo vệ.

Bảo hiểm tiền gửi chuyển tiếp (pass-through) tại Hoa Kỳ

Tại Hoa Kỳ, FDIC cung cấp bảo hiểm tiền gửi chuyển tiếp đối với tài khoản giao dịch trả trước, bao gồm thẻ trả trước và các sản phẩm tiền điện tử phát hành tại Hoa Kỳ nếu đáp ứng một số điều kiện cụ thể. Thứ nhất, các dịch vụ giao dịch trả trước phải thuộc mô hình mạng thanh toán mở (open-loop) (tức là tổ chức phát hành và chấp nhận thanh toán là khác nhau). Thứ hai, tiền phải được gửi trong một tài khoản tiền gửi tách bạch tại một định chế tiền gửi được bảo hiểm bởi FDIC. Thứ ba, chủ tài khoản tiền điện tử phải là chủ sở hữu chính của tiền trong tài khoản, không phải là PSP thiết lập tài khoản thay mặt cho các chủ tài khoản tiền điện tử. Thứ tư, bảng ghi mới nhất về danh tính của các chủ tài khoản tiền điện tử và số tiền trong tài khoản phải được lưu giữ.

Đáng chú ý, các khoản thanh toán của chính phủ liên bang Mỹ, chẳng hạn như hoàn thuế và thanh toán an sinh xã hội, chỉ có thể được gửi trực tiếp vào tài khoản trả trước đáp ứng các quy định về chi trả bảo hiểm chuyển tiếp của FDIC. Quy định này khiến ít nhất một nhà bán lẻ lớn ở Hoa Kỳ phải thay đổi thiết kế dịch vụ tài khoản thẻ trả trước của mình để đủ điều kiện cho bảo hiểm chuyển tiếp của FDIC.

Bảo vệ tiền của khách hàng tại Colombia, Ấn Độ và Thổ Nhĩ Kỳ

Ở Colombia, Luật về Tài chính Toàn diện năm 1735 đã hình thành một loại hình trung gian tài chính mới: các Hiệp hội chuyên về Thanh toán và Gửi tiền Điện tử. Những hiệp hội này, được gọi tắt là SEDPEs, được coi là tổ chức nhận tiền gửi, và như vậy họ chịu sự thanh tra, giám sát bởi cơ quan giám sát tài chính, tiền gửi mà họ nhận sẽ được bảo vệ bởi các tổ chức bảo hiểm tiền gửi (tức là FOGAFIN) giống như tiền gửi tại các ngân hàng thương mại.

Một khác, do SEDPEs chỉ được cung cấp dịch vụ giao dịch và nhận tiền gửi có giới hạn, nên họ chỉ chịu một khuôn khổ quy định nhẹ nhàng hơn (như yêu cầu về vốn thấp hơn, quy định về tỷ lệ an toàn vốn thấp hơn và khuôn khổ KYC/AML đơn giản, tạo điều kiện cho việc tiếp cận rộng rãi tới các tài khoản tiền gửi và dịch vụ giao dịch).

Tại Ấn Độ, Luật sửa đổi Luật các Hệ thống Thanh toán và Quyết toán năm 2007, có hiệu lực kể từ tháng 6/2015, có quy định bảo vệ tiền của khách hàng nếu tổ chức phát hành các phương tiện thanh toán trả trước (PPI) bị mất khả năng thanh toán. Để bảo vệ khách hàng đã mua PPI, cũng như các nhà bán lẻ chấp nhận thanh toán PPI và các tổ chức vận hành hệ thống thanh toán, NHTW Ấn Độ (RBI) đã quy định số dư các khoản tiền của PPI phải được gửi vào một tài khoản được chỉ định (tài khoản escrow) mở tại một ngân hàng thương mại được phép. Số dư tại tài khoản này được miễn trừ khỏi quyền phát mãi trong trường hợp tổ chức phát hành PPI hoặc ngân hàng có liên quan mất khả năng thanh toán, để đảm bảo bảo vệ khách hàng.

Luật Hệ thống Thanh toán của Thổ Nhĩ Kỳ yêu cầu khoản tiền nhận được từ khách hàng của các tổ chức phát hành tiền điện tử và các tổ chức thanh toán được giữ tại một tài khoản đảm bảo tại một ngân hàng được cấp phép. Luật này còn bảo vệ tiền của khách hàng khỏi sự phá sản của các tổ chức thanh toán và phát hành tiền điện tử bằng quy định rằng các khoản tiền trong tài khoản đảm bảo phải được sử dụng để bồi thường cho khách hàng đối với bất kỳ tổn thất phát sinh và phải thực hiện đầy đủ nghĩa vụ nêu trong luật, bất kể trình tự bồi thường ưu tiên được quy định bởi các văn bản luật khác.

(iv) Bảo vệ khách hàng tài chính và tính minh bạch:

Sự minh bạch và bảo vệ khách hàng là vấn đề đặc biệt liên quan trong những chương trình thúc đẩy tiếp cận tài chính, chẳng hạn chương trình nhằm vào đối tượng khách hàng lần đầu một cách tự

nhiên - là những đối tượng thiếu kinh nghiệm và thường có hạn chế về kiến thức tài chính. Những chương trình này thường liên quan đến việc giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ mới, PSP mới và/hoặc mô hình dịch vụ mới³⁰.

Năm vấn đề bảo vệ khách hàng tài chính đáng được chú ý đặc biệt như sau³¹:

Thứ nhất, minh bạch các điều khoản, điều kiện, phí và quyền của khách hàng: các loại phí, điều khoản và điều kiện liên quan đến các dịch vụ tài khoản giao dịch và/hoặc các phương tiện thanh toán cá nhân có thể khá phức tạp, đặc biệt đối với khách hàng lần đầu sử dụng dịch vụ. Điều này có thể còn phức tạp hơn trong một môi trường mà có PSP mới, sản phẩm và dịch vụ thanh toán mới được bổ sung. Hơn nữa, trong một số mô hình dịch vụ mới mà lại không có sự tương tác trực tiếp với PSP, khả năng hiểu lầm và hiểu sai về tính năng sản phẩm và chi phí là khá cao. Ngoài ra, liên quan đến tính minh bạch, việc kịp thời cung cấp các thông tin là quan trọng, đặc biệt khi nó liên quan đến việc so sánh khi mua sắm và ra quyết định của khách hàng.

Quy định về tính minh bạch liên quan đến dịch vụ thanh toán tại một số thị trường:

Sự minh bạch và khả năng so sánh phí sử dụng tài khoản ở Liên minh Châu Âu

- Chỉ thị 2014/92/EU yêu cầu cung cấp thông tin về phí sử dụng dịch vụ thông qua biểu mẫu chuẩn phát cho khách hàng trước khi họ kí hợp đồng mở tài khoản thanh toán. Tài liệu này phải được ngân

³⁰ Các nhà cung ứng dịch vụ đôi khi tự nguyện đồng ý quy tắc ứng xử chung để giải quyết những vấn đề này, chẳng hạn vào tháng 11/2014, 11 thành viên GSMA đại diện cho 82 tổ chức cung ứng dịch vụ tiền di động ở 51 nước đã ban hành bộ Quy tắc Ứng xử chung cho các nhà cung ứng dịch vụ tiền di động.

³¹ Hướng dẫn chi tiết về bảo vệ khách hàng trong lĩnh vực dịch vụ tài chính có thể xem trong Những Nguyên tắc cấp độ cao về Bảo vệ Khách hàng Tài chính của G20 (OECD (2011)), những báo cáo kèm theo về cách tiếp cận hiệu quả trong việc triển khai Những Nguyên tắc cấp độ cao (G20/OECD (2013, 2014)) và ấn phẩm Những Thực hành Tốt đối với Bảo vệ Khách hàng Tài chính của Nhóm Ngân hàng Thế giới (WB (2012c)).

hàng và PSP cung cấp bất cứ lúc nào, theo bất cứ cách thức tiếp cận đơn giản nào, kể cả qua website của ngân hàng hoặc của PSP. Tài liệu cần liệt kê các dịch vụ thông dụng nhất được cung cấp qua tài khoản và các loại phí có liên quan. Tài liệu phải được viết bằng các thuật ngữ chuẩn để có thể dễ dàng so sánh với các tổ chức cung ứng dịch vụ khác. Danh sách thuật ngữ có định nghĩa về các dịch vụ liệt kê trong tài liệu này phải được cung cấp miễn phí cho khách hàng. Cơ quan Ngân hàng Châu Âu sẽ xây dựng chuẩn kỹ thuật liên quan đến định dạng chuẩn hình thức biểu phí và nộp cho Ủy Ban Châu Âu vào 18/9/2016.

- Ngoài ra, khách hàng có tài khoản thanh toán phải được cung cấp bảng sao kê về phí ít nhất là hàng năm. Bảng sao kê về phí có chứa thông tin về các khoản phí và lãi phải trả của người tiêu dùng sử dụng tài khoản, cũng như bất kỳ khoản lãi thu được trong năm trước đó. PSP có thể quyết định cung cấp cho người tiêu dùng thông tin này nhiều hơn một lần một năm. Bảng sao kê về phí cũng phải được sử dụng các thuật ngữ chuẩn. Chỉ thị cũng nêu rằng người tiêu dùng cần có quyền truy cập miễn phí, đến ít nhất một website so sánh đối với các tài khoản thanh toán khác nhau trong từng nước thành viên. Ngoài ra, nó thiết lập các tiêu chí chất lượng cần thiết cho các website so sánh như vậy, bao gồm cả quy định độc lập về mặt hoạt động với bất kỳ PSP nào để đảm bảo các thông tin được website đó cung cấp cho người tiêu dùng là cập nhật và chính xác

Yêu cầu về sự minh bạch trong dịch vụ thanh toán tại Thổ Nhĩ Kỳ

- Luật về các Hệ thống Thanh toán và quy định pháp lý được ban hành bởi Cơ quan Thanh tra, Giám sát và Quản lý Ngân hàng Thổ Nhĩ Kỳ bao gồm các yêu cầu minh bạch cho việc cung cấp các dịch vụ thanh toán. Theo các quy định này, PSP được yêu cầu cung cấp thông tin cụ thể cho khách hàng của họ cho cả thanh toán một lần và thanh toán định kì. Ví dụ, PSP phải thông báo cho khách hàng của họ thời gian tối đa cần thiết để hoàn tất giao dịch thanh toán, tổng số phí và các phí dịch vụ khác, và nếu có

thẻ, tỷ giá hối đoái được sử dụng cho các giao dịch. Ngoài ra, PSP phải công bố tất cả các thông tin cho khách hàng khi tiến hành thực hiện một giao dịch.

- Đối với tài khoản giao dịch, PSP phải ký hợp đồng với khách hàng. Hợp đồng phải đáp ứng một số yêu cầu như đã nêu trong quy định. Những quy định liên quan đến việc sửa đổi và huỷ bỏ các hợp đồng này bởi PSP cũng được xác định tại các quy định về bảo vệ người tiêu dùng. Đáng chú ý, PSP bị cấm thu phí hoặc hoa hồng cho việc công bố các thông tin yêu cầu.

Thứ hai, trách nhiệm đối với các giao dịch trái phép: Mặc dù các phương tiện thanh toán có nền tảng vững chắc như thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ thông thường bảo vệ khách hàng khỏi các giao dịch trái phép dưới hình thức trách nhiệm giới hạn của khách hàng, nhưng rất ít sản phẩm tiền điện tử có hình thức bảo vệ như thế. Trong trường hợp không được bảo vệ như vậy, khách hàng mới mà sử dụng các sản phẩm tiền điện tử có thể bị thiệt hại đáng kể.

Thứ ba, cơ chế hỗ trợ khách hàng và giải quyết khiếu nại: Người sử dụng các dịch vụ thanh toán bán lẻ điện tử thường không chắc chắn về cách thức xử lý vấn đề liên quan đến dịch vụ, liên lạc với ai, làm thế nào để báo cáo các giao dịch trái phép hoặc sai sót, và làm thế nào để giải quyết những vấn đề này. Cơ chế giải quyết tranh chấp đóng một vai trò quan trọng trong việc ngăn ngừa việc lạm dụng khách hàng và thúc đẩy PSP xử lý những yếu kém trong hoạt động khiến dịch vụ có chất lượng thấp, sai sót hoặc vi phạm an toàn bảo mật. Vì vậy, cơ chế này giúp xây dựng sự tin cậy trong các dịch vụ thanh toán bán lẻ. Giúp khách hàng hiểu rõ về cách làm sao để liên hệ trung tâm hỗ trợ khách hàng và cơ chế hỗ trợ, cách nộp đơn khiếu nại thông qua kênh giao dịch ban đầu, mức độ tách biệt của đơn vị chịu trách nhiệm giải quyết với bộ phận kinh doanh của PSP, và sự giám sát độc lập quy trình giải quyết khiếu nại là rất quan trọng để đảm bảo rằng quy trình xử lý là phù hợp, cho phép khách hàng mới cũng như khách hàng hiện nay thực hiện các quyền của họ một cách hiệu quả.

Thứ tư, bảo mật dữ liệu cá nhân và/hoặc dữ liệu giao dịch khách hàng: PSP có thể thu thập một loạt dữ liệu và thông tin quan trọng của khách hàng, kể cả dữ liệu nhạy cảm như tên, địa chỉ, tuổi tác, tình trạng hôn nhân, số tài khoản và số dư, các hoạt động giao dịch. PSP có thể sử dụng thông tin này không đúng quy định hoặc không có sự cho phép của khách hàng. Sự thiếu rõ ràng về những gì có thể được tiết lộ, và tiết lộ với ai, có thể gây cản trở việc sử dụng các dịch vụ thanh toán của một số khách hàng tiềm năng. Ví dụ, các cá nhân có thu nhập thấp có thể thấy lo lắng khi lịch sử giao dịch của họ bị sử dụng khiến họ không được nhận hỗ trợ xã hội hoặc làm giảm giá trị lợi ích của họ. Đồng thời, việc công bố một số loại dữ liệu - với sự cho phép và thông báo trước - cho một số bên thứ ba có thể chứng minh có giá trị đối với khách hàng. Ví dụ, số liệu cung cấp cho văn phòng tín dụng có thể tạo điều kiện cho các cá nhân chứng minh rằng họ quản lý tài khoản của mình tốt.

Thứ năm, bảo vệ và quy trình liên quan đến việc tịch thu tiền của khách hàng: Trong một số trường hợp, chủ nợ của khách hàng và/hoặc cơ quan chính phủ yêu cầu thực hiện trái quyền đối với tài sản của khách hàng đó, bao gồm tiền đang có trong tài khoản, hoặc nguồn khác được chuyển tới tài khoản giao dịch của khách hàng. Trong trường hợp không rõ ràng về tính pháp lý của trái quyền đó và quy trình cần thiết để thực hiện trái quyền (và tịch thu tiền), tiền của khách hàng có thể gặp rủi ro.

(v) Sự liên chính về tài chính:

Những mối quan ngại về liên chính tài chính có thể đặt ra những thách thức trong việc tăng cường Tài chính Toàn diện. Nhóm đặc trách Hành động Tài chính (FATF) hỗ trợ cách tiếp cận dựa trên rủi ro để thực hiện các khuyến nghị FATF³².

Nhằm hỗ trợ các nước trong việc thực hiện các phương pháp tiếp cận dựa trên rủi ro trong bối cảnh quốc gia của họ, FATF đã ban hành

³² Những khuyến nghị FATF là những chuẩn mực toàn cầu chống rửa tiền và tài trợ khủng bố. Xem FATF (2012).

hướng dẫn về AML/CFT và Tài chính Toàn diện, được thiết kế đặc biệt để hỗ trợ các nỗ lực của các quốc gia trong việc thiết kế và triển khai cách tiếp cận dựa trên rủi ro để bảo vệ tính liêm chính của hệ thống tài chính, đồng thời cũng hỗ trợ những nỗ lực làm sâu sắc hơn Tài chính Toàn diện. Kể từ khi tiến hành sửa đổi các Khuyến nghị trong năm 2012, các phương pháp tiếp cận dựa trên rủi ro tạo nên cơ sở cho việc thực hiện các biện pháp AML/CFT.

Phương pháp tiếp cận dựa trên rủi ro đối với các quy định AML/CFT và Tài chính Toàn diện:

- Trong năm 2012, FATF sửa đổi khuyến nghị FATF 40 để chống rửa tiền và tài trợ khủng bố. Trong bản sửa đổi, FATF tuyên bố rằng các nước cần xác định, đánh giá và hiểu những rủi ro rửa tiền và tài trợ khủng bố đối với đất nước, và cần có hành động để giảm thiểu rủi ro một cách hiệu quả (Khuyến nghị 1). FATF yêu cầu các nước áp dụng một phương pháp tiếp cận dựa trên rủi ro tương xứng với những rủi ro được nhận diện. Yêu cầu đánh giá rủi ro này được áp dụng ở cấp quốc gia, cũng như ở cấp độ của các tổ chức tài chính, các doanh nghiệp phi tài chính và cá nhân (như luật sư, công chứng viên và các đại lý bất động sản).
- Việc thực thi phương pháp tiếp cận dựa trên rủi ro cho phép các nước linh hoạt hơn trong việc áp dụng một số yếu tố nhất định đối với các quy định về AML/CFT, trong đó có thể hỗ trợ và thúc đẩy các nỗ lực phổ cập tài chính quốc gia. Hơn nữa, trong Khuyến nghị 1, FATF khẳng định "nếu các quốc gia xác định rủi ro thấp hơn, họ có thể quyết định áp dụng các biện pháp được đơn giản hóa đối với một số khuyến nghị của FATF với những điều kiện nhất định".
- Ví dụ điển hình nhất là liên quan đến việc thẩm định khách hàng (CDD). Trước đây, người ta vẫn cho rằng, những yêu cầu quá nghiêm ngặt về nhận dạng và xác minh khách hàng đã gây ra những tác động ngoài ý muốn cho mục tiêu thúc đẩy Tài chính Toàn diện. Ví dụ, trong một đất nước mà nhiều người thiếu giấy tờ hợp pháp để chứng minh danh tính, việc áp dụng nghiêm

ngặt các yêu cầu CDD (như yêu cầu cung cấp địa chỉ chính thức - vốn không phải nằm trong các yêu cầu của FATF) đã khiến người dân bị loại ra khỏi hệ thống tài chính chính thức. Hay là thủ tục CDD nghiêm ngặt dẫn đến việc các định chế tài chính chuyển chi phí cho khách hàng khiến những thủ tục này đóng vai trò cản trở khách hàng, đặc biệt là người nghèo, được sử dụng những dịch vụ tài chính. Theo khuyến nghị đã sửa đổi của FATF, nếu quốc gia xác định được các tình huống hoặc sản phẩm rủi ro thấp hơn (ví dụ như các sản phẩm trả trước có giá trị thấp hoặc tài khoản cơ bản với các hạn mức gửi/rút tiền chặt chẽ), trong những trường hợp này, các nước có thể cho phép các quy trình CDD đơn giản hơn.

- Ngoài ra, và đặc biệt liên quan đến thanh toán, Khuyến nghị 16, nhằm giải quyết các yêu cầu liên quan đến hoạt động chuyển tiền điện tử (FATF sử dụng thuật ngữ "chuyển khoản"), cho phép các nước đơn giản hóa thủ tục CDD đối với các giao dịch chuyển tiền xuyên biên giới khi giá trị giao dịch dưới 1.000USD/EUR.

Nguồn: Các tài liệu đã xuất bản của FATF.

➤ **Yếu tố nền tảng 3: Cơ sở hạ tầng tài chính và công nghệ thông tin**

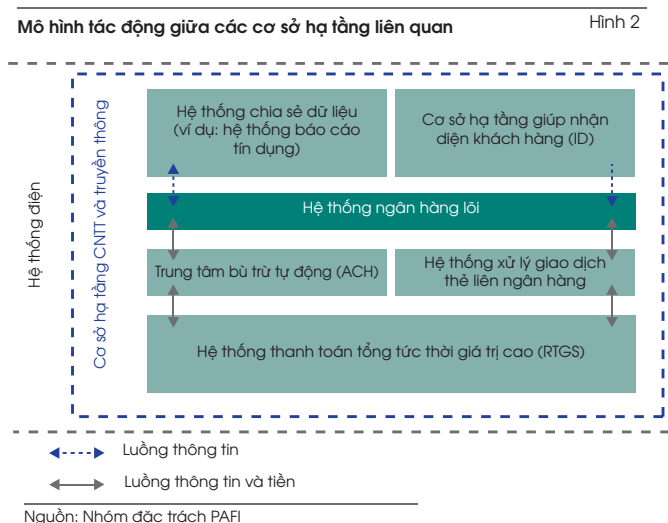
Hạ tầng tài chính, công nghệ thông tin cũng như các cơ sở hạ tầng khác đáng tin cậy được thừa nhận rộng rãi là tối quan trọng đối với việc cung cấp các dịch vụ thanh toán hiệu quả và tiết kiệm chi phí. Với ý nghĩa này, các yếu tố hạ tầng của NPS là nền tảng cơ bản đối với tiếp cận và Tài chính Toàn diện .

Mặc dù, mạng lưới các điểm và kênh tiếp cận dịch vụ (như chi nhánh ngân hàng, đại lý của PSP và ATM) thường được đề cập trong bối cảnh chung của cơ sở hạ tầng thanh toán, nhưng khi phân tích các khía cạnh Tài chính Toàn diện thì nên nhìn nhận chúng một cách tách biệt. Do đó, phần này tập trung vào hạ tầng thanh toán và công nghệ thông tin cốt lõi cung cấp nền tảng cho sự hoạt động của các phương tiện và dịch vụ thanh toán điện tử, và kết thúc với nội dung thảo luận về những đặc điểm của cơ sở hạ tầng mà hỗ trợ hiệu quả cho mục tiêu Tài chính Toàn diện.

Cơ sở hạ tầng cung cấp nền tảng cho tài chính toàn diện

Cơ sở hạ tầng cốt lõi bao gồm một hệ thống chuyển tiền điện tử bán lẻ liên ngân hàng (ví dụ như hệ thống thanh toán bù trừ tự động (ACH)), hệ thống xử lý cho các giao dịch thanh toán thẻ (ví dụ hệ thống chuyển mạch) và một hệ thống thanh toán liên ngân hàng giá trị cao (RTGS); một cơ sở hạ tầng truyền thông mạnh mẽ và một cơ sở hạ tầng định danh (ID) hiệu quả. Sự thiếu hụt của bất kỳ cơ sở hạ tầng nào nêu trên đều cản trở hệ thống thanh toán quốc gia trong việc khai thác các lợi ích tiềm năng của các công cụ thanh toán hiện đại, và do đó ảnh hưởng không tốt đến mục tiêu Tài chính Toàn diện³³. Hệ thống Báo cáo tín dụng và cơ sở dữ liệu chia sẻ khác cũng đóng một vai trò quan trọng, đặc biệt để tài khoản giao dịch trở thành cầu nối hiệu quả tới các dịch vụ tài chính khác. Sự tương tác giữa các thành phần cơ sở hạ tầng này được thể hiện trong Hình dưới đây:

Hình 1.2: Mô hình tác động giữa các cơ sở hạ tầng liên quan



³³ Để các PSP thu được lợi ích tối đa từ những cấu phần hạ tầng này, các PSP cần trang bị hệ thống công nghệ thông tin nội bộ cơ bản nhất định, tức là hạ tầng quản lý tài khoản tập trung và tự động hóa (như hệ thống ngân hàng lõi) để xử lý thanh toán điện tử hiệu quả.

Hệ thống thanh toán liên ngân hàng giá trị cao đã trở thành một vấn đề trọng tâm của các ngân hàng trung ương trong hơn ba thập kỷ qua, và kết quả là hiện nay nó đang được triển khai gần như trên toàn thế giới³⁴. Hệ thống này là một nền tảng hết sức quan trọng bảo đảm việc quyết toán an toàn và hiệu quả cho nhiều cơ sở hạ tầng thanh toán liên ngân hàng khác. Hơn nữa, ở một số nước, hệ thống RTGS cũng được sử dụng cho mạng thanh toán bán lẻ³⁵.

Hệ thống thanh toán bán lẻ liên ngân hàng (được gọi là ACH) và hệ thống xử lý thẻ thanh toán liên ngân hàng (Hệ thống chuyên mạch thẻ) đóng một vai trò trực tiếp hơn trong việc thúc đẩy Tài chính Toàn diện do các cơ sở hạ tầng này được thiết kế cho việc xử lý hàng ngày (bao gồm cả chức năng thanh toán bù trừ) một số lượng lớn giao dịch thanh toán có giá trị thấp. ACH thường tập trung vào hai dịch vụ thanh toán bán lẻ chủ yếu: Ủy nhiệm chi và Ủy nhiệm thu trực tiếp (được định nghĩa chung là các phương tiện thanh toán EFT).

Sự tồn tại của một ACH Quốc gia có hiệu quả làm tăng quy mô mạng lưới các điểm tiếp cận dịch vụ (ví dụ như ATM hoặc chi nhánh ngân hàng) cho khách hàng cá nhân, vì nó đóng vai trò như một trung tâm để xử lý các giao dịch liên ngân hàng và do đó thể hiện các yếu tố ngoại vi tích cực. Bất kỳ chi nhánh ngân hàng hoặc thành viên PSP nào của ACH cũng đều có thể được sử dụng để thực hiện chuyển tiền cho khách hàng của thành viên khác của ACH. Điều này hỗ trợ khả năng tiếp cận khắp cả nước, ngay cả nếu một ngân hàng nào đó không có điểm giao dịch ở một số khu vực nhất định.

Một hệ thống thanh toán thẻ liên ngân hàng là một cơ chế kết nối giữa các tổ chức phát hành thẻ với nhau, thường là các ngân hàng. Nó cho phép chủ thẻ ngân hàng này thực hiện giao dịch tại đơn vị chấp nhận thanh toán, ATM hoặc một thiết bị chấp nhận thẻ của một ngân hàng khác – với điều kiện là cả hai ngân hàng cùng tham

³⁴ *Khảo sát Hệ thống Thanh toán Toàn cầu (2012) của WB cho thấy hệ thống RTGS đang được vận hành ở 127 quốc gia.*

³⁵ *Ví dụ Mexico và Ả Rập Xê Út.*

gia hệ thống này³⁶. Hệ thống xử lý thẻ thanh toán cũng đóng một vai trò quan trọng trong việc tăng quy mô mạng lưới kênh tiếp cận bằng cách kết nối liên thông các máy ATM và thiết bị đầu cuối POS của các ngân hàng phát hành khác nhau. Bằng cách đó, nó làm tăng yếu tố ngoại vi mạng lưới tích cực vì lợi ích của khách hàng. Ví dụ, trong một số trường hợp³⁷, PSP với trọng tâm hoạt động ở một khu vực hoặc địa phương nào đó có thể cung cấp dịch vụ cho khách hàng của mình trên toàn quốc và thậm chí ra cả nước ngoài thông qua nền tảng hệ thống thanh toán thẻ.

Có những cơ sở hạ tầng khác, dù không phải là một khâu của quy trình thanh toán bù trừ và quyết toán (tức là quá trình trao đổi dữ liệu thanh toán và tiền), cũng là các hạ tầng có liên quan đối với tài chính toàn diện khi cung cấp các thông tin quan trọng cho PSP và các nhà cung ứng dịch vụ tài chính khác. Chúng bao gồm cơ sở hạ tầng nhận diện khách hàng, hệ thống báo cáo tín dụng và chia sẻ dữ liệu khác.

Điều quan trọng nhất khi cung ứng bất kỳ dịch vụ tài chính nào như tài khoản giao dịch là khả năng của PSP nhận dạng chính xác khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng. Cơ chế xác minh các cá nhân và doanh nghiệp không tốt có thể cản trở việc tiếp cận tài khoản giao dịch. Ngoài ra, PSP đã ngày càng trở nên thận trọng đối với các quy định AML/CFT, đặc biệt là các yêu cầu nhận dạng khách hàng (KYC). Do đó, các cá nhân và doanh nghiệp nhỏ không có ID cần thiết để mở tài khoản có thể bị loại trừ khỏi các dịch vụ tài chính vì lý do này³⁸.

³⁶ Hệ thống chuyển mạch thẻ thanh toán ngày càng được sử dụng nhiều cho việc xử lý các giao dịch thẻ được khởi tạo từ các kênh khác như internet hay điện thoại di động.

³⁷ Để thực hiện được điều này, một yêu cầu bắt buộc là thẻ thanh toán có thể được xử lý bởi (các) hệ thống thanh toán thẻ ở trong nước và nước ngoài. Điển hình là thẻ được phát hành bởi một thương hiệu thẻ được chấp nhận trên toàn cầu như VISA và MasterCard, tuy vậy đối với việc sử dụng ở trong nước hoặc thậm chí ở phạm vi khu vực, một số thương hiệu thẻ cũng được chấp nhận rộng rãi.

³⁸ Hầu hết các quốc gia thu nhập thấp và trung bình có hệ thống nhận dạng quốc gia yếu. Ví dụ, ở những quốc gia bao gồm cả các nước Châu Phi tiểu sa mạc Sahara, tận 55% dân số không có hồ sơ danh tính chính thức. Để biết thêm thông tin, xem World Bank (2014).

Trong bối cảnh này, một hệ thống nhận dạng hiện đại và mạnh mẽ (ví dụ như một hệ thống nhận dạng điện tử)³⁹ có thể giúp PSP và các nhà cung cấp dịch vụ tài chính khác giảm chi phí thẩm định khách hàng của họ. Ví dụ, hệ thống nhận dạng điện tử có thể giúp mở các kênh phân phối mới, cho phép các đại lý của PSP xác minh khách hàng một cách đáng tin cậy. Hai quốc gia có hệ thống nhận dạng điện tử được sử dụng thành công là Chi Lê và Ấn Độ.

Hệ thống nhận dạng khách hàng và Tài chính Toàn diện ở Chi Lê và Ấn Độ.

Chile

- RUT là số ID người nộp thuế ở Chile. Banco Estado, một ngân hàng thương mại nhà nước, đã mở (tài khoản) Cuenta RUT cho mỗi người dân Chile có RUT, mã số RUT được sử dụng như số tài khoản ngân hàng. Cuenta RUT giống như tài khoản thanh toán cơ bản và được sử dụng nhằm thúc đẩy Tài chính Toàn diện. Một tài khoản RUT thông thường là một cầu nối dễ dàng tới các dịch vụ tài chính khác và có thể chuyển hoặc nhận thanh toán từ Chính phủ hay từ các tài khoản ngân hàng khác, cũng như thực hiện thanh toán bán lẻ hoặc giao dịch tại ATM hay đại lý của PSP. Đến tháng 10/2014, gần 7 triệu người Chile đã sử dụng Cuenta RUT, với mức trung bình là 8,5 giao dịch/khách hàng một năm.

Ấn Độ

- Aadhaar đã được phát triển thành một công cụ định danh duy nhất và là một công cụ nhận diện khách hàng điện tử (e-KYC). Tính đến tháng 4/2015, 818 triệu số Aadhaar và thẻ liên quan đã được phát hành. Với 85% số người được cấp ở độ tuổi trên 19, mức độ bao phủ của dân số trưởng thành đã tăng lên khoảng

³⁹ Hệ thống nhận dạng sử dụng công nghệ điện tử và sinh trắc học thường được gọi là hệ thống nhận diện kỹ thuật số hay hệ thống nhận diện điện tử. Ở những hệ thống này, danh tính có thể được nhập và xác thực một cách an toàn thông qua các phương tiện điện tử để cung cấp dịch vụ tới các lĩnh vực khác nhau, kể cả y tế, an sinh xã hội, dịch vụ tài chính và vận tải.

91%. Các thông tin chứa chi tiết cá nhân và hình ảnh được Cơ quan Định danh Duy nhất Ấn Độ xây dựng như là kết quả của quá trình e-KYC (đây là mẫu điện tử và có thể truy cập để tra cứu thông tin) và có thể được coi là “văn bản có hiệu lực chính thức” theo quy định về phòng chống rửa tiền. Mới đây, việc áp dụng cơ chế chuyển quyền lợi trực tiếp thông qua Aadhaar để chứng thực danh tính của người thụ hưởng đã giúp chuyển phúc lợi xã hội bằng cách ghi có trực tiếp vào tài khoản của người thụ hưởng. Chính phủ đã bắt đầu chuyển trợ cấp khí (gas) nấu ăn và phúc lợi xã hội thông qua mạng lưới ngân hàng sử dụng nền tảng dựa trên Aadhaar như địa chỉ tài chính duy nhất cho người thụ hưởng.

Hệ thống báo cáo tín dụng bao gồm các cơ sở dữ liệu về người vay tiền⁴⁰, cùng với các khuôn khổ về thể chế, công nghệ và pháp lý hỗ trợ cơ sở dữ liệu vận hành hiệu quả. Hệ thống báo cáo tín dụng vận hành nhằm giảm thiểu thách thức cơ bản của thông tin bất đối xứng giữa các nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng của họ. Mặc dù hệ thống báo cáo tín dụng cũng hiếm khi được sử dụng như một phương tiện để tăng cường tiếp cận tài khoản giao dịch, nhưng nó có thể đặc biệt hữu ích để mở đường tới các dịch vụ tài chính đa dạng khác (như thấu chi tài khoản giao dịch, cung cấp các phương tiện thanh toán gắn với tín dụng như thẻ tín dụng và cấp các khoản vay cá nhân). Việc ra quyết định tương ứng thường ít nhiều dựa vào dữ liệu thu thập bởi các nhà cung cấp dịch vụ thông tin tín dụng (CRSP). Hệ thống báo cáo thông tin tín dụng mà trong đó CRSP thu thập dữ liệu tín dụng toàn diện từ rất nhiều định chế tài chính và phi tài chính cũng như các tổ chức cung cấp dữ liệu khác (như các tổ chức cung ứng dịch vụ tiện ích), nói chung đã chứng minh tính hiệu quả trong việc mở rộng tiếp cận dịch vụ tài chính. Ngược lại, việc tiếp cận có thể bị giới hạn khi CRSP chỉ thu thập các dữ liệu hạn chế từ duy nhất các tổ chức cho vay trong khu vực tài chính. Đó là do hành vi tuân thủ hợp đồng của một cá nhân có thể không được

⁴⁰ Một số hệ thống báo cáo tín dụng chuyên về cá nhân, một số về doanh nghiệp và cơ quan hành chính nhà nước, trong khi những hệ thống khác bao gồm tất cả các loại hình người vay.

phản ánh đầy đủ trong trường hợp đó. Ví dụ, CRSP không được ghi nhận thông tin về các cá nhân không có hoặc đã không có khoản vay với một tổ chức tài chính bởi, ngay cả nếu họ đủ tín nhiệm, nhìn từ lịch sử thanh toán của họ cho các dịch vụ tiện ích hoặc khoản trả nợ vay đối với các tổ chức cho vay không ở khu vực tài chính.

Những đặc điểm của cơ sở hạ tầng hỗ trợ hiệu quả Tài chính Toàn diện

Những yếu tố hoặc đặc điểm chính sau đây của cơ sở hạ tầng tài chính và công nghệ thông tin được coi là rất quan trọng cho việc hỗ trợ hiệu quả Tài chính Toàn diện và do đó được thảo luận chi tiết trong phần này: (i) khả năng hoạt động liên thông và độ bao phủ; (ii) Khả năng tiếp cận; (iii) Tính hiệu quả và chuẩn hóa; và (iv) Sự an toàn và tin cậy.

Nói chung, các hệ thống thanh toán có khả năng hoạt động liên thông⁴¹ cho phép tương tác với hai hay nhiều hơn hệ thống xử lý và chấp nhận thanh toán có sẵn, thậm chí cả các sản phẩm thanh toán khác nhau, do đó thúc đẩy cạnh tranh, giảm chi phí cố định, đạt được hiệu quả kinh tế nhờ quy mô, giúp đảm bảo sự vững mạnh về mặt tài chính của dịch vụ, đồng thời tăng cường tính tiện lợi cho người sử dụng dịch vụ thanh toán. Hậu quả của hệ thống thanh toán với khả năng năng kết nối liên thông thấp là sự chông chéo, độ bao phủ hạn chế⁴², chi phí đầu tư chìm và không hiệu quả. Ví dụ, một cơ sở hạ tầng thanh toán hiện có, chẳng hạn như mạng lưới ATM hay POS của một ngân hàng không thể hoạt động liên thông với các mạng lưới tương tự khác có tác động hạn chế đến Tài chính Toàn diện do quy mô mạng lưới hạn chế. Các chính sách về phí và tiếp cận cơ sở hạ tầng thanh toán nhất định có thể ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng hoạt động liên thông.

⁴¹ Liên quan đến thanh toán bán lẻ, có nhiều cấp độ liên thông – cả hệ thống, xuyên hệ thống hay cấp độ hạ tầng. Chi tiết xem World Bank (2012b).

⁴² Chi phí lắp đặt và duy trì ATM và/hoặc POS cũng có thể tác động tiêu cực đến độ bao phủ của mạng lưới ATM ngân hàng ở khu vực nông thôn, thu nhập thấp và dân số ít của đất nước, vốn là bất lợi so sánh.

Hạn chế trong tiếp cận cơ sở hạ tầng tài chính và công nghệ thông tin, đặc biệt đối với các nhà cung ứng dịch vụ mới hoặc phi truyền thống, có xu hướng làm hạn chế việc cung cấp dịch vụ thanh toán cho người sử dụng. Các công ty đang hoạt động với vị trí thống lĩnh ở một cơ sở hạ tầng thường có động cơ tạo ra rào cản để hạn chế tiếp cận đối với tổ chức mới. Tuy nhiên, có một số thách thức cơ bản hơn khi tiếp cận hạ tầng dịch vụ tin điện, thanh toán bù trừ và quyết toán, bao gồm những vấn đề liên quan đến kỹ thuật, pháp lý/quản lý và/hoặc các vấn đề về bền vững tài chính (ví dụ tiếp cận trực tiếp có thể là quá đắt đỏ). Ví dụ, một số văn bản pháp lý (ví dụ như đáp ứng các yêu cầu về vốn tối thiểu) qui định về vấn đề tiếp cận trực tiếp vào cơ sở hạ tầng thanh toán (bán lẻ hoặc giá trị cao) và yêu cầu tuân thủ một số tiêu chuẩn kỹ thuật để giảm thiểu các rủi ro tiềm ẩn. Đáp ứng đầy đủ những yêu cầu này có thể là thách thức đặc biệt đối với các PSP mới và phi truyền thống⁴³. Đồng thời, việc tiếp cận cơ sở hạ tầng thanh toán gián tiếp thông qua các ngân hàng hoặc các thành viên trực tiếp khác có thể không đơn giản. Các ngân hàng nhìn nhận PSP như đối thủ cạnh tranh và do đó sẽ có động lực để tạo ra các rào cản tiếp cận đối với những tổ chức mới. Cuối cùng, khi đề cập đến vấn đề tiếp cận cơ sở hạ tầng viễn thông như mạng điện thoại di động, cả ngân hàng và PSP có thể phải đối mặt với những thách thức nếu một MNO mà chính nó cũng là một PSP (hoặc đang hợp tác với một PSP khác cho mục đích này) quyết định không cho phép PSP khác tiếp cận tới những công nghệ nhất định, ví dụ như dịch vụ dữ liệu bổ sung phi cấu trúc (USSD).

Tính hiệu quả có nghĩa là chi phí trong chuỗi giá trị thanh toán bán lẻ càng thấp càng tốt. Tính hiệu quả phụ thuộc vào nhiều yếu tố như công nghệ, sự đổi mới và mức độ cạnh tranh trong thị trường thanh toán bán lẻ. Tính hiệu quả cũng phụ thuộc vào việc sử dụng rộng rãi các tiêu chuẩn kỹ thuật cho phép xử lý tự động hoàn toàn (STP) các lệnh thanh toán, cũng như việc sử dụng các thủ tục và quy tắc kinh

⁴³ Trên thực tế, tiếp cận trực tiếp của các PSP không nhận tiền gửi tới hạ tầng thanh toán là một ngoại lệ chứ không phải là quy định.

doanh hài hòa. Trên thực tế, các sáng kiến chuẩn hóa như việc áp dụng các tiêu chuẩn tin điện ISO20022 có thể thúc đẩy khả năng hoạt động liên thông giữa các PSP và hệ thống thanh toán bán lẻ⁴⁴. Do đó, tính hiệu quả cũng phụ thuộc vào mức độ hợp tác tốt giữa các bên liên quan trong việc xác định và áp dụng chung tất cả các chuẩn đó⁴⁵.

Cơ sở hạ tầng thanh toán và công nghệ thông tin cần phải hoạt động an toàn và thông suốt, đây là yếu tố rất quan trọng để duy trì niềm tin công chúng đối với các dịch vụ thanh toán. Việc đảm bảo mức độ an toàn và đáng tin cậy đòi hỏi phải xác định và quản lý những rủi ro một cách thích hợp. Phòng chống và phát hiện gian lận là một vấn đề đặc biệt quan trọng đối với những nỗ lực Tài chính Toàn diện, đặc biệt trong bối cảnh có các tổ chức mới gia nhập thị trường, công nghệ mới, sản phẩm và dịch vụ, cũng như các mô hình cung ứng dịch vụ mới.

❖ Các trụ cột xúc tác: những yếu tố thúc đẩy tiếp cận và sử dụng

➤ **Trụ cột xúc tác 1: Tài khoản giao dịch và thiết kế sản phẩm thanh toán**

Mặc dù số lượng và chủng loại các sản phẩm và dịch vụ có ứng dụng công nghệ mới được giới thiệu khá nhiều trong những năm gần đây nhưng mức độ thành công trong việc áp dụng hiệu quả và lâu dài tài khoản giao dịch - phản ánh ở việc sử dụng thực tế các phương tiện thanh toán đi kèm trong dịch vụ tài khoản - vẫn còn tương đối hạn chế. Điều này đặc biệt đúng đối với các chương trình

⁴⁴ ISO 20022 là một "công thức" do ISO đề xuất cho sự hình thành chuẩn tin điện ở tất cả các lĩnh vực của khu vực tài chính. Vì vậy, có thể nói ISO 20022 là một chuẩn để phát triển các chuẩn. Một đặc điểm sáng tạo nhất của ISO 20022 là phương pháp luận mô hình của nó, tách riêng quy tắc kinh doanh khỏi định dạng tin điện vật lý. Tức là mô hình tiến hóa cùng với hoạt động kinh doanh, trong khi định dạng tiến hóa cùng công nghệ để hưởng lợi từ những cải tiến công nghệ mới nhất. Điều này dẫn đến mức độ tự động hóa cao nhất, để triển khai, có tính mở và tiết kiệm chi phí.

⁴⁵ Thiếu hợp tác có thể dẫn tới việc sử dụng các chuẩn hiện có, thường sẽ tạo ra hiệu ứng lệ thuộc và mắc kẹt (lock-in effect).

thanh toán chính phủ quy mô lớn: mặc dù việc giải ngân tiền ngân sách qua phương thức điện tử thông qua các tài khoản giao dịch thay vì phải chi trả bằng tiền mặt, là một công cụ quan trọng để tăng cường Tài chính Toàn diện, nhưng người nhận tiền trong nhiều trường hợp không sử dụng tính năng lưu trữ giá trị và các chức năng dịch vụ thanh toán điện tử dành cho họ. Thay vào đó, người nhận có xu hướng rút toàn bộ số tiền trong thẻ thanh toán ngay lập tức hoặc một thời gian ngắn sau khi nhận được tiền. Một xu hướng tương tự có thể thấy đối với nhiều giải pháp tiền di động, bởi người thụ hưởng thường rút toàn bộ số tiền ngay khi vừa nhận được. Việc chưa quan tâm đúng mức đến thiết kế sản phẩm là một trong những lý do dẫn đến tình trạng này⁴⁶.

Thiết kế hiệu quả sản phẩm thanh toán liên quan đến việc xác định các nhu cầu khách hàng và lựa chọn một tập hợp các tính năng sản phẩm phù hợp có khả năng đáp ứng những nhu cầu đó của khách hàng với chi phí hợp lý. Những vấn đề này sẽ được xem xét kỹ hơn trong hai mục nhỏ sau đây. Sau đó, một số thách thức mà PSPs gặp phải trong việc thiết kế tính năng sản.

Xác định nhu cầu khách hàng

Xác định và hiểu được nhu cầu của các phân khúc khách hàng mà những chương trình Tài chính Toàn diện đang hướng tới là rất quan trọng nhằm phát triển các sản phẩm (ví dụ như tài khoản giao dịch) đáp ứng tốt nhu cầu của nhóm khách hàng này. Mặc dù trong khi điều này không có gì là mới nhưng mối quan hệ giữa các tính năng với mức độ đón nhận sản phẩm thường bị xem nhẹ.

Nắm bắt thói quen thanh toán hiện hành của nhóm khách hàng mục tiêu thường là bước khởi đầu quan trọng. Người sử dụng hiện không

⁴⁶ Chẳng hạn, trong các chương trình chi trả tiền của chính phủ, việc đưa các tính năng thân thiện với người dùng trong sản phẩm thanh toán cũng là đối tượng thụ hưởng của chương trình dường như cho tới nay vẫn chưa phải là mối quan tâm chính. Hạ thấp chi phí quản lý, kiểm soát chặt chẽ hơn với số tiền được phân phối để tránh thất thoát và phí dịch vụ thanh toán hợp lý vẫn đứng đầu danh sách ưu tiên của những người chịu trách nhiệm xây dựng các chương trình này.

tiếp cận được với các dịch vụ tài khoản giao dịch thường cũng vẫn thực hiện thanh toán thường xuyên (ví dụ như thanh toán cho các dịch vụ tiện ích hay trả nợ vay). Tận dụng những thói quen thanh toán hiện hành có thể là một cách thức để giới thiệu một sản phẩm hay dịch vụ tài khoản giao dịch để thu hút những người sử dụng như vậy.

Tuy nhiên, để có được một bức tranh chính xác về nhu cầu giao dịch và thói quen của nhóm khách hàng mục tiêu lại là một thách thức lớn. Thu thập các thông tin cần thiết, ví dụ thông qua các chiến dịch nghiên cứu thị trường, có thể tốn kém so với doanh thu và lợi nhuận biên dự kiến, đặc biệt là trong những cộng đồng nghèo khó và bị cô lập. Một số ngân hàng trung ương tiến hành các nghiên cứu cụ thể có thể cung cấp nguồn thông tin hữu ích về hành vi và sở thích thanh toán của người sử dụng. Một số phương pháp khác nhau được thực hiện bởi các nước thành viên PAFI nhằm thu thập thông tin về cách thức các khách hàng sử dụng dịch vụ giao dịch.

Khảo sát của các thành viên Nhóm đặc trách PAFI:

Các thành viên Nhóm PAFI đã cung cấp thông tin về các cuộc khảo sát toàn quốc được tiến hành tại quốc gia mà họ đại diện về việc tiếp cận và sử dụng dịch vụ thanh toán của người tiêu dùng. 9 trong số 11 thành viên Nhóm PAFI đã hoàn thành khảo sát cho biết ít nhất một cuộc khảo sát như vậy đã được tiến hành tại đất nước mình. Trong hầu hết các trường hợp, các cuộc khảo sát được thiết kế để thu thập thông tin tổng quan về thói quen giao dịch của người tiêu dùng - chẳng hạn như các phương tiện giao dịch được sử dụng, hoàn cảnh sử dụng phương tiện và những lý do tại sao người tiêu dùng không có các tài khoản giao dịch hoặc ưa thích sử dụng tiền mặt. Trong đó 3 quốc gia có các cuộc khảo sát do ngân hàng trung ương thực hiện độc lập hoặc phối hợp triển khai với các cơ quan chính phủ khác hoặc các hiệp hội trong ngành tài chính. Có một trường hợp, cơ quan phúc lợi xã hội tiến hành cuộc khảo sát; trong trường hợp khác, tổ chức chuyển mạch thể của quốc gia đó lại thực hiện khảo sát. Trong hai trường hợp trên, mục đích và phạm vi của các cuộc khảo sát được xác

định hẹp hơn so với các cuộc khảo sát do ngân hàng trung ương thực hiện. Chỉ có một nước báo cáo rằng khảo sát về thanh toán tiêu dùng ban đầu của họ được kết hợp với cuộc khảo sát người tiêu dùng ở một phạm vi rộng hơn. Trong trường hợp này, cuộc khảo sát thanh toán được tiến hành như là một phần của cuộc khảo sát quốc gia về thu nhập và chi tiêu một năm hai lần. Đối với các quốc gia còn lại, các cuộc khảo sát được tiến hành trên cơ sở độc lập, với một nửa số nước tiến hành khảo sát một lần và nửa còn lại thực hiện khảo sát thường niên hoặc định kỳ. Một số nước cũng cho biết các cuộc khảo sát quy mô nhỏ hơn về hành vi thanh toán - thường có tính vùng miền hoặc nhằm tới một cộng đồng cụ thể - được tiến hành khi cần thiết.

Tài khoản giao dịch và tính năng sản phẩm thanh toán

Các sản phẩm tài khoản giao dịch được xác định bởi sự kết hợp các tính năng gắn liền với dịch vụ. Những tính năng theo từng sản phẩm, kết hợp với thông lệ thị trường rộng hơn (ví dụ như bảo vệ người tiêu dùng), tác động đến độ hấp dẫn của từng sản phẩm đối với khách hàng. Các đặc tính của sản phẩm cụ thể cũng tác động đến chi phí của PSPs khi cung ứng dịch vụ thanh toán. Nhìn chung, các tính năng của sản phẩm thanh toán càng phong phú, thì nó sẽ càng thu hút hoặc hữu ích hơn với các khách hàng hiện tại hoặc tiềm năng, và cũng tốn nhiều chi phí của PSPs hơn khi cung ứng dịch vụ. Tuy nhiên, sự thành công của một sản phẩm thanh toán không nhất thiết phải liên quan đến mức độ phong phú tổng thể của các tính năng, mà là liên quan đến việc liệu các tính năng đó có thể đáp ứng, ở một mức độ hợp lý, nhu cầu của các khách hàng tiềm năng hay không.

Các tính năng sản phẩm bao gồm các chi phí dịch vụ, loại hình điểm cung ứng dịch vụ hoặc kênh tiếp cận có thể được sử dụng, tốc độ hoàn tất giao dịch, mức độ thuận tiện khi sử dụng; khả năng lưu trữ giá trị, việc áp đặt hạn mức về số lượng và/hoặc giá trị giao dịch có thể thực hiện trong khoảng thời gian xác định, và tính định kỳ hoặc tần suất mà sao kê tài khoản chi tiết sẽ được cung cấp.

Tài khoản giao dịch và thiết kế sản phẩm thanh toán - các công cụ lập kế hoạch chi tiêu tích hợp

Khách hàng có thu nhập thấp và không thường xuyên có thể đã quen với việc để riêng tiền mặt (như trong ví, bao thư, v.v..) để đáp ứng nhu cầu cụ thể, chẳng hạn như học phí, tiền thuê nhà. Họ có thể do dự khi chuyển sang lưu trữ giá trị và giao dịch bằng phương thức điện tử, đặc biệt nếu điều đó đồng nghĩa với việc khiến họ mất khả năng thiết lập các khoản tiền lưu trữ khác nhau cho các mục đích cụ thể, cũng như theo dõi giá trị của khoản tiền để dành của họ. Mỗi quan ngại này có thể được giải quyết bằng cách tích hợp vào tài khoản giao dịch các công cụ khác nhau cho việc lập ngân sách và theo dõi các khoản thanh toán.

Trong trường hợp tiền mặt, một cái nhìn thoáng qua những gì bên trong ví - gọi nhớ lại số tiền ban đầu và tính toán sự chênh lệch từ số tiền còn lại - đem lại một bức tranh tức thời về tổng số tiền đã tiêu. Đối với các giao dịch điện tử, người sử dụng cần xem lại sao kê tài khoản. Quãng thời gian mà sao kê có thể có được dao động từ gần như ngay lập tức (nếu sao kê được cung cấp trực tuyến hoặc qua một ứng dụng điện thoại di động) đến một vài ngày/tuần (nếu được cung cấp ở dạng giấy). Hơn nữa, có thể có độ trễ về thời gian giữa thời điểm thanh toán được thực hiện với thời điểm nó xuất hiện trên sao kê tài khoản. Liên quan đến việc theo dõi tính chất của khoản chi tiêu, tiền mặt không lưu lại thông tin về loại hình mua hàng đã thực hiện, trong khi các giao dịch điện tử được báo cáo theo từng giao dịch trong sao kê giao dịch tài khoản. Về việc thiết lập các khoản chi tiêu định trước và theo dõi số tiền còn lại để chi tiêu, khách hàng vẫn có thể theo đuổi một ngân sách định trước bằng cách rút số tiền được phép chi trong một khoảng thời gian cụ thể và chỉ chi trả bằng tiền mặt. Điều này làm cho việc chi quá không thể xảy ra. Trên thực tế, khách hàng có thể điều chỉnh kế hoạch chi tiêu thêm nữa bằng cách chia nhỏ số tiền của họ vào các ví khác nhau/phong bì khác nhau (một hoặc một số ví /phong bì cho các khoản chi cố định như tiền thuê nhà, tiền dịch vụ tiện ích và học phí cho trẻ em,

một hoặc một số ví/phong bì cho các khoản chi biến động như thực phẩm và chi tiêu khác, vv). Các phương tiện thanh toán bán lẻ điện tử đòi hỏi việc quản lý chi tiêu phải được thiết lập trong tâm trí, các phương tiện thanh toán này cho người sử dụng nhiều tự do hơn trong chi tiêu nhiều hơn hay cho mục đích khác ngoài mục đích được xác định trước nếu số dư trong tài khoản là dương.

Các công cụ phần mềm ngân hàng trực tuyến thu phí hoặc miễn phí (ví dụ như StarMoney, Hibiscus) hoặc các ứng dụng (ví dụ như Centralway Numbrs) giúp (trong đó có việc) theo dõi chi phí và phân tích chi tiêu. Tuy nhiên, có vẻ như việc phát triển các công cụ lập ngân sách điện tử dễ dùng với chi phí thấp/không mất chi phí vẫn còn ở phía trước. Ví dụ, chức năng để dành tiền trong một tài khoản giao dịch, cho phép dành riêng tiền cho mục đích nhất định (tiền thuê nhà, điện nước, học phí, v.v..), có thể khuyến khích các khách hàng là mục tiêu của những chương trình Tài chính Toàn diện sử dụng các chức năng thanh toán điện tử có trong dịch vụ này.

Những hạn chế về thiết kế

Thông thường, PSP có kiểm soát một số tính năng mà họ cung cấp trong sản phẩm thanh toán, nhưng một số tính năng khác có thể nằm ngoài tầm kiểm soát của họ. Nói cách khác, môi trường hoạt động có thể gặp phải các hạn chế về hiệu quả thiết kế sản phẩm. Những hạn chế này có thể bao gồm các hạn chế về mặt quy định pháp lý - ví dụ, quy định đối với loại hình PSP được phép cung cấp các sản phẩm thanh toán và các sản phẩm có liên quan đến thanh toán nhất định, khuôn khổ pháp lý không linh hoạt và không cho phép đánh đổi hợp lý giữa các chức năng tài khoản và chi phí, giữa sự rườm rà và những yêu cầu thẩm định khách hàng (CDD) tốn kém – cũng như hạ tầng thanh toán bán lẻ yếu hoặc khó tiếp cận, khả năng hoạt động liên thông hạn chế của các điểm dịch vụ/kênh tiếp cận, cũng như mạng viễn thông không đáng tin cậy. Những hạn chế này và/hoặc các chi phí liên quan thường là những nhân tố quan trọng khiến cho PSP – hoặc người quản lý các chương trình thanh toán khối lượng lớn nhằm thúc đẩy Tài chính Toàn diện, cũng như

những người sử dụng PSP, thực hiện các hoạt động giải ngân tương ứng.

➤ **Trụ cột xúc tác 2: Các điểm tiếp cận sẵn có**

Các điểm dịch vụ và các kênh tiếp cận có thể được phân loại trên cơ sở cách thức lệnh thanh toán được khởi xướng từ góc độ của người thanh toán. Về mặt khái niệm, có hai loại khởi tạo lệnh thanh toán chính: thanh toán trực tiếp và thanh toán từ xa (xem Bảng 3).

Bảng 1.5. Phân loại các điểm/kênh tiếp cận cho thanh toán bán lẻ

Phân loại các điểm/kênh tiếp cận cho thanh toán bán lẻ		Bảng 3
	<i>Thanh toán trực tiếp</i>	<i>Thanh toán từ xa</i>
Điểm/kênh tiếp cận thanh toán	<ul style="list-style-type: none"> • Trao đổi tiền mặt hoặc séc cá nhân • Thiết bị POS • Chi nhánh ngân hàng • Máy giao dịch tự động (ATM) • Văn phòng đại lý của PSP • Văn phòng thu hộ 	<ul style="list-style-type: none"> • Thư tín thông thường • Internet/ đường dây chỉ định • Mạng điện thoại/ điện thoại di động
<p><i>Nguồn: Ngân hàng thế giới (2015c)</i></p>		

Thanh toán trực tiếp được khởi tạo tại các điểm mua bán hàng hóa hay dịch vụ hoặc tại một nơi cung ứng (ví dụ như chi nhánh ngân hàng và đại lý PSP) hoặc qua các thiết bị máy móc (ví dụ như ATM) được cung ứng bởi các PSP và có sự tương tác giữa bên trả tiền với đại diện hoặc thiết bị máy móc của bên thụ hưởng hoặc PSP. Điểm bán hàng có thể được đặt ở bất kỳ nơi nào mà bên trả tiền và bên thụ hưởng tiếp xúc trực tiếp với nhau. Tiền mặt và séc thường được sử dụng trong thanh toán trực tiếp tại điểm bán hàng. Các thiết bị POS cũng là một kênh tiếp cận quan trọng đối với việc sử dụng thẻ thanh toán cho những mục đích này. Tương tự như vậy, trong một số trường hợp, điện thoại di động được sử dụng trong thanh toán trực

tiếp với số tiền được chuyển trực tiếp từ tài khoản tiền di động của bên trả tới tài khoản tiền di động của người bán hàng.

Thanh toán bán lẻ từ xa có thể được khởi tạo trong quá trình giao dịch kinh tế giữa bên thanh toán và bên thụ hưởng (ví dụ đặt hàng qua thư tín/điện thoại hoặc thương mại điện tử) hoặc có thể được phân tách từ giao dịch kinh tế liên quan (ví dụ như thanh toán hóa đơn). Thanh toán từ xa được khởi tạo thông qua đường thư tín thông thường, đường dây Internet/đường dây được chỉ định, hoặc thông qua mạng điện thoại/điện thoại di động.

Các phương tiện thanh toán tương đồng thường có thể được sử dụng tại nhiều điểm dịch vụ/kênh tiếp cận khác nhau. Ví dụ, séc có thể được sử dụng trong thanh toán trực tiếp (ví dụ như ở cửa hàng tạp hóa) hoặc thanh toán từ xa (ví dụ thông qua việc gửi séc qua thư). Thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng có thể được sử dụng trong thanh toán trực tiếp (ví dụ như tại các thiết bị POS tại nhà hàng), hoặc thanh toán từ xa (ví dụ như qua Internet cho giao dịch thương mại điện tử hoặc thông qua việc gửi các yêu cầu mua hàng qua thư với thông tin thẻ thanh toán).

Sự thành công của dịch vụ thanh toán bán lẻ phụ thuộc nhiều vào sự sẵn có, chất lượng và độ tin cậy của dịch vụ khách hàng và điểm tiếp cận. Trong lịch sử, một trong những rào cản lớn nhất đối với các tài khoản giao dịch và các dịch vụ tài chính khác là thiếu hiện diện vật lý của các nhà cung cấp dịch vụ tương ứng và/hoặc các điểm/kênh tiếp cận mà những đơn vị này cung ứng. Hành vi thanh toán của khách hàng lại đặc biệt nhạy cảm với mật độ các điểm truy cập gần nhà hoặc gần nơi làm việc của họ. Việc bị hạn chế tiếp cận đối với các điểm tiếp cận vật lý có thể làm giảm khả năng một tài khoản giao dịch hoặc một phương tiện thanh toán được áp dụng, và ngay cả nếu được áp dụng, nó có thể giảm tính hiệu quả trong việc sử dụng các phương tiện thanh toán sẵn có. Dịch vụ thanh toán sáng tạo và các mô hình kinh doanh mới hứa hẹn sẽ thu hẹp khoảng cách vật lý mà không nhất thiết phải mở rộng mạng lưới các chi nhánh (về mặt vật lý).

Thiết lập và mở rộng mạng lưới điểm tiếp cận

Từ góc độ khách hàng, điều quan trọng là phải phân biệt giữa những điểm tiếp cận để mở tài khoản giao dịch lần đầu và/hoặc tiếp nhận các phương tiện thanh toán, với những điểm tiếp cận phục vụ cho việc sử dụng thường xuyên các tài khoản giao dịch và/hoặc một phương tiện thanh toán cụ thể. Một tập hợp các yêu cầu để mở tài khoản giao dịch thường quy định nghĩa vụ đối với người xin mở tài khoản là phải đến giao dịch trực tiếp tại chi nhánh PSP. Tuy nhiên, tại một vài quốc gia, các cá nhân có thể mở một tài khoản giao dịch cơ bản tại một đại lý PSP hoặc thông qua trực tuyến. Đối với việc sử dụng liên tục tài khoản thông qua các phương tiện thanh toán có liên kết với tài khoản này, về cơ bản không cần thiết một sự hiện diện vật lý, mà với công nghệ ngày nay đã cho phép người sử dụng thực hiện và nhận tất cả, hoặc gần như tất cả các loại giao dịch từ xa. Tuy nhiên, điều này còn tùy thuộc một phần vào điểm tiếp cận phục vụ tài khoản giao dịch là đủ gần đối với người sử dụng⁴⁷.

Trong nền kinh tế thị trường, các PSP tư nhân sẽ cố gắng tối đa hóa lợi nhuận của họ và qua đó sẽ tập trung vào các khu vực địa lý và phân khúc khách hàng hứa hẹn mang lại tỷ lợi nhuận suất cao. Do việc thành lập các đại lý sẽ phát sinh các chi phí cố định đáng kể, nên các nhà cung ứng sẽ tập trung trước hết vào khu vực có mật độ người sử dụng cao hơn và khách hàng giàu có hơn, mà đa phần là ở khu vực thành thị. Ở một vài quốc gia, mạng lưới bưu điện trước đây cũng đã cung ứng các dịch vụ tài chính nhất định và thường có mạng lưới chi nhánh rộng hơn rất nhiều so với ngân hàng, bao phủ tới nhiều khu vực vùng sâu, vùng xa trên cả nước. Hộp 14 mô tả trường hợp bưu điện của Thổ Nhĩ Kỳ.

PSP mở rộng mạng lưới các điểm tiếp cận của họ vượt ra ngoài khu vực đô thị vì nhiều lý do, gồm cả một chiến lược thị trường gác (vì

⁴⁷ Trong số các nền kinh tế đang phát triển, có một mối quan hệ rõ rệt (sau khi tính GDP trên đầu người) giữa khoảng cách được cho là rào cản đến tài chính toàn diện với các biện pháp thâm nhập của các PSP. Để có thêm thông tin chi tiết, xem Demirgüç - Kunt và Klapper (2012).

dụ như tập trung đặc biệt vào các nông dân). Mô hình kinh doanh mới cho phép giảm các chi phí cố định (ví dụ như thông qua việc sử dụng của các đơn vị thứ ba với tư cách các đại lý PSP) và/hoặc giảm bớt tầm quan trọng của các địa điểm giao dịch thủ công (ví dụ như tăng cường kết hợp chức năng thanh toán hóa đơn tại POS và máy ATM, ki-ốt, và mở rộng các lựa chọn thanh toán thông qua Internet và công nghệ điện thoại di động) cho phép các PSP vươn tới các khu vực nông thôn mà không nhất thiết phải mở rộng hệ thống chi nhánh. Mặt khác, các yếu tố như biên lợi nhuận dự kiến nhỏ hoặc bằng không (ví dụ như do chi phí triển khai cơ sở hạ tầng cao và/hoặc nhu cầu dịch vụ thấp) cản trở PSP mở rộng mạng lưới các điểm tiếp cận của mình⁴⁸.

Vai trò của bưu điện trong dịch vụ tài chính tại Thổ Nhĩ Kỳ:

- Tại rất nhiều quốc gia, bưu điện cũng cung ứng dịch vụ tài chính thông qua một mạng lưới chi nhánh rất rộng lớn. Tại Thổ Nhĩ Kỳ, bưu điện thuộc sở hữu chính phủ, với hơn 4.300 đại lý bưu điện trên toàn quốc, đã trở thành một nhà cung cấp có liên quan trong thị trường thanh toán bán lẻ nội địa. Bưu điện cung ứng nhiều dịch vụ giao dịch khác nhau, bao gồm thu hộ tiền thanh toán hóa đơn, chuyển tiền nội địa và quốc tế, cũng như cung ứng các tài khoản không lãi được gọi là tài khoản “séc bưu điện”. Hơn nữa, khách hàng của bưu điện có thể gửi và rút tiền từ các chi nhánh bưu điện trên toàn quốc và cũng có thể gửi tiền vào tài khoản của bất kỳ người nào khác. Dịch vụ thanh toán hóa đơn của bưu điện đã được triển khai lần đầu tiên vào năm 1999, kết hợp cùng với Ngân hàng Garanti (Garanti Bank). Trong năm 2004, tên “PTT Bank” cũng đã được đăng ký chính thức.
- Lương hưu và các trợ cấp thất nghiệp được trả qua bưu điện. Người thụ hưởng có thể nhận bằng tiền mặt hoặc nhờ bưu điện

⁴⁸ Các yếu tố về nguồn cung khác, chẳng hạn như cấu trúc thị trường độc quyền hay độc quyền nhóm và rào cản gia nhập, có thể dẫn đến việc tạo ra độc quyền mạng (tức là khả năng không hoạt động liên thông) của các điểm tiếp cận.

gửi đến tận nhà của họ. Tính từ năm 2011, người thụ hưởng đã được cung cấp thẻ ATM (Thẻ PTT), cho phép họ rút tiền từ các cây ATM. Cuối năm 2014, 1.610.598 trong tổng số 3.729.696 thẻ PTT được phát hành với mục đích nhận các khoản thanh toán lương hưu.

- Kể từ năm 2013, Bộ Chính sách xã hội và Gia đình đã bắt đầu chuyển các khoản thanh toán tới thẻ trả trước PTT, loại thẻ có thể sử dụng để rút tiền mặt và thanh toán. Người thụ hưởng đăng ký số điện thoại của họ và được thông báo qua SMS khi nhận được tiền. Ngân hàng PTT cung ứng những thẻ trả trước này miễn phí tới khách hàng. Những người thụ hưởng nhận thẻ trả trước của họ khi nhận được khoản thanh toán trợ cấp đầu tiên tại bưu điện. Cuối năm 2014, đã có 596.459 thẻ trả trước được phát hành.
- Tính từ năm 2009, các dịch vụ tài chính được cung ứng tới khách hàng 24/24 giờ thông qua các thiết bị ATM có tên "PTTmatic". Tính đến thời điểm cuối năm 2014, 2.126 thiết bị PTTmatic đã được lắp đặt.
- Ngân hàng PTT cũng cung ứng dịch vụ đại lý tới các ngân hàng khác và các công ty bảo hiểm. Hiện nay, ngân hàng cũng đang thảo luận nhằm tăng số lượng các dịch vụ của ngân hàng với Ngân hàng TW Thổ Nhĩ Kỳ, Cơ quan giám sát và quy định ngân hàng, Trung tâm thẻ liên ngân hàng và các cơ quan quản lý thị trường tài chính khác.

Trong nỗ lực mở rộng tiếp cận tới các dịch vụ thanh toán hiệu quả về chi phí, các ngân hàng và các PSP khác đã phát triển một thỏa thuận kinh doanh nhằm sử dụng các tổ chức địa phương như các cửa hàng nhỏ để cung ứng các dịch vụ ngân hàng và thanh toán cơ bản cho họ. Thỏa thuận này thường được gọi tắt là ngân hàng đại lý, dịch vụ ngân hàng thông qua đại diện kinh doanh, các đại lý tiền di động trong trường hợp của dịch vụ tiền di động. Sự phát triển công nghệ trong lĩnh vực điện toán, thiết bị thanh toán và điện thoại di động đã được tận dụng để trang bị cho các đại lý với các công cụ để phục vụ khách hàng thêm hiệu suất và hiệu quả. Một vài

trường hợp thành công của ngân hàng đại lý ở một số quốc gia như dưới đây⁴⁹.

Một số điển hình của dịch vụ ngân hàng đại lý:

- Brazil đã tăng đáng kể số lượng các điểm dịch vụ tài khoản giao dịch trên cả nước thông qua việc sử dụng ngân hàng đại lý/đại diện. Việc phát triển của các mô hình hiện tại đã bắt đầu từ cuối những năm trong thập niên 1990, tính ổn định và việc phát triển không ngừng của mô hình này là một phần thường trực trong chương trình nghị sự của Ngân hàng TW Brazil. Ngày nay, các cửa hàng đại lý có mặt trên toàn bộ các tỉnh thành tại Brazil, và những đại lý đó chiếm hơn một nửa các điểm tiếp cận dịch vụ tài chính trên cả nước. Tỷ lệ của các thành phố có hơn 5 điểm dịch vụ trên 10.000 người trưởng thành tăng từ 18% trong năm 2000 tới 94% trong năm 2010. Tính đến cuối tháng Hai năm 2015, tổng số lượng đại lý PSP là 343.741.
- Các quốc gia khác tại Mỹ Latinh và Caribe cũng mở rộng các điểm dịch vụ tài khoản giao dịch hướng tới các khu vực chưa được phục vụ hoặc ít được phục vụ thông qua việc sử dụng các đại lý PSP. Có khoảng 500.000 đại lý ngân hàng trong khu vực, bao gồm các đại lý như các cửa hàng góc phố, các hiệu thuốc và các cửa hàng bán phần cứng. Những đại lý này đã giúp các khách hàng tiếp cận dễ dàng hơn tới dịch vụ thanh toán và các giao dịch khác, bao gồm cả việc nộp/rút tiền mặt, giúp khách hàng tiết kiệm được thời gian và chi phí đi lại tới các chi nhánh ngân hàng để thực hiện những giao dịch này. Một vài ngân hàng cũng tạo ra những tài khoản giản lược nhằm giảm bớt các yêu cầu về mở tài khoản để khách hàng có thể mở và tiếp cận thông qua các đại lý.

⁴⁹ Mô hình dịch vụ này phụ thuộc vào chất lượng và tầm vươn xa của hệ thống công nghệ thông tin và tài chính, cũng như khuôn khổ pháp lý và quản lý thuận lợi. Mật độ thấp các điểm tiếp cận vật lý thường đi kèm với độ bao phủ mạng lưới công nghệ thông tin thấp và/hoặc môi trường pháp lý và quản lý mà không cho phép các mô hình dịch vụ thay thế như ngân hàng đại lý.

Ngoài ra, về cơ bản, các đại lý PSPs có một vị trí tốt hơn để phục vụ những đối tượng khách hàng mà có những thách thức đặc biệt liên quan đến khác biệt văn hóa, giới tính và tôn giáo. Điều này là do các đại lý PSP nhỏ thường tiếp xúc gần gũi hơn tới khách hàng từ cả khía cạnh địa lý lẫn khía cạnh văn hóa. Tuy nhiên, một vài khía cạnh trong số đó có thể đặc biệt quan trọng, và vì thế mà PSP cần phải đặc biệt nhạy cảm với những vấn đề này, đồng thời thiết kế và đào tạo hệ thống đại lý của họ cho phù hợp.

Việc phân bố về địa lý của các điểm tiếp cận

Dữ liệu truyền thống về mức độ sẵn có của các điểm tiếp cận chỉ cung cấp một chỉ số chung về mạng lưới điểm tiếp cận trên khắp cả nước. Ví dụ, số liệu thống kê được thu thập và báo cáo theo định kỳ là số lượng cây ATM hoặc thiết bị POS trên 100.000 người trưởng thành. Mặc dù các số liệu tổng hợp cung cấp những chỉ số về mức độ thâm nhập đối với những kênh truy cập này, nhưng nó không thể hiện bất cứ điều gì về sự phân bố địa lý trong một quốc gia.

Một số sáng kiến gần đây liên quan cụ thể tới Tài chính Toàn diện tập trung vào những phương pháp mới (ví dụ như sử dụng hệ thống thông tin địa lý (GIS)) để cung cấp thống kê chi tiết hơn về cách thức mà các cá nhân ở các vùng khác nhau tại quốc gia tiếp cận dễ dàng tới các tài khoản giao dịch và/hoặc các dịch vụ tài chính khác.

Khả năng hoạt động liên thông của các điểm tiếp cận

Khoảng cách gần hơn tới các chi nhánh ngân hàng hoặc các điểm/kênh tiếp cận khác thường là không đủ nếu như giữa các điểm tiếp cận đó không có hoặc có giới hạn về khả năng hoạt động liên thông. Trên thực tế, đa phần các giải pháp thanh toán hiện đại hiện nay đều dựa trên cơ chế thanh toán riêng mà không có khả năng liên thông và chỉ được sử dụng tại một số lượng hạn chế các điểm tiếp cận.

Việc cung ứng một giải pháp riêng có thể giúp các bên cung cấp dịch vụ hiện đại khai thác lợi thế đi đầu của họ, tạo ra sự phụ thuộc

và giữ người dùng với các dịch vụ của họ. Lợi ích chính khi làm người đi đầu trong việc tận dụng các nguồn vốn đầu tư cơ sở hạ tầng cao phải được cân đối với mục tiêu chính sách tổng thể. Trong trường hợp không thể thuyết phục về mặt đạo đức hoặc can thiệp về mặt chính sách, ở một số địa điểm có nguy cơ xuất hiện các hệ thống kém hiệu quả hoặc bị trùng lặp, trong khi những nơi khác có thể không được phục vụ⁵⁰. Tuy nhiên, phạm vi và thời gian của những can thiệp về mặt chính sách cần phải được xem xét cẩn thận để tránh bóp méo thị trường và hỗ trợ cho các mục tiêu chính sách tổng thể.

➤ Trụ cột xúc tác 3: Nâng cao hiểu biết tài chính

Được tiếp cận tài khoản giao dịch là điều kiện cần thiết nhưng chưa đủ để sử dụng có hiệu quả các phương thức thanh toán điện tử có liên kết với những tài khoản này. Cần có những chương trình giáo dục và tiếp cận để hỗ trợ nâng cao nhận thức và hiểu biết về tài chính cần thiết cho các chủ tài khoản mới và ngay cả chủ tài khoản hiện tại sử dụng hiệu quả các dịch vụ thanh toán bán lẻ và mở rộng hơn khả năng tài chính của họ.

Quá trình chuyển giao kiến thức quản lý các nguồn lực tài chính và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính thường được gọi là hiểu biết về tài chính, giáo dục về tài chính hoặc một vài cụm từ tương tự khác. Liên quan đến thanh toán, một số chương trình trọng yếu giúp giải thích các lợi ích khi sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử - ví dụ như độ an toàn, tính bảo vệ, cơ chế hỗ trợ, tốc độ và tính tiện lợi - học cách sử dụng các phương tiện thanh toán cụ thể, như thẻ ghi nợ hoặc chuyển tiền điện tử, xây dựng lòng tin và sự thoải mái cho khách hàng khi sử dụng một tài khoản giao dịch. Các thông tin thực tế về mức độ đáng tin cậy của các dịch vụ sẵn có, như thông tin về tình hình hoạt động của ATM và POS, cũng có thể giải quyết được các mối quan ngại của khách hàng liên quan đến khả năng tiếp cận nguồn tiền của họ.

⁵⁰ Ví dụ, do thiếu tính liên thông, hệ thống có thể không đạt được khối lượng tới hạn (critical mass).

Một khía cạnh liên quan khác là nhận thức về tài chính, ví dụ như mức độ mà người sử dụng cuối cùng nhận thức, hoặc sẽ nhận thức được, đối với những lựa chọn về sản phẩm và dịch vụ tài chính sẵn có cho họ. Những người sử dụng cuối, thậm chí là một số người trong số những người hiểu biết nhất, có thể không dễ dàng tiếp cận, hoặc quen thuộc với các công cụ nhất định có thể hỗ trợ họ tiếp cận các thông tin hữu dụng, đáng tin cậy và được cập nhật theo những lựa chọn đó. Các lựa chọn gần tối ưu thường xuất hiện trong những trường hợp như vậy.

Do đó, các cá nhân muốn mở tài khoản giao dịch cần phải được tiếp cận với các thông tin rõ ràng và toàn diện về các yêu cầu mở tài khoản, và có đầy đủ chi tiết để đưa ra các quyết định lựa chọn loại tài khoản giao dịch và các phương tiện thanh toán phù hợp nhất để đáp ứng các nhu cầu của họ.

Khi khách hàng sử dụng một tài khoản giao dịch, điều quan trọng là những khách hàng mới (và cả khách hàng hiện tại) phải nhận được thông tin đầy đủ về những phương tiện thanh toán nào được liên kết với những tài khoản này, sử dụng những tài khoản này bằng cách nào và ở đâu, làm cách nào để giảm các chi phí khi sử dụng những dịch vụ này, các phương thức bảo mật cơ bản, và các nghĩa vụ và quyền lợi chung của họ.

Các chiến lược giới thiệu sản phẩm và dịch vụ tài chính, đặc biệt là ở cộng đồng có hiểu biết ban đầu hạn chế về các phương tiện và dịch vụ thanh toán điện tử, là rất quan trọng để nâng cao không chỉ khả năng tiếp cận mà còn là khả năng sử dụng lâu dài những phương tiện và dịch vụ đó. Ví dụ, những chiến lược này tỏ ra đặc biệt hữu ích đối với chương trình thanh toán phúc lợi của chính phủ, nơi những người thụ hưởng có xu hướng rút hết số tiền được nhận ngay hoặc sau ngày lĩnh.

Kinh nghiệm ở một số nước về nâng cao hiểu biết về tài chính

Ấn Độ - *Hiểu biết tài chính trong chiến lược Tài chính Toàn diện của Ấn độ*

- Mục tiêu cuối cùng của chiến lược Tài chính Toàn diện là giúp tất cả các hộ gia đình, với tổng số khoảng 1,25 tỉ người, được tiếp cận tới các dịch vụ tài chính an toàn và phù hợp trong khi hỗ trợ cho tăng trưởng kinh tế toàn diện và bền vững. Bằng cách tập trung nhằm đưa nhiều người hơn vào lĩnh vực tài chính, RBI đã nhấn mạnh tầm quan trọng của giáo dục tài chính và bảo vệ người tiêu dùng, coi đây là một trong những trụ cột chính trong chiến lược của mình. Điều này được thực hiện chủ yếu bằng cách triển khai chiến dịch tăng cường hiểu biết tài chính nhằm đến những người trẻ cũng như người nghèo ở khu vực nông thôn và thành thị. Hơn nữa, các ngân hàng cũng đang hỗ trợ thiết lập những trung tâm giáo dục tài chính tại tất cả quận, huyện trong quốc gia. RBI cũng thực hiện các sáng kiến để đưa giáo dục tài chính vào chương trình giảng dạy tại trường học.

Khu vực Mỹ La Tinh và Caribe - *Kết quả của những nghiên cứu gần đây của CEMLA*

- CEMLA gần đây đã hoàn tất một nghiên cứu về vai trò của 20 ngân hàng trung ương tại Mỹ La Tinh và Caribe trong việc thúc đẩy chiến lược Tài chính Toàn diện quốc gia tại các quốc gia này. Nghiên cứu cũng phát hiện ra rằng một trong những vai trò quan trọng của ngân hàng trung ương là chủ trì thực hiện các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính tại những quốc gia này. Trong số những phương thức và mục tiêu đa dạng của các chương trình, phần lớn các chương trình giáo dục tài chính chia sẻ những mục tiêu chung đối với việc hỗ trợ người dân thực hiện tốt hơn các quyết định tài chính hàng ngày. Hơn thế nữa, nghiên cứu đã chỉ ra rằng các NHTW tin rằng các chương trình hiểu biết về tài chính đã nâng cao và thúc đẩy sự tiếp cận của người tham gia đối với các dịch vụ tài chính và thanh toán. Căn cứ theo đó, một vài ngân hàng trung ương đã rút ra các kinh nghiệm từ quá trình thực hiện các chương trình giáo dục tài chính nhằm hỗ trợ cho mục tiêu Tài chính Toàn diện của họ.

- Đáng chú ý, một trong những phát hiện của nghiên cứu là rất cần phải có cơ chế hợp tác ở mức độ cao giữa các tổ chức khác nhau – thông thường bằng cách tạo lập ra các ủy ban – khi thực hiện một chương trình giáo dục tài chính hoặc một chiến lược Tài chính Toàn diện quốc gia.

Dự án Greenback - Nâng cao hiểu biết tài chính trong lĩnh vực chuyển tiền di cư

- Dự án Greenback 2.0 hướng tới tăng cường tính hiệu quả trong thị trường chuyển tiền di cư thông qua một phương thức tiếp cận sáng tạo: thúc đẩy thay đổi được lấy cảm hứng từ nhu cầu thực tế của những người hưởng thụ cuối cùng của các món chuyển tiền quốc tế - đó là những người dân di cư và gia đình họ tại quê nhà.
- Trong Dự án Greenback 2.0, các thành phố được nhắc đến là Thành phố Vô địch về Chuyển tiền đã được lựa chọn. Turin, Ý là nơi được lựa chọn đầu tiên, sau đó là Montreuil, Pháp. (1) Trong cả hai Thành phố Vô địch này, giai đoạn đầu tiên của dự án bao gồm một khảo sát để thu thập dữ liệu về cộng đồng người di cư có tính đại diện nhất và những khoản chuyển tiền gửi về quốc gia gốc có giá trị lớn nhất. Cuộc khảo sát này nhằm mô tả hồ sơ về kinh tế và tiếp cận tài chính của những người di cư, cũng như hành vi chuyển tiền của họ.
- Những kết quả nghiên cứu này sẽ là điểm khởi đầu cho các hoạt động của Dự án Greenback 2.0, bao gồm:
 - Cung cấp giáo dục tài chính tập trung vào dịch vụ chuyển tiền;
 - Hỗ trợ các dự án của hiệp hội người di cư để tăng cường thông tin, nhận thức, giáo dục và triển khai những thông lệ tốt nhất đối với hành vi chuyển tiền;
 - Thúc đẩy và duy trì đối thoại chủ động giữa người di cư và các thành viên của thị trường, khuyến khích các thành viên thị trường

phát triển các dịch vụ hoặc phương thức tiếp cận mới phù hợp nhất với nhu cầu của người di cư; và

- Giám sát tổng thể thị trường chuyển tiền.

Nguồn: Nhóm Ngân hàng Thế giới

➤ **Trụ cột xúc tác 4: Tận dụng các luồng thanh toán định kỳ, khối lượng lớn**

Các luồng thanh toán định kỳ khối lượng lớn có thể được tận dụng để thúc đẩy các mục tiêu Tài chính Toàn diện thông qua nhiều kênh khác nhau. Rõ ràng nhất là bằng việc cung ứng trực tiếp tài khoản giao dịch tới những người sử dụng cuối cùng mà chưa được phục vụ hoặc ít được phục vụ, chủ yếu là các cá nhân. Thêm vào đó, những luồng thanh toán này có thể được tận dụng để hướng đầu tư vào cơ sở hạ tầng thanh toán bán lẻ cốt lõi, cũng như vào các kênh phân phối và vào sự phát triển các sản phẩm và dịch vụ thanh toán mới.

Trên thực tế, một số luồng thanh toán khối lượng lớn có đặc trưng nổi bật là một bên giao dịch (ví dụ kho bạc nhà nước, chủ doanh nghiệp, hay đơn vị cung ứng dịch vụ tiện ích) có quyền kiểm soát đáng kể đối với các điều khoản và đặc điểm của sản phẩm thanh toán, điều này mang lại tiềm năng cho Tài chính Toàn diện. Những luồng thanh toán liên quan nhất trong bối cảnh này là các chương trình thanh toán của chính phủ. Tuy nhiên, thanh toán hóa đơn tiện ích, các chương trình thanh toán tiền đi lại khu vực công và các chương trình trả lương ngày càng thu hút sự quan tâm nhiều hơn. Tuy nhiên, khả năng để tận dụng những luồng thanh toán này cho mục đích Tài chính Toàn diện là khó khả thi nếu những cân nhắc về mặt kỹ thuật và kinh doanh không hỗ trợ cho các mục tiêu chính của bên giao dịch đó (ví dụ như việc cắt giảm chi phí và giảm bớt thất thoát).

Chuyển tiền xuyên biên giới và nội địa, là một loại hình khác của thanh toán khối lượng lớn và thường xuyên có thể được tận dụng để thúc đẩy Tài chính Toàn diện. Ví dụ, bên nhận của các khoản chuyển

tiền hiếm khi có một tài khoản giao dịch, mặc dù họ có một nguồn tiền vào khá đều đặn để giúp họ quản lý các vấn đề về tài chính hàng ngày. Chuyển tiền có khác biệt rất lớn so với các loại hình về luồng thanh toán khối lượng lớn đã nhắc tới ở trên, đó là do người gửi hoặc người nhận của giao dịch chuyển tiền đều không có sự kiểm soát đáng kể đối với điều khoản và đặc điểm của các sản phẩm thanh toán

Tất cả các luồng thanh toán này có vai trò như những trụ cột xúc tác để thúc đẩy việc áp dụng và sử dụng tài khoản giao dịch sẽ được mô tả chi tiết dưới đây. Tuy nhiên, cần chú ý là để phát huy tiềm năng của những luồng thanh toán này, cần phải có những giải pháp khác để khuyến khích và thúc đẩy việc sử dụng các dịch vụ thanh toán. Ví dụ, kết hợp việc triển khai các chương trình thanh toán của chính phủ với các chiến lược ra mắt sản phẩm, các chương trình về giáo dục và mở rộng tiếp cận, cũng như khuyến khích sử dụng thanh toán điện tử có thể thúc đẩy sự thành công của cả hai phương pháp. Về vấn đề này, việc áp dụng các khoản giảm giá trong việc sử dụng thanh toán điện tử (như hoàn thuế giá trị gia tăng, giảm giá khi áp dụng ghi nợ trực tiếp tài khoản giao dịch đối với các khoản thanh toán thường xuyên) có thể chứng minh hiệu quả trong việc khuyến khích sử dụng⁵².

Các chương trình thanh toán của Chính phủ

Cho tới nay, các cơ quan hành chính nhà nước đã trở thành khách hàng sử dụng các dịch vụ thanh toán lớn nhất. Các cơ quan này ngày càng ứng dụng nhiều cơ chế điện tử trong việc phân phối và thu nhận các khoản thanh toán. Các chương trình thanh toán chính

⁵¹ Tuy nhiên, cần phải lưu ý rằng chi phí chuyển tiền quốc tế đã giảm đáng kể trong vòng 10 năm trở lại đây, thông qua những nỗ lực đáng ghi nhận từ các bên liên quan, tuân theo nhu cầu từ khách hàng đối với các dịch vụ rẻ hơn.

⁵² Chính phủ cũng có thể cũng có thể tạo ra các rào cản đối với việc sử dụng tài khoản giao dịch - ví dụ, thông qua việc đánh thuế đối với các giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt.

phủ, đặc biệt là các chương trình phúc lợi, có tiềm năng thúc đẩy trực tiếp Tài chính Toàn diện thông qua việc cung ứng các tài khoản giao dịch, cũng như kích thích đầu tư hơn nữa vào cơ sở hạ tầng và mạng lưới cần thiết để hỗ trợ cho những tài khoản này. Chính trong bối cảnh này, thanh toán chính phủ với vai trò mạch dẫn tiềm năng cho Tài chính Toàn diện, nhận được nhiều sự chú ý nhất.

Tuy nhiên, với quy mô rất lớn của các khoản thanh toán chính phủ, cho dù việc Tài chính Toàn diện có là mục tiêu rõ ràng hay không, thì việc chuyển đổi các giao dịch của chính phủ từ thanh toán tiền mặt và thanh toán dựa trên chứng từ giấy sang cơ chế thanh toán điện tử mang lại nhiều tiềm năng hỗ trợ sự phát triển của hệ thống thanh toán bán lẻ quốc gia. Kết quả là, chính tác động mang tính cấu trúc tiềm năng này lại tạo một môi trường thuận lợi để cải thiện khả năng tiếp cận và sử dụng các tài khoản giao dịch.

Các khoản thanh toán tiền lương và phúc lợi của chính phủ đã được chi trả bằng tiền mặt cho 160 triệu người trưởng thành và không có tài khoản ngân hàng trên toàn thế giới⁵³. Các chương trình này bao gồm các khoản thanh toán định kỳ phúc lợi xã hội, tiền lương và hưu trí. Khi các chính phủ chuyển sang giải pháp thanh toán điện tử, thông thường họ sẽ chuyển đổi những chương trình thanh toán tiền lương và hưu trí trước tiên. Tốc độ chuyển đổi các khoản thanh toán trợ cấp G2P sang cơ chế thanh toán điện tử đã tăng trưởng một cách đáng kể trong vài năm trở lại đây, nhưng đa phần chưa thực sự thúc đẩy Tài chính Toàn diện.

Trong phần lớn các trường hợp, các khoản thanh toán phúc lợi điện tử được nạp vào một thẻ trả trước cho từng người thụ hưởng hoặc tiền được chuyển trực tiếp vào tài khoản giao dịch cho từng người thụ hưởng, đồng thời tiền có thể được tiếp cận thông qua một thẻ ghi nợ liên kết với tài khoản đó. Tuy nhiên, thông thường người thụ hưởng không hay sử dụng các chức năng như lưu trữ giá trị cơ bản và thanh toán điện tử của những sản phẩm này. Thay vào đó, họ lựa

⁵³ Cơ sở Dữ liệu Tài chính Toàn cầu (Findex) – tháng 4/2016.

chọn rút hết số tiền mặt tại ATM, chi nhánh ngân hàng hoặc đại lý PSP ngay khi khoản tiền được ghi có tài khoản. Các yếu tố tác động tới kết quả này bao gồm:

- Thiếu mạng lưới các điểm tiếp cận đầy đủ trong cộng đồng người thụ hưởng và/hoặc các đơn vị chấp nhận thẻ và các đối tác giao dịch tiềm năng khác với người thụ hưởng chỉ chấp nhận hạn chế các phương tiện thanh toán; còn;
- Phí giao dịch và các chi phí sử dụng khác áp dụng cho chủ thẻ/chủ tài khoản còn cao⁵⁴;
- Các sản phẩm thanh toán không đáp ứng được nhu cầu của chủ thẻ/chủ tài khoản - ví dụ như không thanh toán được hóa đơn;
- Dịch vụ không đáng tin cậy hoặc thời gian xử lý không thể dự đoán được khi thực hiện khoản thanh toán;
- Không có hoặc có cơ chế bồi hoàn hạn chế đối với chủ thẻ/chủ tài khoản;
- Thiếu tin tưởng vào tổ chức hoặc công cụ lưu giữ tiền; và
- Không có chiến lược giới thiệu sản phẩm cũng như các hỗ trợ mạnh mẽ cho người thụ hưởng để họ thích nghi với việc thực hiện phương thức thanh toán mới.

Các khoản thu chính phủ (ví dụ các khoản thanh toán P2G và B2G) cũng có thể được tận dụng cho mục đích Tài chính Toàn diện, do các cá nhân và tổ chức kinh doanh không tiếp cận với những tài khoản giao dịch vẫn phải thực hiện thanh toán cho các cơ quan chính phủ. Vì vậy, mở rộng khả năng chấp nhận các phương tiện thanh toán điện tử cho các khoản thu chính phủ khác nhau có thể là phương thức tự nhiên và có ý nghĩa giúp tạo tài khoản và liên kết các sản phẩm được cung ứng với các chương trình thanh toán G2P

⁵⁴ Tình trạng này có thể xảy ra do hợp đồng ký kết và/hoặc sự dàn xếp về phí không hợp lý giữa PSP và chính phủ.

– và, nói chung, làm cho tất cả các tài khoản giao dịch hữu dụng hơn đối với các chủ tài khoản.

Việc chuyển đổi sang thanh toán điện tử P2G và B2G cũng có thể giúp cho các PSP kinh doanh bền vững hơn khi họ cung cấp các giải pháp thanh toán chi phí thấp có mức độ sử dụng thường xuyên. Từ một góc nhìn rộng hơn, những kinh nghiệm P2G ở ngày một nhiều quốc gia cho thấy các chương trình chính phủ điện tử mạnh mẽ sẽ thúc đẩy việc sử dụng thanh toán điện tử, từ đó nâng cao hiệu quả của hành chính công, doanh nghiệp và cá nhân, cũng như hiệu quả của hệ thống thanh toán quốc gia⁵⁵.

Thanh toán hóa đơn tiện ích

Trong số các luồng thanh toán định kỳ khối lượng lớn khác nhau, thanh toán hóa đơn tiện ích là loại hình thanh toán phổ biến nhất do người trưởng thành chi trả. Theo Khảo sát Findex Toàn cầu năm 2014, 60% người trưởng thành trên toàn cầu cho biết họ là người chi trả các hóa đơn dịch vụ tiện ích. Tại các nước thu nhập thấp và trung bình, các khoản thanh toán hóa đơn tiện ích khớp với số người trưởng thành báo cáo họ nhận được các khoản chuyển tiền, tạo thành 2 hình thức thanh toán khối lượng lớn phổ biến nhất. Tuy nhiên, một bộ phận rất lớn những người trưởng thành ở những nước này – 98% - vẫn thanh toán hóa đơn tiện ích bằng tiền mặt. Tại các nước thu nhập cao, đáng ngạc nhiên là một tỷ lệ cao người trưởng thành, gần 40%, vẫn thanh toán hóa đơn tiện ích bằng tiền mặt.

Những con số này cho thấy vẫn còn tồn tại một dư địa lớn để thúc đẩy tất cả những người trưởng thành thanh toán hóa đơn dịch vụ tiện ích qua phương thức điện tử - bao gồm cả những người đã có

⁵⁵ Trong một số chương trình chính phủ điện tử, chính phủ trung ương và/hoặc chính quyền địa phương sẽ cung ứng một hoặc nhiều dịch vụ theo phương thức điện tử, toàn phần hoặc từng phần (ví dụ như cấp phép xây dựng và gia hạn giấy phép lái xe). Những chương trình này thường bao gồm tính năng thanh toán điện tử thông qua internet cho các dịch vụ cơ bản. Trong những trường hợp khác, chương trình chính phủ điện tử thường khởi đầu với việc thanh toán điện tử cho các khoản thuế, dịch vụ tiện ích và các dịch vụ khác, thông qua internet hoặc qua các kênh khác.

tài khoản giao dịch. Do đó, các nhà cung ứng dịch vụ tiện ích có thể giúp thúc đẩy các mục tiêu Tài chính Toàn diện bằng việc khuyến khích khách hàng thanh toán tiền dịch vụ qua phương thức điện tử. Tuy vậy, rõ ràng là các lựa chọn thanh toán điện tử nói chung phải tương thích với nhu cầu của các khách hàng sử dụng dịch vụ tiện ích.

Các chương trình thanh toán vận tải công cộng⁵⁶

Các hệ thống vận tải công cộng phục vụ một tỷ lệ lớn dân số một quốc gia, thông thường bao gồm những cá nhân khó khăn về kinh tế và không được tiếp cận đến các dịch vụ tài chính. Trong bối cảnh đó, các hệ thống này cũng tạo ra tiềm năng hỗ trợ cho những nỗ lực mở rộng Tài chính Toàn diện.

Các hệ thống vận tải công cộng đã sớm sử dụng công nghệ thẻ thông minh và kết quả là đã đưa những chiếc thẻ lưu trữ giá trị đầu tiên tới nhiều người sử dụng dịch vụ vận tải công cộng. Tuy vậy, với một số ngoại lệ, tính kết nối giữa các chương trình thanh toán điện tử phí vận tải và vấn đề Tài chính Toàn diện kết thúc tại đây.

Chương trình thu phí vận tải công cộng có sự khác biệt lớn với chương trình thanh toán chính phủ ở địa điểm thanh toán, tức điểm thu phí vận tải diễn ra ở ngay điểm sử dụng, ví dụ như ga vận tải hoặc trên phương tiện vận tải công cộng⁵⁷. Điều này sẽ khắc phục được mối thách thức là cần kiến tạo một mạng lưới điểm tiếp cận thu phí/phân phối thanh toán rộng lớn và riêng biệt. Nhìn chung, điều này cũng làm chi phí đề nặng lên vai của các nhà vận hành giao thông công cộng khi phát triển phương thức thanh toán, lắp đặt, vận hành, duy trì và hiện đại hóa.

⁵⁶ Hệ thống vận tải công cộng có thể bao gồm phí đường bộ và các phương thức thu phí đường bộ

⁵⁷ Trong trường hợp sử dụng các phương tiện trả trước, việc thu phí thực tế có thể thực hiện thông qua internet, các ki-ốt thanh toán, điện thoại di động, địa điểm của các đại lý .v.v. Trong trường hợp đó, hạ tầng chấp nhận thanh toán tại điểm sử dụng thường trừ ngay chi phí đi lại hay cầu đường từ phương tiện trả trước.

Hầu hết các hệ thống thanh toán phí vận tải là những hệ thống đơn mục đích và là hệ thống đóng, tức là các thẻ lưu trữ giá trị không phải là phương tiện thực hiện giao dịch nằm ngoài hệ thống vận tải đó hay thậm chí cũng không phải là cầu nối để tiếp cận các dịch vụ thanh toán điện tử khác. Tuy nhiên, với sự lạc hậu của các cơ chế thanh toán hiện hành và sự tiến bộ trong ngành công nghiệp thẻ trả trước đa mục đích, nhiều tổ chức quản lý và vận hành hệ thống vận tải hiện đang cân nhắc triển khai dịch vụ thanh toán mở. Việc triển khai cách tiếp cận này, dù không phải là không phức tạp, sẽ giúp tăng giá trị của tài khoản giao dịch đối với người sử dụng cuối cùng, từ đó kích thích nhu cầu cũng như thói quen sử dụng những tài khoản đó.

Chương trình thanh toán tiền lương

Nhiều doanh nghiệp trên toàn thế giới đã chuyển sang ký quỹ trực tiếp vào tài khoản ngân hàng, các tài khoản giao dịch khác và các thẻ trả trước có độ mở, như là cách thanh toán tiền lương tới người lao động tiện lợi và hiệu quả về chi phí. Giống như trường hợp đối với chính phủ, xu thế này chủ yếu khởi nguồn từ những cân nhắc về chi phí và quản lý rủi ro đối với bản thân doanh nghiệp (ví dụ như trong trường hợp doanh nghiệp ứng dụng hệ thống quản lý tài chính và thanh toán điện tử để đáp ứng các nhu cầu tài chính đa dạng hơn)⁵⁸.

Tại các nước thu nhập cao, gửi trực tiếp tiền lương vào tài khoản ngân hàng hiện đã là phương thức được sử dụng nhiều nhất để trả thù lao và tiền lương cho người lao động tại tất cả các doanh nghiệp, trừ những doanh nghiệp có quy mô nhỏ nhất. Tại các nền kinh tế đang phát triển, gửi tiền trực tiếp vào tài khoản cũng được sử dụng phổ biến bởi chính phủ và các tổ chức doanh nghiệp khu vực tư nhân có quy mô trung bình và lớn. Sử dụng thẻ trả trước và trong

⁵⁸ Những khoản tiết kiệm từ chi phí trả lương của doanh nghiệp có thể là khá lớn. Ví dụ, theo số liệu của VISA (tại thị trường Mỹ), những doanh nghiệp chuyển qua áp dụng thẻ trả trước để trả lương cho người lao động đã tiết kiệm tới 65% chi phí xử lý trả lương. Để có thêm thông tin chi tiết, xem Schneiderman (2014).

một số trường hợp là tiền di động để chi trả tiền công cho người lao động vẫn còn là một hiện tượng tương đối mới mẻ⁵⁹.

Cũng như các chương trình thanh toán khối lượng lớn khác, sự tác động của tiền gửi trực tiếp và thẻ nhận lương trả trước đối với Tài chính Toàn diện (tức là việc sử dụng thực tế các sản phẩm và phương tiện thanh toán) phụ thuộc phần lớn vào đặc tính, điều khoản và điều kiện đi kèm với mỗi sản phẩm thanh toán nhất định do người sử dụng lao động lựa chọn. Sự đánh đổi dành cho người sử dụng lao động thường là giữa chi phí của bản thân họ và những đặc tính của sản phẩm thanh toán có lợi cho người lao động, bao gồm cả phí mà người lao động phải trả để sử dụng sản phẩm/dịch vụ⁶⁰. Những doanh nghiệp quy mô lớn hơn thường có ưu thế đàm phán ở một mức độ nào đó với các PSP.

Chuyển tiền di cư

Những người di cư ước tính chiếm 14% (1/7) dân số thế giới⁶¹. Hơn ¾ những người di cư này là di cư nội địa. Số lượng người di cư xuyên biên giới ước tính khoảng 232 triệu, tức 3.2% dân số thế giới⁶². Cả 2 nhóm di cư này đều gửi một lượng tiền lớn về quê nhà. Dòng tiền này thường được nhắc tới với thuật ngữ “chuyển tiền di cư”.

⁵⁹ Ví dụ như tại Mỹ, các thẻ trả trước này (thường được gọi là “thẻ trả lương”) chủ yếu được doanh nghiệp sử dụng để trả cho người lao động làm thêm, lao động ở mức lương tối thiểu và/hoặc lao động trẻ - nhóm dân số thường được coi là không sử dụng hoặc ít sử dụng các dịch vụ tài chính. Năm 2013, ước tính khoảng 5.8 triệu công nhân tại nước này (khoảng 4% là lao động phi nông nghiệp) nhận được tiền lương qua thẻ lương trả trước. Để có thêm thông tin chi tiết, xem Schneiderman (2014).

⁶⁰ Chi phí tiết kiệm được cho chủ doanh nghiệp có thể biến thành chi phí mà người lao động phải chịu. Ví dụ, những báo cáo về việc thu phí sai quy định và chi phí ẩn trong các chương trình thẻ lương trả trước của doanh nghiệp tại Mỹ đã khiến Cục bảo vệ quyền lợi tài chính người tiêu dùng Mỹ phải nhắc nhở các chủ doanh nghiệp rằng những thẻ này

⁶¹ Nhóm Ngân hàng Thế giới (2014b)

⁶² Liên hiệp quốc (2013)

Lượng kiều hối quốc tế chuyển tới những nền kinh tế đang phát triển ước đạt 414 tỷ USD vào năm 2013 và 435 tỷ USD vào năm 2014^{63,64}, nhiều hơn gần 4 lần trợ giúp phát triển chính thức (ODA). Hơn nữa, ở một số nước nhất định, lượng kiều hối quốc tế tương đương 20% hoặc lớn hơn GDP quốc gia. Với quy mô đó, thế giới tiếp tục tập trung vào việc hạ thấp chi phí chuyển tiền di cư như vậy.

Liên quan đến vấn đề này, từ năm 2009 chi phí chuyển kiều hối trung bình trên toàn cầu đã giảm 2,3 điểm phần trăm xuống còn 7,37% vào cuối năm 2015⁶⁵. Chi phí giảm phản ánh một phần những thay đổi trong môi trường chính sách, bao gồm việc mở rộng phạm vi các tổ chức đủ tư cách (và được cấp phép) để cung ứng dịch vụ kiều hối, nâng cao tính minh bạch trong giá cả và nhiều áp lực cạnh tranh hơn trong vấn đề định giá, cũng như các biện pháp tăng cường hệ thống thanh toán và dịch vụ thanh toán⁶⁶.

Lượng chuyển tiền di cư nội địa ít được biết đến hơn, cho dù dòng tiền này được coi là rất lớn ở hầu hết các quốc gia. Ở thời điểm hiện tại, chưa có ước tính nào về lượng tiền di cư nội địa hay chi phí của nó có thể đem ra so sánh trên bình diện quốc tế. Tuy nhiên, vẫn có một số bằng chứng cho thấy lượng chuyển tiền di cư nội địa đã được chuyển tới nhiều người nghèo, thường là ở nông thôn, các hộ gia đình hơn là chuyển tiền di cư quốc tế⁶⁷.

⁶³ Chuyển tiền kiều hối quốc tế được định nghĩa là các khoản thanh toán xuyên biên giới với giá trị tương đối thấp, từ cá nhân tới cá nhân, thường được gửi bởi những người di cư. Để có thêm thông tin chi tiết, xem CPMI và Ngân hàng Thế giới (2007).

⁶⁴ Nhóm Ngân hàng Thế giới (2014c)

⁶⁵ Nhóm Ngân hàng Thế giới (2015a)

⁶⁶ Trong Hội nghị thượng đỉnh Aquila G8 diễn ra năm 2009, các quốc gia thành viên đã cam kết cắt giảm chi phí kiều hối từ 10% đến 5% trong vòng 5 năm, cam kết này được biết đến với tên gọi "Mục tiêu 5x5". Các nước G20 đã chính thức chuẩn y cho hoạt động của Nhóm công tác Kiều hối toàn cầu và các nỗ lực quốc tế để cắt giảm chi phí kiều hối tại Hội nghị thượng đỉnh G20 năm 2010 diễn ra ở Seoul. Để biết thêm thông tin chi tiết, truy cập <http://www.worldbank.org/en/topic/paymentsystemsremittances/brief/global-remittances-working-group>

⁶⁷ Xem ví dụ về A Mckay và P Deshingkar, "Chuyển tiền di cư nội địa và sự đói nghèo: những bằng chứng sâu hơn từ Châu Phi và Châu Á", Nghiên cứu của Đại học Sussex, số 12, năm 2014.

Nói chung, những người di cư và gia đình họ khi trở về quê hương thường ít tiếp cận dịch vụ tài chính. Chính vì vậy, rõ ràng sẽ có nhiều dư địa để thúc đẩy Tài chính Toàn diện bằng cách giúp người dân, ít nhất là nhóm dân số này, sử dụng liên tục và định kỳ các dịch vụ chuyển tiền di cư. Tuy nhiên, tiềm năng này phần lớn vẫn chưa được khai thác triệt để. Nguyên nhân một phần là do thiếu các phân tích sâu sắc về mối quan hệ giữa thị trường dịch vụ chuyển tiền di cư - phần lớn được cung cấp bởi các nhà cung ứng dịch vụ chuyển tiền phi ngân hàng (RSP) và thường chịu các cơ chế quy định khác nhau - với không gian thanh toán bán lẻ nội địa ngày càng mở rộng. Kết quả là, hiểu biết hạn chế những nhân tố này tạo ra tình trạng rời rạc của thị trường thanh toán. Tuy nhiên, nó cũng phản ánh một số nhân tố tương tự có tác động tới thực tế chấp nhận và sử dụng các dịch vụ giao dịch ngay từ đầu, đó là khả năng tiếp cận cũng như độ tin cậy của các điểm giao dịch và cách thiết kế sản phẩm dịch vụ.

Các dịch vụ chuyển tiền, cả nội địa và quốc tế, phần lớn được khởi xuất và chi trả bằng tiền mặt. Kể cả những người đồng thời sử dụng dịch vụ chuyển tiền di cư và dịch vụ ngân hàng cũng có xu hướng tránh sử dụng các dịch vụ chuyển tiền từ tài khoản đến tài khoản do ngân hàng cung cấp, để sử dụng dịch vụ chuyển tiền mặt lấy tiền mặt hay chuyển qua thẻ lấy tiền mặt (hoặc các dịch vụ khác cung cấp bởi các RSP phi ngân hàng) rẻ và thuận tiện hơn. Một số RSP lớn nhất báo cáo rằng, kể cả ở những nơi dịch vụ của họ cung cấp mức giá cạnh tranh để thực hiện chuyển tiền di cư tới một tài khoản giao dịch (như là thẻ trả trước hoặc tài khoản tiền điện tử di động), thì những dịch vụ đó cũng ít khi được chú ý trừ khi có một mạng lưới POS mạnh mẽ trong cộng đồng nhận tiền.

1.2.1.4. Bảo hiểm vi mô

Bảo hiểm cho người thu nhập thấp hay còn được gọi là BHVM đã được nhiều tổ chức quốc tế như Tổ chức Lao động Quốc tế ILO, Ngân hàng Thế giới... và nhiều quốc gia trên khắp các châu lục quan tâm thực hiện, đặc biệt là trong hai thập niên vừa qua. BHVM

cũng nhận được sự tham gia của các doanh nghiệp bảo hiểm (như AIG, PhilHealth). Một số nước đã thực hiện khá thành công bảo hiểm cho người có thu nhập thấp. Trên thực tế, một số mô hình triển khai đã thành công tại một số nước như Ấn Độ, Philippines với sự tham gia của các doanh nghiệp bảo hiểm, các tổ chức tương hỗ, các tổ chức quốc tế và Chính phủ.

Dưới đây trình bày một số kinh nghiệm và mô hình thành công ở Philippines - một nước Châu Á, có những tương đồng nhất định về văn hóa, xã hội và trình độ phát triển kinh tế so với Việt Nam, qua đó rút ra những bài học kinh nghiệm cho việc triển khai bảo hiểm cho người có thu nhập thấp ở nước ta.

a) Philippines:

Ở Philippines, việc thực hiện bảo hiểm cho người nghèo được thực hiện chủ yếu thông qua các hội tương hỗ và các tổ chức phi lợi nhuận. Mục tiêu hoạt động của các hội tương hỗ này là: (i) Chi trả quyền lợi cho tử vong, tai nạn, sức khỏe của các thành viên của hội, người thân và người phụ thuộc của họ; (ii) Trợ giúp tài chính trong trường hợp thành viên bị mất việc làm; và (iii) Thực hiện bảo hiểm cho các thành viên với phí bảo hiểm thấp, không quá 10% của mức thu nhập tối thiểu/ngày (bằng 1 Đô la Mỹ). Số tiền bảo hiểm tối đa: 4.200 Đô la Mỹ (khoảng 68 triệu đồng).

Các yêu cầu đối với hoạt động của các hội tương hỗ này:

- (i) Điều khoản phải thật dễ hiểu;
- (ii) Yêu cầu thủ tục, hồ sơ thật đơn giản để yêu cầu bồi thường được thực hiện dễ dàng và nhanh chóng;
- (iii) Định kỳ đóng phí trùng với dòng thu nhập của người đóng phí;
- (iv) Số thành viên tham gia của hội: ít nhất là 5.000 người.

Về mô hình phân phối, hai mô hình được sử dụng. Mô hình thứ nhất là Đối tác – đại lý (Partner-agent) - hợp tác với một doanh nghiệp bảo hiểm và doanh nghiệp bảo hiểm cung cấp dịch vụ, hợp đồng bảo hiểm cho các thành viên của hội. Mô hình thứ 2 là Hội/quỹ tương hỗ (Mutual), theo đó Hội/quỹ tương hỗ trực tiếp đứng ra cung cấp dịch vụ và thực hiện bảo hiểm cho các thành viên của mình.

Để các Hội/quỹ tương hỗ này hoạt động thành công, cơ quan quản lý nhà nước của Philippines thực hiện việc quản lý và giám sát các mặt như: khả năng thanh toán (giám sát hoạt động đầu tư, dự phòng), hiệu quả hoạt động và truyền thông của các Hội/quỹ tương hỗ.

Mô hình thành công trong việc phân phối BHVM tại Philippines là Hội tương hỗ CARD (Centre for Agriculture & Rural Development Mutual Benefit Association):

- Năm 1994, Quỹ tương hỗ (MMF) được thành lập, cung cấp bảo hiểm cho khách hàng có các khoản vay vi mô.
- Năm 1997, cung cấp hình thức đóng phí tháng với mức đóng 300 Pê sô/tháng và mức phí 400 Pê sô/tháng áp dụng cho các thành viên ngoài 65 tuổi.
- Năm 1999 – Hội tương hỗ CARD được Cục quản lý bảo hiểm cấp giấy phép hoạt động.

Các nhân tố thúc đẩy sự phát triển nhanh chóng của Hội tương hỗ CARD:

- Hội có số thành viên lớn với 154.251 thành viên là các hộ gia đình bắt buộc tham gia bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm hưu trí;
- Đưa ra mức đóng góp phù hợp với thu nhập của hội viên. Mức đóng góp mỗi tuần là 5 Peso đối với bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm hưu trí;

- Sử dụng mạng lưới thu phí bảo hiểm có sẵn với 157 chi nhánh và 5 trụ sở chính. Sự hiện diện của mạng lưới CARD tạo thuận lợi cho việc cung cấp sản phẩm và thu phí bảo hiểm;
- Chi phí quản lý thấp: 2% tổng phí bảo hiểm được dùng cho việc thu phí; 20% tổng phí bảo hiểm được dành cho chi phí hoạt động chung (nhưng mức sử dụng thực tế chỉ là 18%);
- Với tư cách là thực thể riêng biệt thực hiện bảo hiểm, do vậy có thể tập trung vào hoạt động bảo hiểm, duy trì quan hệ kinh doanh/nghiệp vụ trong nội bộ CARD;
- Thực hiện chiến dịch truyền thông hiệu quả. Hệ thống mạng lưới rộng của CARD đã giúp đơn giản hóa việc truyền thông và nâng cao hiệu quả truyền thông.
- Xây dựng được một hệ thống bồi thường hiệu quả với số ngày giải quyết là 1 ngày, 3 ngày hoặc 5 ngày. Qua đó giảm tải khả năng hỗ trợ tài chính được thực hiện nhanh chóng.
- Thực hiện quản lý chuyên nghiệp. CARD có thể yêu cầu sự trợ giúp từ các chuyên gia, những người tình nguyện tận tâm. CARD cũng nhận được sự hỗ trợ của cơ quan nhà nước và các nhà tài trợ.

Hội tương hỗ CARD đã thực hiện phát triển các sản phẩm mới và cung cấp các dịch vụ tài chính, đó là:

- + Chương trình bảo hiểm nhân thọ: Chương trình bảo hiểm nhân thọ trọn đời kết hợp với thương tật toàn bộ vĩnh viễn và sản phẩm bồi trợ chết do tai nạn;
- + Quỹ hưu trí: Bảo hiểm hỗn hợp đến 65 tuổi;
- + Gói bảo hiểm cho tất cả các loại vay: Bảo hiểm tử kỳ nhóm tái tục hàng năm. Sản phẩm này thanh toán toàn bộ dư nợ vay, bao gồm khoản vay gốc cộng lãi vay;
- + Bảo hiểm sức khỏe thông qua việc hợp tác với công ty bảo hiểm sức khỏe Philippines (PhilHealth);

- + Hoàn phí bảo hiểm: giá trị hoàn lại được thanh toán cho các thành viên sau 3 năm liên tục;
- + Các dịch vụ phi tài chính bao gồm: các chương trình ngoại khóa cho thanh niên và đám cưới tập thể;
- + Thực hiện theo dõi lịch sử của các thành viên thông qua công cụ đánh giá bồi thường, đánh giá rủi ro và chấp nhận bảo hiểm (MunCET).

Dưới đây là một sản phẩm tiêu biểu của Hội tương hỗ CARD - Sản phẩm MICRO Family Protector (Sản phẩm bảo vệ cho gia đình ở quy mô nhỏ) - là một sản phẩm bảo hiểm cho gia đình vay TCVM, được thiết kế để bảo vệ tài chính kịp thời nếu bất kỳ thành viên nào của gia đình tử vong hoặc tổn thất tài chính do hỏa hoạn. Đặc điểm của chương trình bảo hiểm MICRO Family Protector:

- Bảo hiểm tử kỳ, tái tục hàng năm hoặc có thời hạn bảo hiểm gắn với thời gian trả nợ vay. Chương trình chấm dứt khi phí bảo hiểm không được thanh toán sau thời gian ân hạn đóng phí.
- Đóng phí bảo hiểm hàng tuần, thời gian ân hạn đóng phí là 30 ngày.
- Người được bảo hiểm: tuổi từ 18 đến 63, có sức khỏe tốt và có nguồn thu nhập, không cần kiểm tra sức khỏe khi tham gia.

Người được bảo hiểm chính:	Chồng/Vợ con
Bảo hiểm sinh mạng:	30.000 15.000 5.000
Chết hoặc thương tật do tai nạn:	30.000 15.000 5.000
Tiền mai táng:	10.000 5.000 2.500
Hỗ trợ tài chính khi hỏa hoạn:	40.000
Phí bảo hiểm hàng tuần:	20 pê sô/tuần

Qua hoạt động của Hội tương hỗ CARD cho thấy:

- BHVM là hình thức bảo vệ rủi ro tốt cho người nghèo;
- Bảo vệ trước những rủi ro cần được xem là một thành tố hiệu quả của chiến lược giảm nghèo;
- Những người nghèo có tư tưởng dám nghĩ dám làm, sẵn sàng tham gia vào chương trình BHVM;
- Các Hội/quỹ tương hỗ có thể sử dụng lợi thế sẵn có của mạng lưới xã hội và hệ thống thanh toán khi cung cấp dịch vụ BHVM;
- Thách thức chủ yếu đối với cơ quan quản lý là việc giám sát chặt chẽ hoạt động nhằm đảm bảo sự hoạt động bền vững và hiệu quả của các Hội/quỹ tương hỗ BHVM.

b) Ấn Độ

Ước tính rằng khoảng 60% số khách hàng của BHVM trên thế giới là ở Ấn Độ. Năm 2010, 163 triệu người thu nhập thấp đã mua bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm nông nghiệp và bảo hiểm vật nuôi, hàng triệu người khác được nhận các khoản hỗ trợ từ chương trình y tế của Chính phủ. Sự phát triển theo cấp số mũ của Ấn Độ ở lĩnh vực BHVM là nhờ chính sách tiếp cận “cây gậy và củ cà rốt” của Chính phủ.

Công nghệ đã hỗ trợ trong việc nhân rộng và xây dựng mô hình kinh doanh cho các sản phẩm khác nhau. Các nỗ lực tạo ra cơ hội cho những sản phẩm khác. Trong vai trò là nhà cung cấp chính dịch vụ bảo hiểm y tế theo định hướng Chính phủ, FINO đã tạo ra nền tảng thẻ thông minh quy mô lớn. Hệ thống này sử dụng mô hình phân phối kết hợp với ngân hàng để bán chéo bảo hiểm và các sản phẩm y học từ xa, từ đó tiếp cận các thị trường cho đến nay vẫn chưa được khai thác. Thử nghiệm công ty IFFCO – Tokio với một thiết bị nhận dạng tần số vô tuyến (RFID) để mở ra một hướng đi mới trong việc xác định tỷ lệ mất mát và tỷ lệ tử vong thật sự của gia súc đã mua bảo hiểm, vốn trước đây đã bị che đậy bởi các hành vi gian lận tinh vi.

c) Mỹ Latin và Ca ri bê

Nghiên cứu BHVM ở Mỹ Latin và Ca ri bê cho thấy rằng bảo hiểm chỉ tập trung ở một số quốc gia nhất định. Chiếm 90% trong tổng số gần 45 triệu người (và tài sản) tại 19 quốc gia có tham gia BHVM nằm ở 05 quốc gia, trên 55% là tại Mexico và Brazil. Bên cạnh đó, sản phẩm bảo hiểm cho tai nạn cá nhân, sức khỏe và tài sản đã tăng lên, cho thấy một sự tiến triển trong BHVM đối với các sản phẩm và nhu cầu khách hàng.

Ở Mỹ Latin, phát triển BHVM chủ yếu là vì mục đích thương mại với ít sự can thiệp của các nhà tài trợ hoặc các quy định của Chính phủ, không giống như ở châu Phi và châu Á. Tuy nhiên, các chiến lược hợp tác tài chính quốc gia (ví dụ như ở Mexico, Brazil và Colombia) đang đóng vai trò chính trong việc thúc đẩy mối liên kết giữa bảo hiểm và kế hoạch an sinh xã hội. Chính phủ và các nhà tài trợ đang tích cực theo đuổi cách tiếp cận khác nhau để phát triển ngành này, chẳng hạn như các chương trình bảo hiểm nông nghiệp ở Mexico và bảo vệ thảm họa trong vùng biển Ca ri bê.

Việc các thảm họa thiên tai diễn ra thường xuyên đã mang đến cho tổ chức MICRO ý tưởng tạo ra sản phẩm bảo hiểm dựa trên các thông số như lượng mưa, sức gió và các hoạt động địa chấn. Khi các chỉ số này vượt qua một ngưỡng định trước thì khách hàng sẽ nhận được tiền bảo hiểm. Trong trường hợp khách hàng phải chịu tổn thất thực tế nhưng các chỉ số chưa đạt tiêu chuẩn, công ty bảo hiểm sẽ bồi thường 85% tổng thiệt hại với mức tối đa trong một năm không vượt quá 1 triệu đô la Mỹ.

Đề xuất về triển khai bảo hiểm cho người thu nhập thấp ở Việt Nam

Qua kinh nghiệm của các nước cho thấy, để thực hiện thành công bảo hiểm cho người có thu nhập thấp cần quan tâm tới các yếu tố sau:

- ✓ Sản phẩm cần đơn giản, dễ hiểu, dễ nhớ, phù hợp với nhận thức và trình độ của người có thu nhập thấp.

- ✓ Phạm vi bảo hiểm thiết thực, trước hết là bảo hiểm tính mạng, tử vong, thương tật do tai nạn, cháy nhà.
- ✓ Phí bảo hiểm thấp, cách thức đóng phí phù hợp với thu nhập và thói quen của người có thu nhập thấp.
- ✓ Thủ tục tham gia bảo hiểm và bồi thường cần đơn giản, nhanh chóng.
- ✓ Chi phí hoạt động thấp, đặc biệt cần sử dụng hệ thống phân phối, hệ thống thanh toán sẵn có để tiết kiệm chi phí hoạt động.
- ✓ Cần khuyến khích càng nhiều người tham gia càng tốt nhằm giảm thiểu chi phí hoạt động, nâng cao hiệu quả hoạt động.
- ✓ Mô hình triển khai phù hợp, cần thực hiện quản lý chặt chẽ, nâng dần tính chuyên nghiệp trong hoạt động nhằm đảm bảo sự hoạt động bền vững đồng thời cần có khung pháp lý về hoạt động bảo hiểm cho người có thu nhập thấp.
- ✓ Việc bảo hiểm cho người có thu nhập thấp có thể được thực hiện tốt hơn khi được tài trợ từ các tổ chức và cá nhân, lồng ghép với các chính sách của Nhà nước (như cho vay xóa đói giảm nghèo, cho vay ưu đãi, đào tạo nghề...), phối hợp với sự hoạt động của các tổ chức chính trị, xã hội.
- ✓ Cần thực hiện tốt việc truyền thông, tuyên truyền đến các chủ thể tham gia thị trường BHVM.

Trên cơ sở tham khảo kinh nghiệm của các nước, điều kiện hoàn cảnh hiện tại của Việt Nam, theo chúng tôi gợi ý một số mô hình sau khi triển khai BHVM cho người có thu nhập thấp.

Mô hình cộng đồng tự thực hiện:

Theo mô hình này, bảo hiểm trước hết sẽ được thực hiện ở quy mô nhỏ là thôn, bản, mừng. Tất cả các thành viên đạt điều kiện nhất định trong cộng đồng đều được bảo hiểm và có trách nhiệm tham gia.

Mô hình triển khai này có nhiều ưu điểm. Trước hết, nó rất gần gũi với tập quán, truyền thống của các làng xã Việt Nam – truyền thống “lá lành đùm lá rách, lá rách ít đùm lá rách nhiều” – vẫn còn hiện hữu đậm nét ở nhiều làng quê. Tiếp đến, mô hình này có thể đưa ra những hình thức bảo hiểm thiết thực đối với từng cộng đồng. Việc thanh toán tiền bảo hiểm sẽ được thực hiện kịp thời, qua đó giúp các thành viên trong cộng đồng nhanh chóng khắc phục được hậu quả rủi ro, gia tăng gắn kết và tình cảm cộng đồng. Mô hình này cũng rất dễ dàng được thực hiện thông qua những hương ước, quy định của cộng đồng cũng như những ràng buộc vô hình, quy phạm đạo đức. Chi phí để triển khai mô hình này thường rất nhỏ (thậm chí bằng không) thông qua sự hoạt động của các thành viên nhiệt tình trong cộng đồng. Thêm vào đó, mô hình này có thể tiếp nhận được các nguồn hỗ trợ tài chính từ bên ngoài như sự đóng góp của con em thành đạt của cộng đồng. Ngoài ra, mô hình này thường được quản lý chặt chẽ, khó thất thoát khi những người quản lý là những người được tín nhiệm kèm theo cơ chế giám sát tài chính minh bạch và hiệu quả. Mô hình này sẽ hoạt động tốt hơn khi Nhà nước có một khung pháp lý điều chỉnh hoạt động đồng thời có những biện pháp hỗ trợ về nghiệp vụ từ các doanh nghiệp bảo hiểm, các cơ quan quản lý Nhà nước, sự tham gia và hỗ trợ của các tổ chức đoàn thể tại địa phương (như Hội phụ nữ, Đoàn thanh niên, Hội người cao tuổi, Hội cựu chiến binh...), sự hỗ trợ tài chính của các nhà tài trợ.

Có thể nói mô hình trên là một Hội/quỹ tương hỗ hay một mô hình phi lợi nhuận ở quy mô thôn, bản, phường. Đây có thể là mô hình phù hợp đối với Việt Nam trong điều kiện hiện nay. Khi trình độ và công cụ quản lý được nâng cao, có thể phát triển mô hình trên và mở rộng quy mô hoạt động ra cấp xã/phường, huyện/quận hoặc cao hơn.

Tuy nhiên mô hình trên có những nhược điểm. Trước hết, mức độ bảo hiểm phụ thuộc vào điều kiện kinh tế của cộng đồng do nguồn tài chính dành cho bảo hiểm hình thành từ chính thu nhập của các thành viên trong cộng đồng. Do vậy, với những cộng đồng có điều kiện kinh tế từ trung bình trở lên, việc đóng góp bảo hiểm có thể dễ

dường thực hiện và tiền chi trả bảo hiểm cho mỗi thành viên thường có ý nghĩa thiết thực. Trong khi đó, với cộng đồng nghèo thì việc đóng bảo hiểm có thể khó thực hiện đối với một số thành viên và tiền chi trả bảo hiểm có thể chỉ mang ý nghĩa tinh thần. Tiếp đó, khi phạm vi bảo hiểm chỉ bó gọn ở phạm vi cộng đồng nhỏ sẽ khó thực hiện được bảo hiểm đối với những rủi ro có thể xảy ra trên diện rộng như bảo hiểm vật nuôi, cây trồng, ... vì nếu xảy ra những tổn thất lớn và rộng như bão, lũ, bệnh dịch gia súc, gia cầm, gây thiệt hại cho số lớn các thành viên thì nguồn tài chính của cộng đồng sẽ không đủ để khắc phục những thiệt hại, nhất là với những cộng đồng nghèo.

Mô hình thực hiện thông qua các doanh nghiệp bảo hiểm:

Doanh nghiệp bảo hiểm có thể tham gia thực hiện bảo hiểm cho những người có thu nhập thấp thông qua các hình thức sau:

- Dành một phần hoạt động bảo hiểm cho người có thu nhập thấp, thay cho các hoạt động từ thiện. Nếu được khuyến khích và ghi nhận, sẽ có nhiều doanh nghiệp bảo hiểm ủng hộ cách làm này. Đây cũng là cách doanh nghiệp bảo hiểm “nuôi” nguồn khách hàng tiềm năng.
- Doanh nghiệp bảo hiểm đứng ra thực hiện bảo hiểm và Nhà nước hỗ trợ một phần phí bảo hiểm cho người có thu nhập thấp. Chủ trương hỗ trợ phí bảo hiểm khi khách hàng vay vốn cũng là một giải pháp cần được thúc đẩy thực hiện sớm.
- Hỗ trợ về nghiệp vụ, công nghệ quản lý, phát triển sản phẩm cho các tổ chức thực hiện bảo hiểm cho người có thu nhập thấp.
- Doanh nghiệp bảo hiểm cũng có thể triển khai có lãi bảo hiểm cho người thu nhập thấp thông qua việc xác định sản phẩm, kênh phân phối, thu phí, thủ tục và công nghệ quản lý một cách phù hợp.

Mô hình thực hiện thông qua các tổ chức phi lợi nhuận, tổ chức bảo hiểm nhà nước:

Bảo hiểm hưu trí, bảo hiểm thất nghiệp và bảo hiểm y tế cho người có thu nhập thấp cần được thực hiện thông qua tổ chức bảo hiểm Nhà nước (Bảo hiểm xã hội). Nhà nước cần đẩy nhanh lộ trình thực hiện bảo hiểm y tế bắt buộc, bảo hiểm hưu trí và bảo hiểm thất nghiệp cho toàn dân.

Ngoài việc xác định mô hình triển khai phù hợp, để bảo hiểm cho người có thu nhập thấp hoạt động hiệu quả, cần xây dựng một khung pháp lý đồng bộ và phù hợp, đặc biệt là trong truyền thông, giám sát quỹ dự phòng, biên khả năng thanh toán và đầu tư. Bên cạnh đó, Hiệp hội Bảo hiểm và các doanh nghiệp bảo hiểm cần trợ giúp tích cực về mặt nghiệp vụ và công nghệ quản lý trong hoạt động bảo hiểm cho người thu nhập thấp.

1.2.1.5. Các sản phẩm phi tài chính

Do điều kiện kinh tế xã hội khác nhau giữa các khu vực và giữa các nhóm người nghèo, các MFIs chính thức hay không chính thức thường cung cấp dịch vụ tài chính vi mô và các dịch vụ phi tài chính khác như là một giải pháp tổng thể. Bảng dưới đây cho thấy các trường hợp điển hình từ nhiều khu vực trên thế giới. ARC, một MFI từ Tây Phi, bên cạnh hoạt động tín dụng còn cung cấp kỹ năng phát triển kinh doanh, hỗ trợ tư vấn kinh doanh, giáo dục về dinh dưỡng, sức khỏe và giáo dục.

BRAC, một MFI có hoạt động đa dạng ở Bangladesh, bên cạnh hoạt động tín dụng ở nông thôn còn có các hoạt động khuyến nông, đào tạo kỹ năng tạo thu nhập và chăm sóc y tế, nâng cao năng lực. Ở Cam bodia “Trickle Up Program” (TUP), một NGO quốc tế thì trợ giúp người nghèo với những khoản tài trợ và tín dụng nhỏ để phát triển kinh doanh vi mô bên cạnh đó dựa trên các tổ chức địa phương họ cung cấp thêm dịch vụ đào tạo phát triển kinh doanh, nhận thức về vệ sinh nước sạch và chăm sóc y tế. ASA, một MFIs lớn của Ấn Độ

cung cấp đa dạng dịch vụ tài chính vi mô như tín dụng, tiết kiệm, bảo hiểm nhưng cũng đồng thời cung cấp các dịch vụ phát triển kinh doanh, giáo dục giới tính và vận động chính sách

Bảng 1.6. Các dịch vụ phi tài chính trên thế giới

STT	Tên tổ chức	SP tài chính	Sản phẩm phi tài chính
	ARC (Tây Phi)	Tín dụng	2. Phát triển kỹ năng kinh doanh 3. Hỗ trợ kinh doanh 4. Dinh dưỡng, sức khỏe, giáo dục
	ASA (Ấn Độ)	Tín dụng, tiết kiệm, bảo hiểm	5. Phát triển kinh doanh 6. Giáo dục giới tính 7. Vận động chính sách
	BRAC (Bangladesh)	Tín dụng, tài trợ	8. Khuyến nông 9. Kỹ năng tạo thu nhập 10. Chăm sóc y tế 11. Nâng cao năng lực
	TUP (Cambodia)	Tín dụng, tiết kiệm	12. Phát triển kinh doanh 13. Chăm sóc y tế 14. Nhận thức về vệ sinh

Nguồn: Jan Maes and Laura Foose (2006) *Microfinance and Non-Financial Services For Very Poor People: Digging Deeper to Find Keys to Success*

Giáo dục kỹ năng quản lý tài chính trong tài chính vi mô

Giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình là hướng dẫn mọi người hiểu về tiền và cách thức quản lý tiền một cách hiệu quả. Người nghèo sẽ trở thành người biết ra quyết định tài chính, biết cách nhận biết các vấn đề tài chính cá nhân và học những kỹ năng đơn giản liên quan đến thu nhập, tiêu dùng, ngân sách, tiết kiệm, vay nợ và đầu tư. Họ sẽ biết cách đặt mục tiêu tài chính và tối ưu hóa các lựa chọn của họ. Giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình có thể bao gồm các chủ đề rộng rãi từ quản lý dòng tiền, tạo dựng tài

sản, quản lý rủi ro, lập kế hoạch cho tương lai. Chủ đề cụ thể nào tùy thuộc vào bối cảnh chung hay tình trạng tài chính chung của cá nhân hoặc nhóm người có liên quan.

Với khách hàng tài chính vi mô, giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình có thể giúp họ lựa chọn và sử dụng sản phẩm tài chính vi mô thích hợp với nhu cầu của họ. Việc này giúp cho giảm rủi ro khi điều hành một cơ nghiệp nhỏ mà tài sản chủ yếu hình thành từ những món vay. Với tổ chức tài chính vi mô, nâng cao năng lực khách hàng để sử dụng vốn vay tốt hơn sẽ giúp cho chất lượng nợ được duy trì và số khoản nợ được thu hồi tốt hơn. Tức là các khách hàng hiểu biết về quản lý tài chính có thể giúp giảm thiểu rủi ro tín dụng, nâng cao năng lực cạnh tranh và đóng góp vào sự phát triển của tổ chức tài chính vi mô.

Tình hình giáo dục kỹ năng quản lý tài chính tại các nước đang phát triển

Điều đáng ngạc nhiên là, vai trò của giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình rất quan trọng như trên nhưng cho đến nay chưa có nhiều sự quan tâm về vấn đề này trong ngành tài chính vi mô hay trong lĩnh vực xóa đói giảm nghèo tại các nước đang phát triển. Trong thực tế cũng có một số tổ chức tài chính vi mô chú ý đến giáo dục tài chính nhưng chủ yếu mới tập trung vào lập kế hoạch và quản lý kinh doanh. Những khóa học này chủ yếu dạy khách hàng cách ghi chép sổ sách về thu nhập và chi phí hoặc trả nợ. Hầu như chưa có tổ chức nào chú ý đến những vấn đề liên quan đến quản lý tài chính cá nhân và hộ gia đình hay ra các quyết định tài chính và đầu tư.

Bảng 1.7: Chính sách và chương trình giáo dục tài chính tại châu Á

	Chiến lược quốc gia	Chiến lược của NHTW	Chiến lược của các bộ	NHTM, MFI, NGO	Độ bao phủ	Kênh tiếp cận	Chương trình học
Bangladesh	Không	Không	Không	Không	Không	Không	Không
Trung Quốc	Không	Không	Website về giáo dục tài chính, yêu cầu các tổ chức tài chính cung cấp giáo dục tài chính	Không	Không	Không	Không
Ấn độ	Có chiến lược quốc gia từ năm 2012	Có dự án về giáo dục tài chính cho nhóm mục tiêu có giáo trình chuẩn	Không	Có trung tâm giáo dục tài chính liên kết với các MFIs	Học sinh, quần nhân, công dân	Trường học	Không
Indonesia	Giáo dục tài chính là một trụ cột của chiến lược quốc gia về tài chính toàn diện	Chương trình giáo dục tài chính "Hãy đến với Ngân hàng" (2008)	Cơ quan giám sát tài chính: Có chương trình giáo dục tài chính cấp quốc gia	Không	Sinh viên, học sinh, lao động xuất khẩu, ngư dân, công nhân, công đồng vùng sâu	Trường học, phương tiện truyền thông	Không

	Chiến lược quốc gia	Chiến lược của NHTW	Chiến lược của các bộ	NHTM, MFI, NGO	Độ bao phủ	Kênh tiếp cận	Chương trình học
Philippines	Không	Giáo dục tài chính và kinh tế để nâng cao nhận thức cộng đồng	Không	Không	Chưa có thông tin đầy đủ	Không	Không
Sri Lanka	Không	Có vài hoạt động nhỏ	Có vài hoạt động nhỏ	Có vài hoạt động nhỏ	Không	Không	Không
Thái Lan	Không	Chương trình giáo dục tài chính	Chương trình "Bác sĩ cho căn bệnh nợ nần"	BAAC: dạy lập kế hoạch ngân sách cho khách hàng nông thôn NGO: chương trình giáo dục tài chính	Có vài chương trình tư nhân độ bao phủ thấp	Không	Không

Nguồn: Peter J. Morgan and Long Q. Trinh (2017).

Khách hàng tài chính vi mô và người nghèo ở các nước đang phát triển hầu như không có cơ hội tiếp thu kiến thức về thiết lập mục tiêu kinh tế, lập kế hoạch tài chính, quản lý chi tiêu, giảm thiểu nợ nần và lập kế hoạch cho tương lai. Ở Châu Á, nơi tài chính vi mô phát triển mạnh nhất thì chỉ có 7 nước có hoạt động giáo dục tài chính tương đối nổi bật. Trong đó, Ấn Độ và In Đô Nê Si A là những nước có chiến lược quốc gia về giáo dục tài chính. Nhưng đa số những nước này cũng đang còn hạn chế về kênh tiếp cận và độ bao phủ. Sự thiếu quan tâm đến giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình cho người nghèo ở các nước đang phát triển có từ việc thiếu hụt từ trong thiết kế chính sách, chương trình và dự án trong khi lợi ích tiềm năng thì đã rõ ràng cho cả hai phía là người nghèo và tổ chức tài chính vi mô.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH VI MÔ TẠI VIỆT NAM: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ

2.1. Tín dụng

2.1.1. Phân tích thực trạng

Hoạt động tín dụng là hoạt động quan trọng nhất đối với các tổ chức TCVM tại Việt Nam. Các tổ chức TCVM ở Việt Nam đều hoạt động theo thông lệ quốc tế khi thiết kế và thực hiện sản phẩm tín dụng. Hoạt động tín dụng chiếm tỉ lệ gần như tuyệt đối trong nguồn tài chính cho toàn bộ hoạt động của tổ chức.

Đối tượng cho vay chủ yếu của các tổ chức TCVM tại Việt Nam là các hộ gia đình nghèo, thu nhập thấp; các hộ gia đình, doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ. Các đối tượng khách hàng của các tổ chức TCVM có đặc điểm chung là sống tập trung trong một khu vực địa lý, cùng nhóm xã hội (hội phụ nữ, nông dân, đồng hương, ...), có hộ khẩu ở địa phương, sẵn sàng tham gia vào các hoạt động của tổ chức TCVM và có nhu cầu vay vốn.

Hộp 2.1: Tiêu chí lựa chọn khách hàng và điều kiện vay vốn của quỹ TYM

Điều 1. Tiêu chuẩn đối với khách hàng vay vốn

- Tuổi từ 18 đến 60;
- Có hộ khẩu thường trú tại địa phương; hoặc đã đăng ký tạm trú dài hạn ở địa phương (có xác nhận của UBND xã/phường, có đất và nhà ở thuộc quyền sở hữu của gia đình);
- Có thu nhập bình quân đầu người hàng tháng theo tiêu chuẩn của TYM trong từng thời điểm:
 - Địa bàn nông thôn: có thu nhập dưới 800.000 đ
 - Địa bàn thành phố: có thu nhập dưới 1.000.000 đ

- TYM cho khách hàng vay vốn để thực hiện các hoạt động sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng trong những lĩnh vực mà pháp luật không cấm;
- Có các hoạt động tăng thu nhập và có khả năng hoàn trả;
- Có năng lực hành vi dân sự đầy đủ và chịu trách nhiệm theo quy định của pháp luật.

Điều 2. Điều kiện vay vốn

TYM xem xét và quyết định cho vay khi khách hàng có đủ các điều kiện theo điều 1. Ngoài ra khách hàng phải đảm bảo một số tiêu chí sau:

a) Đối với khách hàng năm thứ nhất:

- Có ý thức chấp hành tốt đường lối, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước và các quy định của địa phương;
- Có 01 người bảo lãnh vốn vay theo quy định;
- Làm đơn vay vốn/hợp đồng tín dụng theo mẫu của TYM.

b) Đối với khách hàng từ năm thứ 2 trở lên: Ngoài các tiêu chí của năm thứ nhất các khách hàng cần thêm một số tiêu chí sau:

- Đạt tỉ lệ hoàn trả 100% đối với tất cả các loại vốn vay trong các năm trước đó;
- Đạt tỉ lệ sinh hoạt cụm 80% trở lên;
- Tham gia tích cực các hoạt động cộng đồng của cụm của chi nhánh;
- Tỷ lệ tăng trưởng kinh tế của gia đình tối thiểu 125%;
- Có 01 người bảo lãnh vốn vay theo quy định

Làm đơn vay vốn/hợp đồng tín dụng theo mẫu của TYM.

Các tổ chức TCVM ở Việt Nam hầu hết cung cấp cho vay dưới 2 hình thức: cho vay theo nhóm và cho vay cá nhân. Trong đó các tổ chức TCVM chủ yếu cho vay theo nhóm; hình thức cho vay cá nhân đang được tập trung đẩy mạnh trong thời gian gần đây.

Trên thực tế tính đa dạng của hoạt động cho vay của các tổ chức TCVM ở Việt Nam có sự khác nhau. Một số tổ chức TCVM chỉ có một vài sản phẩm vốn vay đơn giản giống nhau cho các khách hàng và mỗi khách hàng chỉ được tiếp cận với một món vay tại mỗi thời điểm. Một số tổ chức TCVM chỉ cung cấp vốn vay cho mục đích sản xuất, kinh doanh tạo thu nhập và khách hàng không được sử dụng cho mục đích khác. Nhưng một số tổ chức TCVM lại có các sản phẩm đa dạng hơn và với các tên gọi vốn vay khác nhau và qui mô vốn vay cũng khác nhau, như: vốn vay chính, vốn chung, vốn ngắn hạn, vốn trung hạn, vốn vay bổ sung, vốn đa mục đích, vốn khẩn cấp, vốn quỹ nhóm. Khách hàng có thể vay cùng một lúc hai món vốn, bên cạnh vốn vay cho mục đích tạo thu nhập họ có thể tiếp cận các khoản vay cho mục đích tiêu dùng, đặc biệt khi ốm đau, rủi ro trong cuộc sống hoặc cho những trường hợp khẩn cấp như cần tiền trang trải cho các chi phí học hành của con họ. Những tổ chức TCVM có sản phẩm vốn vay đa dạng thường đã hoạt động lâu năm, nguồn vốn dồi dào, có nhiều kinh nghiệm và hoạt động chuyên nghiệp hơn.

Mặc dù có thể có nhiều loại vốn vay nhưng mục đích các tổ chức TCVM cho vay chủ yếu để đáp ứng nhu cầu đầu tư vào sản xuất kinh doanh và tiêu dùng. Có một số tổ chức thực hiện các dự án và cho vay để thực hiện xây dựng các công trình vệ sinh, lắp đặt nước sạch cho hộ gia đình. Khách hàng của các tổ chức TCVM ở Việt Nam vay vốn vì hai mục đích: vay vốn lưu động và vay vốn mua tài sản cố định. Qui mô món vay của các tổ chức TCVM nhìn chung được thiết kế phù hợp, đáp ứng đúng nhu cầu sử dụng vốn vay cũng như khả năng trả nợ của khách hàng. Mức cho vay phổ biến dưới 30 triệu và đều tăng dần theo thời gian khách hàng tham gia vào hoạt động của tổ chức TCVM.

Hầu hết các tổ chức TCVM ở Việt Nam đều thiết kế vốn vay có thời gian cho vay có kỳ hạn từ 3 tháng đến 1 năm. Hình thức vay vốn theo nhóm thường có có thời gian cho vay ngắn hơn. Đối với cho vay sản xuất nông nghiệp, thời hạn cho vay có thể dài hơn để phù hợp với thời gian trồng và thu hoạch, trong khi đó, cho vay mua nhà có thể lâu hơn do số tiền vay lớn hơn.

Các khoản vay của các tổ chức TCVM tại Việt Nam thường được thiết kế hoàn trả định kỳ (số tiền trả mỗi kỳ thường bằng trong) trong suốt thời gian vay. Việc thanh toán trả dần (gốc và lãi) theo chu kỳ hàng tháng, 2 lần/tháng, tuần. Việc trả dần như vậy giúp khách hàng giảm áp lực trả nợ so với phương pháp trả nợ cuối kỳ, điều này dẫn đến khả năng hoàn trả của khách hàng được đảm bảo và tỷ lệ nợ xấu của các tổ chức TCVM được duy trì ở mức thấp. Tuy nhiên cách trả nợ này sẽ làm tăng chi phí giao dịch (chi phí và nguồn lực để thu nợ của các tổ chức TCVM cao hơn), có thể làm cho các khoản vay trở nên khó tiếp cận hơn đối với người vay tại các vùng sâu, vùng xa hoặc những khách hàng có dòng tiền không thường xuyên, liên tục.

Do khách hàng của các tổ chức TCVM không có tài sản đảm bảo nên phần lớn các tổ chức TCVM tại Việt Nam cho vay theo tín chấp. Các tổ chức TCVM cũng đã đưa ra nhiều cách để giảm rủi ro mất vốn như: Áp dụng hình thức thay thế cho tài sản đảm bảo hay tự lựa chọn các tài sản đảm bảo. Với hình thức thay thế cho tài sản đảm bảo, phần lớn các tổ chức TCVM sử dụng nhóm đảm bảo, tức là các thành viên khác trong nhóm bảo đảm khoản vay cho các khách hàng trong nhóm; dựa vào uy tín và tính cách của khách hàng để đảm bảo vốn vay; và tổ chức các hoạt động viếng thăm khách hàng vay vốn thường xuyên để biết về hoạt động sản xuất kinh doanh và khả năng trả nợ của người vay. Đặc biệt các tổ chức TCVM tại Việt Nam đã áp dụng phổ biến tiết kiệm bắt buộc để đảm bảo vốn vay. Tiết kiệm bắt buộc được coi như một hình thức thế chấp, đảm bảo cho sự hoàn trả của khách hàng với tổ chức vì vậy tiết kiệm bắt buộc luôn là một quy định trong hoạt động cho vay của tổ chức tài chính vi mô.

Ở Việt Nam lãi suất của các tổ chức TCVM có vẻ cao hơn lãi suất của các ngân hàng. Sở dĩ có hiện tượng này vì việc cung cấp một số lượng lớn các khoản vay nhỏ tận nhà khách hàng tốn kém hơn nhiều so với việc cho vay khoản vốn lớn ngay tại văn phòng chi nhánh. Rõ ràng với việc các tổ chức TCVM cung cấp dịch vụ vốn vay tại cửa nhà, người nghèo tốn ít chi phí giao dịch và chi phí cơ hội hơn so với đến ngân hàng thương mại. Vì phần lớn các chi phí này đã được chuyển từ khách hàng sang cho các tổ chức TCVM, chi phí vận hành của các tổ chức TCVM cao hơn nhiều so với chi phí của các ngân hàng không phục vụ người nghèo. Do vậy, để bù đắp được các chi phí đó, lãi suất của các tổ chức TCVM cao hơn lãi suất của các ngân hàng. Phương pháp tính lãi bình quân (bằng) được hầu hết các tổ chức TCVM tại Việt Nam áp dụng. Phương pháp tính lãi bằng sẽ làm lãi suất hiệu quả tăng so với lãi suất danh nghĩa và thời hạn vay càng dài, tần suất trả nợ càng dày thì lãi suất hiệu quả càng cao. Tuy nhiên phương pháp tính lãi bằng có ưu điểm là tính toán và thu tiền lãi đơn giản cho cả tổ chức TCVM lẫn khách hàng.

2.1.2. Đánh giá

2.1.2.1. Các kết quả đạt được

Việc cung cấp sản phẩm tín dụng của các tổ chức TCVM đã được triển khai tốt và có hiệu quả thiết thực. Vốn vay đã giúp người nghèo và thu nhập thấp tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh, đa dạng các khoản thu nhập ngoài sản xuất nông nghiệp, có các khoản thu nhập khác từ tiểu thủ công nghiệp, thương mại, kinh doanh nhỏ. Nguồn vốn không cần tài sản thế chấp là cơ sở nền tảng cho việc lập kế hoạch khởi động sản xuất, mở rộng kinh doanh. Hơn nữa, cán bộ tín dụng của tổ chức TCVM luôn gần gũi với dân, hướng dẫn thực hiện các thủ tục vay vốn và xử lý nhanh chóng các giao dịch để khách hàng nhận vốn kịp thời.

Về các yếu tố quyết định việc lựa chọn vay tại tổ chức tài chính vi mô, kết quả cho thấy khách hàng cân nhắc cùng lúc nhiều yếu tố. Tỷ lệ đồng ý với các yếu tố được đề cập như sau:

- 70,6% - điều kiện vay vốn đơn giản
- 98,8% - lãi suất phù hợp
- 100% - không cần tài sản đảm bảo
- 68% - thủ tục đơn giản
- 63,5% - quy trình nhanh chóng
- 99,3% - tính chuyên nghiệp của cán bộ tín dụng
- 99,5% - thái độ phục vụ tốt
- 99,4% - năng lực cán bộ tốt
- 99,5% - địa điểm thuận tiện
- 99,3% - uy tín trong cộng đồng cao
- 99,5% - bà con trong làng cũng vay ở đó

Như vậy có thể thấy các đặc thù của tài chính vi mô quốc tế đã được các tổ chức tài chính vi mô vận dụng hiệu quả vào hoạt động tín dụng vi mô tại Việt Nam, được người vay ghi nhận và đánh giá cao. Trong đó, đặc điểm “không cần tài sản bảo đảm” được 100% khách hàng vay vốn đưa vào nhóm các yếu tố quyết định việc vay vốn của các tổ chức tài chính vi mô. Các đặc điểm còn lại đa phần ở mức trên 99%. Tuy nhiên, các yếu tố như thủ tục đơn giản, quy trình nhanh chóng và điều kiện vay vốn đơn giản chỉ chiếm phần ít trong quyết định lựa chọn này.

Về chất lượng các sản phẩm vay vốn hiện nay của các tổ chức/dự án tài chính vi mô, trên thang điểm 1-5 (rất kém, kém, trung bình, tốt, rất tốt), kết quả khảo sát như sau:

Bảng 2.1. Kết quả khảo sát chất lượng các sản phẩm vay vốn của các TCTCVM

Đơn vị: %

Chất lượng	5 (rất tốt)	4 (tốt)	Tổng
A. Đặc tính sản phẩm			
1. Điều kiện và các thủ tục vay vốn rõ ràng	42,9	53,8	96,7
2. Hệ thống tài sản thế chấp / bảo lãnh phù hợp	37,4	54,9	92,3
3. Mức vay đáp ứng đúng nhu cầu	16,4	45,3	61,7
4. Đơn giản và rõ ràng trong các thủ tục - Phát vốn nhanh, tiện lợi	39,6	53,6	93,2
5. Mức và cách tính lệ phí / chi phí bổ sung (nếu có) rõ ràng	33,1	53,0	86,2
6. Lãi suất rõ ràng	34,5	53,1	87,6
7. Có thể vay tối đa (nếu cần thiết)	13,7	46,2	59,9
8. Sản phẩm cho vay đa dạng (về quy mô khoản vay, thời hạn, hình thức vay, trả)	15,3	58,1	73,4
9. Thời hạn trả nợ phù hợp, linh hoạt	30,1	54,9	85
10. Hệ thống trả nợ và tần suất của nó - Cách thức trả lãi linh hoạt (trả theo tuần, theo tháng)	23,1	57,3	80,4
11. Các biện pháp trừng phạt khi khách hàng bị quá hạn	22,2	52,1	74,2
B. Phương thức cung cấp			
12. Có ưu đãi nếu bạn vay tiếp	23,6	43,1	66,7
13. Chu kỳ vay vốn hợp lý (thời gian của mỗi vòng vốn phù hợp với nhu cầu vay vốn)	31,4	56,4	87,7
14. Tiết kiệm/Quy dự phòng - Mức tiết kiệm bắt buộc hợp lý (số tiền đóng từng kỳ có thể chấp nhận được)	19,2	61,1	80,3
15. Thông tin cán bộ TCTCVM xác thực và rõ ràng	40,9	53,0	93,9

Chương 2: Thực trạng sản phẩm dịch vụ Tài chính vi mô tại Việt Nam: phân tích và đánh giá

Chất lượng	5 (rất tốt)	4 (tốt)	Tổng
16. Thái độ phục vụ của cán bộ tốt - Dịch vụ nhanh chóng và luôn luôn sẵn sàng giúp đỡ	44,8	49,3	94,1
17. Địa điểm phát vốn, thu lãi thuận tiện	51,0	43,0	94
18. Sự quan tâm, tư vấn, nhắc nhở của cán bộ về nợ quá hạn	48,8	40,8	89,6
19. Cán bộ là người có kiến thức, lịch sự và tạo được sự tin tưởng	47,5	46,5	94
20. Sự an toàn khi tham gia vay vốn tại tổ chức	50,0	42,7	92,7

Kết quả trên cho thấy các đặc tính và phương thức cung cấp tín dụng vi mô đều được đánh giá ở mức “tốt” trở lên với tỉ lệ cao. Trong đó, điều kiện và các thủ tục vay vốn rõ ràng chiếm tỉ lệ 96,7% với mức “rất cao – 5 điểm” chiếm 42,9%. Các yếu tố khác có tỉ lệ trên 90% bao gồm: Hệ thống tài sản thế chấp / bảo lãnh phù hợp; Đơn giản và rõ ràng trong các thủ tục -Phát vốn nhanh, tiện lợi; Thông tin cán bộ TCTCVM xác thực và rõ ràng; Thái độ phục vụ của cán bộ tốt - Dịch vụ nhanh chóng và luôn luôn sẵn sàng giúp đỡ; Địa điểm phát vốn, thu lãi thuận tiện; Cán bộ là người có kiến thức, lịch sự và tạo được sự tin tưởng; Sự an toàn khi tham gia vay vốn tại tổ chức. Đặc biệt, chỉ có yếu tố “Có thể vay tối đa (nếu cần thiết)” có tỉ lệ “tử tử trở lên” dưới 60%.

Với câu hỏi có tiếp tục vay vốn của các tổ chức tài chính vi mô trong thời gian tới, 72,1% cho biết sẽ tiếp tục vay vốn. Trong số 27,9% khách hàng không tiếp tục vay vốn tài chính vi mô, lý do đa phần là chưa có kế hoạch/dự án trong tương lai; một số ý kiến đề cập đến vấn đề thời gian hạn nhóm/cụm, mức vay, lãi suất. Điều này cho thấy vốn vay từ các tổ chức/dự án tài chính vi mô đáp ứng khá tốt nhu cầu, mong muốn của nhóm đối tượng mục tiêu, khuyến khích họ tiếp tục phát triển các ý tưởng/dự án kinh doanh.

2.1.2.2. Các hạn chế

Bên cạnh các thành tựu đạt được, các tổ chức TCVM còn bộc lộ một số hạn chế như sau về sản phẩm dịch vụ tín dụng.

Thứ nhất, khi thiết kế sản phẩm tín dụng không dựa trên nhu cầu và quan điểm kinh doanh – “định hướng thị trường” mà chủ yếu kế thừa từ các dự án tài trợ trước đây. Do vậy, mức vốn vay còn hạn hẹp hoặc không phù hợp với nhu cầu về vốn của khách hàng đầu tư vào mỗi loại hình sản xuất kinh doanh. Phương thức hoàn trả mới tập trung vào trả định kỳ hoặc trả cuối kỳ mà chưa có các phương thức hoàn trả được thiết kế riêng dựa trên dòng tiền của hộ gia đình hoặc của dự án kinh doanh, sản xuất. Phương thức hoàn trả này sẽ làm cho lãi suất hiệu quả cao hơn lãi suất danh nghĩa và có thể sẽ làm cho khách hàng không có các khoản thu nhập thường xuyên khó tiếp cận được với vốn vay của các tổ chức TCVM. Đối với khách hàng tham gia lâu năm, các tổ chức TCVM chưa có chính sách ưu tiên hơn do họ đã tham gia, gắn bó lâu với hoạt động của tổ chức TCVM.

Thứ hai, các tổ chức tài chính vi mô chưa xây dựng được qui trình cho vay chặt chẽ với đầy đủ các bước mà tổ chức đưa ra yêu cầu nhân viên tín dụng phải thực hiện trong quá trình cho vay. Do các tổ chức TCVM chủ yếu sử dụng hình thức tín chấp thay thế cho tài sản đảm bảo nên việc và khách hàng sử dụng vốn vào các hoạt động sản xuất kinh doanh nhỏ, lẻ nên các tổ chức TCVM không có đầy đủ, thường xuyên các báo cáo tài chính chính thức của khách hàng. Điều này dẫn đến các tổ chức TCVM không thu thập đầy đủ thông tin về tình hình sản xuất kinh doanh của khách hàng, lịch sử hoạt động của khách hàng không đủ thông tin, dẫn đến sẽ khó kết nối thông tin với Trung tâm thông tin tín dụng của các ngân hàng thương mại.

Thứ ba, các tổ chức TCVM chưa xây dựng được chiến lược quản trị rủi ro tín dụng trong hoạt động của mình. Các tổ chức TCVM thường xuyên phải đối mặt với rủi ro này và phải đặc biệt quan tâm vì nguồn

vốn cho vay của các tổ chức TCVM không phải từ vốn của chính các tổ chức này mà là nguồn vốn huy động được từ các cá nhân/tổ chức khác. Hiện nay các tổ chức TCVM chưa xây dựng được hệ thống các qui trình phân tích nguyên nhân rủi ro, giám sát và xử lý các cho vay của tổ chức.

Thứ tư, các tổ chức TCVM Việt Nam chưa có trung tâm quản lý thông tin tín dụng để cung cấp cho nhau các thông tin về lịch sử vay vốn, hoàn trả và việc vay vốn hiện tại của các khách hàng giữa các tổ chức TCVM. Điều này có thể dẫn đến các khách hàng vay “trồng nợ” và các tổ chức TCVM không biết, không có thông tin khi xét duyệt cho vay, có thể dẫn đến ảnh hưởng đến chất lượng dư nợ vốn vay của các tổ chức. Nếu các tổ chức TCVM có trung tâm thông tin tín dụng, các thông tin tín dụng tại trung tâm sẽ rất hữu ích và giúp các tổ chức TCVM trong quá trình xét duyệt vốn vay.

2.1.2.3. Nguyên nhân của các hạn chế

- Các tổ chức TCVM thiếu nguồn nhân lực và kiến thức để thiết kế và cải tiến các sản phẩm vốn vay mới, cũng như hoàn thiện qui trình tín dụng, hệ thống quản lý rủi ro tín dụng....
- Do hạn chế về nguồn lực tài chính, rất nhiều tổ chức chưa xây dựng được hệ thống thông tin quản lý tín dụng trên phần mềm, có khá nhiều tổ chức vẫn thực hiện quản lý thủ công.
- Mỗi tổ chức tự xây dựng và phát triển một hệ thống công hệ thống tin phù hợp với đặc điểm và hoạt động của tổ chức mình. Hệ thống công nghệ thông tin quản lý của các tổ chức TCVM không đồng nhất và chưa đồng bộ để có thể chia sẻ thông tin lẫn nhau. Đây là một hạn chế lớn dẫn đến khó hình thành trung tâm thông tin tín dụng giữa các tổ chức TCVM.

Khuôn khổ pháp lý về TCVM còn tồn tại một số hạn chế, trở ngại như quy định về trần mức vốn, tài sản đảm bảo, mạng lưới hoạt động.... Các qui định này chưa xem xét đến đặc điểm riêng có của TCVM mà được xây dựng phù hợp chung cho tất cả các tổ chức tín dụng

do vậy có một số điểm rất khó cho các tổ chức TCVM trong quá trình thực hiện.

2.2. Huy động vốn

2.2.1. Phân tích thực trạng

Tính đến tháng 12/2016, Các TCTCVM Việt Nam được phân thành 2 nhóm: các tổ chức đã chuyển đổi chính thức hoạt động theo Luật TCTD (gồm 4 tổ chức là TYM, M7-MFI, TCTCVM Thanh Hóa và CEP); và các tổ chức/chương trình/dự án TCVM bán chính thức.

Theo điều 119, Luật các TCTD 2010, các TCTCVM chính thức được thực hiện huy động vốn dưới 3 hình thức: (i) nhận tiền gửi tiết kiệm bắt buộc bằng VND theo quy định của TCTCVM; (ii) nhận tiền gửi của tổ chức và cá nhân bao gồm cả tiền gửi tự nguyện của khách hàng tài chính vi mô, trừ tiền gửi nhằm mục đích thanh toán; và (iii) Vay vốn của tổ chức tín dụng, tổ chức tài chính, và các cá nhân, tổ chức khác trong nước và nước ngoài theo quy định của pháp luật (Quốc Hội, 2010). Các TCTCVM bán chính thức cũng được thực hiện các hoạt động trên, nhưng việc nhận tiền gửi tự nguyện thường hạn chế do uy tín cũng như việc thực hiện các điều kiện đảm bảo an toàn không được cơ quan có thẩm quyền của Nhà nước bảo đảm.

Sau đây là phần phân tích thực trạng huy động vốn của các TCTCVM Việt Nam qua ba nội dung (i) phân tích chung cả khu vực; (ii) phân tích chi tiết với một số TCTCVM chính thức; và (iii) phân tích thông qua đánh giá của khách hàng qua kết quả khảo sát năm 2016.

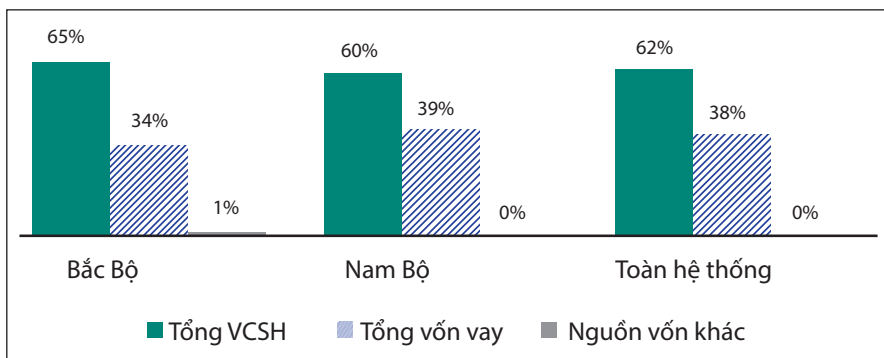
2.2.1.1. Phân tích thực trạng chung của sản phẩm huy động vốn đối với TCTCVM

Hiện nay, các tổ chức TCVM được phép huy động vốn từ các tổ chức, các nhà tài trợ quốc tế và đặc biệt là từ thị trường tài chính trong nước (huy động tiết kiệm bắt buộc, tiết kiệm tự nguyện từ khách hàng và huy động tiết kiệm từ công chúng). Thực tế hoạt động của các tổ chức TCVM cho thấy, với mô hình hoạt động đặc

thù, đi vào từng ngõ ngách, thôn xóm, quan tâm đến từng hộ nghèo đồng vốn của họ đã giúp nhiều hộ gia đình có điều kiện tăng gia sản xuất, cải thiện điều kiện sống.

Thống kê từ cuộc điều tra hoạt động TCVM trên địa bàn 21 tỉnh thành tại thời điểm cuối tháng 7/2016 cho thấy, trong tổng nguồn vốn hoạt động của hệ thống TCTCVM, phần đóng góp chủ yếu đến từ vốn chủ sở hữu ở mức 62%, trong khi vốn vay đóng góp 37,8% và 0,2% còn lại đến từ nguồn vốn khác. Khi xem xét kết cấu vốn theo vùng miền, nhóm tác giả nhận thấy mức độ phụ thuộc vào nguồn vốn chủ sở hữu của TCTCVM ngoài miền Bắc đạt 65%, cao hơn hẳn so với mức trung bình toàn hệ thống; trong khi đó, các TCTCVM phía Nam có xu hướng sử dụng vốn nợ so với các vùng miền khác (tỷ lệ nợ của các TCTCVM phía Nam ở mức 39%).

Hình 2.1: Cấu trúc nguồn vốn hoạt động của TCTCVM - So sánh Bắc Bộ và Nam Bộ

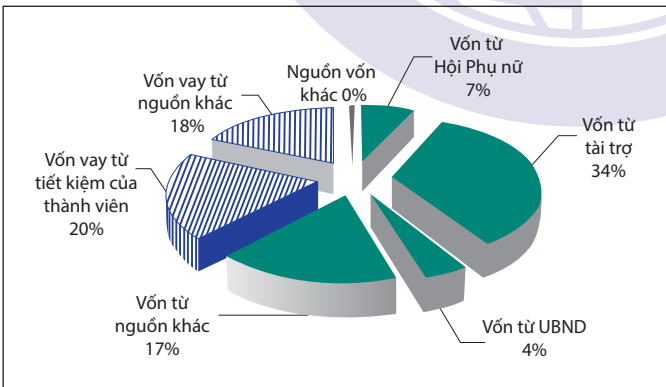


Nguồn: VMFWG, Tính toán dựa trên số liệu điều tra hoạt động tổ chức TCVM trên 21 tỉnh thành, 2015-2016.

Tiếp tục phân tách nhỏ các cấu phần trong nguồn vốn hoạt động của TCTCVM, có thể thấy rằng trong vốn chủ sở hữu, phần đóng góp quan trọng nhất đến từ vốn của các nhà tài trợ trong nước và quốc tế (chiếm 34% tổng vốn hoạt động và 54,8% vốn chủ sở hữu); trong khi đó cấu phần quan trọng nhất của vốn vay chính nằm ở các

khoản huy động tiết kiệm (chiếm 20% tổng vốn hoạt động - cao thứ hai chỉ sau vốn tài trợ, và chiếm 53% trong vốn vay). Từ đó, có thể khẳng định hoạt động huy động vốn nợ, đặc biệt từ các khoản tiết kiệm hiện nay có vai trò hết sức trọng yếu đối với việc tạo lập nguồn vốn phục vụ cho các hoạt động của TCTCVM.

Hình 2.2: Cấu trúc nguồn vốn của hệ thống TCTCVM Việt Nam (7/2016)



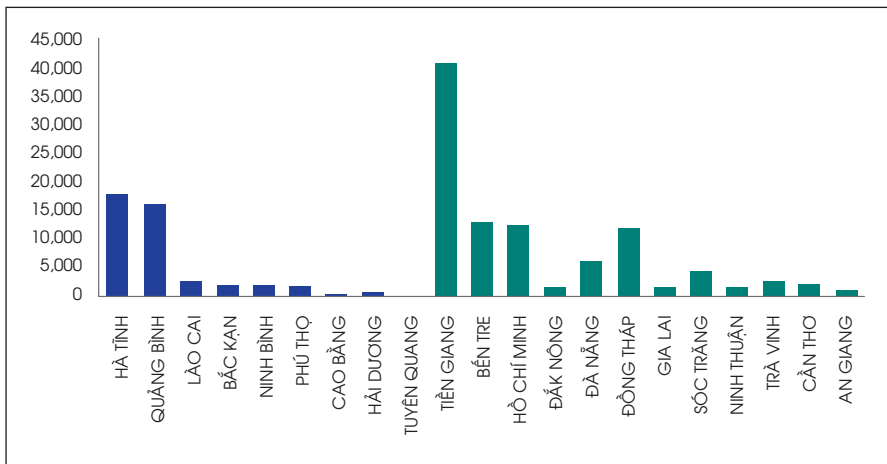
Nguồn: VMFWG, Tính toán dựa trên số liệu điều tra hoạt động tổ chức TCVM trên 21 tỉnh thành, 2015-2016.

Qua đánh giá mức độ tự vững của TCTCVM trong hoạt động kinh doanh cũng như trong việc điều phối tài chính, có thể kết luận rằng ở ngưỡng an toàn "yếu" 100%, vẫn tồn tại một số TCTCVM ở Việt Nam không đáp ứng được khả năng đảm bảo chi trả các khoản chi phí hoạt động dựa trên thu nhập ròng; và một khi các ngưỡng an toàn theo thông lệ quốc tế được áp dụng tại Việt Nam, khả năng tồn thương của hệ thống TCTCVM Việt Nam có lẽ sẽ trở nên ngày càng rõ rệt hơn. Chính vì vậy, một trong số những giải pháp khả thi nhằm cải thiện khả năng tự vững TCTCVM cần làm lúc này, đó là tích cực mở rộng và khai thác hiệu quả hơn nữa các sản phẩm huy động tiết kiệm từ một lượng rất lớn các khách hàng tiềm năng ở khu vực nông thôn, kèm theo đó vẫn phải gắn kết tốt hoạt động đặc thù của các

tổ chức này với những sứ mệnh hoạt động đã tuyên bố như xoá đói giảm nghèo, thúc đẩy phát triển kinh tế hộ gia đình, từ đó cải thiện thu nhập và đời sống người dân.

Dựa trên kết quả cuộc điều tra hoạt động TCVM trên địa bàn 21 tỉnh thành (xem Hình 2.3), có thể thấy rõ sự vượt trội về số lượng khách hàng tham gia hoạt động tiết kiệm tại TCTCVM miền Nam so với các tổ chức ngoài miền Bắc.

Hình 2.3: Thống kê số lượng khách hàng tiết kiệm vi mô theo tỉnh thành

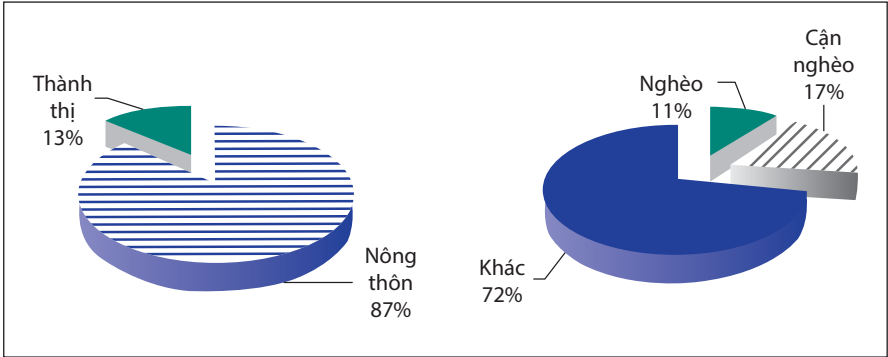


Nguồn: VMFWG, Tính toán dựa trên số liệu điều tra hoạt động tổ chức TCVM trên 21 tỉnh thành, 2015-2016.

TCTCVM có lượng khách hàng tiết kiệm vi mô lớn nhất miền Bắc là Quỹ phát triển phụ nữ Hà Tĩnh, ở mức 18.000 người, tuy nhiên con số này chưa bằng một nửa số lượng khách hàng mà Quỹ hỗ trợ phụ nữ phát triển kinh tế tỉnh Tiền Giang (TCTCVM có lượng khách lớn nhất miền Nam) đạt được ở mức 41.000 khách. Tính bình quân, mỗi TCTCVM ngoài miền Bắc chỉ có thể thu hút khoảng 5.000 khách hàng sử dụng sản phẩm tiết kiệm vi mô, thấp hơn rất nhiều so với khả năng thu hút khách hàng ứng với mỗi tỉnh miền Nam (8.400 khách). Quan

sát Hình 2.3, có thể thấy đối tượng khách hàng chủ yếu các TCTCVM có thể tiếp cận được hiện nay là hộ gia đình nông thôn (chiếm tỷ trọng 87%), trong khi số hộ ở thành thị quan tâm tham gia các gói sản phẩm tiết kiệm vi mô chỉ ở mức rất khiêm tốn (13%). Khi xem xét đối tượng khách hàng theo tiêu chí thu nhập, có thể thấy các mức tỷ trọng 11% và 17% ghi nhận được ứng với hai đối tượng khách hàng đặc thù là hộ nghèo và hộ cận nghèo tham gia các gói tiết kiệm vi mô được coi là một bước nhảy vọt lớn trong hoạt động huy động vốn vay của hệ thống TCTCVM, khi chúng ta biết rằng trong giai đoạn 2011-2015, tổng tỷ trọng tham gia tiết kiệm vi mô toàn hệ thống của nhóm khách hàng nghèo và cận nghèo chỉ đạt trên dưới 10%. Thực tế này cũng chỉ ra rằng hoạt động kinh doanh đặc thù của TCTCVM đang ngày càng gắn kết, hướng tới hỗ trợ tốt hơn cho hộ nghèo trong việc quản lý, sử dụng đồng vốn.

Hình 2.4: Cơ cấu khách hàng tiết kiệm vi mô, phân loại theo khu vực và thu nhập (7/2016)



Nguồn: VMFWG, Tính toán dựa trên số liệu điều tra hoạt động tổ chức TCVM trên 21 tỉnh thành, 2015-2016.

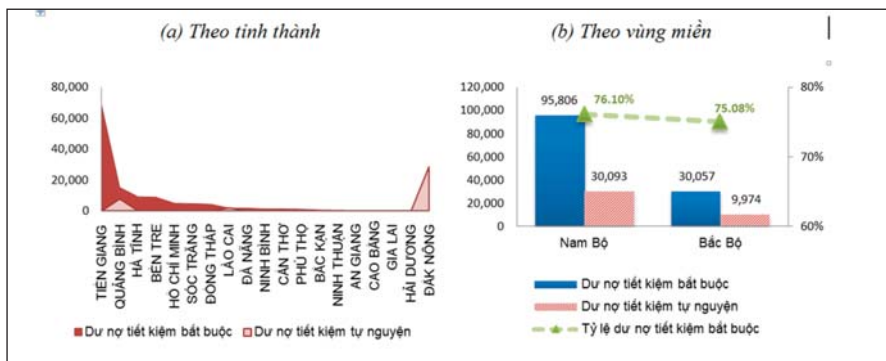
Về cơ cấu dư nợ từ các khoản tiết kiệm vi mô, quan sát kết quả thống kê Hình 2.4, không khó nhận ra một thực tế rằng hiện nay, dư nợ tiết kiệm của hầu hết các TCTCVM hoạt động tại Việt Nam chủ yếu vẫn đến từ việc kinh doanh các sản phẩm tiết kiệm bắt buộc

Chương 2: Thực trạng sản phẩm dịch vụ Tài chính vi mô tại Việt Nam: Phân tích và đánh giá

(76%), trong khi đóng góp từ khoản tiết kiệm tự nguyện của khách hàng vẫn rất hạn chế. Xem xét theo yếu tố vùng miền, ta thấy rằng mặc dù cơ cấu dư nợ tiết kiệm bắt buộc/dư nợ tiết kiệm tự nguyện là khá tương đồng, tuy nhiên tổng quy mô huy động vốn từ các sản phẩm tiết kiệm vi mô trong miền Nam lớn gấp 3 lần so với mức này tại miền Bắc, điều này phần nào được lý giải bởi nhịp độ phát triển nhanh chóng về quy mô kinh tế nông - lâm - ngư nghiệp tại các tỉnh miền Nam, và bên cạnh đó, thực tế này còn xuất phát từ sự cộng hưởng hiệu quả trong công tác truyền thông của các TCTCVM và cơ quan hữu quan, kết hợp với văn hoá chủ động tìm hiểu, tiếp cận các cơ hội phát triển kinh tế của hộ dân phía Nam.

Hình 2.5: Cơ cấu dư nợ tiết kiệm tại hệ thống TCTCVM (7/2016)

DVT: Triệu đồng



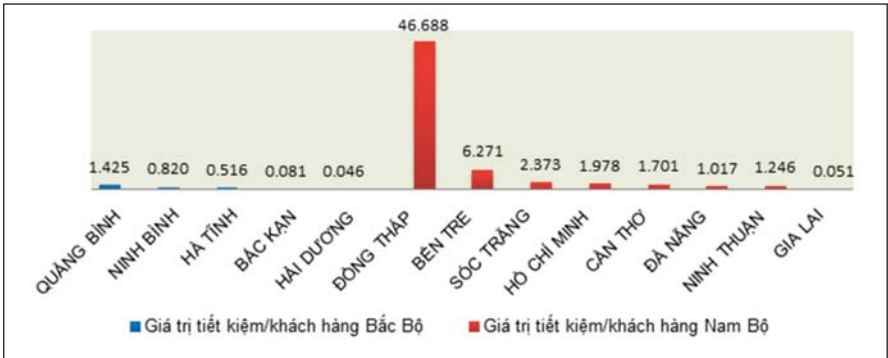
Nguồn: VMFWG, Tính toán dựa trên số liệu điều tra hoạt động tổ chức TCVM trên 21 tỉnh thành, 2015-2016.

Bàn về hiệu quả huy động vốn tiết kiệm tại các TCTCVM, quan sát từ Hình 2.5, không khó nhận ra sự khác biệt rất lớn về giá trị các khoản huy động từ tiết kiệm/khách hàng tại các TCTCVM ở miền Nam so với các tổ chức ngoài miền Bắc. Trong khi quy mô huy động từ vốn tiết kiệm trên mỗi khách hàng tại hầu hết các TCTCVM miền Bắc chỉ dao động quanh ngưỡng 1 triệu đồng, thì giá trị tham gia tiết kiệm vi mô/khách hàng tại các TCTCVM trong miền Nam có độ biến thiên

rất lớn: Quỹ hỗ trợ phụ nữ nghèo tỉnh Đồng Tháp đạt mức huy động/khách hàng cao nhất (46,7 triệu đồng), trong khi mức thấp nhất thuộc về Quỹ hỗ trợ phụ nữ phát triển tỉnh Gia Lai (50.000 đồng). Dựa trên số liệu điều tra thu được từ khảo sát hoạt động TCVM tại 21 tỉnh thành, nhóm nghiên cứu tính toán được trung bình mỗi khách hàng miền Nam tham gia vào các gói tiết kiệm vi mô ở mức 10,087 triệu đồng, con số này gấp hơn 10 lần so với mức tham gia tiết kiệm vi mô của các hộ dân miền Bắc (0,860 triệu đồng). Từ những kết quả ở trên, có thể kết luận rằng về cả số lượng cũng như chất lượng huy động các khoản tiền gửi, TCTCVM phía Nam đều thể hiện sự vượt trội hơn hẳn so với các tổ chức ngoài miền Bắc.

Hình 2.6: Giá trị tiết kiệm/khách hàng tại các TCTCVM Bắc Bộ và Nam Bộ

Đơn vị: Triệu đồng



Nguồn: VMFWG, Tính toán dựa trên số liệu điều tra hoạt động tổ chức TCVM trên 21 tỉnh thành, 2015-2016.

2.2.1.2. Nghiên cứu tình huống: Phân tích thực trạng huy động vốn tại 03 TCTCVM chính thức

Trọng tâm phần này hướng vào việc nghiên cứu, tìm hiểu quá trình phát triển sản phẩm huy động vốn tại ba TCTCVM cụ thể gồm TYM, M7 và Thanh Hóa MFI. Do CEP mới được cấp phép chính thức hóa

Chương 2: Thực trạng sản phẩm dịch vụ Tài chính vi mô tại Việt Nam: phân tích và đánh giá

vào ngày 28/10/2016, nên chưa đánh giá được sự khác biệt của hoạt động huy động vốn trước và sau khi chuyển đổi của CEP chưa rõ ràng.

Điểm chung quan trọng nhất đó là hiện nay cả ba tổ chức được nghiên cứu trong này đều đã chuyển đổi thành công từ mô hình TCTCVM bán chính thức sang hoạt động chính thức. Tuy nhiên, do quá trình chuyển đổi của ba tổ chức này có những khác biệt về cơ cấu, mô hình và thời gian, nghiên cứu này sẽ lần lượt đi sâu phân tích từng trường hợp cụ thể, từ đó đưa ra một số nhận định về tác động của quá trình chuyển đổi tới quá trình phát triển sản phẩm huy động vốn tại ba TCTCVM nói trên.

Đặc điểm chung của các tổ chức chính thức

Ba đặc điểm chung của các tổ chức chính thức là (i) địa bàn hoạt động tương đối manh mún, (ii) quy mô huy động tiết kiệm tăng lên rất ấn tượng sau khi chuyển đổi chính thức, và (iii) tiết kiệm dần trở thành nguồn vốn quan trọng nhất cho hoạt động của tổ chức.

(i) Địa bàn hoạt động tương đối manh mún: Nhìn chung, địa bàn hoạt động của các TCTCVM là tương đối rộng xét theo địa bàn tỉnh/thành phố. Tuy nhiên, tại mỗi tỉnh/thành phố, chỉ có một số huyện có hoạt động TCVM và hoạt động này cũng không bao phủ toàn bộ các phường/xã trong quận/huyện/thị trấn đó và không chỉ tập trung tại các huyện, xã vùng sâu, vùng xa. Sự phân bố như trên là tương đối manh mún, khó tạo nên sức mạnh quy mô tập trung cho các TCTCVM, trừ trường hợp như của CEP TP. HCM – có mặt trên hầu hết quận/huyện/thị trấn của TP. HCM.

Tuy vậy, đặc trưng này hoàn toàn phù hợp với chiến lược tập trung vào các phân đoạn thị trường ngách, do các khách hàng TCVM chủ yếu là những người thu nhập thấp, khó tiếp cận hoặc không tiếp cận đầy đủ tới các dịch vụ tài chính chính thức khác. Do vậy, một số TCTCVM (như TYM, CEP, M7-MFI) lựa chọn cách tiếp cận nhỏ ở nhiều địa bàn khác nhau (TYM có chi nhánh ở 10 tỉnh trên toàn quốc; CEP

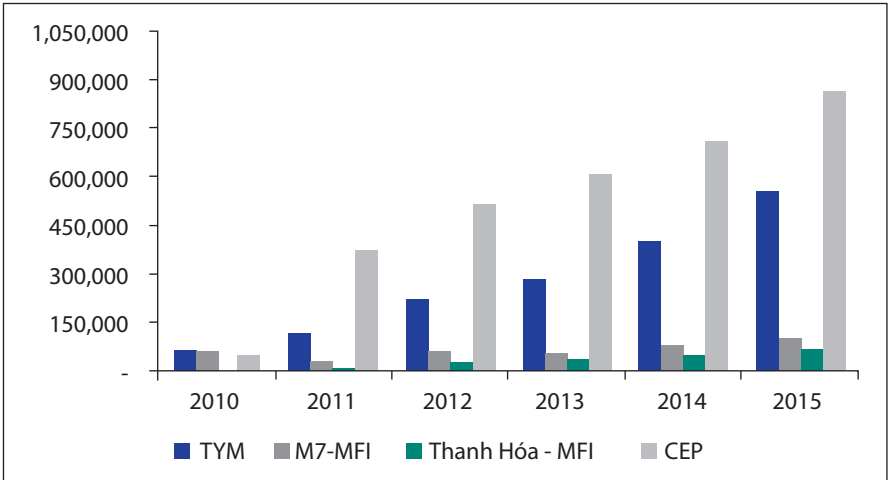
có 28 chi nhánh ở TP. HCM và 6 tỉnh/thành phố khác, M7-MFI có 03 chi nhánh ở 02 tỉnh) hoặc tập trung tại địa bàn một tỉnh (đối với hầu hết các TCTCVM còn lại). Khác với quan điểm TCTCVM chỉ hoạt động ở vùng sâu - vùng xa, cách tiếp cận đa chiều với địa bàn đa dạng như hiện nay tạo cơ hội tốt hơn cho các TCTCVM tăng cường khả năng bền vững do giảm thiểu các chi phí giao dịch tại các địa bàn khó khăn. Theo nhóm nghiên cứu, địa bàn ngoại ô và thành thị trong thời gian tới vẫn sẽ rất hấp dẫn đối với các TCTCVM, do nhu cầu dịch vụ TCVM của khách hàng doanh nghiệp siêu nhỏ và hộ gia đình thu nhập thấp trong khu vực này vẫn chưa được đáp ứng đầy đủ.

(ii) Quy mô huy động tiết kiệm tăng lên rất ấn tượng sau khi chuyển đổi chính thức.

So sánh trong giai đoạn 2010-2015, các TCTCVM này đều có sự tăng trưởng huy động tiết kiệm rất ấn tượng.

Hình 2.7: Quy mô huy động tiết kiệm của 4 TCTCVM chính thức giai đoạn 2010-2015

Đơn vị: triệu VND



Nguồn: Báo cáo của các TCTCVM cho NHNN, 2015

Chương 2: Thực trạng sản phẩm dịch vụ Tài chính vi mô tại Việt Nam: Phân tích và đánh giá

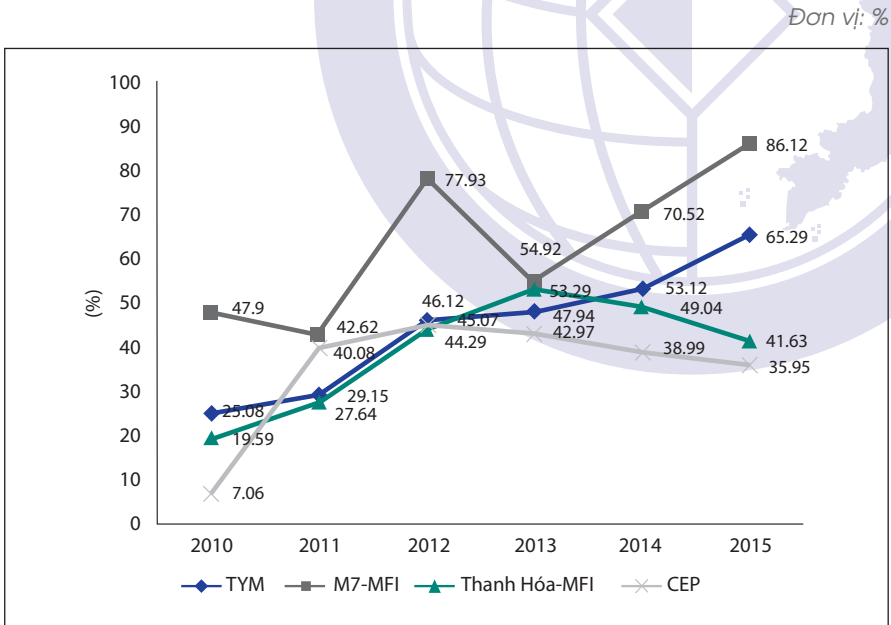
Trong số các tổ chức này, CEP là đơn vị huy động tiết kiệm lớn nhất trên thị trường, với mức 862,248 triệu VND năm 2015. Tuy vậy, tỷ lệ tăng trưởng tiết kiệm của CEP chỉ trung bình từ 16-22%/năm, do trước 2015, CEP chưa chính thức chuyển đổi. Với TYM, tổ chức lớn thứ hai trên thị trường và là tổ chức chính thức đầu tiên, mức tiết kiệm đã tăng từ 71,068 triệu VND năm 2010 lên 560,147 triệu VND năm 2015. Mức tăng trưởng tiết kiệm là cao nhất - đạt trung bình 53% trong 5 năm qua.

Hai tổ chức TYM và M7-MFI hiện tại đều hoạt động với nguồn vốn chủ yếu từ tiết kiệm tự nguyện, nguồn huy động này gấp 3-4 lần tiết kiệm bắt buộc. Tuy vậy, khả năng huy động vốn từ thị trường thứ cấp (giữa các TCTD với nhau) và từ NHNN của các TCTCVM này vẫn chưa được cải thiện, do cả TYM và M7- MFI, Tổ chức TCVM Thanh Hóa đều chưa được tham gia thị trường liên ngân hàng. Bên cạnh đó, TYM và M7-MFI đã thực hiện huy động tiền gửi tiết kiệm từ công chúng, nhưng cách thức và lãi suất huy động tiền gửi chưa linh hoạt và chưa hấp dẫn như các TCTD khác trên cùng địa bàn (ví dụ: QTDND, một số NHTM).

(iii) Tiết kiệm dần trở thành nguồn vốn quan trọng nhất cho hoạt động của tổ chức.

Đối với 4 tổ chức này, tiết kiệm ngày càng trở thành nguồn vốn quan trọng tài trợ cho hoạt động. Điều này thể hiện thông qua mức độ tăng lên của tỷ trọng huy động tiết kiệm trên dư nợ tín dụng.

Hình 2.8: Tỷ trọng huy động tiết kiệm trên dư nợ tín dụng của 4 TCTCVM chính thức, giai đoạn 2010-2015



Nguồn: Báo cáo của các TCTCVM cho NHNN, 2015

Xu hướng chung của cả 4 tổ chức là tỷ trọng tiết kiệm/tín dụng ngày càng tăng lên, từ 7-47% năm 2010 lên tới mức 35-86% năm 2015. Trong số 4 tổ chức, M7-MFI dựa chủ yếu vào nguồn tiết kiệm ngay từ 2010, và hiện nay tới 86.12% tín dụng được tài trợ bởi huy động tiết kiệm. TYM cũng tận dụng nguồn vốn tiết kiệm rất tốt, với mức 65.29% năm 2015. Cả Thanh Hóa và CEP cũng đang theo xu hướng ngày càng coi huy động tiết kiệm là nguồn quan trọng nhất cho hoạt động tín dụng của mình. Đây là xu hướng tích cực, thể hiện sự tự chủ độc lập và phát triển bền vững của tổ chức, cũng là cơ sở để tăng nền khách hàng thường xuyên, bán chéo các sản phẩm khác nhau.

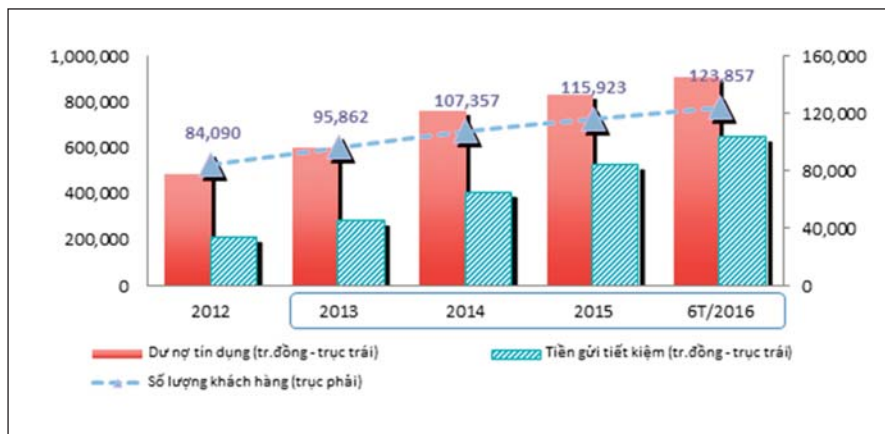
❖ Trường hợp nghiên cứu về huy động vốn tại TYM

TYM là TCTCVM chính thức đầu tiên tại Việt nam được huy động tiết kiệm bắt buộc và tự nguyện nhằm tạo dựng thói quen tiết kiệm cho

người dân để người dân có được nguồn vốn tự có sau một quá trình tham gia cũng như bổ sung vào nguồn vốn để tiếp tục hỗ trợ cho vay đến những người dân nghèo ở các địa bàn mới, đồng thời tăng mức vốn cho vay đối với khách hàng ở các lần vay tiếp theo. Sau khi được cấp phép, TYM đã triển khai một số sản phẩm, chương trình huy động tiết kiệm, đồng thời thường xuyên tiến hành các nghiên cứu, đánh giá sự phù hợp của sản phẩm với nhu cầu của khách hàng, phù hợp với các quy định của pháp luật từ đó điều chỉnh và tiến tới hoàn thiện các sản phẩm.

Cụ thể, tổng tiền gửi tiết kiệm tính đến hết năm 2013 đạt 276 tỷ đồng, tăng 30% so cùng kỳ năm ngoái. Đặc biệt sau khi được cấp Giấy phép, tổng mức huy động tiết kiệm của TYM tăng lên gần gấp đôi ngay trong năm đầu tiên đạt mức 403 tỷ đồng, tiếp tục tăng lên đến 522 tỷ đồng trong năm 2015 và đạt mức trên 643 tỷ đồng tại thời điểm 6 tháng đầu năm 2016. Có thể nói kết quả huy động tiết kiệm ấn tượng của TYM chính là lời khẳng định chắc chắn rằng người nghèo hoàn toàn có khả năng tiết kiệm nếu có cơ chế và sản phẩm phù hợp.

Hình 2.9: Thực trạng huy động vốn tại TYM, 2012-6/2016



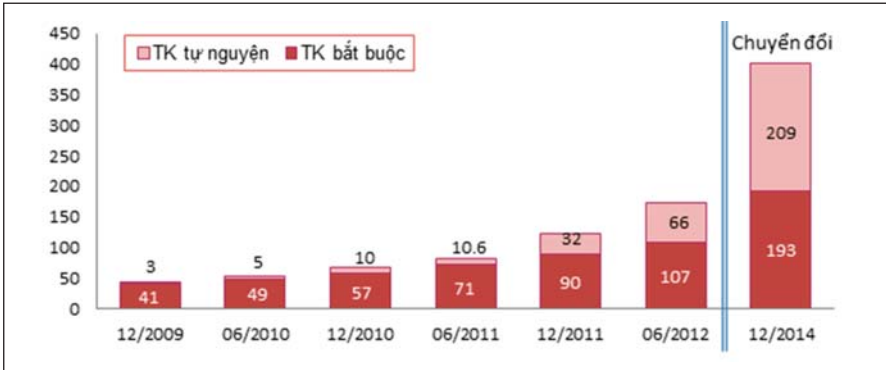
Nguồn: TYM (2016)

Thành công trong huy động vốn từ tiết kiệm của TYM có thể được giải thích theo các nguyên nhân sau:

Thứ nhất, do tính sở hữu và mô hình tổ chức của TYM đã tạo ra lợi thế và danh tiếng cho TYM trong việc thu hút các khoản tiền gửi cũng như tạo dựng niềm tin vững chắc từ người gửi tiền. Cụ thể, TYM là trường hợp đặc biệt và duy nhất có cơ quan chủ quản là HLHPN cấp Trung ương. Ngoài ra, TYM có mạng lưới với 59 chi nhánh, phòng giao dịch hoạt động rộng khắp trên 56 huyện, 481 xã và đội ngũ nhân viên với tổng số trên 400 cán bộ⁶⁸. Những thuận lợi đó đã giúp TYM không ngừng thu hút khách hàng không những trên khắp địa bàn cả nước mà còn ở những vùng sâu, vùng xa, từ đó tăng tổng số khách hàng từ 84 nghìn người vào năm 2012 đến hơn 120 nghìn người tính đến thời điểm 6 tháng đầu năm 2016.

Thứ hai, khả năng huy động vốn cũng được coi là điểm lợi thế lớn nhất của TYM nói riêng và 03 TCTCVM chính thức nói chung, nhất là nguồn tiền gửi tiết kiệm tự nguyện của cá nhân và tổ chức. Đặc biệt, sau khi được cấp Giấy phép, tổng mức huy động tiết kiệm tự nguyện của TYM đã tăng vô cùng ấn tượng dẫn tới tổng tiền gửi tiết kiệm nói chung có sự chuyển biến rõ rệt.

Hình 2.10: Tiết kiệm bắt buộc và tiết kiệm tự nguyện tại TYM giai đoạn 2009-2014



Nguồn: MIX (2016)

68

Mặc dù tổng tiền gửi tiết kiệm tự nguyện tại TYM giai đoạn 2009-6/2011 chỉ vào khoảng 3-10,6 tỷ đồng (chiếm 0,7 - 0,13% tổng tiền gửi tiết kiệm), song con số này tăng lên nhanh chóng kể từ giữa năm 2011 cho đến cuối năm 2014, từ 32 tỷ đồng lên 209 tỷ đồng và nâng tỷ trọng tiền gửi tiết kiệm tự nguyện lên mức 52%, vượt trên cả tỷ trọng của tiền gửi tiết kiệm bắt buộc.

Thứ ba, tiêu chí “đơn giản, an toàn, nhanh chóng và thuận tiện” trong thiết kế sản phẩm đã giúp TYM có thể cung cấp đa dạng các sản phẩm tiết kiệm tự nguyện không kỳ hạn, tiết kiệm có kỳ hạn, tiết kiệm bắt buộc và tiết kiệm gửi góp với các mức gửi linh hoạt từ 5.000 đồng/lần gửi. Điểm mạnh trong chính sách thu hút tiết kiệm của TYM chính là không ngại huy động các khoản nhàn rỗi rất nhỏ từ khách hàng, cơ chế thu trả linh động, thuận tiện và tin cậy. TYM cũng đã thực hiện điều chỉnh các quy định về mức thu tiết kiệm bắt buộc áp dụng linh hoạt theo từng địa bàn, các quy định liên quan đến khách hàng tiết kiệm, lãi suất linh hoạt theo biến động của thị trường, đồng thời triển khai một số chiến dịch huy động tiết kiệm tại các địa bàn. Có thể nói, việc quy định một mức thu tiết kiệm bắt buộc thấp hơn phù hợp với điều kiện của từng địa phương đã giúp TYM xóa bỏ rào cản cho các hộ gia đình và các cá nhân có mức sống nghèo và cận nghèo, mở ra nhiều cơ hội cho họ tiếp cận với các dịch vụ của TCVM.

Thứ tư, sự tiếp cận nhanh chóng với các khoản tiền gửi hay nói một cách khác, với việc cung cấp các sản phẩm tiết kiệm có tính thanh khoản cao, TYM nói riêng và các TCTCVM nói chung đã có nhiều thuận lợi hơn trong việc thu hút tiền gửi tiết kiệm. Cụ thể, đối với các khoản tiết kiệm bắt buộc, người gửi tiền có thể rút tiền khi số dư đạt tối thiểu 1.5 triệu đồng còn đối với các khoản tiết kiệm tự nguyện, người gửi tiền có thể rút bất cứ thời điểm nào họ muốn. Ngược lại, nhằm tạo động cơ thúc đẩy người gửi tiền tăng số tiền gửi tiết kiệm và hạn chế việc rút tiền quá thường xuyên, TYM đã quy định tỷ lệ lãi suất đối với cả hai loại tiền gửi tiết kiệm bắt buộc và tự nguyện là

0.3%/tháng. Một yếu tố khác ảnh hưởng tích cực tới chất lượng của hoạt động huy động tiết kiệm tại TYM đó là số lượng khách hàng.

Bảng 2.2. Số liệu vận hành tại TYM giai đoạn sau chuyển đổi

Chỉ tiêu	2013	2014	2015	2016
Số xã	390	431	459	481
Tổng số khách hàng	96,127	107,483	116,442	123,857
Số khách hàng gửi tiết kiệm	3,401	3,107	3,748	
Số chi nhánh, phòng giao dịch	53	57	55	59
Số cán bộ kĩ thuật	240	258	248	258
Tổng cán bộ	377	397	394	429
Số KH/cán bộ kĩ thuật	401	417	470	480

Nguồn: TYM (2016)

Là một tổ chức đã trải qua quá trình phát triển tương đối dài với các hình thức khác nhau trước khi trở thành tổ chức TCVM chính thức, TYM nhận thấy đối với một tổ chức bán chính thức, có lẽ cả hiệu quả tài chính và hiệu quả xã hội chưa thực sự là vấn đề được tính toán và suy xét một cách thấu đáo. Thông thường, quản lý hiệu quả tài chính tại một tổ chức vi mô bán chính thức chỉ là hạch toán đơn giản với hệ thống thu chi đảm bảo thu đủ bù chi, nguồn vốn hoạt động dựa nhiều vào các nhà tài trợ trong khi nguồn tiết kiệm còn hạn chế do không được huy động tiết kiệm có kỳ hạn, đặc biệt là huy động tiết kiệm từ công chúng. Các chỉ số cũng được xem xét đến tuy nhiên chưa được quan tâm đầy đủ và mới chỉ sử dụng các chỉ số đơn giản. Đặc biệt, với các mục tiêu về xã hội, do hoạt động tài chính chưa đủ mạnh nên cũng sẽ chủ yếu dựa vào các nguồn tài trợ, vì vậy các hoạt động xã hội thường mang tính nhỏ lẻ, không thường xuyên và không có kế hoạch dài hạn, tổng thể, thậm chí lúc có lúc không có vì phụ thuộc vào ngân sách của từng thời điểm. Chính vì thế, hiệu

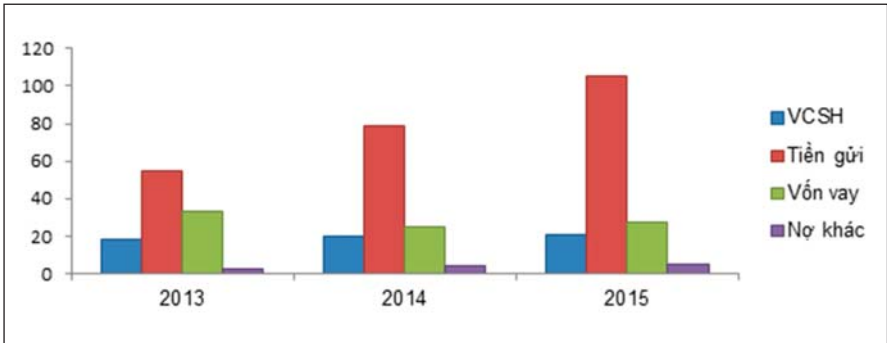
quả xã hội về một tổng thể sẽ không mang lại nhiều lợi ích bền vững cho các khách hàng.

❖ Trường hợp nghiên cứu về huy động vốn tại M7-MFI

M7-MFI được NHNN chính thức cấp phép thành lập và hoạt động ngày 13/01/2012 và chính thức hoạt động từ năm 2013. Tổ chức này ra đời trên cơ sở chuyển đổi hoạt động TCVM của Quỹ hỗ trợ phụ nữ miền núi phát triển huyện Mai Sơn tỉnh Sơn La, Quỹ hỗ trợ phụ nữ Đông Triều, tỉnh Quảng Ninh (thành lập năm 2007) và Quỹ khuyến khích phụ nữ phát triển thị xã Uông Bí (thành lập năm 2004).

Hình 2.11: Cơ cấu vốn hoạt động của M7-MFI sau chuyển đổi (2013-2015)

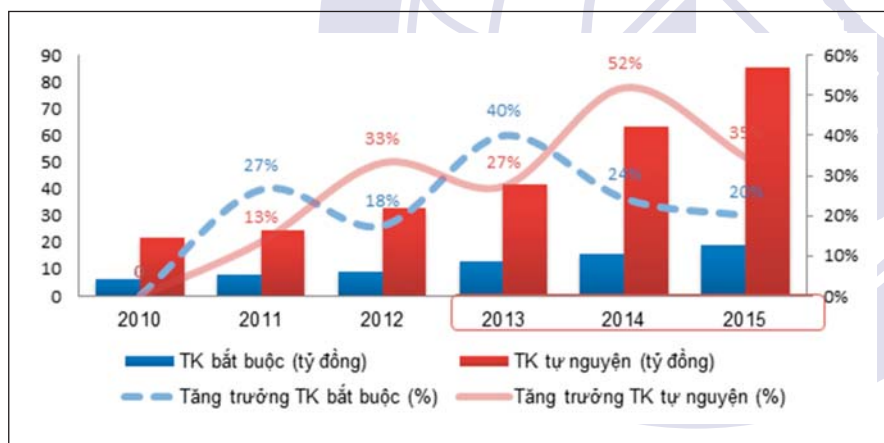
Đơn vị: Tỷ VND



Nguồn: M7-MFI (2016)

Sau thời điểm chuyển đổi năm 2012, cơ cấu vốn của M7-MFI đã có sự thay đổi khá mạnh: tính đến tháng 12/2015, tổng tài sản của M7-MFI là 158,5 tỷ đồng, trong đó cơ cấu huy động vốn của M7-MFI bao gồm 13% vốn chủ sở hữu, 66,7% dư nợ tiết kiệm, 17% vốn vay và 3% là nợ khác. Có thể nói, nguồn vốn của M7-MFI chủ yếu đến từ nguồn tiền gửi của thành viên là 105,7 tỷ đồng, chiếm 66,7% tổng tài sản và tăng gấp rưỡi so với thời điểm bắt đầu hoạt động (tháng 1/2013).

Hình 2.12: Cấu phần dư nợ tiết kiệm của M7-MFI, 2010 - 2015



Nguồn: MIX (2016) và tính toán của tác giả

Cũng giống như TYM, M7-MFI chứng kiến đà tăng tốc mạnh mẽ trong tổng tiết kiệm sau khi chuyển đổi. Giai đoạn 2010-2014, tổng tiết kiệm tăng nhanh nhất trong 3 năm sau khi chuyển đổi. Cụ thể, số dư tiết kiệm tăng lần lượt là 29% trong năm 2011 - 2012; 30% trong năm 2012-2013; 46% trong năm 2013 - 2014 và 32% trong năm 2014 - 2015. Tại thời điểm cuối tháng 12/2015, tổng dư tiết kiệm của M7-MFI đạt mức 104,3 tỷ đồng, trong đó tiết kiệm tự nguyện là 85,4 tỷ đồng, chiếm 82% tổng tiết kiệm. Nhìn chung, tiết kiệm tự nguyện trong các năm sau chuyển đổi tăng mạnh với tỉ lệ tăng trung bình là 35%/năm. Đây là tác động rõ rệt nhất của việc chuyển đổi thành TCTCVM chính thức đối với kết quả hoạt động của M7-MFI. Khi trở thành TCTCVM chính thức, một mặt M7-MFI được phép huy động tiết kiệm tự nguyện từ công chúng, mặt khác, kết hợp với việc cung cấp lãi suất gửi tiết kiệm thường cao hơn 0,5%/năm so với các NHTM, nên tiết kiệm tự nguyện đóng vai trò trọng yếu trong việc gia tăng nguồn vốn hoạt động của M7-MFI. Song, việc tăng huy động tiết kiệm tự nguyện nhanh chóng có thể dẫn đến thách thức trong việc quản lý thanh khoản và rủi ro của M7-MFI. Thực tế chỉ ra rằng, khó khăn lớn nhất của tổ chức trong hoạt động cung cấp sản phẩm tiết kiệm là quy

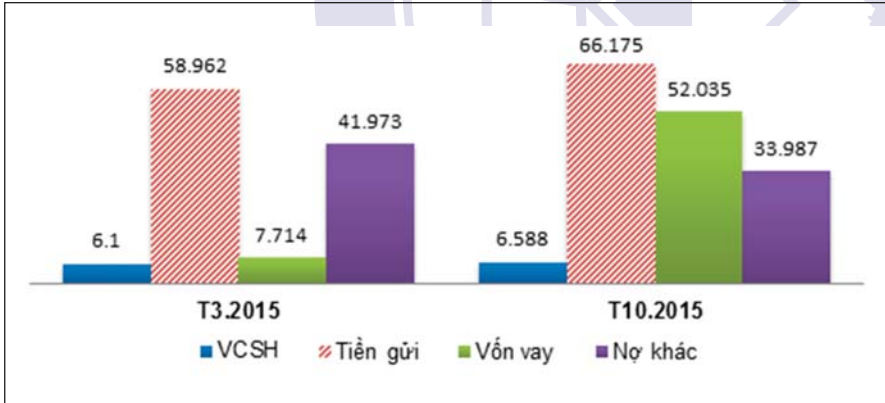
định về mức gửi tối đa/khách hàng theo Thông tư 08/2009/NHNN về việc nhận tiết kiệm bắt buộc và tiết kiệm tự nguyện của khách hàng tài chính quy mô nhỏ không quá 300.000 đồng/lần gửi/khách hàng tại điểm giao dịch. Với quy định này, khách hàng phải đến phòng giao dịch hoặc chi nhánh mới có thể gửi mức tiết kiệm lớn hơn. Điều này làm hạn chế khả năng huy động tiền gửi của tổ chức (Nguyễn Kim Anh, 2016).

❖ Trường hợp nghiên cứu: Thanh Hóa MFI

Nhìn chung, mặc dù mới chính thức hoạt động từ tháng 3/2015, cơ cấu huy động vốn của Thanh Hóa MFI đã cho thấy những chuyển biến rõ rệt. Tính đến hết 10/2015, tổng tài sản của Thanh Hóa MFI là 158,8 tỷ đồng, tăng 38,4% so với thời điểm chính thức hoạt động. Trong đó, vốn chủ sở hữu là 6,6 tỷ đồng, chiếm 4,15% tổng tài sản; tiền gửi là 66,2 tỷ đồng, chiếm 41,68% nguồn vốn; vốn vay là 52 tỷ đồng, chiếm 32,77% nguồn vốn và nợ khác chiếm 21,4% nguồn vốn. Đặc biệt, có thể nhận thấy sự gia tăng đột biến của vốn vay từ 7,7 tỷ tại thời điểm chính thức hoạt động lên 52 tỷ đồng vào thời điểm cuối tháng 10/2015, tăng 575% chỉ trong 7 tháng. Vốn vay này tăng chủ yếu là nguồn vốn vay ngắn hạn từ các tổ chức và cá nhân với mức 32,2 tỷ đồng, chiếm 62% tổng vốn vay. Đây là thành tựu nổi bật mà Thanh Hóa MFI có được sau khi được cấp phép để tăng nguồn vốn hoạt động.

Hình 2.13: Cơ cấu vốn hoạt động của Thanh Hoá MFI năm 2015

ĐVT: Tỷ đồng



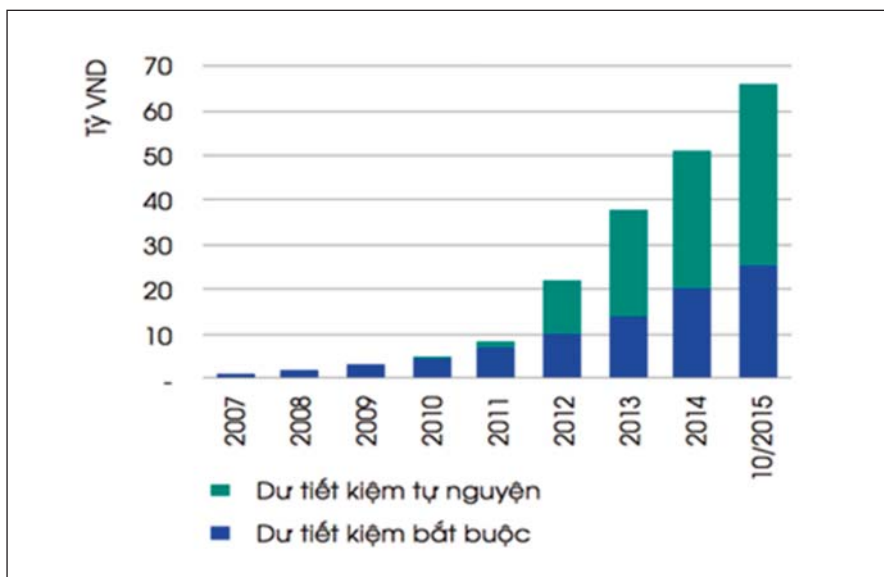
Nguồn: Thanh Hoá MFI (2016)

Sau chuyển đổi, nhằm tận dụng tối đa lợi thế của một TCTCVM chính thức đem lại, Thanh Hóa MFI bắt đầu chú trọng phát triển và cải tiến sản phẩm tiết kiệm để tăng nguồn vốn huy động tiết kiệm từ thành viên cũng như từ công chúng. Tính đến thời điểm hiện tại, Thanh Hóa MFI cung cấp 2 loại sản phẩm tiết kiệm: tiết kiệm bắt buộc và tiết kiệm tự nguyện. Tổ chức yêu cầu các thành viên đóng tiết kiệm bắt buộc với một khoản tiền cố định/lần hợp cùm (1 lần/tháng). Các thành viên có thể rút khoản tiết kiệm bắt buộc trong trường hợp khẩn cấp, nhưng số dư tiết kiệm tối thiểu phải đạt 300.000 đồng. Ngoài ra, trong 3 năm đầu sau chuyển đổi, Thanh Hóa MFI cũng sẽ cung cấp sản phẩm tiết kiệm tự nguyện không giới hạn hạn mức, kỳ hạn hoặc loại tiền gửi đối với các khách hàng là thành viên cũng như không phải là thành viên của tổ chức. Nếu khách hàng gửi TKTN không phải là thành viên của tổ chức, họ phải cư trú tại những địa bàn mà Thanh Hóa MFI hoạt động.

Về tăng trưởng tiết kiệm: Từ năm 2007-2014, khi còn là Quỹ FPW, tổng tiết kiệm của Thanh Hóa MFI có mức tăng trưởng đột biến, đặc biệt là tiết kiệm tự nguyện. Cụ thể, trong các năm 2011-2012, tiết kiệm tự

nguyên của Thanh Hóa MFI có tốc độ tăng trưởng lần lượt là 700%, 678% và tiếp tục tăng trong các năm tiếp theo với mức tăng trưởng trung bình là 65%. Tính đến tháng 10/2015, tổng tiết kiệm của Thanh Hóa MFI là 66,2 tỷ đồng, trong đó tiết kiệm tự nguyện chiếm 62% và phần còn lại thuộc tiết kiệm bắt buộc.

Hình 2.14: Tăng trưởng dư nợ tiết kiệm của Thanh Hóa MFI



Nguồn: MIX (2016)

Việc tăng quy mô tiết kiệm, đặc biệt là tiết kiệm tự nguyện nhanh chóng chính là lý do, kỳ vọng của Thanh Hóa MFI khi chuyển đổi thành TCTCVM chính thức. Đây cũng có thể coi là tín hiệu tích cực khi uy tín của tổ chức đối với công chúng được xây dựng ngay trong quá trình chuyển đổi (Nguyễn Kim Anh, 2016).

Bảng 2.3. Cấu phần huy động tiết kiệm của Thanh Hóa MFI, 2007 - 10/2015

Năm	TK bắt buộc (tỷ đồng)	TK tự nguyện (tỷ đồng)	Tăng trưởng TK bắt buộc (%)	Tăng trưởng TK tự nguyện (%)
2007	0.998	-	-	-
2008	1.814	-	82%	-
2009	3.022	-	67%	-
2010	4.535	0.192	50%	-
2011	6.942	1.537	53%	701%
2012	10	11.95	44%	677%
2013	14.017	23.862	40%	100%
2014	20.24	30.804	44%	29%
T10.2015	25.205	40.97	25%	33%

Nguồn: MIX (2016) và tính toán của nhóm nghiên cứu

2.2.1.3. Phân tích thực trạng sản phẩm dịch vụ huy động vốn của các TCTCVM trên quan điểm khách hàng

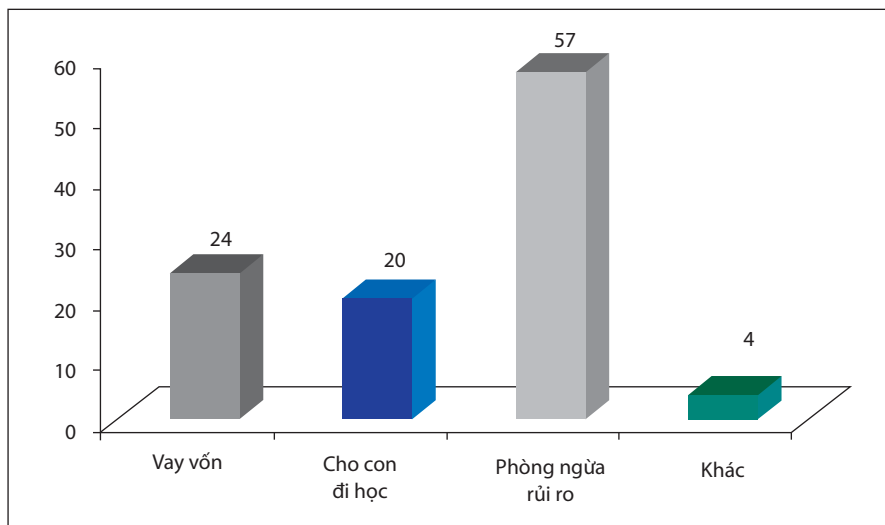
Thông qua phỏng vấn 300 khách hàng TCVM tại 5 TCTCVM, các nội dung sau thể hiện một phần quan điểm của các KH TCVM về sản phẩm dịch vụ huy động vốn.

Thứ nhất, hầu hết các khách hàng TCVM được hỏi đều đã và đang có tiết kiệm (62%), trong đó 42,2% hiện còn tiết kiệm tại TCTCVM. Ngoài ra, một số khách hàng cũng đang gửi tại TCTCVM và cũng gửi tại các tổ chức khác như Quỹ TDND (5%), Ngân hàng No&PTNT Việt Nam (14%), giữ tại nhà dưới dạng vàng bạc đá quý (2%), và có tới 11,8% khách hàng đang tham gia hội họ tại địa phương. Điều này chứng tỏ khả năng tiết kiệm của khách hàng TCVM là khá tốt, kể cả khách hàng thu nhập thấp và rất thấp.

Mục đích gửi tiết kiệm tại TCTCVM cũng rất đa dạng, không chỉ là vì được là thành viên để vay vốn.

Hình 2.15: Mục đích gửi tiết kiệm tại TCTCVM của khách hàng

Đơn vị: % / tổng KH hiện gửi tiết kiệm



Nguồn: Các tác giả, kết quả xử lý dữ liệu phỏng vấn khách hàng, 2016

Chủ yếu khách hàng gửi để phòng ngừa rủi ro (57%), sau đó mới tới các mục đích khác như để vay vốn thông qua tiết kiệm bắt buộc (24%), và đầu tư cho tương lai để con đi học (20%). Như vậy, tiết kiệm bắt buộc dần dần chỉ là một phần, và khách hàng dần chuyển sang tăng cường sử dụng sản phẩm tiết kiệm tự nguyện tại TCTCVM.

Thông qua phỏng vấn khách hàng về các lý do chính để khách hàng lựa chọn gửi tiết kiệm tại TCTCVM, thứ tự ưu tiên được sắp xếp như sau:

Bảng 2.4. Các lý do chính để khách hàng gửi tiết kiệm tại TCTCVM

Mức độ	Lý do	Tỷ lệ (%)
1	Là điều kiện bắt buộc để vay vốn	53
2	Địa điểm thuận tiện, gần nhà	42
3	Thái độ phục vụ tốt	40
4	Thủ tục giấy tờ đơn giản	39
5	Gửi ít cũng được	38
6	Bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó	37
7	Năng lực của cán bộ tốt	35
8	Thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp	35
9	Uy tín trong cộng đồng cao	29
10	Tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao	24
11	Nhiều sản phẩm để lựa chọn	10
12	Lãi suất hấp dẫn	10
13	Có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn	5

Nguồn: Các tác giả, kết quả xử lý dữ liệu phỏng vấn khách hàng, 2016

Kết quả này thể hiện các điểm mạnh – yếu của các TCTCVM trong cung cấp các sản phẩm tiết kiệm. Bên cạnh lý do gửi tiết kiệm bắt buộc để được là khách hàng – được vay vốn – được tham gia các hoạt động chung của tổ chức (53%), các TCTCVM cũng có một số điểm mạnh trong huy động tiết kiệm cần được phát huy như sau: địa điểm thuận tiện gần nhà (42%), thái độ phục vụ tốt (40%), thủ tục giấy tờ đơn giản (39%), và nhiều điểm mạnh khác.

Tuy vậy, các điểm yếu về sản phẩm dịch vụ tiết kiệm của TCTCVM trên quan điểm khách hàng là: hầu như không có chương trình khuyến mãi hay marketing truyền thông, lãi suất không hấp dẫn, ít sản phẩm.

Bảng 2.5. Đánh giá mức độ ưu tiên của khách hàng TCVM khi lựa chọn gửi tiết kiệm

(đơn vị: % tỷ trọng KH chọn trả lời)

Tiêu chí	Mức độ quan trọng nhất (1= ít quan trọng, 5= quan trọng nhất)				
	1	2	3	4	5
Lãi suất	5.1	0.7	6.6	8	79.6
Mức độ an toàn	7.1	7.1	13.4	11.8	60.6
Uy tín trong cộng đồng	4.9	1.9	10.7	22.3	60.2
Thái độ phục vụ	6.3	10.7	12.5	21.4	49.1
Thanh khoản	3.4	5.2	20.7	32.8	37.9
Địa điểm	8.6	10.2	18	25.8	37.5
Thủ tục	7.1	16.7	25.4	23.8	27
Thời hạn	7.8	7.8	35.3	24.1	25
Mức tiết kiệm tối thiểu	10.8	13.5	47.7	16.2	11.7
Cách thức nộp tiền định kỳ	3.7	25.2	40.2	21.5	9.3
Khuyến mãi - chăm sóc khách hàng	28.6	12.2	29.6	21.4	8.2
Mức đóng hàng kỳ	10.6	15.9	46.9	18.6	8
Sản phẩm đa dạng	11.1	12.1	44.4	26.3	6.1

Nguồn: Các tác giả, kết quả xử lý dữ liệu phỏng vấn khách hàng, 2016

Đối với KH, các tiêu chí quan trọng nhất khi lựa chọn gửi tiết kiệm tập trung vào (1) lãi suất cao (79,6% cho là quan trọng nhất, trong khi chỉ có 5,1% trả lời là ít quan trọng nhất) , (2) mức độ an toàn (60,6% cho là quan trọng nhất) , và (3) uy tín trong cộng đồng cao (60,2% cho là quan trọng nhất).

Trong khi đó, các vấn đề như cách thức nộp tiền định kỳ, chăm sóc khách hàng, sản phẩm đa dạng chưa phải là các ưu tiên của khách

hàng tiết kiệm. Do vậy, các TCTCVM muốn huy động được tiết kiệm tốt cần tập trung đáp ứng các nhu cầu ưu tiên của khách hàng.

2.2.2. Đánh giá

2.2.2.1. Các thành tựu/kết quả đạt được

Các TCTCVM đã đạt được các kết quả quan trọng trong huy động vốn như sau :

Thứ nhất, quy mô tiền gửi tiết kiệm ngày càng tăng lên, đặc biệt là tiền gửi tiết kiệm tự nguyện của các tổ chức chính thức. Thời gian qua các TCTCVM tại Việt Nam đã huy động được nguồn lực tài chính tương đối tốt và có sự khá đa dạng so với các giai đoạn trước đây nhằm đảm bảo cho sự tăng trưởng của tổ chức. Đặc biệt, M7-MFI là TCTCVM đầu tiên được cấp chứng nhận bảo hiểm tiền gửi vào tháng 05/2015 góp phần củng cố niềm tin của người dân vào tổ chức giúp cho việc huy động được dễ dàng hơn và chủ động hơn trong việc sử dụng vốn trong hoạt động kinh doanh. Hiện tại, các tổ chức chính thức đều hoạt động dựa chủ yếu vào nguồn vốn tiết kiệm, trong đó chủ yếu là tiết kiệm tự nguyện.

Thứ hai, khả năng thanh khoản của các TCTCVM trong thời gian qua được đảm bảo khá tốt. Chưa có tổ chức bị rơi vào tình trạng rủi ro thanh khoản. Lý do chính là (i) tính chất đặc thù trong hoạt động là thu - phát vay theo kỳ (ngày, tuần, tháng) và thực hiện trong ngày đã giúp dòng tiền của TCTCVM khá đơn giản và dễ quản lý ; (ii) các TCTCVM được khách hàng rất tin cậy nên thường ít khi yêu cầu rút trước hàng loạt, và (iii) quy mô tiền gửi tiết kiệm tự nguyện còn ít, và thường loại tiền gửi bị KH rút trước không có trong kế hoạch chủ yếu là tiết kiệm tự nguyện.

Thứ ba, các TCTCVM có một số điểm mạnh trong phát triển các sản phẩm dịch vụ huy động vốn, tập trung vào (i) địa điểm thuận tiện, gần nhà khách hàng; (ii) thái độ phục vụ tốt, cán bộ huy động và tín dụng thường là một và rất hiểu biết, gần gũi khách hàng; (iii) thủ tục

giấy tờ đơn giản, và (iv) quy mô gửi đa dạng, kể cả rất ít cũng được chấp nhận.

2.2.2.2. Các hạn chế

Tuy đã đạt được một số thành tựu quan trọng trong huy động vốn, các TCTCVM vẫn đang đối mặt với rất nhiều hạn chế, cụ thể như sau:

Thứ nhất, quy mô tiền gửi tiết kiệm còn khiêm tốn, các hình thức huy động khác càng ngày càng khó khăn. Tổng tiền gửi của khách hàng chiếm khoảng 52% tổng nguồn vốn hoạt động của tổ chức TCVM và chỉ đáp ứng được 66% tổng dư nợ cho vay của tổ chức TCVM tương đương tỷ lệ cho vay trên tiền gửi là 153%. Trong khi đó, các nguồn ủy thác hay đi vay các nhà tài trợ quốc tế càng ngày càng thu hẹp, do xu hướng thay đổi trong tài trợ các dự án, trong điều kiện Việt nam đang tăng trưởng và trở thành quốc gia có thu nhập trung bình thấp.

Thứ hai, các sản phẩm huy động vốn kém đa dạng, chất lượng thấp. Một vấn đề rất lớn nhìn thấy từ việc cung cấp sản phẩm dịch vụ của các TCTCVM hiện nay tại Việt nam đó là nhiều sản phẩm không được thiết kế dựa trên nhu cầu và quan điểm kinh doanh - “định hướng thị trường” - mà chủ yếu kế thừa từ các dự án tài trợ, “sao chép” các sản phẩm dịch vụ từ môi trường nước ngoài. TCVM là loại hình duy nhất trên thế giới vẫn duy trì mô hình theo “định hướng sản phẩm” và các TCTCVM tại Việt Nam cần phải có một sự thay đổi về cách tiếp cận. Mặc dù một số TCTCVM đã nỗ lực cải tiến sản phẩm, nhưng số lượng sản phẩm dịch vụ được cung cấp bởi các TCTCVM vẫn kém đa dạng, chất lượng dịch vụ chưa thực sự cao. TYM và M7-MFI đã thực hiện huy động tiết kiệm từ công chúng, nhưng cách thức và lãi suất huy động tiền gửi chưa linh hoạt và chưa hấp dẫn như các TCTD khác trên cùng địa bàn làm hạn chế việc huy động vốn. Các TCTCVM bán chính thức thì chủ yếu cung cấp sản phẩm cho vay và huy động tiết gửi tiết kiệm bắt buộc, hầu như không cung cấp các sản phẩm dịch vụ khác. Việc cung cấp sản phẩm không “định hướng thị trường” đã và đang diễn ra hiện nay với các TCTCVM không còn phù hợp nữa khi mà các TCTCVM dần dần được chính

thức hoá, hoạt động dưới Luật và đặc biệt trong môi trường cạnh tranh. Việc cung cấp sản phẩm như hiện tại có thể không đáp ứng được hết nhu cầu của khách hàng dẫn tới việc khách hàng sẽ rời bỏ TCTCVM.

Ngoài tiết kiệm bắt buộc, hiện tại các TCTCVM bán chính thức mặc dù vẫn có huy động tiết kiệm tự nguyện từ công chúng, nhưng hoạt động này chưa được quy định cụ thể làm hạn chế phần nào việc tiếp cận nguồn vốn để phục vụ hoạt động và dẫn tới các tổ chức này phải phụ thuộc rất nhiều vào các nguồn vốn khác từ bên ngoài (nhà tài trợ, vốn cấp từ chủ sở hữu).

Thứ ba, quy mô vốn huy động hiện tại còn khá nhỏ bé, chưa đáp ứng được các nhu cầu của TCVM trong tương lai. Do ảnh hưởng của phát triển và hội nhập kinh tế, nhu cầu vốn dành cho người thu nhập thấp ngày càng tăng, đặc biệt là nhu cầu vốn đòi hỏi phục vụ cho phát triển nông nghiệp như hiện đại hóa phương pháp canh tác, chăn nuôi, sản xuất đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường là rất lớn. Mặc dù vậy, hiện nay quy mô vốn của các tổ chức tài chính vi mô còn tương đối hạn chế, chưa đáp ứng được đầy đủ nhu cầu thực tế của người nghèo. Theo số liệu công bố của World Bank, ở Việt Nam hiện nay có đến 79% người nghèo chưa tiếp cận được với dịch vụ tài chính của các ngân hàng, các tổ chức tài chính vi mô. Thêm vào đó số liệu cung cấp từ nhóm công tác tài chính vi mô thì hiện nay tài chính vi mô mới chỉ đáp ứng được 5% cho nhu cầu tín dụng nông thôn. Thực tế này đặt ra những yêu cầu mới cho các tổ chức tài chính vi mô, đó là làm sao để tăng được quy mô vốn đáp ứng cho nhu cầu đang tăng lên rất nhanh của người nghèo trên khắp cả nước.

2.2.2.3. Nguyên nhân của các hạn chế

Các nguyên nhân của hạn chế về sản phẩm dịch vụ huy động vốn tập trung vào hai nhóm: nguyên nhân thuộc về TCTCVM và nguyên nhân khách quan.

Nguyên nhân thuộc về TCTCVM

Thứ nhất, do đặc trưng mô hình và tính chất sở hữu của TCTCVM.

Huy động vốn của các tổ chức TCVM thường gặp khó khăn do quy mô hoạt động nhỏ, phạm vi hẹp, uy tín trên thị trường so với các loại hình TCTD khác còn cần thời gian để chứng minh với khách hàng. Khách hàng gửi tiền chủ yếu là người nghèo, người thu nhập thấp tại các địa bàn nông thôn, vùng sâu, vùng xa nên khả năng tích tụ tài sản thấp, các khoản tiền tích góp thường là các món nhỏ, lẻ. Do vậy, chi phí trên một đồng vốn huy động cao.

Hơn nữa, với tính chất sở hữu của TCTCVM (ví dụ với tổ chức chính thức là công ty TNHH tối đa 5 thành viên, trong đó bắt buộc một thành viên phải là tổ chức chính trị - xã hội với hạn chế tỷ lệ sở hữu của từng thành viên), việc tăng huy động vốn chủ sở hữu từ các đối tác kinh doanh trở nên rất khó khăn. Với các TCTCVM bán chính thức, việc huy động vốn chủ sở hữu còn khó khăn hơn nhiều do mô hình tổ chức chưa rõ ràng.

Thứ hai, chiến lược riêng cho huy động vốn của các TCTCVM hiện còn yếu hoặc thiếu. Hầu như chưa tổ chức nào có được chiến lược riêng có cho huy động vốn, với các chính sách và bước đi cụ thể. Việc nghiên cứu thị trường một cách cẩn trọng để hiểu rõ nhu cầu và độ lớn của cầu khách hàng hầu như chưa được thực hiện. Trong khi đó, các đối thủ cạnh tranh là các ngân hàng rất chuyên nghiệp trong vấn đề này.

Thứ ba, việc tham gia bảo hiểm tiền gửi và thị trường liên ngân hàng của các TCTCVM chính thức còn chưa đầy đủ. Trong các tổ chức TCVM thì các tổ chức TCVM chính thức có khả năng huy động vốn tốt hơn các tổ chức TCVM bán chính thức do không bị hạn chế huy động từ nguồn tiền gửi tiết kiệm tự nguyện của cá nhân và tổ chức. Thực tế cũng cho thấy, sau khi được cấp Giấy phép chuyển đổi, tổng mức huy động tiết kiệm của các tổ chức TCVM chính thức có xu hướng tăng, đặc biệt là có sự chuyển biến rõ rệt trong việc huy động

nguồn tiết kiệm tự nguyện. Tuy vậy, mới chỉ có một số TCTCVM chính thức tham gia bảo hiểm tiền gửi – điều kiện bắt buộc và là cơ sở để nâng cao uy tín trong ngành tài chính ngân hàng và mở rộng đối tượng huy động tiết kiệm tự nguyện. Hơn nữa, chưa tổ chức nào được tham gia vào thị trường liên ngân hàng để thực hiện các hoạt động mua bán vốn một cách linh hoạt, tăng cường năng lực trong quản lý thanh khoản.

Thứ tư, các chính sách truyền thông marketing về vấn đề huy động vốn của các TCTCVM chính thức và bán chính thức còn khá hạn chế, thậm chí là không có tại một số tổ chức. Khách hàng ngày càng đòi hỏi cao, trong khi các đối thủ cạnh tranh, đặc biệt là các tổ chức chính thức, lại rất quan tâm tới công tác này (thông qua các chương trình khuyến mãi, chăm sóc khách hàng...).

Nguyên nhân khách quan

Môi trường luật pháp: Khung pháp lý về hoạt động tài chính vi mô còn thiếu và chưa đồng bộ, đặc biệt đối với hoạt động của các TCTCVM bán chính thức.

Môi trường kinh tế: Cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ngày càng trở nên khốc liệt, nhiều TCTD chính thức bắt đầu quan tâm đến thị trường tài chính vi mô và đã có các thử nghiệm để tham gia thị trường này. Ngân hàng CSXH cũng đã có một số động thái tích cực trong mở rộng huy động tiền gửi từ dân cư các vùng sâu vùng xa, cũng như từ khách hàng của NHCSXH với lãi suất cao như NHTM. Do vậy, sự cạnh tranh này khiến cho việc huy động vốn của TCTCVM gặp khó khăn nhất định.

Môi trường tự nhiên: Thiên tai, bão lụt, ô nhiễm môi trường... là các vấn nạn chưa được giải quyết triệt để ở Việt nam, tác động rất xấu tới thu nhập và đời sống dân cư, đặc biệt tại các vùng sâu vùng xa, vùng khó khăn. Đây lại chính là các khu vực hoạt động của ccs TCTCVM. Do vậy, tăng huy động tiết kiệm bằng tiền mặt với dân cư ở các vùng này là một thách thức rất lớn.

2.3. Thanh toán và chuyển tiền

2.3.1. Phân tích thực trạng

Có thể khẳng định: chưa TCTCVM nào ở Việt nam tham gia cung cấp các sản phẩm dịch vụ về thanh toán và chuyển tiền. Kết quả điều tra với khách hàng TCVM cũng cho thấy: hầu như khách hàng chưa từng sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô, do vậy nhu cầu của họ không rõ. Tuy vậy, theo quan điểm của nhóm nghiên cứu, đây là sản phẩm dịch vụ nòng cốt giúp cho tài chính vi mô phát triển thành tài chính toàn diện. Đặc biệt, trong giai đoạn phát triển ứng dụng công nghệ thông tin mạnh mẽ như hiện nay, các hình thức e-money, dịch vụ tài chính số (digital finance services), ngân hàng đại lý (agent banking) ngày càng trở thành xu thế cho mở rộng và phát triển các sản phẩm dịch vụ thanh toán và chuyển tiền. Do vậy, chúng tôi tập trung nghiên cứu chung về tình hình thanh toán điện tử tại địa bàn nông thôn, là cơ sở để các TCTCVM nhìn nhận thị trường một cách đầy đủ hơn.

Quá trình triển khai thực hiện Đề án thanh toán không dùng tiền mặt theo Quyết định số 2453 nhìn chung đã đạt được nhiều kết quả tích cực ở khía cạnh khuôn khổ pháp lý, cơ chế chính sách cho hoạt động TTKDTM, cơ sở hạ tầng kỹ thuật, công nghệ phục vụ hoạt động thanh toán, công tác an ninh, an toàn, bảo mật trong thanh toán điện tử, dịch vụ thanh toán và công tác thông tin, tuyên truyền về TTKDTM.

Theo định hướng phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước đã xây dựng đề án thí điểm một số hình thức thanh toán không dùng tiền mặt ở khu vực nông thôn giai đoạn 2014-2015 và cấp phép triển khai thí điểm 3 mô hình với đặc điểm và kết quả như sau:

Bảng 2.6. Kết quả thực hiện ba mô hình thí điểm về dịch vụ e-money

	<i>Ngân hàng TMCP Quân đội phối hợp với Tập đoàn Viễn thông Quân đội (Viettel)</i>	<i>NHTMCP PG Bank phối hợp với Tổng công ty Xăng dầu Việt Nam (Petrolimex)</i>	<i>NHTMCP Vietcombank phối hợp với M-Service</i>
Thời điểm cấp phép	14/11/2014	31/12/2014	07/01/2015
Các dịch vụ được thực hiện tại hệ thống đại lý	Nộp tiền vào tài khoản mở tại MB hoặc tại ngân hàng khác; Rút tiền từ tài khoản của khách hàng mở tại MB Chuyển khoản cho tài khoản tại MB hoặc tại ngân hàng khác Chuyển tiền cho người nhận bằng Giấy chứng minh nhân dân.	Chuyển tiền cho người nhận chưa có tài khoản tại PG Bank Chuyển tiền cho người nhận bằng Giấy chứng minh nhân dân hoặc Hộ chiếu Chuyển tiền cho người nhận có tài khoản tại PG Bank Chuyển tiền bằng cách nộp tiền vào tài khoản của người nhận mở tại PG Bank	Chuyển tiền C2C (Cash to Cash) cho khách hàng không có Ví điện tử MoMo và không có tài khoản ngân hàng Dịch vụ chuyển tiền M2M (Mobile to Mobile) cho khách hàng có Ví điện tử MoMo và có tài khoản thanh toán tại Vietcombank.
Độ bao phủ	63 tỉnh	62 tỉnh (trừ Kiên Giang)	57 tỉnh
Điểm giao dịch	Hệ thống đại lý của Viettel gồm quầy giao dịch, cộng tác viên	Mạng lưới các chi nhánh, cửa hàng xăng dầu của Petrolimex	Mạng lưới các đại lý viễn thông của M_Service
Số điểm giao dịch	5.424 cửa hàng và đại lý Viettel, 12.368 nhân viên địa bàn.	Trên 2.000 điểm, gồm 65 xí nghiệp, chi nhánh công ty và 1.980 cửa hàng xăng dầu	4.285 đại lý
Số điểm giao dịch ở nông thôn, vùng sâu, vùng xa	1.300 quầy giao dịch và 9.266 cộng tác viên (24% tổng số quầy giao dịch và 75% tổng số cộng tác viên).	1.260 cửa hàng xăng dầu (chiếm 64%)	1.865 đại lý (chiếm 43,5%)

Chương 2: Thực trạng sản phẩm dịch vụ Tài chính vi mô tại Việt Nam: phân tích và đánh giá

	<i>Ngân hàng TMCP Quân đội phối hợp với Tập đoàn Viễn thông Quân đội (Viettel)</i>	<i>NHTMCP PG Bank phối hợp với Tổng công ty Xăng dầu Việt Nam (Petrolimex)</i>	<i>NHTMCP Vietcombank phối hợp với M-Service</i>
Số khách hàng	1.698.218	30.412	413.265
Số khách hàng nông thôn, vùng sâu, vùng xa	48%	55,4%	50%
Số lượng giao dịch	4,2 triệu giao dịch, 41% nộp tiền vào TKNH, 54% chuyển tiền CMT nhân dân, 5% rút tiền từ TKNH	53.629 giao dịch, 78% chuyển tiền cho người nhận chưa có tài khoản, 22% chuyển tiền cho người có TK tại PG bank	581.258 giao dịch, 25% chuyển tiền cho người nhận chưa có ví điện tử Momo, 75% chuyển tiền cho người có ví điện tử Momo và có tài khoản ngân hàng
Giá trị giao dịch	22,300 tỷ đồng, 61% là giao dịch nộp tiền vào TK ngân hàng, 35% là giao dịch chuyển tiền bằng CMT nhân dân, 14% giao dịch rút tiền từ TK ngân hàng	213,5 tỷ đồng, 73% giá trị giao dịch là chuyển tiền cho người nhận chưa có tài khoản, và 27% giá trị giao dịch là chuyển tiền cho người có TK tại PG bank	397 tỷ đồng, 45% chuyển tiền cho người nhận chưa có ví điện tử Momo, 55% chuyển tiền cho người có ví điện tử Momo và có tài khoản ngân hàng
Giá trị giao dịch bình quân	5,3 triệu/giao dịch	4 triệu/giao dịch	0,7 triệu/giao dịch

Nguồn: NHNN, Vụ Thanh toán, 2016

Vụ Thanh toán Ngân hàng Nhà nước đánh giá sau một thời gian triển khai thí điểm, các mô hình trên đã đạt được các kết quả khả quan và đảm bảo an toàn, góp phần vào việc hình thành hệ thống dịch vụ thanh toán, chuyển tiền mới thông qua các đơn vị có liên kết với ngân hàng, hạn chế dần các mạng lưới chuyển tiền không chính thức trong xã hội, góp phần giúp nhà nước có thể kiểm soát tốt hơn nền kinh tế, thúc đẩy TTKDTM ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa theo định hướng của Chính phủ và NHNN. Các ngân hàng và đối tác thí điểm đã phối hợp chặt chẽ để cung cấp dịch vụ có chất lượng ngay từ đầu, tạo niềm tin cho khách hàng sử dụng dịch vụ và tăng cường tiếp cận với đối tượng khách hàng mới, đặc biệt ở các khu vực còn khó khăn trong việc tiếp cận dịch vụ thanh toán và ngân hàng. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ đã tăng khá ổn định trong thời gian qua, đặc biệt là tại các khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa.

Quá trình thí điểm các mô hình trên cũng không tránh khỏi các khó khăn, vướng mắc trong việc tiếp cận khách hàng và chi phí để tuyên truyền, quảng bá lợi ích của dịch vụ nhằm thu hút và tạo thói quen cho khách hàng. Mặt khác, các ngân hàng và đối tác cũng vừa triển khai vừa rút kinh nghiệm để hợp lý hóa mô hình kinh doanh, nâng cao hiệu quả và đặc biệt kiểm soát được rủi ro. Việc quy định hạn mức giao dịch thấp đối với các dịch vụ là một biện pháp nhằm đảm bảo an toàn, hạn chế rủi ro đối với các dịch vụ trong giai đoạn thí điểm theo định hướng chung của Đề án nhưng khi triển khai thực tế thì hạn mức giao dịch được phép thí điểm đôi khi không đáp ứng được đầy đủ nhu cầu của một số đối tượng khách hàng. Sau một thời gian triển khai thí điểm cần thiết phải có khuôn khổ pháp lý hướng dẫn cụ thể để các dịch vụ và mô hình cung ứng dịch vụ được đi vào hoạt động chính thức, tạo điều kiện để các ngân hàng và đối tác ổn định kinh doanh, mạnh dạn đầu tư nhằm đạt mục tiêu phát triển lâu dài hơn, đồng thời thực hiện mục tiêu quản lý nhà nước trong lĩnh vực này.

2.3.2. Đánh giá

2.3.2.1. Những kết quả đạt được trong hoạt động thanh toán điện tử tại Việt Nam

Hoạt động TTKDTM trên cơ sở triển khai thực hiện Quyết định 2453/QĐ-TTg ngày 27/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ tại Việt Nam. Theo đánh giá của Ngân hàng nhà nước thì quá trình triển khai thực hiện Đề án thanh toán không dùng tiền mặt theo Quyết định số 2453 đã đạt được nhiều kết quả tích cực thể hiện qua các khía cạnh được nêu tóm lược dưới đây.

- ✓ *Khuôn khổ pháp lý, các cơ chế chính sách cho hoạt động TTKDTM được bổ sung và ngày càng hoàn thiện*

Hành lang pháp lý, các cơ chế, chính sách cho hoạt động TTKDTM tiếp tục được bổ sung, xác lập và ngày càng hoàn thiện; hệ thống văn bản từ Luật, Nghị định đến Thông tư được ban hành một cách khá đồng bộ; việc rà soát, bổ sung, hoàn thiện, ban hành mới các văn bản pháp lý để hướng dẫn và điều chỉnh các hoạt động TTKDTM theo quy định tại Quyết định 2453 đã cơ bản hoàn thành, tạo khuôn khổ pháp lý thúc đẩy TTKDTM, tạo sự đồng bộ và điều kiện thuận lợi hơn, khuyến khích phát triển TTKDTM, tăng cường quản lý thanh toán bằng tiền mặt và bảo đảm an ninh, an toàn trong hoạt động thanh toán, đáp ứng được yêu cầu của sự phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế.

- ✓ *Cơ sở hạ tầng kỹ thuật, công nghệ phục vụ hoạt động thanh toán được chú trọng và nâng cao chất lượng.*

Cơ sở hạ tầng và công nghệ phục vụ TTKDTM, nhất là thanh toán điện tử, tiếp tục được chú trọng đầu tư, nâng cao chất lượng và phát huy hiệu quả; công nghệ thanh toán khá tiên tiến, hiện đại; công tác đảm bảo an ninh, an toàn hệ thống TTKDTM được coi trọng và tăng cường, phục vụ tốt cho việc cung ứng và ứng dụng các dịch vụ, phương tiện TTKDTM mới, hiện đại và phục vụ thương mại điện tử (TMĐT) phát triển.

Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng (IBPS) của Ngân hàng Nhà nước (NHNN) được quản lý, vận hành an toàn, ổn định, đáp ứng nhu cầu giao dịch thanh toán ngày càng tăng của nền kinh tế; số lượng, giá trị giao dịch thanh toán tiếp tục tăng lên. Hệ thống IBPS tiếp tục phát huy vai trò là hệ thống thanh toán xương sống của quốc gia, qua đó tạo ra bước phát triển đột phá về nền tảng cơ sở vật chất, kỹ thuật cho TTKDTM.

Các ngân hàng thương mại (NHTM) tiếp tục quan tâm, chú trọng đầu tư, cập nhật và phát triển hệ thống thanh toán nội bộ, hệ thống ngân hàng lõi (core banking) với kỹ thuật, công nghệ khá tiên tiến, quản lý tập trung, cho phép cung ứng các dịch vụ, phương tiện thanh toán hiện đại, đa dạng, tiện lợi, mở rộng phạm vi cung ứng trên toàn quốc, qua đó tiết giảm thời gian và chi phí giao dịch cho người dân, doanh nghiệp và nhận được những phản hồi tích cực của khách hàng.

Hạ tầng kỹ thuật phục vụ cho thanh toán thẻ được cải thiện chất lượng, tập trung đầu tư phát triển, số lượng các máy chấp nhận thẻ (POS) có tốc độ tăng trưởng nhanh; đến cuối tháng 7/2016, trên toàn quốc có trên 240.000 POS được lắp đặt (tăng 363 % so với cuối năm 2010, chưa kể một số lượng lớn các giao dịch chấp nhận thẻ trực tuyến). NHNN đã chỉ đạo các công ty chuyển mạch, các đơn vị liên quan hoàn thành kết nối liên thông hệ thống ATM/POS trên phạm vi toàn quốc, qua đó thẻ của một ngân hàng đã có thể sử dụng để rút tiền và thanh toán tại hầu hết ATM/POS của các ngân hàng khác, tạo ra tiện ích lớn hơn cho chủ thẻ, góp phần thúc đẩy TTKDTM trong khu vực dân cư.

Đề án xây dựng Trung tâm chuyển mạch thẻ thống nhất đã được NHNN triển khai trên cơ sở phương án sáp nhập Công ty Cổ phần dịch vụ thẻ Smartlink vào Banknetvn. Đến nay, hai công ty đã hoàn thành việc sáp nhập, qua đó tập trung chuyển mạch về một đầu mối, tạo thuận lợi và hiệu quả hơn trong việc kết nối, chuyển mạch thẻ tại Việt Nam. Đây là bước đi quan trọng nhằm tạo nền tảng kỹ

thuật và tăng cường vai trò định hướng của Nhà nước cho hoạt động thanh toán thẻ.

Hệ thống NHTM đã thực hiện thanh toán điện tử trong công tác thu ngân sách Nhà nước (NSNN), góp phần đa dạng hóa và đơn giản hóa việc thu, nộp thuế, tạo thêm nhiều tiện ích, thuận lợi cho doanh nghiệp, người nộp thuế; đến nay đã có hơn 40 NHTM triển khai phối hợp thu thuế điện tử với Tổng cục Thuế và 30 NHTM đã ký thỏa thuận phối hợp thu NSNN với Tổng cục Hải quan. Đồng thời, NHNN phối hợp với Bộ Tài chính tiến hành khảo sát, nghiên cứu phương án chỉnh sửa hệ thống IBPS và hệ thống quản lý, chia sẻ dữ liệu thu nộp NSNN để đáp ứng yêu cầu thông tin thu NSNN.

Cho đến nay, hạ tầng công nghệ thông tin, viễn thông đã được phát triển rộng khắp, khá tiên tiến, kể cả khu vực nông thôn, hải đảo, tạo cơ sở để mở rộng phát triển thanh toán qua Internet và điện thoại di động trong thời gian tới.

✓ *Công tác an ninh, an toàn, bảo mật trong thanh toán điện tử được chú trọng và tăng cường.*

Công tác an ninh, an toàn, bảo mật trong thanh toán điện tử được tăng cường, các hệ thống công nghệ của các các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán (PSP), dịch vụ trung gian thanh toán phục vụ cho thanh toán điện tử cơ bản được đảm bảo an toàn và bảo mật.

Các PSP đã quan tâm đầu tư, đổi mới công nghệ, từng bước hoàn chỉnh hạ tầng an ninh, bảo mật cho thanh toán điện tử; chủ động triển khai nhiều giải pháp đảm bảo an ninh an toàn thông tin và hoạt động liên tục của các hệ thống thanh toán quan trọng; đầu tư, trang bị các giải pháp an ninh, bảo mật như tường lửa, phát hiện xâm nhập, phòng, chống vi rút, giám sát cảnh báo giao dịch, quản lý sự kiện an ninh, công nghệ chữ ký số, giải pháp phòng ngừa lộ lọt thông tin trên không gian mạng. Số lượng các PSP triển khai và đạt các tiêu chuẩn quốc tế về an ninh, bảo mật (như tiêu chuẩn PCI DSS, ISO 27001) đã tăng lên hàng năm.

NHNN phối hợp với Hiệp hội Ngân hàng triển khai nhiều hoạt động để thúc đẩy phát triển thanh toán điện tử, thanh toán thẻ, tạo điều kiện thuận lợi cho các PSP trao đổi, chia sẻ các thông tin liên quan đến quy định pháp lý, rủi ro trong thanh toán điện tử; phối hợp nghiên cứu các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán cũng như tăng cường công tác an ninh, an toàn hoạt động thanh toán.

Chiến lược giám sát các hệ thống thanh toán tại Việt Nam giai đoạn 2014 – 2020 đã được NHNN ban hành và triển khai thực hiện nhằm đảm bảo sự hoạt động ổn định, an toàn và hiệu quả của hệ thống thanh toán quốc gia cũng như các hệ thống, phương tiện, dịch vụ thanh toán trong nền kinh tế.

- ✓ *Các dịch vụ thanh toán được phát triển mạnh, đa dạng với nhiều sản phẩm mới, an toàn, tiện lợi.*

Các dịch vụ, phương tiện TTKDTM, nhất là thanh toán điện tử, được phát triển mạnh và đa dạng với nhiều sản phẩm, phương tiện mới, an toàn, tiện lợi; số lượng khách hàng sử dụng, số lượng và giá trị giao dịch tăng cao. Hầu hết các NHTM đã và đang triển khai các dịch vụ thanh toán mới, hiện đại dựa trên nền tảng ứng dụng công nghệ thông tin và viễn thông với nhiều sản phẩm, phương tiện mới, bảo đảm an toàn, tiện lợi, góp phần thúc đẩy TMĐT phát triển và đáp ứng tốt hơn nhu cầu thanh toán của khách hàng, phù hợp với xu thế thanh toán trong khu vực và trên thế giới.

Thẻ ngân hàng tiếp tục phát triển, số lượng thẻ phát hành, số lượng và giá trị giao dịch thẻ tăng khá nhanh. Đến cuối tháng 7/2016, số lượng thẻ phát hành đạt mức trên 107,2 triệu thẻ (tăng 249 % so với cuối năm 2010). Để đảm bảo phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế, tăng thêm độ an toàn và tiện ích sử dụng thẻ, NHNN đã thành lập Ban Chỉ đạo triển khai xây dựng Bộ tiêu chuẩn thẻ chip nội địa; đồng thời, xây dựng Kế hoạch chuyển đổi từ thẻ từ sang thẻ chip tại Việt Nam, dự kiến đến cuối năm 2020, sẽ hoàn thành việc chuyển đổi sang thẻ chip đối với toàn bộ thẻ nội địa.

Đối với dịch vụ ATM, NHNN đã chỉ đạo thực hiện nhiều biện pháp quyết liệt, thường xuyên đôn đốc, nhắc nhở các đơn vị liên quan tăng cường kiểm tra, giám sát hoạt động, rà soát, bổ sung các quy trình, quy định cần thiết trong lắp đặt, sử dụng ATM, sắp xếp lại mạng lưới ATM. Nhìn chung dịch vụ ATM đã đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu giao dịch của khách hàng, chất lượng dịch vụ, an ninh, an toàn được cải thiện; hệ thống được vận hành khá thông suốt và hiệu quả.

Dịch vụ thanh toán thẻ qua POS được phát triển để nâng cao số lượng, giá trị giao dịch thanh toán qua POS, thực sự góp phần vào thúc đẩy TTKDTM. Đến nay, nhận thức chung của xã hội về thanh toán thẻ qua POS, nhất là ở các tỉnh, thành phố lớn, một số tỉnh có lợi thế về du lịch đã có chuyển biến tích cực; số lượng, giá trị thanh toán qua POS tăng nhanh, hiệu quả và chất lượng hơn. Việc thanh toán POS trên thiết bị di động (mPOS) cũng đã được phát triển, ứng dụng công nghệ hiện đại với chi phí thấp, dễ sử dụng và đảm bảo an toàn bảo mật, mở ra khả năng mới để phát triển nhanh các điểm chấp nhận thẻ, tăng cường khả năng cung ứng dịch vụ cho khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa.

Phát triển thanh toán điện tử trong thương mại điện tử (TMĐT) được đẩy mạnh thông qua sự phối hợp và hợp tác giữa NHNN và Bộ Công thương. Một số hoạt động hợp tác đã được triển khai trong lĩnh vực này như: Tổ chức Diễn đàn Thanh toán điện tử Việt Nam 2015 (VEPF 2015), ký kết Thỏa thuận hợp tác 3 Bộ, tổ chức tọa đàm về thanh toán trong TMĐT nhằm đẩy mạnh hơn nữa thanh toán điện tử trong lĩnh vực bán lẻ và TMĐT; xây dựng giải pháp thẻ thanh toán TMĐT tích hợp để thẻ thanh toán được sử dụng rộng rãi trong các giao dịch TMĐT; triển khai Chương trình phát triển TMĐT Quốc gia giai đoạn 2014-2020; và phối hợp xây dựng, triển khai Kế hoạch tổng thể phát triển TMĐT giai đoạn 2016-2020.

Việc triển khai các dịch vụ thanh toán điện tử qua Internet và điện thoại di động đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận, thu hút số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ khá lớn cũng như số lượng và giá

trị giao dịch tăng cao (nhiều ngân hàng đạt mức tăng trên 100% hàng năm); thể hiện tiềm năng, xu hướng trong phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại, qua đó tạo thêm kênh thanh toán mới, thuận tiện và mang lại lợi ích cho người tiêu dùng, nhà cung cấp hàng hóa và cả ngân hàng. Đến nay, có trên 65 PSP triển khai dịch vụ thanh toán qua Internet và trên 34 PSP cung ứng dịch vụ thanh toán qua điện thoại di động.

Một số NHTM đã chủ động trong việc đầu tư, áp dụng nhiều giải pháp công nghệ thanh toán mới, hiện đại, như xác thực vân tay, sinh trắc, sử dụng mã QR Code, thanh toán phi tiếp xúc, mang lại tiện lợi và an toàn trong giao dịch thanh toán điện tử.

Nhiều NHTM bước đầu triển khai hiệu quả dịch vụ thanh toán tiền điện, tiền nước, cước phí điện thoại, viễn thông, truyền hình cáp, mua xăng dầu, phí bảo hiểm, thu học phí, phí giao thông không dừng, thu viện phí, bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, ... qua ngân hàng, giảm dần việc nhân viên các tổ chức cung ứng dịch vụ phải trực tiếp thu bằng tiền mặt.

Việc trả lương qua tài khoản cho các đối tượng hưởng lương NSNN theo Chỉ thị 20 của Thủ tướng Chính phủ tiếp tục được mở rộng địa bàn triển khai, nơi đáp ứng được điều kiện về cơ sở hạ tầng kỹ thuật. Số lượng đơn vị sử dụng NSNN và số cán bộ công chức thực hiện trả lương qua tài khoản tiếp tục tăng lên; đến nay, đã có 70.505 đơn vị hưởng lương từ NSNN (chiếm trên 77%) thực hiện trả lương qua tài khoản với hơn 2,28 triệu cán bộ công chức nhận lương qua tài khoản (chiếm trên 77%).

Các TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đã quan tâm đến việc giải ngân vốn vay bằng phương tiện TTKDTM, chuyển khoản trực tiếp cho người bán hàng hóa, vật tư, dịch vụ cho khách hàng vay vốn thụ hưởng và coi đây là biện pháp quan trọng hỗ trợ kiểm tra, giám sát mục đích sử dụng vốn vay, tăng cường tính minh bạch về đối tượng và tiến độ giải ngân, cũng như giảm dần việc sử dụng tiền mặt trong giải ngân tín dụng ngân hàng.

Hoạt động TTKDTM của các doanh nghiệp được tiếp tục phát triển. Các NHTM đã chủ động, tích cực tiếp cận các doanh nghiệp, kể cả các doanh nghiệp FDI để cung cấp thông tin về đặc điểm và tiện ích của từng loại phương tiện, dịch vụ TTKDTM, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc mở tài khoản và tiếp cận các dịch vụ thanh toán. Đến nay, hầu hết các giao dịch thanh toán của các doanh nghiệp, tổ chức lớn đã thực hiện TTKDTM.

Các NHTM quan tâm phát triển các dịch vụ ngân hàng bán lẻ, khách hàng cá nhân, tình hình mở và sử dụng tài khoản cá nhân tiếp tục tăng lên; đến cuối tháng 7/2016 đã đạt trên 65,3 triệu tài khoản cá nhân (so với mức 16,8 triệu tài khoản vào cuối năm 2010); số người dân có tài khoản tại ngân hàng ở mức khoảng gần 36,5 triệu người so với tổng số 69,3 triệu người từ 15 tuổi trở lên.

Trong thời gian qua, cùng với sự phát triển mạnh của công nghệ thông tin và viễn thông và mối liên hệ mật thiết giữa công nghệ thông tin với hoạt động thanh toán đã hình thành nên các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán. Sau một thời gian triển khai thí điểm, các dịch vụ do các tổ chức trên cung ứng đã đạt được những kết quả nhất định, khẳng định được những ưu điểm về tính năng, sự tiện lợi, an toàn, nhanh chóng với chi phí hợp lý, ngày càng nhận được sự quan tâm từ các NHTM, đơn vị cung ứng hàng hóa, dịch vụ và người sử dụng; dịch vụ trung gian thanh toán đã tạo thêm các kênh thanh toán mới, tiện ích, tiện lợi, bước đầu góp phần làm thay đổi thói quen thanh toán bằng tiền mặt trong dân cư.

NHNN đã triển khai Đề án thí điểm một số hình thức TTKDTM ở khu vực nông thôn giai đoạn 2014-2015, qua đó sử dụng các phương thức thanh toán hiện đại nhưng dễ sử dụng, phù hợp với địa bàn nông thôn để mở rộng, thúc đẩy TTKDTM trên địa bàn nông thôn, vùng sâu, vùng xa, hải đảo.

✓ *Công tác thông tin, tuyên truyền về TTKDTM được đẩy mạnh.*

Hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức, cung cấp thông tin về các phương tiện, dịch vụ TTKDTM đã được NHNN tích cực triển khai

nhằm giúp cho công chúng, người sử dụng và các tổ chức trong xã hội hiểu, tiếp cận và sử dụng các phương tiện, dịch vụ TTKDTM một cách đầy đủ, kịp thời, tạo được sự chuyển biến bước đầu về thói quen sử dụng tiền mặt.

Nhiều NHTM tích cực thực hiện hoặc phối hợp với các cơ quan truyền thông, đơn vị cung ứng hàng hóa, dịch vụ để tuyên truyền, quảng bá về thanh toán thẻ qua POS, thanh toán điện tử dưới nhiều hình thức phong phú, hiệu quả; triển khai nhiều chương trình khuyến mại, ưu đãi hấp dẫn đối với khách hàng sử dụng dịch vụ.

Các PSP tăng cường công tác truyền thông để các doanh nghiệp, người dân nhận thức đầy đủ về các nguy cơ, rủi ro, được trang bị các kiến thức, kỹ năng cần thiết giúp cho việc sử dụng các dịch vụ thanh toán an toàn.

NHNN phối hợp với Báo điện tử VnExpress và Công ty Smartlink tổ chức thực hiện Chương trình bình chọn ngân hàng điện tử được yêu thích (My Ebank) với 2 hạng mục là Internet Banking và Mobile Banking, thu hút được nhiều người quan tâm tham gia, góp phần tuyên truyền, phổ biến cho người tiêu dùng về thanh toán điện tử.

Năm 2015, Diễn đàn Thanh toán điện tử Việt Nam (VEPF 2015) đã được tổ chức nhằm đẩy mạnh hoạt động thanh toán điện tử, trong đó tập trung vào công tác thu thuế điện tử, mở rộng thanh toán điện tử trong bán lẻ và TMĐT, cập nhật các giải pháp, công nghệ thanh toán mới nhất trên thế giới. Trong khuôn khổ VEPF 2015, một Thoả thuận hợp tác liên bộ giữa Bộ Tài chính, Bộ Công Thương và NHNN đã được ký kết nhằm thúc đẩy phát triển thanh toán điện tử tại Việt Nam.

2.3.2.2 Các hạn chế và nguyên nhân của các hạn chế

Nhìn chung, quá trình triển khai Quyết định số 2453 cho thấy còn nhiều khó khăn, vướng mắc và một số hạn chế trong lĩnh vực thanh toán không dùng tiền mặt, đặc biệt ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Cụ thể như sau:

- Phần đông người dân nông thôn chưa được tiếp cận với các dịch vụ TTKDTM, do: (i) Cơ sở hạ tầng TT, (POS/ATM), phát triển và phân bố chưa đều, tập trung ở thành thị, chưa phát triển rộng ở nông thôn, đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn, hiệu quả không cao; (ii) Sản phẩm, dịch vụ thanh toán chưa phù hợp; (iii) Các tổ chức phi ngân hàng chưa tham gia vào việc cung ứng các dịch vụ thanh toán.
- Dịch vụ, phương tiện thanh toán chưa đa dạng, hiệu quả, tiện lợi, do việc xây dựng Hệ thống thanh toán bù trừ điện tử tự động cho các giao dịch ngân hàng bán lẻ (ACH) tiến hành còn chậm, do đây là vấn đề mới, cần thời gian nghiên cứu, lựa chọn mô hình phù hợp; sáp nhập Smartlink vào Banknetvn kéo dài.
- Phát triển và ứng dụng các sản phẩm, dịch vụ thanh toán điện tử phục vụ chi tiêu công vụ của các cơ quan, đơn vị sử dụng NSNN chưa tiến hành được nhiều, do đây là những vấn đề có phạm vi rộng và hiện còn ý kiến khác nhau về phương tiện, mô hình phù hợp với Việt Nam.
- Nhiều giao dịch mua bán bất động sản và những tài sản có giá trị lớn chưa được thực hiện TTKDTM.
- Việc kết nối Hệ thống thanh toán của Kho bạc Nhà nước và Hệ thống IBPS của NHNN chưa được rộng khắp; quá trình triển khai cũng còn một số vướng mắc phát sinh đang được các đơn vị liên quan phối hợp giải quyết.
- Hệ thống thanh quyết toán chứng khoán tại Việt Nam hiện nay còn tiềm ẩn những rủi ro trong quá trình thực hiện thanh toán bù trừ và quyết toán nghĩa vụ cho các thành viên tham gia khi thị trường phát triển ở một quy mô lớn hơn. Do đó, hệ thống thanh quyết toán chứng khoán cần được tổ chức theo phương thức thanh toán mới cho các thành viên nhằm đảm bảo cho việc thanh toán tiền diễn ra đồng thời với việc thanh toán chứng khoán (cơ chế DVP) theo chuẩn mực và thông lệ quốc tế tốt nhất.

- Giá trị và số lượng giao dịch thanh toán thẻ qua POS chưa nhiều, nhất là thanh toán thẻ nội địa qua POS, thanh toán trực tuyến trong TMĐT còn thấp; thực tế triển khai cũng còn những bất cập, chưa giúp giảm thanh toán bằng tiền mặt, do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan, cần được xử lý.
- Chất lượng dịch vụ ATM vẫn còn những hạn chế do cả lý do khách quan và chủ quan; áp lực đối với việc duy trì hoạt động và tiếp quỹ tiền mặt cho ATM vẫn còn lớn, gây nhiều khó khăn và làm tăng chi phí cho các NHTM.
- Công tác phối hợp giữa các Bộ, ngành, địa phương và các tổ chức khác liên quan để thúc đẩy TTKDTM còn chưa đồng bộ, chưa tạo ra đủ các điều kiện, tiền đề cần thiết cho việc phát triển TTKDTM.
- Công tác thông tin tuyên truyền cho người dân về các phương tiện, dịch vụ TTKDTM chưa được đẩy mạnh và kịp thời; thói quen, tâm lý sử dụng tiền mặt của người dân còn khá phổ biến. Một số yếu tố khác gây cản trở, hạn chế sử dụng TTKDTM như: lừa đảo qua mạng, trình độ văn minh thương mại, tâm lý ngại tiếp cận với công nghệ mới, ngại công khai hóa thu nhập, doanh thu, sử dụng tiền mặt với những mục đích không minh bạch ...
- Chất lượng hoạt động của hệ thống cơ sở hạ tầng chung về công nghệ thông tin và viễn thông phục vụ TTKDTM chưa đáp ứng được nhu cầu gia tăng về hoạt động thanh toán trong nền kinh tế.
- Thực tế triển khai Quyết định 2453 cũng xuất hiện những vấn đề trở ngại cần được nghiên cứu, xử lý, như:
 - Cần phải nâng cấp, mở rộng hệ thống, đổi mới cơ chế quản trị, điều hành hệ thống IBPS để đáp ứng tốt hơn nhu cầu thanh toán trong dài hạn, do sự phát triển mạnh của công nghệ thông tin và viễn thông.

- Khuôn khổ pháp lý và cơ chế chính sách liên quan đến các dịch vụ, phương tiện thanh toán trực tuyến, điện tử mới, hiện đại, tiền ảo, thẻ ảo, tiền điện tử... là những vấn đề mới cần được tiếp tục nghiên cứu, đánh giá, sửa đổi, bổ sung để đáp ứng yêu cầu thực tế và sự phát triển nhanh của công nghệ thông tin và viễn thông.
- Tội phạm trong lĩnh vực công nghệ cao, thanh toán thẻ qua POS, thanh toán điện tử gần đây có những hành vi, thủ đoạn mới, tinh vi hơn. Bên cạnh những ưu điểm như nhanh chóng, thuận tiện và tiết kiệm chi phí, các dịch vụ, phương tiện thanh toán điện tử cũng tiềm ẩn rủi ro cho ngân hàng và cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ;
- Trong bối cảnh phát triển mạnh của công nghệ thông tin và viễn thông; quá trình hội nhập quốc tế, sự kết nối sâu rộng giữa các hệ thống thanh toán đặt ra những thách thức, khó khăn về mở cửa thị trường thẻ ngân hàng, thanh toán điện tử. Sự hình thành các tổ chức phi ngân hàng tham gia vào lĩnh vực thanh toán đặt ra những khó khăn, thách thức cho việc xây dựng, phát triển và giám sát các hệ thống thanh toán, các phương tiện, dịch vụ thanh toán mới.
- Phát triển TTKDTM ở khu vực nông thôn, gắn với thực hiện Chiến lược tổng thể về Tài chính Toàn diện tại Việt Nam cần sớm được nghiên cứu, xây dựng và triển khai.
- Các biện pháp bảo đảm an ninh, an toàn cho các hệ thống thanh toán điện tử quan trọng, các dịch vụ thanh toán dựa trên công nghệ cao cần tiếp tục được tăng cường, thường xuyên cập nhật. Các biện pháp, chế tài xử lý vi phạm cần được quan tâm và thực hiện hiệu quả hơn.

2.4. Bảo hiểm vi mô

2.4.1. Phân tích thực trạng

a) Về hoạt động

Ở nước ta, BHVM đã bắt đầu triển khai độc lập với các chương trình TCVM từ cuối thập niên 90. Năm 1990, Bảo hiểm xã hội Việt Nam thông qua Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam và Hội Nông dân Việt Nam đã tiến hành thử nghiệm bán bảo hiểm cho nông dân tại Nghệ An. Tuy nhiên, dự án này đã không mấy thành công do mức phí quá cao (100.000 đồng/tháng). Sau đó, mô hình này tiếp tục được triển khai ở Huế nhưng với mức phí thấp hơn nhiều (77.000 đồng/năm) và đã có kết quả tốt hơn. Về phía các doanh nghiệp, năm 2004, Bảo Việt đã thử nghiệm triển khai thông qua quan hệ đối tác với Quỹ hỗ trợ Ninh Phước để phân phối sản phẩm bảo hiểm nhân thọ tín dụng cho thành viên vay vốn có thu nhập thấp, với phí bảo hiểm là 0,9% số tiền vay/năm. Mô hình này được đánh giá là tương đối thành công. Năm 2005, Prevoir sử dụng mạng lưới tiết kiệm bưu điện để bán bảo hiểm tử kỳ do tai nạn cho đối tượng có thu nhập thấp (phí bảo hiểm là 26.000 đồng/năm). Đây chỉ là 2 trong số nhiều những dự án triển khai cho đối tượng có thu nhập thấp.

Là một trong những doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ đầu tiên được chọn thí điểm triển khai mô hình BHVM, sau một thời gian triển khai sản phẩm này cho người nghèo tại Hải Phòng và Tiền Giang, Manulife Việt Nam đã mở rộng triển khai sang các tỉnh Bắc Giang, Bến Tre, Nam Định và Đồng Tháp, với kết quả triển khai ban đầu tương đối khả quan.

Giữa tháng 5/2010, CTCP Bảo hiểm Bưu điện (PTI) đã phối hợp với Tổ chức Cứu trợ trẻ em tại Việt Nam, Quỹ Hỗ trợ phụ nữ nghèo Thanh Hóa tổ chức hội thảo giới thiệu sản phẩm bảo hiểm dành cho người có thu nhập thấp tại Thanh Hóa. Hai sản phẩm bảo hiểm dành cho người nghèo mang tên Bảo hiểm sức khỏe toàn diện và Bảo hiểm đảm bảo khoản vay đã chính thức được ra mắt.

Một số sản phẩm bảo hiểm được triển khai như:

*** Về bảo hiểm tài sản, trách nhiệm:**

Trong thời gian qua, các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam (Bảo Việt và Groupama, trong đó Bảo Việt là doanh nghiệp đi tiên phong) đã có sản phẩm bảo hiểm tài sản cho nông dân, người có thu nhập thấp như bảo hiểm cây trồng, vật nuôi, bảo hiểm trách nhiệm của chủ nuôi chó. Tuy nhiên, mặc dù bảo hiểm nông nghiệp đã triển khai gần 30 năm nhưng đến nay phạm vi triển khai vẫn mang tính “thử nghiệm” và có xu hướng ngày càng thu hẹp. Những nguyên nhân chính lý giải cho thực trạng này là: (i) phần đông nông dân chưa có tập quán tham gia bảo hiểm; (ii) mức phí bảo hiểm đặt ra thường thấp để phù hợp với khả năng tài chính của nông dân, do vậy không đảm bảo nguồn tài chính bồi thường thiệt hại cho doanh nghiệp bảo hiểm; (iii) sản xuất nông nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện tự nhiên, thời tiết, bệnh dịch, do vậy khi có thiên tai (bão, lũ lụt, thời tiết khắc nghiệt...), bệnh dịch xảy ra (như dịch cúm gia cầm, dịch lợn tai xanh, lở mồm long móng...), thiệt hại cho vật nuôi, cây trồng thường ở diện rộng, mức độ thiệt hại lớn, số tiền mà doanh nghiệp bảo hiểm phải bồi thường lớn gấp bội số phí bảo hiểm thu được hay quỹ dự phòng; (iv) chi phí để triển khai bảo hiểm nông nghiệp chiếm tỷ trọng khá lớn trong phí bảo hiểm thu được. Vì vậy, bảo hiểm nông nghiệp triển khai bảo hiểm nông nghiệp chiếm tỷ trọng khá lớn trong phí bảo hiểm thu được. Vì vậy, bảo hiểm nông nghiệp không đem lại hiệu quả kinh tế, thậm chí gây lỗ nặng, làm cho các doanh nghiệp bảo hiểm không mặn mà trong việc triển khai loại hình bảo hiểm này. Điều này có nghĩa rằng, hầu hết nông dân, trong đó có một tỷ lệ không nhỏ là các hộ có thu nhập thấp không được bảo hiểm trước những tổn thất do thiên tai, bệnh dịch và các rủi ro khác.

Ngoài bảo hiểm nông nghiệp, tuy chưa có số liệu thống kê cụ thể nhưng có thể suy luận được rằng một bộ phận khá nhỏ người có thu nhập thấp có thể có bảo hiểm vật chất xe máy – một tài sản lớn đối với họ. Tóm lại, có thể kết luận được rằng tuyệt đại đa số người có

thu nhập thấp, đặc biệt là người nghèo chưa được bảo hiểm về tài sản, trách nhiệm.

*** *Bảo hiểm sinh mạng, thương tật và sức khỏe:***

Cùng với bảo hiểm nông nghiệp, Bảo Việt cũng là doanh nghiệp tiên phong trong cung cấp các sản phẩm bảo hiểm sinh mạng, thương tật cho người có thu nhập thấp thông qua sản phẩm bảo hiểm con người. Tuy nhiên, đến nay số đối tượng hạn chế (cán bộ hưu trí, cho học sinh, sinh viên) được bảo hiểm và mức trách nhiệm bảo hiểm khá nhỏ. Các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ của các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ (BHNT) cũng gần như chưa đến được với người có thu nhập thấp mà lý do chủ yếu vẫn là hiệu quả kinh doanh thấp khi các doanh nghiệp triển khai đến các đối tượng này. Trong các sản phẩm bảo hiểm con người và bảo hiểm nhân thọ hiện nay, chỉ có sản phẩm bảo hiểm tử kỳ, bảo hiểm con người kết hợp có mức phí bảo hiểm phù hợp với người có thu nhập thấp.

Bên cạnh các sản phẩm bảo hiểm dành cho người có thu nhập thấp do các doanh nghiệp bảo hiểm cung cấp, ở Việt Nam cũng đã hình thành các quỹ bảo hiểm tương hỗ như Quỹ cho vay tương hỗ TYM do Hội phụ nữ thành lập năm 1996. Quỹ TYM chuyên cung cấp các khoản vay nhỏ cho phụ nữ nghèo đồng thời cung cấp bảo hiểm tử vong cho người vay và các thành viên trong gia đình của họ. Mức phí bảo hiểm là 200 đồng/tuần. Về quyền lợi bảo hiểm, trong trường hợp người vay chết khoản vay sẽ được xóa đồng thời gia đình của họ được nhận 500 ngàn đồng (mức quy định của năm 2001) để phục vụ cho việc mai táng, trong trường hợp người thân của người vay chết quỹ TYM cũng trả 500 ngàn đồng. Tuy nhiên, khi được chuyển đổi thành tổ chức TCVM chính thức, việc trực tiếp cung cấp bảo hiểm của TYM đã phải dừng hoạt động do chưa có cơ sở pháp lý để thực hiện.

*** *Bảo hiểm hưu trí và bảo hiểm thất nghiệp:***

Mong ước được bảo hiểm hưu trí của người có thu nhập thấp đã được cụ thể hóa bằng những quỹ tương hỗ như bảo hiểm hưu trí

nông dân tại một số địa phương như Nghệ An; xã Dị Sử, Hưng Yên (được thành lập từ năm 2004) ... Với quỹ hưu trí nông dân theo mô hình của Nghệ An, đóng góp số tiền được nhận quy đổi bằng thóc. Sau hơn 10 năm hoạt động, tính đến thời điểm chuyển giao cho Bảo hiểm xã hội quản lý, tổng số người tham gia bảo hiểm xã hội nông dân trong toàn tỉnh Nghệ An là 86.769 người, trong đó có 60.362 người đã được chi trả trợ cấp lần một, 753 người đang hưởng lương hưu, 25.654 người đang tiếp tục tham gia. Tổng thu quỹ bảo hiểm nông dân là trên 194 tỷ đồng, tổng chi quỹ bảo hiểm xã hội nông dân là 99 tỷ đồng. Mô hình bảo hiểm nông dân Nghệ An do Hội nông dân khởi xướng và được dựa trên những tính toán khá đơn giản về mức đóng góp, mức được hưởng. Với mô hình của xã Dị Sử, ngoài phần đóng góp của người tham gia, chính quyền xã đã bổ sung sự đóng góp của những người đi làm ăn xa, các nguồn thu khác của xã và được giao cho Hội người cao tuổi của xã quản lý. Ngoài các quỹ hưu trí nông dân, trong những năm gần đây Nhà nước đã thực hiện trợ cấp một khoản tiền nhỏ định kỳ cho người cao tuổi từ 85 tuổi trở lên, không có lương hưu hoặc không có trợ cấp bảo hiểm xã hội; thuộc diện cô đơn, gia đình nghèo, tui có vợ hoặc chồng nhưng già yếu, không có con cháu, người thân để nương tựa với trợ cấp hàng tháng 120.000 đồng. Với bảo hiểm thất nghiệp, có thể khẳng định đến nay tuyệt đại đa số người có thu nhập thấp vẫn chưa được bảo hiểm theo loại hình bảo hiểm này.

Có thể thấy, mặc dù ý tưởng bảo hiểm hưu trí cho người có thu nhập thấp đã được hiện thực hóa ở Việt Nam và thu hút được sự quan tâm đặc biệt của người có thu nhập thấp, chính quyền địa phương và các cơ quan Nhà nước nhưng đến nay bảo hiểm hưu trí này mới được thực hiện ở bước sơ khai, trong phạm vi hẹp; việc quản lý quỹ, tính toán mức đóng góp và mức lương được hưởng để đảm bảo sự hoạt động hiệu quả, khả năng thanh toán của quỹ vẫn là vấn đề cần được nghiên cứu, thực hiện.

Bảng 2.7. Hoạt động BHVM của một số tổ chức đoàn thể xã hội (đến cuối 2015)

STT	Tên các dự án bảo hiểm thí điểm	Khách hàng mục tiêu	Số hợp đồng có hiệu lực/ tổng hợp đồng	Doanh thu (Phí bảo hiểm thu được)	Ghi chú
1	CFRC	Các khách hàng của M7-TCTCVM	8,030 khách hàng (bị giảm từ 11.000 vào tháng 6/2013 còn 8.544 vào 12/2014 do sự rút ra của các quỹ xã hội đang tham gia và không có sự tham gia của các quỹ xã hội/CTTCVM mới	6,7 tỷ (tính đến cuối tháng 6/2015).	Doanh thu - Chi phí cân bằng: 3,1 tỷ (cuối tháng 2015). Tổng số tiền trả cho sự qua đời / tàn tật vĩnh viễn: 199,3 triệu. Thách thức: khó khăn trong việc mở rộng, sản phẩm không hấp dẫn, thiếu sự hỗ trợ kỹ thuật về BHVM (dự án RIMANSI đã kết thúc).
2	Hội HLPHVN	Các khách hàng TYM			Không có kế hoạch triển khai thực hiện kể từ khi được BTC chấp thuận

Nguồn: Cục QLGSBH, BTC (2015)

Thực hiện Quyết định số 2195/QĐ-TTg ngày 6/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ ban hành Phê duyệt Đề án xây dựng và phát triển hệ thống TCVM tại Việt Nam đến năm 2020, trong giai đoạn 2011-2015, Bộ Tài chính có trách nhiệm nghiên cứu, ban hành quy định phù hợp đối với hoạt động BHVM. Theo đó, Văn phòng Chính phủ đã có công văn số 5151/VPCP-KTTH ngày 26/6/2013 giao Bộ Tài chính nghiên cứu, ban hành hoặc trình cấp có thẩm quyền ban hành các quy định pháp luật về BHVM.

Thời gian qua, thực hiện chỉ đạo của Chính phủ, Bộ Tài chính đã ban hành các công văn hướng dẫn triển khai thí điểm BHVM đối với Trung tâm Hỗ trợ phát triển nguồn lực tài chính cộng đồng - CFRC (trực

thuộc Trung ương Hội khuyến học Việt Nam) và Trung ương Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam (công văn số 16037/BTC-QLBH ngày 20/11/2013 và 10418/BTC-QLBH ngày 29/7/2014).

Tình hình triển khai BHVM của Hội LHPN và CFRC như sau:

- Đối với Hội LHPN:

Do gặp khó khăn trong công tác tổ chức và nhân sự, Hội LHPN bắt đầu triển khai BHVM từ tháng 6/2016, kết quả đến 30/9/2016 như sau:

- + Về sản phẩm: Hội LHPN cung cấp 1 sản phẩm là Sản phẩm bảo hiểm tương trợ vốn vay.
- + Số lượng thành viên tham gia: 26.479 người.
- + Doanh thu phí bảo hiểm: 1,3 tỷ đồng.
- + Tổng số quyền lợi được chi trả: 15 triệu đồng.

- Đối với CFRC:

Từ cuối năm 2013 đến nay, CFRC đã tiến hành đánh giá lại sản phẩm, xây dựng kế hoạch kinh doanh và tập trung hoàn thiện phần mềm để quản lý theo hướng chuyên nghiệp. Việc triển khai BHVM sau hơn 2 năm đã đạt được một số kết quả nhất định (lũy kế đến 30/9/2016):

- + Về sản phẩm: CFRC cung cấp 02 sản phẩm bảo hiểm là Sản phẩm bảo vệ sinh mạng vốn vay và Sản phẩm nhân thọ cơ bản (Hỗ trợ chăm sóc sức khỏe khi nằm viện, tử vong/thương tật toàn bộ vĩnh viễn).
- + Số lượng thành viên tham gia: 8.062 người.
- + Doanh thu phí bảo hiểm: 2,35 tỷ đồng.
- + Tổng số quyền lợi được chi trả: 593,5 triệu đồng.
- + Về thu chi tài chính: CFRC cân đối được thu chi từ hoạt động BHVM.

- Khó khăn hiện nay trong việc triển khai BHVM

Luật kinh doanh bảo hiểm và các văn bản hướng dẫn thi hành quy định về thành lập, hoạt động, chế độ tài chính, v.v... đã tạo khung khổ pháp lý đầy đủ đối với các doanh nghiệp kinh doanh bảo hiểm. Tuy nhiên, Luật kinh doanh bảo hiểm không bao gồm các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội triển khai BHVM không vì mục tiêu lợi nhuận. Do vậy, có thể nói đến nay, chưa có văn bản pháp luật nào quy định cụ thể về cung cấp dịch vụ BHVM.

b) Về cơ chế, chính sách

Sự phát triển của thị trường bảo hiểm được hướng dẫn bởi Luật Kinh doanh Bảo hiểm và Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam giai đoạn 2003-2010. Chiến lược của Chính phủ cho việc phát triển ngành bảo hiểm đang được thực hiện nhằm tạo ra cơ chế cung cấp dịch vụ bảo hiểm chất lượng cao hơn, chuyên nghiệp hơn và ổn định hơn tại Việt Nam. Bộ Tài chính là cơ quan quản lý chính đối với các công ty BHVM, đồng thời giám sát hoạt động của các công ty bảo hiểm. Bộ Tài chính cũng chịu trách nhiệm cấp phép cho các công ty bảo hiểm và đóng vai trò là cơ quan cấp giấy chứng nhận cho mọi chuẩn mực và điều kiện. Các công ty bảo hiểm và công ty môi giới cũng phải nộp hồ sơ đề nghị Bộ tài chính cấp phép trước khi đăng kí kinh doanh.

Bảo hiểm thương mại được chi phối bởi Nghị định 45/2007/NĐ-CP hướng dẫn thực hiện một số điều khoản của Luật Kinh doanh bảo hiểm và Nghị định 46/2007/NĐ-CP về Chế độ tài chính đối với Công ty bảo hiểm và Công ty môi giới bảo hiểm. Những Nghị định này và các hướng dẫn thực hiện đi kèm, Thông tư 155/2007/ TT-BTC và Thông tư 156/2007/ TT-BTC, lần lượt đưa ra các quy định thận trọng mới cho các tổ chức bảo hiểm từ năm 2007.

Luật bảo hiểm tại Việt Nam không chính thức cấm hoạt động BHVM hay các chương trình bảo hiểm phi chính thức hiện được quản lý bởi các tổ chức quốc tế và tổ chức phi chính phủ hay các cơ quan

đoàn thể, cũng không có sự giám sát đối với hoạt động của các tổ chức này. Tuy nhiên, năm 2005 Chính phủ đã ban hành 02 Nghị định đề cập đến hoạt động của những loại công ty cung cấp bảo hiểm. Đó là:

Nghị định 28/2005/NĐ-CP, quy định về tổ chức và hoạt động của tổ chức tài chính quy mô nhỏ; và

Nghị định 18/2005/NĐ-CP, quy định việc thành lập, tổ chức và hoạt động của tổ chức bảo hiểm tương hỗ hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh Bảo hiểm.

Nghị định 28/2005/NĐ-CP cho phép tổ chức TCVM làm đại lý hay đơn vị phân phối cho các công ty bảo hiểm được cấp phép, trong khi Nghị định 18/2005/NĐ-CP quy định khuôn khổ pháp lý cho quỹ tương trợ chuyển đổi thành tổ chức bảo hiểm tương hỗ chính thức (BHTH). Tổ chức BHTH là một pháp nhân được thành lập để kinh doanh bảo hiểm vì mục đích tự lực tự cường giữa các thành viên là các tổ chức, cá nhân Việt Nam làm việc trong cùng lĩnh vực, có cùng nghề nghiệp hay sống cùng một khu vực địa lý và dễ bị tổn thương trước cùng loại rủi ro. Các thành viên của tổ chức BHTH đều có quyền góp phần xây dựng chính sách, là chủ sở hữu của tổ chức và có quyền tham gia vào công tác quản lý.

Một số quy định về điều kiện đối với tổ chức BHTH:

- Có thể cung cấp các sản phẩm và dịch vụ bảo hiểm chỉ trong một số lĩnh vực: y tế và tai nạn, tài sản và bồi thường thiệt hại, hàng hoá vận chuyển, phương tiện giao thông, cháy nổ, tàu/thuyền và trách nhiệm dân sự của chủ tàu, trách nhiệm pháp lý nói chung, tín dụng, thiệt hại kinh doanh và nông nghiệp.
- Phải được hình thành bởi ít nhất mười (10) thành viên và được tổ chức gồm: một Đại hội Thành viên, một Hội đồng Quản trị, Giám đốc và một Ban Giám sát.

- Để được cấp phép, tổ chức BHTH phải có vốn pháp định không dưới 10 tỉ đồng. Tổ chức BHTH hoạt động trong khu vực nông nghiệp có yêu cầu vốn thành lập thấp hơn là 9 tỉ đồng.
- Tổ chức BHTH phải có dự trữ bắt buộc hoặc 5% lợi nhuận sau thuế hàng năm. Mức vốn dự trữ tối thiểu là 10% vốn thành lập.
- Phải hoạt động theo các luật tại Việt Nam và luật kinh doanh bảo hiểm.

Tổ chức BHTH cũng tuân theo các yêu cầu về giám sát và báo cáo gửi Bộ Tài chính. Các tổ chức này phải đăng kí trước các sản phẩm bảo hiểm.

Tuy nhiên, về cơ sở pháp lý hướng dẫn cụ thể trong việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ BHVM thì đến nay vẫn chưa được ban hành. Trong khi tầm quan trọng của việc bảo vệ rủi ro cho khách hàng TCVM được hiểu và đánh giá cao tại Việt Nam, ngành công nghiệp BHVM vẫn còn trong giai đoạn trứng nước. Một số nhà cung cấp bảo hiểm đã tỏ rõ sự quan tâm, mong muốn cung cấp các sản phẩm và dịch vụ bảo hiểm cho các nhóm thu nhập thấp⁶⁹. Loại hình bảo hiểm tín dụng nhân thọ áp dụng bắt buộc khi đi vay vốn vẫn là sản phẩm mạnh nhất trên thị trường. Trong bối cảnh khách hàng tiềm năng và hiện tại đang phải đối mặt với nhiều rủi ro, rất cần có các sản phẩm BHVM bao phủ cả các rủi ro khác như thiên tai (ví dụ bão, động đất, lũ lụt, vv.v...), tai nạn, ốm đau và bệnh tật.

Nhận thức được tầm quan trọng trong cung cấp các công cụ bảo vệ rủi ro cho các nhóm người nghèo và thu nhập thấp, Đề án xây dựng và phát triển hệ thống TCVM tại Việt Nam đến năm 2020 đã giao cho Bộ Tài chính (Cục QLGSBH) xây dựng và ban hành các quy định về BHVM. Tuy nhiên, đến nay Cục QLGSBH vừa hoàn tất việc xây dựng và đang lấy kiến rộng rãi đối với dự thảo Nghị định hướng dẫn triển khai BHVM.

⁶⁹ Không có dữ liệu cụ thể về điều này do Cục QLGSBH-BTC không yêu cầu các công ty bảo hiểm phải nộp một bộ thông tin riêng biệt về bảo hiểm vi mô. Một số công ty bảo hiểm hiện đang cung cấp bảo hiểm vi mô là: Bảo hiểm Bảo Việt Nhân thọ, Manulife, Prudential.

2.4.2. Đánh giá

2.4.2.1. Các hạn chế

- + *Khung pháp lý về BHVM còn chưa rõ ràng, chưa có tính đặc thù để khuyến khích.* Chính sách BHVM còn hạn chế, theo đó Nghị định 28/2005/NĐ-CP cho phép tổ chức TCVM hoạt động chỉ như đại lý hay đơn vị phân phối cho các công ty bảo hiểm với các sản phẩm bảo hiểm thương mại. Có thể chứng minh là quy định này có vấn đề, căn cứ thực tế là đại bộ phận các công ty bảo hiểm thương mại không coi mảng thị trường thu nhập thấp là thị trường tiềm năng và sản phẩm của họ cũng như cơ chế thu phí không thể phù hợp với nhu cầu của bộ phận dân cư thu nhập thấp.

Có thể thấy, khung pháp lý về BHVM còn chưa rõ ràng, chưa có tính đặc thù để khuyến khích các TCTD có hoạt động TCVM, đặc biệt là các tổ chức TCVM tham gia thị trường BHVM. Nếu không có quy định chính thức về BHVM, ngành BHVM sẽ phải đối mặt với các thách thức thiếu định nghĩa cụ thể các tính năng của một sản phẩm BHVM bao gồm quy tắc giảm thời gian xử lý các yêu cầu và mức phí bảo hiểm hợp lý. Hướng dẫn rõ ràng về BHVM sẽ giúp các nhà cung cấp bảo hiểm phát triển các sản phẩm bảo hiểm được thiết kế riêng phù hợp với nhu cầu bảo vệ khỏi rủi ro của khu vực thu nhập thấp. đồng thời khách hàng TCVM sẽ có cơ hội hiereri, nắm bắt rõ hơn về sản phẩm họ cần phải trang bị để phòng tránh những rủi ro.

- + *Hướng dẫn hoạt động không đầy đủ và thiếu thông số cho việc phát triển sản phẩm.* Hiện không có thông số nào cho việc thiết kế sản phẩm bảo hiểm phù hợp với bộ phận dân cư thu nhập thấp. Cũng không có đủ hướng dẫn cho việc thành lập, hoạt động và giám sát, đánh giá tổ chức BHTH. Các chuẩn mực kết quả hoạt động thích đáng phải được đưa ra, nếu không nhiều tổ chức có thiện chí có thể cung cấp BHVM dưới dạng BHTH mà không có hiểu biết đúng đắn hay không thể tiếp cận hỗ trợ kĩ thuật

và rồi đi đến thất bại. Chúng tôi hi vọng rằng Bộ Tài chính sẽ ban hành các quy định về việc thực hiện, trong đó đưa ra hướng dẫn chi tiết hơn cho các tổ chức BHTH triển vọng và các bên quan tâm khác.

- + *Nhu cầu nâng cao năng lực của nhà cung cấp BHVM còn khó khăn do hạn chế về chính sách.* Việc chuyển đổi thành tổ chức BHTH chính thức đặt các nhà cung cấp BHVM phi chính thức trước những thách thức chủ yếu về nguồn nhân lực và phát triển hệ thống. Các quỹ tương hỗ hiện đang hoạt động sẽ trải qua một thời gian khó khăn để tìm kiếm cán bộ có trình độ, đặc biệt cho những vị trí quản lý và kỹ thuật chủ chốt. (Chẳng hạn, Chủ tịch Hội đồng Quản trị và Giám đốc của tổ chức BHTH đòi hỏi phải có trình độ chuyên môn và kinh nghiệm trong kinh doanh bảo hiểm.) Họ cũng sẽ cần đào tạo để nâng cao năng lực của cán bộ và cải tiến hệ thống quản lý để tuân theo các quy định mới. Tổ chức BHTH sẽ cần sự hỗ trợ trong việc xây dựng hệ thống quản lý liên quan đến những vấn đề sau: chuẩn hoá các chính sách và thủ tục vận hành; MIS; hệ thống kế toán; và xây dựng các kỹ năng mới như dự toán thống kê bảo hiểm, quản lý thanh khoản, quản lý đầu tư, v.v.
- + *Năng lực quản lý và giám sát của cơ quan quản lý cần theo kịp thực tiễn.* Theo Nghị định 18/2005/NĐ-CP, Bộ Tài chính là cơ quan quản lý các tổ chức BHTH. Bộ Tài chính có thẩm quyền cấp giấy phép hoạt động kinh doanh bảo hiểm tương hỗ cũng như phê duyệt các sản phẩm bảo hiểm. Vì vậy, cần đẩy mạnh năng lực quản lý và giám sát của Bộ Tài chính đối với bảo hiểm tương hỗ, một lĩnh vực chưa có tiền lệ và vẫn đang nổi lên.

Sẽ thật lý tưởng khi vai trò của Chính phủ là tạo môi trường pháp lý phù hợp và xúc tiến việc tham gia vào ngành chính thống thành thị trường thu nhập thấp. Để đạt được mục tiêu này, Bộ Tài chính cần đào sâu hiểu biết về khái niệm BHVM và nắm được sự khác biệt như thế nào giữa BHVM và bảo hiểm thương mại. Thứ hai, Bộ Tài chính cần xem xét các mô hình có thể tồn tại được và nghiên cứu khung

pháp lý có vai trò kích lệ BHVM tại các quốc gia khác và thứ ba, thông qua các chính sách và thực hiện các quy định phù hợp với bối cảnh của Việt Nam để đảm bảo sự tăng trưởng của tổ chức bảo hiểm thương mại và các tổ chức BHVM khác.

2.4.2.2. Nguyên nhân của các hạn chế

Mặc dù nhu cầu về sản phẩm này đối với người dân Việt Nam là khá lớn, nhưng để triển khai và nhân rộng mô hình này lại không hề dễ dàng do những nguyên nhân sau đây:

- + BHVM còn là lĩnh vực mới, chưa có được sự nhận thức đầy đủ từ các chủ thể tham gia thị trường, từ các nhà cung cấp sản phẩm BHVM, các tổ chức đại lý đến khách hàng. Ngay cả các cơ quan quản lý nhà nước, các nhà hoạch định chính sách cũng chưa đánh giá được đầy đủ lợi ích, tiềm năng và chưa thực sự có mức quan tâm thỏa đáng đến lĩnh vực này.
- + Đa số doanh nghiệp đang kinh doanh bảo hiểm tại Việt Nam chưa mặn mà cung cấp các sản phẩm BHVM. Bởi lẽ, không chỉ phải thay đổi một phần chiến lược kinh doanh, mà các doanh nghiệp bảo hiểm còn phải thay đổi sản phẩm theo hướng đơn giản và cắt giảm chi phí cho phù hợp với đối tượng khách hàng là người có thu nhập thấp. Trong khi đó, thị trường bảo hiểm dành cho những đối tượng thượng lưu và trung lưu để thâm nhập và còn nhiều tiềm năng chưa được khai thác hết.
- + Việc xây dựng mô hình thu phí bảo hiểm sao cho hiệu quả, đơn giản để duy trì và phát triển loại hình bảo hiểm này là một trở ngại lớn, bởi phải tính toán chi phí hợp lý cho người đi thu phí, cũng như trở ngại trong việc thu phí từ những người có thu nhập mang tính thời vụ. Đây là mâu thuẫn chủ yếu mà các doanh nghiệp bảo hiểm vấp phải khi triển khai sản phẩm này.
- + Bên cạnh đó việc lựa chọn kênh phân phối sản phẩm một cách tối ưu, do BHVM cung cấp cho người có thu nhập thấp nên phí bảo hiểm thấp. Vì vậy, tìm ra một kênh phân phối thực sự hiệu quả

để bán sản phẩm BHVM tới tận tay người dân nông thôn đang là bài toán khó cho các doanh nghiệp bảo hiểm. Hiện nay, việc các doanh nghiệp bảo hiểm bán sản phẩm BHVM không thông qua đại lý, mà chỉ thông qua các hội, đoàn thể nên công tác thu phí hàng tháng cũng là một vấn đề nan giải. Bởi lẽ, địa bàn nông thôn không giống như thành phố, người dân sống ở các địa hình khác nhau nên việc tiếp cận được họ để giới thiệu sản phẩm và ký hợp đồng đã khó, mà thu tiền phí lại càng khó khăn hơn. Việc cung cấp sản phẩm là một trong những hoạt động chiếm nhiều chi phí nhất khi triển khai sản phẩm mới. Thậm chí, một nhà cung cấp BHVM có thể tiêu tốn tới 90% tổng số phí thu được cho việc cung cấp sản phẩm và thu phí trong năm đầu tiên.

- + Với kiến thức về bảo hiểm còn hạn chế, khá nhiều khách hàng là những người thu nhập thấp cảm thấy không “thoải mái” khi tiếp xúc với loại sản phẩm bảo hiểm mới lạ này.

2.5. Các sản phẩm phi tài chính

Các dịch vụ phi tài chính với các hình thức rất đa dạng từ các lớp xóa mù chữ, và phát triển cộng đồng cho tới dịch vụ phát triển doanh nghiệp. Ở Việt Nam, hầu như các nhà cung cấp độc lập là những người cung cấp các dịch vụ phi tài chính này. Đa số các dự án tài chính vi mô của các NGO quốc tế triển khai các dịch vụ phi tài chính bên cạnh tín dụng vi mô. Tuy nhiên, ở các tổ chức tài chính vi mô đã chuyển đổi và chính thức chính Việt Nam thì dịch vụ phi tài chính được cung cấp ở mức độ hạn chế trong khi nhu cầu được đánh giá là rất cao. Chỉ có 21,5 % khách hàng được phỏng vấn trả lời là có nhận được hỗ trợ dịch vụ khác ngoài vay vốn. Trong khi từ 93%- 100% trả lời các vấn đề giáo dục cho trẻ em, sức khỏe và dinh dưỡng gia đình, nhận thức đối với các vấn đề xã hội, nhận thức về quyền phụ nữ, nhận thức về cơ hội việc làm, nhận thức về tăng thu nhập gia đình, nhận thức về kỹ thuật chăn nuôi - trồng trọt, nhận thức về kỹ năng kinh doanh là rất cần thiết.

Bảng 2.8. Kết quả khách hàng trả lời phỏng vấn được tiếp cận dịch vụ phi tài chính

STT	Câu hỏi khảo sát	Trả lời có	Tỷ lệ đánh giá mức độ cần thiết cao (mức 4-5 /5)
1	Ông/bà có đang được hỗ trợ các dịch vụ khác ngoài vay vốn không?	21,5%	
2	Giáo dục cho trẻ em có cần thiết không?	98,1%	77,6%
3	Sức khỏe và dinh dưỡng gia đình - có cần thiết không?	99,2%	89%
4	Nhận thức đối với các vấn đề xã hội có cần thiết không?	94,7%	64,6%
5	Nhận thức về quyền phụ nữ có cần thiết không?	100%	82,4%
6	Nhận thức về cơ hội việc làm có cần thiết không?	98,1%	78%
7	Nhận thức về tăng thu nhập gia đình có cần thiết không?	99,1%	80,4%
8	Nhận thức về kỹ thuật chăn nuôi, trồng trọt có cần thiết không?	93,5%	69,6%
9	Nhận thức về kỹ năng kinh doanh có cần thiết không?	93,1%	73,9%

Việc số lượng khách hàng trả lời phỏng vấn được tiếp cận dịch vụ phi tài chính thấp là vì hầu hết các tổ chức chưa đủ nguồn lực để triển khai rộng rãi các chương trình này. Đa số chỉ có thể triển khai hạn chế dựa trên tài trợ từ bên ngoài hoặc kết hợp với các tổ chức ở địa phương một cách hạn chế. Các tổ chức không có kinh phí để tuyển dụng các nhân viên hoạt động xã hội để cung cấp dịch vụ phi tài chính như ở MFIs ở các nước.

Giáo dục kỹ năng quản lý tài chính

Giáo dục kỹ năng quản lý tài chính ngày càng được công nhận là một công cụ quan trọng cho những người có thu nhập thấp. Thực tế chứng minh rằng những ai được trang bị kiến thức về giáo dục tài chính sẽ trở nên tự tin hơn về các vấn đề tài chính và đưa ra các quyết định tài chính chuẩn xác hơn, đồng thời họ cũng sẽ tự vững và an toàn về tài chính hơn. Ở Việt Nam qua kết quả khả sát thực địa cho thấy khách hàng tài chính vi mô có nhu cầu khá cao về tìm hiểu kiến thức cũng như kỹ năng quản lý tài chính liên quan đến hộ gia đình. Tuy nhiên giáo dục kỹ năng quản lý tài chính cho khách hàng tài chính vi mô chưa được coi trọng đúng mức. Qua khảo sát cho thấy chỉ có 44,3% khách hàng tài chính vi mô cho biết họ được hướng dẫn về cách sử dụng vốn vay và ra quyết định tài chính. Tuy nhiên cũng như ở các tổ chức tài chính vi mô khác trên thế giới, các hướng dẫn đó còn rất đơn giản.

Các chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính cho hộ gia đình rất đa dạng. Những chủ đề đó có thể sắp xếp thành 21 chủ đề. Qua khảo sát cho thấy đa số các chủ đề này đều được khách hàng cho là quan trọng và đánh giá mức độ cần thiết khá cao. Bảng kết quả khảo sát về nhu cầu chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính dưới đây cho thấy 20/21 câu hỏi về sự cần thiết của các chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính được trên 91% khách trả lời có cần thiết. Hơn nữa, có 15/21 câu hỏi được trên 50% người trả lời phỏng vấn trả lời đánh giá là cần thiết và rất cần thiết (mức độ 4-5 trên thang 5 mức độ). 6 câu hỏi còn lại cũng được từ 38% đến 50% người được phỏng vấn trả lời là cần thiết và rất cần thiết.

Bảng 2.9. Bảng kết quả khảo sát về nhu cầu chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính

STT	Câu hỏi khảo sát	Trả lời có	Tỷ lệ đánh giá mức độ cần thiết cao (mức 4-5 /5)
1	Đánh giá tình hình tài chính của gia đình có cần thiết không?	97%	61,7%
2	Đặt mục tiêu tài chính có cần thiết không?	91%	64,8%
3	Phân biệt những thứ "cần" và "muốn" có cần thiết không?	92%	67,2%
4	Lập kế hoạch tài chính có cần thiết không?	93,2%	70,30%
5	Lập kế hoạch chi tiêu có cần thiết không?	93,6%	68,4%
6	Tuân thủ kế hoạch có cần thiết không?	93,4%	59,1%
7	Tiêu dùng không ngoan có cần thiết không?	94,4%	66%
8	Đầu tư vào sản xuất kinh doanh có cần thiết không?	97,7%	82,8%
9	Bảo vệ tài sản có cần thiết không?	99,2%	84,5%
10	Chuẩn bị cho đám cưới có cần thiết không?	93,3%	40,5%
11	Chuẩn bị cho sinh con có cần thiết không?	87%	38,3%
12	Chuẩn bị cho giáo dục có cần thiết không?	97,4%	49,1%
13	Chuẩn bị cho tuổi già có cần thiết không?	94,4%	47,5%
14	Chuẩn bị cho đám ma có cần thiết không?	94,1%	41,4%
15	Tiết kiệm (tại tổ chức tài chính và hộ họ) có cần thiết không?	96%	74,8%
16	Vay tiền (khi nào nên đi vay, rủi ro đi kèm, điều kiện vay, lãi suất thực, cách quản lý tiền vay) có cần thiết không?	94,8%	72,5%

STT	Câu hỏi khảo sát	Trả lời có	Tỷ lệ đánh giá mức độ cần thiết cao (mức 4-5 /5)
17	Bảo hiểm (hiểu ý nghĩa và mức chi trả) có cần thiết không?	93%	55,1%
18	Chuẩn bị cho ốm đau của người thân có cần thiết không?	91,5%	56,9%
19	Chuẩn bị cho cái chết của người thân có cần thiết không?	92,6%	53,5%
20	Chuẩn bị cho mất nghề có cần thiết không?	95%	54,6%
21	Chuẩn bị cho thiên tai, dịch bệnh có cần thiết không?	92,6%	48,2%

Việc số lượng khách hàng trả lời phỏng vấn được tiếp cận dịch vụ phi tài chính thấp là vì hầu hết các tổ chức chưa đủ nguồn lực để triển khai rộng rãi các chương trình này. Đa số chỉ có thể triển khai hạn chế dựa trên tài trợ từ bên ngoài hoặc kết hợp với các tổ chức ở địa phương một cách hạn chế. Các tổ chức không có kinh phí để tuyển dụng các nhân viên hoạt động xã hội để cung cấp dịch vụ phi tài chính như ở các TCTCVM ở các nước.

Giáo dục kỹ năng quản lý tài chính ngày càng được công nhận là một công cụ quan trọng cho những người có thu nhập thấp. Thực tế chứng minh rằng những ai được trang bị kiến thức về giáo dục tài chính sẽ trở nên tự tin hơn về các vấn đề tài chính và đưa ra các quyết định tài chính chuẩn xác hơn, đồng thời họ cũng sẽ tự vững và an toàn về tài chính hơn. Ở Việt Nam qua kết quả khả sát thực địa cho thấy khách hàng tài chính vi mô có nhu cầu khá cao về tìm hiểu kiến thức cũng như kỹ năng quản lý tài chính liên quan đến hộ gia đình. Tuy nhiên giáo dục kỹ năng quản lý tài chính cho khách hàng tài chính vi mô chưa được coi trọng đúng mức. Qua khảo sát cho thấy chỉ có 44,3% khách hàng tài chính vi mô cho biết họ được hướng dẫn về cách sử dụng vốn vay và ra quyết định tài chính. Tuy

nhiên cũng như ở các tổ chức tài chính vi mô khác trên thế giới, các hướng dẫn đó còn rất đơn giản.

Các chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính cho hộ gia đình rất đa dạng. Những chủ đề đó có thể sắp xếp thành 21 chủ đề. Qua khảo sát cho thấy đa số các chủ đề này đều được khách hàng cho là quan trọng và đánh giá mức độ cần thiết khá cao. Bảng kết quả khảo sát về nhu cầu chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính dưới đây cho thấy 20/21 câu hỏi về sự cần thiết của các chủ đề đào tạo kỹ năng quản lý tài chính được trên 91% khách trả lời có cần thiết. Hơn nữa, có 15/21 câu hỏi được trên 50% người trả lời phỏng vấn trả lời đánh giá là cần thiết và rất cần thiết (mức độ 4-5 trên thang 5 mức độ). 6 câu hỏi còn lại cũng được từ 38% đến 50% người được phỏng vấn trả lời là cần thiết và rất cần thiết.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ TCVM CHO TÀI CHÍNH TOÀN DIỆN

3.1. Định hướng và nhu cầu phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện

3.1.1. Định hướng phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện

Phát triển TCVM - tiền đề cho tài chính toàn diện.

TCVM được định nghĩa là "hoạt động cung cấp nhiều loại hình dịch vụ tài chính đa dạng - như tiền gửi, cho vay, dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, bảo hiểm - cho các hộ nghèo và thu nhập thấp và các doanh nghiệp nhỏ. TCVM chứng minh cho khái niệm người có thu nhập thấp có khả năng thoát khỏi cảnh đói nghèo nếu được tiếp cận với các dịch vụ tài chính"⁷⁰. *Phát triển TCVM là tiền đề cho tăng cường tài chính toàn diện* vì nó tập trung phục vụ phần đa dân số không có khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính, những dịch vụ mà vốn trước đây chỉ có các ngân hàng độc quyền cung cấp cho các nhóm khách hàng có thu nhập cao hơn, cho đến những năm gần đây mới có sự thay đổi.

Để đạt được mục tiêu này, việc lập biểu đồ lộ trình cho tài chính toàn diện Việt Nam cần có đánh giá về tình hình ngành TCVM, đồng thời nhìn lại những nỗ lực trước đây và hiện nay của Việt Nam trong phát triển ngành, là nền tảng quan trọng để thúc đẩy tài chính toàn diện.

Mặc dù đạt thành tích tốt trong công tác giảm nghèo, tài chính toàn diện tại Việt Nam (được đánh giá chủ yếu dựa trên mức độ tiếp cận tài khoản chính thức) vẫn thấp so với các nước láng giềng trong ASEAN và các nước thu nhập trung bình thấp. Trên thực tế, số người trưởng thành Việt Nam có tài khoản ngân hàng chính thức đã tăng đáng kể, từ 21,3% năm 2012 lên 30,9% năm 2015, chủ yếu là do: (i) sự phát triển và mở rộng của hệ thống tài chính chính thức; (ii) nỗ lực của Chính phủ và NHNN trong việc phát triển các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt; (iii) nền kinh tế phát triển; và, (iv) tăng trưởng đáng kể của GDP bình quân đầu người. Do vậy, nhiều người đang

⁷⁰ Tài chính vi mô theo định nghĩa tại Chiến lược TCVM của ADB

sử dụng các dịch vụ ngân hàng ngày càng đa dạng, đặc biệt là các dịch vụ thanh toán.

Tuy nhiên, tài chính toàn diện của Việt Nam thấp hơn so với các nước ở trình độ tương đương và thấp hơn nhiều so với các nước đang phát triển ở Đông Á và Thái Bình Dương. Năm 2015, Việt Nam (31%) xếp ở vị trí tương tự như Philippines và Indonesia, nhưng thấp hơn nhiều so với một số nước láng giềng khác (ví dụ, Thái Lan 78%, Malaysia 81%, Singapore 96%). Lý do dẫn đến tài chính toàn diện ở Việt Nam còn thấp là:

Ngân hàng Chính sách Xã hội (NHCSXH) hoạt động theo định hướng nhà nước, đơn vị cung cấp tín dụng hàng đầu cho các hộ gia đình có thu nhập thấp và khu vực nông thôn (khoảng 71% vào cuối năm 2015), khả năng hạn chế trong việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng khác, do đó không đáp ứng được nhu cầu tài chính cần thiết của phần đông dân số, ngoại trừ dịch vụ tín dụng;

Các nhà cung cấp TCVM khác phục vụ nhóm khách hàng thu nhập thấp còn nhỏ lẻ, bao gồm: (a) khoảng 1.146 QTDND chưa phát huy hết tiềm năng là tổ chức tài chính dựa trên thành viên với số thành viên trung bình là 1.200 thành viên/QTDND, kém xa NHCSXH với tỷ lệ khách hàng vay chỉ chiếm 12% và tỷ lệ dư nợ 19%; (b) các tổ chức TCVM được cấp phép và dự án/chương trình TCVM bán chính thức với tỷ lệ tiếp cận rất thấp dưới 2% tổng dư nợ và 4% tổng số khách hàng TCVM mặc dù đã có 20 năm tồn tại.

Sự chênh lệch lớn trong tài chính toàn diện.

Xét về tình hình kinh tế-xã hội, theo số liệu báo cáo, người nghèo có ít tài khoản hơn so với người giàu (18,74% so với 39,46%). Phụ nữ, thanh niên và người có học vấn cao hơn sử dụng nhiều tài khoản ngân hàng hơn so với nam giới, những người lớn tuổi hoặc có trình độ học vấn thấp hơn. Dịch vụ tài chính chủ yếu vẫn là tín dụng, với 43% dân số từ 15 tuổi trở lên có khoản vay từ các nguồn khác nhau năm 2012 và tăng lên 53% năm 2015. Gia đình hoặc bạn bè là nơi đi vay đầu

tiền của khoảng 30% người Việt Nam trên 15 tuổi, 19% vay từ các tổ chức tài chính và 1,82% vay từ những người cho vay lãi trong năm 2015. Tỷ lệ tiếp cận tín dụng chính thức năm 2015 của phụ nữ, người nghèo, người già và người học vấn thấp đã được tăng lên.

Chính phủ có kế hoạch khởi động Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia (NFIS) vào năm 2018 nhưng trên thực tế đã thực hiện một số sáng kiến quan trọng để tăng cường tài chính toàn diện. Luật TCTD 2010 đã đưa TCVM trở thành một phần của hệ thống ngân hàng chính thức nhằm phát huy trọn vẹn tiềm năng của TCVM trong một khuôn khổ pháp lý và cơ sở phát triển phù hợp. Đây là một bước thay đổi chính sách lớn, từ phương thức phân phối tín dụng theo chỉ đạo nhà nước chuyển sang áp dụng theo cơ chế thị trường nhằm tạo ra một ngành TCVM vững mạnh, đáp ứng nhu cầu và bền vững. Đây cũng là hành động kịp thời đáp ứng nhu cầu tăng cao của các hộ gia đình có thu nhập thấp và khách hàng doanh nghiệp vì mô đối với các dịch vụ tài chính đa dạng phù hợp và dễ tiếp cận.

Đề án xây dựng và phát triển hệ thống TCVM tại Việt Nam đến năm 2020.

Vào tháng 12/2011, Chính phủ đã xây dựng và thông qua Đề án xây dựng và phát triển hệ thống TCVM tại Việt Nam đến năm 2020, đưa ra lộ trình xây dựng ngành TCVM theo định hướng thị trường, có sự tham gia tích cực hơn của các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính theo cơ chế thị trường có khả năng tự vững, trong khi Chính phủ sẽ tập trung vào tạo dựng môi trường phát triển thuận lợi cho TCVM thông qua các quy định về quản lý giám sát, tăng cường năng lực, xây dựng cơ sở hạ tầng tài chính hỗ trợ cho TCVM phát triển.

3.1.2. Nhu cầu phát triển dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện

Lâu nay, các tổ chức tiếp cận người nghèo theo hướng đơn chiều, lấy chuẩn nghèo bằng thu nhập hoặc chi tiêu trung bình tính trên từng người làm cơ sở cho hoạt động tín dụng. Vì vậy, chỉ dịch vụ tài chính vi mô không thôi chưa giải quyết được nhiều nhu cầu thiết yếu

của người nghèo. Theo hướng mới, người nghèo cần được tiếp cận theo hướng đa chiều, có nghĩa là không chỉ có mức thu nhập bình quân dưới chuẩn nghèo mà họ còn thiếu hụt ít nhất một trong những nhu cầu xã hội như giáo dục, y tế, an sinh xã hội, nhà ở, dịch vụ cơ bản tại nơi ở, lương thực thực phẩm...

Như vậy, để đạt tài chính toàn diện được nếu chỉ dựa trên dịch vụ tài chính vi mô đơn thuần để tăng thu nhập là chưa đủ. Bởi trên thực tế, nhiều người dân tuy được tiếp cận tài chính nhưng vẫn thiếu thốn rất nhiều những nhu cầu phi tài chính cần thiết để hỗ trợ cho việc sử dụng nguồn tài chính đã tiếp cận được để bắt kịp phát triển chung của cộng đồng. Chính vì vậy, để giải quyết vấn đề chất lượng bền vững trong giảm nghèo, đòi hỏi phải có phương pháp tiếp cận tài chính toàn diện không chỉ ở riêng lĩnh vực tài chính mà còn cả ở các dịch vụ phi tài chính.

3.2. Giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ TCVM cho tài chính toàn diện

3.2.1. Giải pháp đối với các các nhà hoạch định chính sách

3.2.1.1. Giải pháp chung

a) Hoàn thiện môi trường chính sách và pháp lý thuận lợi để phát triển ngành TCVM toàn diện, bền vững theo hướng có chính sách ưu đãi về tài chính và môi trường pháp lý cho các nhà cung cấp TCVM. Cụ thể:

- + Hoàn thiện khuôn khổ pháp lý hướng dẫn Luật các TCTD và triển khai Đề án xây dựng và phát triển hệ thống TCVM tại Việt Nam.
- + Hoàn thiện các quy định pháp lý nhằm tăng cường năng lực quản trị và hoạt động của các tổ chức có hoạt động TCVM.
- + Thúc đẩy sáng kiến đổi mới vì người nghèo, bảo đảm bảo vệ quyền lợi khách hàng.
- + Xây dựng Khung pháp lý cho BHVM.

-
- b) Tăng cường năng lực quản lý giám sát của các cơ quan quản lý hoạt động TCVM
 - c) củng cố các tổ chức có hoạt động TCVM để cung cấp các dịch vụ bền vững và phù hợp khả năng chi trả của người nghèo.
 - d) Hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng ngành TCVM.

3.2.1.2. Giải pháp cụ thể nhằm phát triển từng sản phẩm

➤ Cho nhóm sản phẩm dịch vụ tín dụng

- Đề nghị cơ quan quản lý ban hành các qui định về tín dụng theo thông lệ, đặc tính hoạt động riêng có của TCVM đảm bảo tạo điều kiện thuận lợi cho người nghèo, người có thu nhập thấp được tiếp cận vốn thuận tiện và nhanh chóng. Đặc biệt lưu ý các nguyên tắc hoạt động của TCVM, đặc điểm của đối tượng khách hàng thu nhập thấp khi xây dựng các văn bản qui định về hoạt động cho vay đối với các tổ chức TCVM.
- Ngân hàng nhà nước nên xem xét đặc thù hoạt động của TCVM là các khách hàng ở các làng, bản xa trung tâm, hơn nữa phương tiện đi lại không thuận tiện do vậy tính thuận tiện rất cần thiết khi thiết kế sản phẩm dịch vụ tín dụng do vậy các qui định về mạng lưới cần hỗ trợ để các tổ chức TCVM có thể thực hiện được việc này.

➤ Cho nhóm sản phẩm huy động vốn

Để phát triển hoạt động huy động vốn tại các TCTCVM, cần nâng cao năng lực hoạch định chính sách và quản lý của cơ quan quản lý Nhà nước:

- Về Xây dựng môi trường pháp lý đồng bộ, phù hợp với đặc thù của hoạt động tài chính vi mô: Do các mô hình hoạt động tài chính vi mô khá đa dạng, do đó cần rà soát, nghiên cứu đưa ra các quy định pháp lý đặc thù để đảm bảo sự phát triển bền vững đúng với Đề án xây dựng và phát triển hệ thống tài chính vi mô

tại Việt Nam đến năm 2020. Do thể mạnh của mô hình các chương trình, dự án là xuất phát từ hoạt động xã hội, do vậy các quy định về huy động vốn của TCTCVM cần có sự đặc thù, ưu đãi nhất định.

- Phát huy các nguồn vốn ngoài ngân sách, giảm bớt gánh nặng cho ngân sách, thu hút các nguồn vốn cho vay với lãi suất ưu đãi: đối với các nguồn vốn ODA, các khoản cho vay ưu đãi của các tổ chức quốc tế, Ngân hàng Nhà nước cần đứng vai trò trung tâm trong việc phân bổ, cho vay lại với lãi suất ưu đãi đối với các tổ chức, chương trình dự án TCVM có đề xuất phương án thực sự hiệu quả cả trong lĩnh vực xã hội và tín dụng.

➤ Cho nhóm sản phẩm thanh toán – chuyển tiền

Nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM) tại Việt Nam, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 2545/QĐ-TTg ngày 30/12/2016 (Quyết định 2545) phê duyệt Đề án phát triển không dùng tiền mặt tại Việt Nam giai đoạn 2016-2020. Đề án đã đặt ra các mục tiêu cũng như các giải pháp tổng thể nhằm thúc đẩy việc TTKDTM trong nền kinh tế Việt Nam.

Các Mục tiêu cụ thể trong việc phát triển TTKDTM:

- Đến cuối năm 2020, tỷ trọng tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán ở mức thấp hơn 10%.
- Phát triển mạnh thanh toán thẻ qua các thiết bị chấp nhận thẻ tại điểm bán; nâng dần số lượng, giá trị giao dịch thanh toán thẻ qua các thiết bị chấp nhận thẻ. Đến năm 2020, toàn thị trường có trên 300.000 thiết bị chấp nhận thẻ POS được lắp đặt với số lượng giao dịch đạt khoảng 200 triệu giao dịch/năm.
- Thúc đẩy thanh toán điện tử trong thương mại điện tử, thực hiện mục tiêu của Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2016 - 2020 (100% các siêu thị, trung tâm mua sắm và cơ sở phân phối hiện đại có thiết bị chấp nhận thẻ và cho phép người

tiêu dùng thanh toán không dùng tiền mặt khi mua hàng; 70% các đơn vị cung cấp dịch vụ điện, nước, viễn thông và truyền thông chấp nhận thanh toán hóa đơn của các cá nhân, hộ gia đình qua các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt; 50% cá nhân, hộ gia đình ở các thành phố lớn sử dụng phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt trong mua sắm, tiêu dùng).

- Tập trung phát triển một số phương tiện và hình thức thanh toán mới, hiện đại, phục vụ cho khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, góp phần thúc đẩy Tài chính toàn diện (Financial Inclusion); tăng mạnh số người dân được tiếp cận các dịch vụ thanh toán, nâng tỷ lệ người dân từ 15 tuổi trở lên có tài khoản tại ngân hàng lên mức ít nhất 70% vào cuối năm 2020.

Các nhóm giải pháp để phát triển TTKDTM tại Việt Nam:

Đề án đã đưa ra 10 nhóm giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển TTKDTM trong giai đoạn 2016-2020 bao gồm:

🌐 Hoàn thiện hành lang pháp lý và cơ chế chính sách:

1. Rà soát, sửa đổi, bổ sung các văn bản pháp luật liên quan đến TTKDTM tại các văn bản luật hiện hành (như Luật NHNN Việt Nam, Luật các tổ chức tín dụng, luật phòng chống rửa tiền); hoặc nghiên cứu, xây dựng một luật riêng về các hệ thống thanh toán; qua đó đảm bảo tính bao quát, thống nhất và quản lý toàn diện các hệ thống thanh toán trong nền kinh tế phù hợp với thực tế Việt Nam dựa trên chuẩn mực, thông lệ quốc tế.

Xây dựng các cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển TTKDTM nhằm tạo lập hành lang pháp lý đầy đủ, tổng thể để khuyến khích phát triển TTKDTM, đảm bảo an ninh, an toàn cho hoạt động TTKDTM, từng bước phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế và thông lệ quốc tế tốt nhất.

2. Nghiên cứu sửa đổi, bổ sung các quy định về thanh toán không dùng tiền mặt, thanh toán bằng tiền mặt, trong đó bao gồm các

quy định về các phương tiện, dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt mới, dịch vụ trung gian thanh toán, tiền điện tử, hoạt động thương mại điện tử; ban hành các quy định về trách nhiệm của tổ chức cung ứng dịch vụ, người sử dụng dịch vụ và bên thứ ba.

3. Ban hành các văn bản pháp lý để quản lý, vận hành, hạn chế rủi ro, giám sát có hiệu quả đối với các loại hình, phương tiện, hệ thống thanh toán mới:

- Rà soát, đánh giá cơ chế quản lý hoạt động thanh toán của các tổ chức không phải là ngân hàng, các tổ chức khác tham gia cung ứng dịch vụ xuyên biên giới, các tổ chức thế quốc tế.
- Quy định về cơ chế bù trừ ròng đa phương; quy định liên quan đến thỏa thuận bù trừ, quyết toán, cơ chế không hủy ngang, quyết toán dứt điểm và biện pháp phòng ngừa trong trường hợp mất khả năng thanh toán của các hệ thống thanh toán, bao gồm cả Hệ thống thanh toán bù trừ điện tử tự động cho các giao dịch thanh toán bán lẻ (ACH) đang được triển khai xây dựng.
- Quy định về hoạt động của Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng (IBPS), Hệ thống ACH, hệ thống thanh quyết toán tiền của giao dịch trái phiếu Chính phủ tại Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, quy định liên quan đến thực hiện chức năng xử lý và quyết toán các giao dịch ngoại tệ liên ngân hàng tại Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
- Ban hành các quy định về/liên quan đến xây dựng, triển khai Bộ tiêu chuẩn thẻ chip nội địa và thực hiện Kế hoạch chuyển đổi từ thẻ từ sang thẻ chip tại Việt Nam.

4. Rà soát để sửa đổi, bổ sung các quy định về việc sử dụng các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt để giải ngân vốn vay của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng, góp phần đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền

mặt và giám sát việc sử dụng vốn vay của khách hàng đúng mục đích.

5. Ban hành các quy định về hoạt động ủy thác thanh toán, cho phép các tổ chức không phải là ngân hàng tham gia vào việc cung ứng các dịch vụ thanh toán mới, mở rộng mạng lưới cung ứng dịch vụ ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa để thúc đẩy việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ thanh toán.
6. Xây dựng và ban hành một số cơ chế, chính sách phù hợp, khuyến khích thanh toán điện tử:
 - Nghiên cứu triển khai một số biện pháp hành chính kết hợp với các biện pháp khuyến khích về lợi ích kinh tế nhằm phát triển thanh toán điện tử:
 - + Nghiên cứu, ban hành một số cơ chế, chính sách để khuyến khích thanh toán điện tử trong việc: Thu, nộp thuế; giao dịch thương mại điện tử; thu phí, lệ phí, thủ tục hành chính; thanh toán cước, phí cho các dịch vụ thường xuyên, định kỳ như: Điện, nước, điện thoại, Internet, truyền hình cáp; triển khai ứng dụng công nghệ thanh toán điện tử mới; khuyến khích các cơ sở bán lẻ hàng hóa, dịch vụ chấp nhận và sử dụng các phương tiện thanh toán điện tử và hỗ trợ khách hàng thực hiện các giao dịch thanh toán điện tử trong quá trình mua bán hàng hóa, dịch vụ, không phân biệt giữa thanh toán bằng tiền mặt với các phương tiện thanh toán điện tử.
 - + Ban hành các cơ chế, chính sách thích hợp về phí dịch vụ thanh toán để khuyến khích tổ chức, cá nhân thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt; quy định mức phí thanh toán chuyển khoản và mức phí nộp, rút tiền mặt tại các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài theo hướng tăng mức phí giao dịch tiền mặt và giảm phí thanh toán không dùng tiền mặt; giảm mức phí

áp dụng cho các giao dịch thanh toán liên ngân hàng; quy định về cách thức tính phí, cơ cấu phân bổ phí của các tổ chức vận hành các hệ thống thanh toán, đảm bảo mức phí hợp lý, tạo lập thị trường cạnh tranh bình đẳng, tránh độc quyền.

+ Nghiên cứu, ban hành một số cơ chế, chính sách nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt kết hợp với việc tăng cường kiểm soát thanh toán, phát hành hóa đơn bán hàng hóa, dịch vụ, chống thất thu thuế; ban hành văn bản quy định về tính pháp lý của chứng từ điện tử, hướng dẫn sử dụng, lưu trữ chứng từ điện tử.

- Rà soát, bổ sung, sửa đổi các văn bản quy định về việc mở và sử dụng tài khoản thanh toán; xem xét bổ sung quy định các tổ chức, cá nhân có hoạt động kinh doanh phải mở tài khoản thanh toán tại các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán để thực hiện các giao dịch thanh toán.

- Ban hành quy định giao dịch mua bán bất động sản và những tài sản có giá trị lớn (như ô tô, xe máy, tàu thuyền,...) thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt.

7. Rà soát, sửa đổi, bổ sung các quy định, chính sách về đảm bảo an ninh, an toàn, bảo mật, phòng, chống rửa tiền, phát hiện, phòng ngừa, ngăn chặn và xử lý các hành vi vi phạm pháp luật trong lĩnh vực thanh toán điện tử, đặc biệt là tội phạm và gian lận trong thanh toán thẻ, thanh toán qua ATM, POS, thanh toán qua Internet, điện thoại di động, thanh toán không tiếp xúc và các phương thức thanh toán sử dụng công nghệ cao; tăng cường cập nhật và áp dụng các biện pháp tiên tiến bảo đảm an ninh, an toàn cho các hệ thống thanh toán điện tử quan trọng, các dịch vụ thanh toán dựa trên công nghệ cao; xây dựng và hoàn thiện các biện pháp, cơ chế, chính sách về quản lý rủi ro, chế tài xử lý vi phạm trong thanh toán điện tử.

🌐 Nâng cấp, mở rộng hệ thống IBPS đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế và yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế:

Hoàn thiện chức năng vận hành, quản lý, đẩy mạnh đầu tư cho hạ tầng kỹ thuật công nghệ để nâng cấp, mở rộng hệ thống IBPS theo các chuẩn mực quốc tế, bắt kịp công nghệ hiện đại của thế giới, qua đó nâng cao khả năng sẵn sàng kết nối, hiệu quả hoạt động, giảm chi phí thanh toán cho xã hội, đáp ứng tốt hơn nhu cầu thanh toán trong nền kinh tế và hội nhập quốc tế.

1. Đối với hệ thống thanh toán giá trị cao:

- Cấu trúc lại Hệ thống IBPS theo hướng chuyển đổi từ mô hình xử lý phân tán sang mô hình xử lý tập trung tại một Trung tâm thanh toán Quốc gia, thực hiện quyết toán liên ngân hàng tập trung qua một tài khoản mở tại Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
- Mở rộng, bổ sung chức năng quyết toán các giao dịch thanh toán liên ngân hàng ngoại tệ, chức năng quyết toán tiền của các giao dịch thanh toán trái phiếu Chính phủ, thực hiện chuyển các chức năng này từ ngân hàng thương mại sang Ngân hàng Nhà nước để thực hiện quyết toán bằng tiền ngân hàng trung ương, giảm rủi ro quyết toán.
- Nâng cấp, mở rộng ứng dụng Hệ thống IBPS đáp ứng tốt hơn giao dịch thu, nộp ngân sách nhà nước; hoàn thành mở rộng kết nối hệ thống IBPS với hệ thống thanh toán của Kho bạc Nhà nước.
- Thực hiện quyết toán kết quả bù trừ cho các giao dịch thẻ nội địa và giao dịch thanh toán bán lẻ của hệ thống chuyển mạch thẻ và hệ thống thanh toán bù trừ bán lẻ, các giao dịch thanh toán và chuyển tiền giá trị thấp xuyên biên giới tại Hệ thống IBPS của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
- Ban hành các quy định và quy trình với đầy đủ công cụ để quản lý các rủi ro tài chính, rủi ro hoạt động và pháp lý của Hệ thống IBPS.

-
- Chuẩn bị các điều kiện cần thiết để kết nối song phương hoặc đa phương với các hệ thống thanh toán trong khu vực ASEAN.

2. Đối với hệ thống thanh toán giá trị thấp:

- Hiện đại hóa hệ thống thanh toán giá trị thấp, nâng cao chất lượng phục vụ cho các thành viên, tăng tốc độ xử lý và rút ngắn thời gian quyết toán.
- Kết hợp đầu tư nâng cấp, tích hợp đồng thời hệ thống thanh toán giá trị cao và giá trị thấp đảm bảo tiết kiệm chi phí, nguồn lực và hiệu quả vận hành của Hệ thống IBPS.
- Xác định và phân định đối tượng, phạm vi cung ứng dịch vụ thanh toán bù trừ các giao dịch liên ngân hàng giá trị thấp qua Hệ thống IBPS của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Hệ thống ACH.

3. Cấu trúc lại mô hình tổ chức và vận hành:

Thực hiện lộ trình thích hợp, từng bước chuyển đổi mô hình tổ chức, vận hành và quản lý Hệ thống IBPS theo hướng chuyên môn hóa, chuyên nghiệp hóa cung ứng dịch vụ công tại một đơn vị độc lập dưới sự quản lý trực tiếp của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam để đảm bảo tính tự chủ, tăng cường hiệu quả hoạt động và đáp ứng được nhu cầu liên tục đổi mới.

Xây dựng, phát triển các hệ thống và dịch vụ thanh toán bán lẻ

1. Tăng cường dịch vụ thanh toán thẻ

- Tiếp tục phát triển (cả về số lượng và chất lượng) kết hợp với sắp xếp hợp lý, nâng cao chất lượng, hiệu quả mạng lưới POS; phát triển mạng lưới POS dùng chung, thanh toán POS trên thiết bị di động (mPOS); tăng cường chấp nhận thanh toán thẻ trong các giao dịch thanh toán trực tuyến; mở rộng ra các cơ sở y tế, bệnh viện, trường học...

-
- Nghiên cứu, áp dụng các công nghệ thanh toán hiện đại mới với chi phí hợp lý, tốc độ thanh toán nhanh, đơn giản, tiện dụng và chất lượng cao.
 - Khuyến khích phát triển các loại thẻ đa dụng, đa năng, thẻ phi vật lý, thẻ không tiếp xúc (để thu phí cầu đường, mua xăng dầu, mua vé xe buýt, đi taxi, chi trả bảo hiểm xã hội, thu học phí...).
 - Nghiên cứu, triển khai một số biện pháp hành chính kết hợp với các biện pháp khuyến khích về lợi ích kinh tế nhằm phát triển thanh toán thẻ tại các điểm bán lẻ hàng hóa, dịch vụ; áp dụng các chế tài xử phạt mạnh hơn đối với vi phạm thu phụ phí thanh toán tại các điểm bán lẻ.
2. Xây dựng, phát triển Hệ thống bù trừ điện tử tự động cho các giao dịch thanh toán bán lẻ (ACH)
- Hệ thống ACH cung ứng dịch vụ bù trừ cho các giao dịch qua các phương tiện và kênh thanh toán khác nhau, phục vụ nhu cầu thanh toán của nhiều đối tượng như doanh nghiệp, cá nhân, cơ quan chính phủ; hệ thống xử lý các giao dịch ghi có và ghi nợ trực tiếp, phương tiện thanh toán mới, bù trừ các giao dịch thương mại điện tử và nộp thuế điện tử.
 - Hệ thống ACH hoạt động liên tục 24/7, đảm bảo hoàn tất nghĩa vụ giữa các khách hàng theo thời gian thực hoặc gần thời gian thực; là đầu mối kết nối với các hệ thống bán lẻ khác trong khu vực và trên thế giới.
 - Ngân hàng Nhà nước Việt Nam thực hiện quản lý, giám sát chặt chẽ đối với Hệ thống ACH, đảm bảo vận hành an toàn, hiệu quả, thông suốt phục vụ cho mục tiêu chung của thị trường, phù hợp thông lệ quốc tế.
 - Ngân hàng Nhà nước Việt Nam phê duyệt các quy định và quy chế hoạt động của các hệ thống thanh toán bán lẻ quan trọng, trong đó làm rõ chức năng, nhiệm vụ và đặc điểm của hệ thống;

cơ chế quản lý rủi ro, giải quyết tranh chấp; hướng dẫn vận hành, biện pháp xử lý khi một thành viên không tuân thủ quy định; trách nhiệm của thành viên hệ thống; biện pháp quản lý; các thông tin cơ bản của tin điện; cơ chế hoạt động liên tục; phí.

3. Hoàn thiện hệ thống thanh toán nội bộ của các ngân hàng

Xây dựng, cập nhật, hoàn thiện hệ thống thanh toán nội bộ, hệ thống core banking của các ngân hàng thương mại; đảm bảo kết nối thông suốt và tự động hóa khi kết nối với Hệ thống ACH và Hệ thống IBPS của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam; tiếp tục đầu tư cơ sở hạ tầng, phát triển mạnh các phương thức thanh toán điện tử như ngân hàng trực tuyến, thanh toán qua Internet, điện thoại di động, thanh toán không tiếp xúc và chấp nhận thanh toán không tiếp xúc, thanh toán không tiếp xúc trên di động, thanh toán trường gần (NFC) trên di động, thanh toán dựa trên nền tảng công nghệ đám mây, thanh toán số và thương mại dựa trên thiết bị điện tử; áp dụng các biện pháp an ninh, bảo mật mới, tiên tiến phù hợp với xu hướng thanh toán trên thế giới, đảm bảo thanh toán nhanh chóng, an ninh an toàn, tiện lợi và có chi phí hợp lý.

4. Phát triển thanh toán điện tử phục vụ thương mại điện tử

- Hoàn thiện, tăng cường kết nối giữa hạ tầng thanh toán điện tử của hệ thống ngân hàng với hạ tầng thanh toán của các đơn vị để đáp ứng tốt hơn yêu cầu thanh toán điện tử trong thương mại điện tử, tại các điểm bán lẻ và thanh toán hóa đơn hàng hóa, dịch vụ trực tuyến.
- Khuyến khích sử dụng các thiết bị điện tử để thanh toán hàng hóa, dịch vụ trên các kênh thanh toán điện tử khác nhau.
- Triển khai các biện pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thương mại điện tử, tạo lập nền tảng cho phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử.

-
- Khuyến khích cơ quan, đơn vị, người dân, doanh nghiệp sử dụng các dịch vụ của Hệ thống ACH để thanh toán các loại cước, phí định kỳ, thanh toán trong hoạt động thương mại điện tử.
5. Phát triển, sắp xếp phù hợp mạng lưới máy giao dịch tự động (ATM)
- Nghiên cứu xây dựng, thực hiện quy hoạch lại mạng lưới ATM tại Việt Nam, đảm bảo hoạt động hiệu quả, đáp ứng tốt hơn yêu cầu của thị trường.
 - Yêu cầu và giám sát các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán thường xuyên duy trì và không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ ATM, tăng cường các biện pháp bảo đảm an toàn, bảo mật trong giao dịch ATM, làm tốt công tác chăm sóc, bảo vệ lợi ích của khách hàng.
 - Tiếp tục đầu tư và mở rộng mạng lưới ATM tới khu vực có đủ điều kiện; nghiên cứu ứng dụng một số loại máy mới tương tự như ATM nhằm tạo thuận lợi cho người dân với chi phí đầu tư hợp lý.
6. Phát triển thanh toán không dùng tiền mặt ở khu vực nông thôn
- Đẩy mạnh phát triển, ứng dụng các phương tiện và mô hình thanh toán/chuyển tiền hiện đại, dễ sử dụng và phù hợp với điều kiện ở nông thôn (thanh toán qua điện thoại di động, thiết bị kỹ thuật số...) nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt ở những khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, hải đảo và cả đối với những đối tượng chưa có tài khoản ngân hàng, trên cơ sở sử dụng mạng lưới sẵn có của các tổ chức tín dụng, mạng lưới bưu điện, mạng lưới của các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán, một số tổ chức không phải ngân hàng khác, gắn với việc xây dựng chương trình; kế hoạch triển khai thúc đẩy Tài chính Toàn diện tại Việt Nam.
 - Nghiên cứu, ứng dụng các giải pháp xác thực, nhận biết khách hàng (KYC) hiện đại, bằng phương thức điện tử phù hợp với địa

bàn nông thôn để thúc đẩy việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ thanh toán bán lẻ.

🌀 **Đẩy mạnh thanh toán điện tử trong khu vực Chính phủ, dịch vụ hành chính công**

- Hoàn thiện, tăng cường kết nối xử lý giải pháp trao đổi thông tin dữ liệu giữa các cơ quan trong ngành Tài chính (Kho bạc Nhà nước, Tổng cục Thuế, Tổng cục Hải quan) với hệ thống ngân hàng để đáp ứng tốt hơn yêu cầu phối hợp thu ngân sách nhà nước bằng phương thức điện tử; nhất là thu, nộp thuế điện tử để hỗ trợ công tác quản lý, thu thuế, tạo điều kiện thuận lợi cho chính phủ, doanh nghiệp và người dân thực hiện đa dạng, linh hoạt các dịch vụ thanh toán điện tử trong việc thu, nộp thuế điện tử.
- Triển khai lắp đặt thiết bị POS, mPOS, ứng dụng phương thức thanh toán điện tử tiên tiến đối với các đơn vị hành chính, sự nghiệp công để thực hiện việc thu phí, lệ phí các thủ tục hành chính, dịch vụ công, y tế, giáo dục, giao thông và các dịch vụ công khác.
- Phát triển và ứng dụng các sản phẩm, dịch vụ thanh toán điện tử phục vụ chi tiêu công vụ của các cơ quan, đơn vị sử dụng ngân sách nhà nước.
- Tăng tỷ lệ chi trả trợ cấp xã hội, lương hưu thông qua các phương tiện thanh toán điện tử, tài khoản thanh toán cho các đối tượng thụ hưởng, kết hợp với mở rộng các điểm tiếp cận tiền mặt (bưu điện, đại lý) và các hình thức thanh toán mới, hiện đại, tiện lợi, có chi phí hợp lý.
- Tiếp tục mở rộng triển khai việc trả lương, thu nhập qua tài khoản; có các biện pháp vận động, khuyến khích để cán bộ, công chức, người lao động tăng cường sử dụng các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt thông qua tài khoản (thực hiện chuyển khoản trực tiếp trên máy ATM, sử dụng thanh toán qua POS, sử dụng các dịch vụ thanh toán hiện đại khác).

❁ *Đổi mới Hệ thống bù trừ và quyết toán chứng khoán*

- Chuyển chức năng quyết toán tiền giao dịch trái phiếu Chính phủ từ ngân hàng thương mại sang Ngân hàng Nhà nước Việt Nam; tổ chức lại hệ thống quyết toán tiền giao dịch trái phiếu Chính phủ được thực hiện thông qua kết nối trực tiếp giữa Hệ thống bù trừ của Trung tâm Lưu ký Chứng khoán (VSD) và Hệ thống IBPS của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam nhằm đảm bảo theo nguyên tắc chuyển giao chứng khoán đồng thời với thanh toán tiền (DvP).
- Thiết lập hệ thống quản lý tập trung các giấy tờ có giá ký quỹ cho các thành viên tham gia (bao gồm cả hệ thống bù trừ các giao dịch thanh toán bán lẻ, hệ thống bù trừ và thanh quyết toán chứng khoán, thị trường tiền tệ liên ngân hàng) tạo điều kiện cho các thành viên tiết kiệm chi phí, sử dụng hiệu quả và linh hoạt nguồn thanh khoản.
- Nghiên cứu, đề xuất mô hình phù hợp để quyết toán tiền giao dịch các loại chứng khoán khác (cổ phiếu và trái phiếu niêm yết trên thị trường chứng khoán) nhằm giảm thiểu rủi ro quyết toán, tiến tới xem xét khả năng chuyển chức năng quyết toán tiền cho các giao dịch chứng khoán này từ ngân hàng thương mại sang Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

❁ *Đổi mới hệ thống thanh quyết toán trên thị trường tiền tệ và ngoại tệ liên ngân hàng*

- Nghiên cứu, đánh giá nghiệp vụ, quy trình quyết toán của thị trường tiền tệ liên ngân hàng hiện nay để có cơ chế, biện pháp nâng cao hiệu quả quyết toán, tăng cường hiệu quả của thị trường, bao gồm các khuôn khổ pháp lý, giám sát đối với các nghiệp vụ mua bán lại (repo) và cho vay chứng khoán.
- Đánh giá hệ thống thanh toán ngoại tệ liên ngân hàng của ngân hàng thương mại hiện nay, nghiên cứu, lựa chọn mô hình xử lý, bù trừ và quyết toán các giao dịch ngoại tệ liên ngân hàng tại Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đảm bảo theo cơ chế thanh toán

ngoại tệ đồng thời với thanh toán tiền đồng (PvP) theo tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế tốt nhất để giảm thiểu rủi ro cho thị trường tài chính.

🌐 **Tăng cường quản lý, giám sát hoạt động thanh toán và chuyển tiền quốc tế**

- Nghiên cứu, đánh giá cơ chế quản lý dịch vụ chuyển tiền quốc tế tại Việt Nam hiện nay theo khuyến nghị của Ngân hàng Thế giới (WB), Ngân hàng Thanh toán quốc tế (BIS) về các nguyên tắc chung đối với các dịch vụ chuyển tiền quốc tế; trong đó bao gồm việc rà soát và xây dựng cơ chế bảo vệ người tiêu dùng và giải quyết tranh chấp đảm bảo tính rõ ràng và thống nhất.
- Nghiên cứu giải pháp thiết lập cơ sở hạ tầng thanh toán hiệu quả cho dịch vụ chuyển tiền kiều hối; tăng cường sử dụng các phương tiện thanh toán điện tử và đổi mới cho chuyển tiền kiều hối để tăng sự tiện lợi và giảm chi phí cho người nhận kiều hối.
- Nghiên cứu quy định quản lý đối với dịch vụ chuyển tiền quốc tế đảm bảo cạnh tranh bình đẳng giữa các tổ chức cung ứng dịch vụ trên thị trường (giữa các ngân hàng, giữa ngân hàng và các tổ chức chuyển tiền khác).
- Ngân hàng Nhà nước Việt Nam thực hiện giám sát các tổ chức cung ứng dịch vụ chuyển tiền tại Việt Nam, bao gồm tổ chức chuyển tiền quốc tế, các đại lý, ngân hàng thương mại, tổ chức tài chính vi mô, cũng như các tổ chức có thể tham gia thị trường trong tương lai.

🌐 **Giám sát và áp dụng các tiêu chuẩn cho các hệ thống thanh toán theo các tiêu chí và chuẩn mực quốc tế**

1. Tăng cường quản lý, giám sát, đảm bảo an ninh, an toàn và sự tin cậy đối với các hệ thống thanh toán
- Tổ chức triển khai Chiến lược giám sát các hệ thống thanh toán tại Việt Nam đến năm 2020; tăng cường hoạt động giám sát đối

với các hệ thống thanh toán theo các nguyên tắc giám sát quốc tế.

- Tăng cường quản lý, giám sát đối với các hệ thống thanh toán quan trọng trong nền kinh tế, như Hệ thống IBPS, hệ thống chuyển mạch thẻ, Hệ thống ACH, hệ thống thanh toán ngoại tệ liên ngân hàng, hệ thống thanh toán chứng khoán; các hoạt động thanh toán xuyên biên giới, thanh toán quốc tế; các phương tiện, dịch vụ thanh toán mới.
 - Thúc đẩy áp dụng các chuẩn mực mới về giám sát hạ tầng thị trường tài chính và các hệ thống thanh toán quan trọng trong nền kinh tế, các hoạt động thanh toán xuyên biên giới, thanh toán quốc tế, các phương tiện, dịch vụ thanh toán mới.
 - Tăng cường đào tạo cán bộ giám sát thanh toán, nâng cao năng lực giám sát của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đối với các hệ thống thanh toán quan trọng, các dịch vụ, phương tiện thanh toán mới.
2. Nghiên cứu, áp dụng các loại tiêu chuẩn, ISO theo thông lệ quốc tế, trong đó:
- Nghiên cứu, áp dụng chuẩn tin điện tử tài chính quốc tế ISO 20022 đối với một số hệ thống thanh toán quan trọng tại Việt Nam (như Hệ thống IBPS, Hệ thống ACH và các hệ thống thanh toán quan trọng khác...) ngay từ khi đầu tư, nâng cấp hệ thống mới nhằm tăng cường sự kết nối liên thông giữa các hệ thống thanh toán, trao đổi dữ liệu điện tử giữa các cơ quan, tổ chức liên quan; tạo thuận lợi cho việc kết nối với các hệ thống thanh toán khác trong khu vực và trên thế giới; giảm thiểu chi phí kinh doanh, hạn chế rủi ro tác nghiệp và hoạt động.
 - Hoàn thành xây dựng chuẩn thẻ chip nội địa, cập nhật những thành tựu công nghệ thanh toán thẻ mới và thực hiện kế hoạch chuyển đổi từ thẻ từ sang thẻ chip tại Việt Nam, đạt được mục tiêu đề ra nhằm đảm bảo thống nhất việc quản lý, định hướng kỹ

thuật đối với hoạt động thanh toán thẻ; đảm bảo an ninh, an toàn trong thanh toán thẻ; tạo thuận lợi kết nối với các hệ thống thanh toán khác; và phát triển nhiều dịch vụ giá trị gia tăng trên thẻ.

- Thúc đẩy việc kết nối liên thông và tiêu chuẩn hóa trong lĩnh vực thanh toán; áp dụng các thông lệ và tiêu chuẩn quốc tế tốt nhất cho một số phương tiện và hệ thống thanh toán. Nghiên cứu, ứng dụng các giải pháp đảm bảo an ninh, an toàn, bảo mật thanh toán thể hệ mới, tiên tiến nhằm tăng tính hiệu quả và tốc độ thanh toán cho các hệ thống thanh toán Việt Nam, tăng cường các biện pháp an ninh, an toàn, bảo mật đối với hệ thống thanh toán bán lẻ tại Việt Nam.

🌀 *Đẩy mạnh công tác thông tin, tuyên truyền, đào tạo, hướng dẫn và bảo vệ người tiêu dùng trong thanh toán không dùng tiền mặt*

1. Tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, đào tạo, hướng dẫn về thanh toán không dùng tiền mặt:
 - Phối hợp các cơ quan thông tin đại chúng ở trung ương và địa phương, tận dụng các phương tiện thông tin, báo chí trong ngành ngân hàng để tăng cường tuyên truyền, phổ biến kiến thức, đào tạo, hướng dẫn về thanh toán không dùng tiền mặt đến người dân, doanh nghiệp bằng các hình thức phù hợp, thiết thực, hiệu quả.
 - Tăng cường đào tạo cho cán bộ, nhân viên của các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, trung gian thanh toán để có kỹ năng hướng dẫn khách hàng hiểu và sử dụng các dịch vụ, phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt.
 - Đưa các nội dung, kiến thức cơ bản về thanh toán không dùng tiền mặt, nhất là các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt mới vào chương trình giảng dạy tại các cơ sở đào tạo về kinh tế, tài chính, ngân hàng...
 - Phối hợp với các tổ chức liên quan xây dựng và thực hiện các chương trình phù hợp, hiệu quả để phổ biến kiến thức, giáo dục

tài chính, kỹ năng tài chính cho các tổ chức/cá nhân có liên quan, kể cả người cao tuổi, người dân ở vùng nông thôn; thực hiện chương trình tiếp thị, phổ biến các kinh nghiệm, sáng kiến tốt trên thế giới, cung cấp tư vấn, các chương trình quản lý rủi ro... để tạo điều kiện thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt.

- Xây dựng và áp dụng các hình thức thi đua, khen thưởng, vinh danh, xếp hạng, đánh giá doanh nghiệp bán lẻ để khuyến khích thanh toán không dùng tiền mặt; vận động các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, trung gian thanh toán, các doanh nghiệp cung cấp hàng hóa, dịch vụ có các hình thức khuyến khích như miễn giảm phí, chiết khấu, khuyến mãi, tích điểm, quay xổ số, bốc thăm trúng thưởng... đối với người tiêu dùng.
 - Xây dựng cơ sở dữ liệu chung với ngôn ngữ dễ hiểu, đảm bảo nội dung chính xác, tin cậy, trung lập, được cập nhật thường xuyên để sử dụng trong các hoạt động phổ biến kiến thức, giáo dục cộng đồng về thanh toán không dùng tiền mặt.
 - Sử dụng mạng xã hội (facebook, fanpage, ...), các điểm bưu điện - văn hóa xã... tại các khu vực nông thôn, miền núi để tuyên truyền, phổ biến kiến thức, hướng dẫn về thanh toán không dùng tiền mặt.
2. Bảo vệ người tiêu dùng trong thanh toán không dùng tiền mặt:
- Tiến hành phân tích, đánh giá những rủi ro, những tồn tại, bất cập cơ bản trong việc bảo vệ người tiêu dùng các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, nhất là đối với khách hàng thu nhập thấp ở khu vực nông thôn.
 - Hoàn thiện khuôn khổ giám sát, tăng cường phối hợp giữa các bộ, ngành liên quan, học hỏi và áp dụng những tập quán quốc tế tốt nhất về bảo vệ người tiêu dùng các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt; nghiên cứu, ban hành các quy định về bảo vệ người tiêu dùng các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

- Xây dựng kênh tiếp nhận, xử lý thông tin trực tuyến để người dân có thể phản ánh, cập nhật các hành vi tội phạm như gian lận, giả mạo, lừa đảo, biện pháp nhận biết rủi ro, cách phòng tránh và xử lý khi bị lợi dụng trong hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt.
- Thiết lập các chương trình phổ biến kiến thức về các hành vi lừa đảo, biện pháp nhận biết rủi ro, cách phòng tránh và xử lý khi bị lợi dụng trong hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt.
- Ban hành chế tài xử lý đối với các hành vi vi phạm như tổ chức thực hiện chuyển tiền, thanh toán cho những hoạt động bất hợp pháp.
- Ban hành các quy định tạo lập thị trường cạnh tranh bình đẳng, chống độc quyền đối với các hệ thống thanh toán thẻ nội địa và quốc tế, bao gồm cả các chính sách quy định cách thức tính phí, cơ cấu phân bổ phí của các tổ chức vận hành đảm bảo mức phí thu của khách hàng phản ánh đúng chi phí hợp lý.

🌐 Tăng cường cơ chế phối hợp thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt

1. Tăng cường phối hợp giữa các bộ, ngành, địa phương trong việc thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt:
 - Tăng cường hoạt động hiệu quả của Hội đồng Thanh toán và Công nghệ như một diễn đàn hợp tác giữa các bên liên quan để thảo luận, tư vấn và thúc đẩy sự phát triển của cơ sở hạ tầng thanh toán quốc gia, phương tiện thanh toán và dịch vụ thanh toán điện tử.
 - Ban hành, triển khai thực hiện có hiệu quả các thỏa thuận, biên bản hợp tác, phối hợp song phương hoặc đa phương giữa các bộ, ngành liên quan để đẩy mạnh phát triển thanh toán điện tử, nhất là trong việc thu, nộp ngân sách Nhà nước, xây dựng và ban hành các đề án, chính sách, chương trình thúc đẩy phát triển

thanh toán điện tử tại các doanh nghiệp, đơn vị bán lẻ hàng hóa và dịch vụ nhằm thúc đẩy thương mại điện tử phát triển.

- Ban hành và thực hiện các thỏa thuận hợp tác giám sát giữa Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Ủy ban Chứng khoán Nhà nước để giám sát hiệu quả các hệ thống bù trừ và quyết toán chứng khoán.
 - Xây dựng các dự án hỗ trợ kỹ thuật, chương trình tín dụng về tài chính toàn diện; chương trình, kế hoạch triển khai thúc đẩy các hoạt động về tài chính toàn diện, trong đó có tăng cường việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ thanh toán ở khu vực nông thôn.
2. Triển khai các hoạt động hội nhập trong lĩnh vực thanh toán:
- Tích cực, chủ động và mở rộng hội nhập quốc tế trong lĩnh vực thanh toán theo lộ trình và bước đi phù hợp; tích cực tham gia vào các hoạt động của các định chế tài chính - tiền tệ, các diễn đàn về thanh toán khu vực và quốc tế; tập trung triển khai các cam kết hội nhập đã ký liên quan đến lĩnh vực thanh toán.
 - Khai thác và sử dụng hiệu quả nguồn lực dưới hình thức hỗ trợ tài chính, kỹ thuật, tư vấn chính sách, hỗ trợ đào tạo và tăng cường năng lực từ các đối tác song phương, đa phương để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật và công nghệ thanh toán.
 - Chủ động nghiên cứu các mô hình, phương tiện, hình thức thanh toán mới trên thế giới, áp dụng hiệu quả vào Việt Nam.
 - Tiếp tục thiết lập và củng cố các cơ chế đối ngoại song phương về lĩnh vực thanh toán với các đối tác chiến lược và đối tác quan trọng khác; nghiên cứu gia nhập tổ chức, diễn đàn quốc tế về tài chính toàn diện, thanh toán.
 - Tích cực tham gia vào thảo luận các luật lệ và chuẩn mực quốc tế về hoạt động thanh toán, đặc biệt là Ngân hàng Thanh toán Quốc tế (BIS); tiếp tục mở rộng hội nhập trong các lĩnh vực ưu tiên

về hệ thống thanh toán, từng bước tiếp cận các chuẩn mực chung và các thông lệ quốc tế.

- Tăng cường hợp tác quốc tế, phối hợp ban hành các thỏa thuận hợp tác song phương hoặc đa phương giữa Việt Nam với các quốc gia liên quan để tăng cường phát triển, quản lý, giám sát hoạt động thanh toán nội địa và xuyên biên giới.

➤ Cho nhóm sản phẩm bảo hiểm vi mô

Đối với Chính phủ, cơ quan quản lý Nhà nước, các nhà hoạch định cơ chế, chính sách:

Để dịch vụ BHVM đến được với tầng lớp người nghèo/thu nhập thấp thì trước hết các cơ quan hoạch định chính sách cần hiểu rõ rằng các quy định về BHVM có thể thúc đẩy hoặc hạn chế việc sự phát triển loại hình dịch vụ này tới nhóm người cần BHVM - nhóm người có thu nhập thấp. Với sự vắng bóng của các công ty bảo hiểm thương mại sẵn sàng phục vụ thị trường này, Chính phủ nên đóng vai trò là người điều khiển và khuyến khích các tổ chức có mục tiêu cung cấp các dịch vụ BHVM cho nhóm người chịu thiệt thòi. Theo đó, các cơ quan hoạch định chính sách cần có những giải pháp, thực hiện các bước đi cơ bản sau:

- Xem xét lại các quy định hiện hành, hướng đến việc mở rộng tiếp cận của các hộ gia đình thu nhập thấp tới các dịch vụ BHVM. Theo đuổi một phương pháp tiếp cận góp phần vào việc xây dựng chính sách. Một khuôn khổ pháp lý được thiết kế hợp lý là yếu tố chính cho việc cung cấp các dịch vụ BHVM một cách hiệu quả và năng suất. Để xúc tiến các dịch vụ chuyên nghiệp hơn và rộng mở hơn thì quy định có thể đóng một vai trò quan trọng bằng cách khuyến khích các công ty BHVM chính thức.
- Nâng cao sự am hiểu của các nhà quản lý về BHVM – về khái niệm, các yếu tố phân biệt BHVM với bảo hiểm thương mại và khả năng của BHVM nhằm tiếp cận bộ phận dân cư thu nhập thấp. Cần có các cuộc đối thoại và sự phối hợp diễn ra giữa Bộ Tài

chính và các tổ chức TCVM, tổ chức phi chính phủ để hiểu hơn về nhu cầu thực tiễn và tiềm năng của ngành nhằm hỗ trợ các khu vực thiệt thòi.

- Sản phẩm bảo hiểm thiết kế cần đơn giản, dễ hiểu, dễ nhớ, phù hợp với nhận thức và trình độ của người có thu nhập thấp. Thủ tục tham gia bảo hiểm và bồi thường cũng phải đơn giản, nhanh chóng. Trước mắt các doanh nghiệp bảo hiểm nên triển khai ở một số lĩnh vực thiết thực và có nhu cầu lớn đối với người có thu nhập thấp. Các doanh nghiệp bảo hiểm cũng có thể bị lỗ nhưng ban đầu sẽ giúp người dân quen với tập quán mua bảo hiểm.

a) Đối tượng tham gia sản phẩm BHVM

Theo kinh nghiệm quốc tế, mức thu nhập trên đầu người là một trong những tiêu thức căn bản để xác định đối tượng tham gia BHVM. Căn cứ tiêu chuẩn hộ nghèo và cận nghèo ở khu vực nông thôn và khu vực thành thị cũng như kỳ vọng của các doanh nghiệp bảo hiểm về đối tượng khách hàng tiềm năng, nhóm nghiên cứu đề xuất đối tượng tham gia BHVM là những người có thu nhập tối đa gấp khoảng 2 lần mức chuẩn nghèo khu vực nông thôn.

Bên cạnh đó, đối tượng tham gia BHVM là những người làm việc trong khu vực nông, lâm, ngư nghiệp, là thành viên các hội nghề nghiệp, hợp tác xã, hội nông dân, hội phụ nữ. Căn cứ vào những đối tượng như vậy có thể nghiên cứu phát triển sản phẩm BHVM phù hợp, xác định kênh phân phối cũng như công tác tuyên truyền vận động tham gia BHVM cho hiệu quả.

b) Đối tượng cung cấp sản phẩm BHVM

Có thể quy định đối tượng được phép cung cấp sản phẩm BHVM theo các hướng sau:

- Hướng thứ nhất, chỉ cho phép các doanh nghiệp bảo hiểm triển khai nhằm đảm bảo sản phẩm BHVM được thiết kế và triển khai một cách chuyên nghiệp và luôn tạo ra sự an tâm trong công tác

quản lý giám sát. Các tổ chức TCVM, hội nghề nghiệp, tổ chức chính trị xã hội chỉ có thể làm đại lý bảo hiểm cho các doanh nghiệp bảo hiểm. Hướng này gặp phải khó khăn khi các doanh nghiệp bảo hiểm không có đủ động lực để bán bảo hiểm cho người có thu nhập thấp vì rủi ro kinh doanh cao và lợi nhuận thu được thấp. Ngay cả việc Nhà nước hỗ trợ về thuế, chi phí vận động tuyên truyền cũng không giúp doanh nghiệp bảo hiểm mặn mà với hoạt động BHVM, thay vào đó họ sẽ vẫn tập trung vào mảng khách hàng có thu nhập khá trở lên. Trong trường hợp này theo kinh nghiệm của Ấn Độ, Nhà nước sẽ bắt buộc các doanh nghiệp bảo hiểm phải triển khai BHVM ở mức độ nhất định. Nếu giám sát việc tuân thủ quy định này một cách chặt chẽ, doanh nghiệp bảo hiểm sẽ buộc phải tìm đối tác tổ chức xã hội, tổ chức tương hỗ, hợp tác xã... để triển khai BHVM. Tuy nhiên do không đạt mục tiêu lợi nhuận nên các doanh nghiệp bảo hiểm không thực sự tìm hiểu nhu cầu khách hàng, đưa ra sản phẩm bảo hiểm phù hợp, không tìm cách mở rộng phạm vi, đối tượng khách hàng để tăng doanh thu phí bảo hiểm.

- Hướng thứ hai, ngoài việc cho phép doanh nghiệp bảo hiểm triển khai BHVM, tiến hành giảm nhẹ các yêu cầu về mức vốn pháp định, khả năng thanh toán, tiêu chuẩn người quản trị điều hành để tạo điều kiện cho các tổ chức bảo hiểm tương hỗ, tổ chức TCVM đủ điều kiện cấp phép tham gia hoạt động BHVM. Đối với một số tổ chức tương hỗ, tổ chức TCVM, hợp tác xã quy mô nhỏ đã và đang cung cấp BHVM cho thành viên thì tiếp tục cho phép triển khai nhưng có lộ trình để nâng cao năng lực tài chính, trình độ chuyên môn tiến tới được cấp phép hoạt động. Đây là kinh nghiệm của Phillipine. Việc quy định theo hướng này sẽ giúp hoạt động BHVM phát triển nhanh, mọi người dân có thu nhập thấp đều có cơ hội tham gia BHVM. Tuy nhiên, công tác quản lý giám sát đối với hoạt động BHVM cũng cần được chuyên sâu đảm bảo tính bền vững của các tổ chức cung cấp BHVM dù đã được cấp phép hay chưa được cấp phép.

c) Quy định về sản phẩm

Về loại hình sản phẩm

Dựa trên thực tiễn và kinh nghiệm quốc tế, Nhóm nghiên cứu đề xuất quy định về loại hình sản phẩm BHVM có đặc điểm đơn giản và đáp ứng được nhu cầu của người thu nhập thấp. Phạm vi bảo hiểm thiết thực với người dân, trước hết là tập trung vào các sản phẩm BHVM như bảo hiểm nông nghiệp, mất mùa do thiên tai, lũ lụt, hạn hán; chăm sóc sức khỏe, bảo hiểm tính mạng, tử vong; bảo hiểm thương tật do tai nạn; cháy nhà.... Ngoài ra, việc cung cấp sản phẩm BHVM phải kết hợp và tương thích với dòng sản phẩm cho vay đối với khách hàng, thậm chí cần có những ràng buộc thành viên vay vốn phải mua bảo hiểm tín dụng vi mô (kinh nghiệm Ấn Độ). Việc bảo hiểm cho người có thu nhập thấp cũng sẽ đạt được hiệu quả tốt hơn khi lồng ghép với các chính sách của Nhà nước (như cho vay xóa đói giảm nghèo, cho vay ưu đãi, đào tạo nghề...), phối hợp với sự hoạt động của các tổ chức chính trị, xã hội. Đồng thời, cho phép trong hợp đồng BHVM cung cấp quyền lợi cho cả bên mua bảo hiểm và vợ/chồng, con cái của họ.

Quy định phí bảo hiểm và số tiền bảo hiểm

- Trên cơ sở kinh nghiệm của các nước, quy định mức phí bảo hiểm và số tiền bảo hiểm tối đa trên cơ sở mức thu nhập hàng tháng của đối tượng người có thu nhập thấp. Mức phí bảo hiểm đề xuất ở mức tối đa 7000 đồng/tuần là phù hợp với khả năng tài chính của người dân nghèo đồng thời vẫn đáp ứng được yêu cầu về quy mô hợp đồng bảo hiểm của đại đa số doanh nghiệp bảo hiểm.
- Về số tiền bảo hiểm nên xem xét ở mức dưới 10 triệu đồng. Việc quy định số tiền bảo hiểm cần tương ứng với giới hạn về mức phí bảo hiểm. Qua rà soát thực tiễn triển khai tại các doanh nghiệp bảo hiểm và tổ chức tương hỗ tại Việt Nam cũng như kết quả khảo sát, có thể thấy giới hạn tối đa đối với số tiền bảo hiểm nên ở mức 20 triệu đồng.

Ngoài ra, nhóm nghiên cứu cũng đề xuất quy định định kỳ thu phí của sản phẩm BHVM là theo tuần hoặc tháng để phù hợp với đặc thù kênh phân phối. Việc thu phí đều đặn hàng tuần có thể gây khó khăn cho việc quản lý phí đối với doanh nghiệp bảo hiểm thương mại tuy nhiên điều này có thể khắc phục khi hợp tác với các tổ chức tương hỗ, tổ chức xã hội, hợp tác xã... Các tổ chức này thường có lịch sinh hoạt thành viên hàng tuần nên hoàn toàn có thể thu phí bảo hiểm hàng tuần của thành viên giúp thành viên đỡ gặp khó khăn khi không đủ tiền đóng phí bảo hiểm.

Quy định về điều khoản sản phẩm

Theo kinh nghiệm của Phillipine và Ấn Độ, các nước này đều có quy định về quy tắc, điều khoản sản phẩm BHVM. Theo đó, quy tắc, điều khoản sản phẩm phải đơn giản, dễ hiểu, không gây nhầm lẫn cho khách hàng. Bên cạnh đó, có quy định về thời gian gia hạn đóng phí, thời gian tự do cân nhắc dài hơn so với sản phẩm thông thường và quy định về thời gian giải quyết bồi thường ngắn hơn để đảm bảo phù hợp với đặc thù của khách hàng là người có thu nhập thấp, ở vùng sâu, vùng xa. Do vậy, thời gian tối đa giải quyết quyền lợi bảo hiểm nên tối đa từ 3 đến 5 ngày để giúp người nghèo sớm có tiền bảo hiểm khắc phục hậu quả do sự kiện bảo hiểm gây ra.

➤ **Cho nhóm sản phẩm phi tài chính**

Các sản phẩm phi tài chính cũng như việc giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình có vai trò quan trọng trong việc góp phần vào xóa đói giảm nghèo tại các nước đang phát triển thông qua việc trang bị kiến thức và kỹ năng để tối ưu hóa trong sử dụng nguồn lực và tận dụng cơ hội. Giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình có thể nâng cao năng lực của những người nghèo để họ tận dụng được những sản phẩm tài chính mà các tổ chức tài chính vi mô và các tổ chức tài chính khác đang cung cấp. Để đẩy mạnh giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình trước tiên phải bắt đầu từ việc phát triển những khung pháp lý về chính sách, chương trình để giảm thiểu nghèo đói và tạo lập cơ hội cho người nghèo. Cụ thể là cần

tìm hiểu cách thức lồng ghép giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình với nhiều chương trình phát triển khác nhau: dạy nghề, kỹ năng sống, chương trình đào tạo học đường, giáo dục ko chính thức và các chương trình ngoại khóa cho thanh niên.

Chính phủ cần có chính sách khuyến khích các Tổ chức tín dụng đầu tư vào tài chính vi mô một cách trực tiếp hoặc gián tiếp. Chính phủ cũng nên có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp khi thực hiện trách nhiệm xã hội qua việc từ thiện cho người nghèo chỉ thực hiện tài trợ cho những đối tượng không có khả năng lao động tạo thu nhập. Đối với những đối tượng còn lại nên chuyển sang hình thức tạo quy cho vay quay vòng qua các tổ chức tài chính vi mô.

3.2.2. Giải pháp đối với các tổ chức chính trị-xã hội và chính quyền địa phương

- Chính quyền địa phương cần định hướng gắn hoạt động tài chính vi mô với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của từng địa phương ở mỗi giai đoạn. Do tính chất khác nhau của mỗi địa phương trong chiến lược kinh tế, cũng như công cuộc xóa đói giảm nghèo, nên đối với các chương trình, dự án hình thành ở mỗi địa phương cần phải có sự quản lý, giám sát và định hướng của từng UBND địa phương các cấp, phối hợp với sự giám sát của Ngân hàng Nhà nước để hoạt động TCVM đúng mục tiêu đề ra.
- Tăng cường thu hút sự tham gia của khu vực tư nhân cho phát triển cơ sở hạ tầng, đặc biệt là cơ sở hạ tầng mềm như công nghệ thông tin, hỗ trợ kỹ thuật và đào tạo, kiểm toán kế toán... Khuyến khích sự tham gia nhiều hơn của khu vực tư nhân – xã hội hóa trong cung cấp dịch vụ TCVM để đa dạng hóa lựa chọn cho khách hàng, tăng hiệu quả kinh tế và hiệu quả tài chính.
- Phát triển nhiều giải pháp đồng bộ khác (như thị trường, công nghệ, khuyến nông khuyến lâm, đầu tư đường sá, hỗ trợ giải quyết biến đổi khí hậu, đô thị hóa)... kết hợp với TCVM để tăng hiệu quả giảm nghèo và phát triển kinh tế. Giảm sự phụ thuộc của hộ

động TCVM vào nguồn ngân sách trong điều kiện nợ công tăng cao và các yêu cầu về quản lý ngân sách ngày càng chặt chẽ.

- Cần có sự quan tâm của các bộ ngành, chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị xã hội để đẩy mạnh phong trào triển khai BHVM. Việc đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền về BHVM qua các tổ chức chính trị - xã hội như Hội Nông dân Việt Nam, Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam, Mặt trận tổ quốc Việt Nam, Tổng liên đoàn lao động... là hết sức quan trọng. Ngoài ra cũng cần có sự tham gia tích cực của các phương tiện truyền thông đại chúng như báo, đài, tờ rơi để tuyên truyền, giáo dục người thu nhập thấp về BHVM.
- Chính quyền địa phương và các hội đoàn thể, đặc biệt là cấp xã là đơn vị chủ trì phối hợp lồng ghép những dịch vụ phi tài chính của các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính vi mô trên địa bàn. Những đơn vị, đối tác có thể phối hợp tiến hành đào tạo kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình và tư vấn sau đào tạo bao gồm: Tổ chức tài chính vi mô, ngân hàng chính sách, hợp tác xã, quỹ tín dụng, các cơ quan hỗ trợ doanh nghiệp vi mô, các chương trình khuyến nông của chính phủ, các chương trình phát triển kỹ năng dành cho thanh thiếu niên.

3.2.3. Giải pháp đối với các tổ chức TCVM

3.2.3.1. Giải pháp chung

a. Tăng cường công tác quản trị điều hành

- Các tổ chức TCVM cần xây dựng chiến lược và kế hoạch hoạt động rõ ràng trong đó xác định rõ đối tượng khách hàng chính; các sản phẩm tín dụng trọng tâm để hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh của khách hàng cũng như các sản phẩm bổ sung thêm cho hoạt động sản xuất kinh doanh chính.
- Các tổ chức tập trung xây dựng cơ chế kiểm soát, kiểm toán nội bộ, vận hành tổ chức hiệu quả nhằm quản lý rủi ro tín dụng hiệu quả, đảm bảo hoạt động của tổ chức an toàn, lành mạnh;

-
- Các tổ chức TCVM cần tăng cường áp dụng các chuẩn mực tiêu chuẩn của tổ chức tín dụng (quản trị rủi ro, quản lý tài sản nợ - có, đảm bảo các tỷ lệ an toàn trong hoạt động tín dụng....) để xây dựng một hệ thống quản lý tín dụng hiệu quả, có các biện pháp xử lý khi gặp rủi ro tín dụng;
 - Các tổ chức tăng cường áp dụng công nghệ để hỗ trợ phân phối sản phẩm dịch vụ và quản lý giám sát hiệu quả, như sử dụng hệ thống chấm điểm tín dụng, không dùng tiền mặt,

b. Thiết kế và triển khai sản phẩm dịch vụ trên quan điểm “khách hàng là trung tâm”

c. Tăng cường tiềm lực tài chính:

- Áp dụng hệ thống quản lý vận hành tốt khi xây dựng và hoàn thiện qui trình nghiệp vụ chuyên môn đảm bảo đồng nhất với hệ thống quản lý chung và đặc biệt nâng cao hiệu quả của hệ thống quản lý của tổ chức;
- Các tổ chức TCVM đặc biệt cần có chiến lược sử dụng công nghệ để giảm chi phí vận hành của tổ chức từ đó sẽ tăng được năng suất của nhân viên, giảm lãi suất cho vay;
- Các tổ chức TCVM cần có chiến lược mở rộng hoạt động theo chiều rộng trên 1 đồng vốn cho vay, đa dạng hóa đối tượng khách hàng. Có thể từ việc cho vay có thể có thêm các dịch vụ kết hợp và dịch vụ bổ sung sẽ đem lại cả loại ích cho khách hàng và lợi ích cho tổ chức;
- Các tổ chức cần giảm chi phí huy động vốn của các tổ chức TCVM thông qua thu hút các nhà đầu tư trong nước và quốc tế quan tâm tới hoạt động TCVM tham gia thị trường này, tranh thủ sự hỗ trợ về kỹ thuật của các tổ chức quốc tế để cải tiến hoạt động của các tổ chức TCVM.

3.2.3.2. Giải pháp cụ thể nhằm phát triển từng sản phẩm

❖ Cho nhóm sản phẩm tín dụng và huy động vốn

- ✓ Đa dạng hóa các sản phẩm TCVM, đáp ứng nhu cầu đa dạng của các loại hình khách hàng khác nhau. Thiết kế các sản phẩm tín dụng và huy động vốn TCVM phù hợp với đặc trưng của khách hàng TCVM như: thời hạn đa dạng, kỳ hạn gửi tiền linh hoạt theo nguồn tiền của khách hàng (như theo ngày, tuần, thời vụ). Phát triển đồng đều giữa tín dụng và huy động tiết kiệm, cân bằng được nguồn và sử dụng nguồn. Quy trình cung cấp dịch vụ cần đơn giản hóa, ứng dụng công nghệ phù hợp để giảm thiểu chi phí và tạo điều kiện để khách hàng dễ dàng tiếp cận. Có thể ứng dụng sự phát triển mạnh mẽ của internet và điện thoại để phát triển các sản phẩm tài chính số (digital finance).
- ✓ Điều chỉnh các sản phẩm hiện tại, kết hợp với thiết kế, phát triển các sản phẩm mới. Có thể thực hiện rà soát ngay các sản phẩm hiện tại – đánh giá trên cơ sở khách hàng và nhu cầu để điều chỉnh sản phẩm cho phù hợp. Học tập kinh nghiệm của một số TCTCVM trên thế giới cũng như các TCTD hiện đang hoạt động trên cùng thị trường nhằm phát triển các sản phẩm tiết kiệm mới, đa dạng hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu khách hàng.
- ✓ Chọn lựa phân đoạn thị trường và loại khách hàng phù hợp với các ưu thế và chiến lược của tổ chức, không xa rời mục tiêu vì khách hàng thu nhập thấp song cần mở rộng thu hút nguồn vốn từ cả các đối tượng khác.
- ✓ Phát triển các sản phẩm phi tài chính nhằm nâng cao năng lực xã hội và năng lực sản xuất kinh doanh cho khách hàng như tư vấn, đào tạo, hướng dẫn, chia sẻ thông tin, giáo dục tài chính... Các dịch vụ này đặc biệt quan trọng trong điều kiện biến đổi khí hậu và đô thị hóa hiện nay, tác động rất lớn tới thói quen và kỹ năng sản xuất kinh doanh truyền thống của khách hàng. Các dịch vụ phi tài chính này giúp khách hàng sử dụng các dịch vụ

TCVM hiệu quả hơn, gắn bó và trung thành với tổ chức cung cấp TCVM hơn.

- ✓ Ổn định hóa, tăng mức độ an toàn trong hoạt động, minh bạch hóa các thông tin chủ chốt về quyền lợi và nghĩa vụ, về các chính sách lãi suất, các quy định chi tiết trong hợp đồng để bảo vệ khách hàng đầy đủ hơn, tăng niềm tin của khách hàng vào tổ chức từ đó tạo sức thu hút vốn nhiều hơn.
- ✓ Tăng cường thu hút khu vực tư nhân tham gia vào TCVM thông qua các hình thức khác nhau.

❖ Cho nhóm sản phẩm bảo hiểm vi mô

- ✓ Chủ động nghiên cứu các sản phẩm phù hợp với khách hàng và chủ động liên kết với các nhà cung cấp BHVM.
- ✓ Nâng cao năng lực tài chính, tham gia tuyên truyền vận động để làm sáng tỏ tiềm năng to lớn của thị trường.
- ✓ Nâng cao kiến thức về các sản phẩm để tư vấn cho khách hàng về dịch vụ BHVM phù hợp với khả năng, đặc thù của tổ chức và khách hàng, rủi ro tại vùng miền.
- ✓ Công khai, minh bạch trong việc thu phí, hỗ trợ việc chi trả bảo hiểm cho khách hàng dưới góc độ là đại lý cung cấp.

❖ Cho nhóm sản phẩm phi tài chính

Để làm tốt việc cung cấp dịch vụ phi tài chính cũng như giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình, cần thực hiện tốt những điều sau:

- ✓ Nghiên cứu và đánh giá việc cung cấp các dịch vụ phi tài chính theo chuẩn nghèo đa chiều, các chiến lược tài chính mà người nghèo đang sử dụng, chúng có thể được hoàn thiện theo hướng nào và cơ hội để cung cấp dịch vụ phi tài chính cũng như thúc đẩy giáo dục kỹ năng quản lý tài chính.
- ✓ Phát triển giáo cụ và giáo trình để đào tạo ở hai mức độ:

- + Mức độ một là: Phát triển giáo tình đào tạo và cầm nang đào tạo cho giảng viên.
 - + Mức độ hai là mức độ phát triển tài liệu cho học viên cho cả việc đào tạo tập trung và đào tạo cho cá nhân. Những tài liệu này cần tích hợp cả kỹ năng đào tạo cho người lớn và phương pháp đào tạo theo nhóm, kết hợp với bài tập, trò chơi đào tạo, câu chuyện và những bài tập hướng đến xây dựng kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình.
- ✓ Xây dựng những chỉ số để đánh giá đầu ra và tác động của việc cung cấp dịch vụ phi tài chính và giáo dục kỹ năng quản lý tài chính hộ gia đình.

3.2.4. Giải pháp đối với các tổ chức tín dụng quan tâm tới thị trường tài chính vi mô

3.2.4.1. Giải pháp chung

Các tổ chức tín dụng ngày càng quan tâm đến thị trường tài chính vi mô tuy nhiên nghiệp vụ ngân hàng truyền thống và tài chính vi mô cần có triết lý khác nhau, bộ máy khác nhau và phương pháp khác nhau. Vì vậy nếu mở rộng hoạt động sang lĩnh vực này thì không chỉ đơn giản là mua một bộ máy có sẵn hoặc đơn giản là giao nhiệm vụ cho một bộ phận nào đó mà theo kinh nghiệm thành công từ Ngân hàng Rakyat (Indonesia) thì cần thành lập một bộ máy riêng với tầm nhìn, sứ mệnh, triết lý và xây dựng văn hóa riêng. Trường hợp khác không có nhân lực cũng như không có kiến thức cần thiết thì có thể đầu tư thông qua các tổ chức tài chính vi mô hoặc qua các công nghệ mới như điện thoại di động.

3.2.4.2. Giải pháp cụ thể nhằm phát triển từng sản phẩm

❖ Cho nhóm sản phẩm tín dụng và huy động vốn

Kinh nghiệm quốc tế và tại Việt nam, cũng như kết quả điều tra sơ cấp đã chứng minh: khách hàng thu nhập thấp là đối tượng khách

hàng tín dụng vi mô đáng tin cậy, thậm chí có nguồn tiết kiệm khá dồi dào, và đây là thị trường chưa được khai thác nhiều. Do vậy, các TCTD khác có quan tâm tới thị trường tài chính vi mô có thể sử dụng các TCTCVM làm đại lý trong phát triển các sản phẩm huy động vốn; hoặc đầu tư vào các TCTCVM để tối ưu hóa chi phí trong mở rộng thị trường, tăng tiếp cận tới các khách hàng tiềm năng. Tận dụng công nghệ cho phát triển sản phẩm tín dụng và huy động ngày càng đa dạng hơn.

❖ Cho nhóm sản phẩm bảo hiểm vi mô

Trong khi các TCTCVM chính thức còn hạn chế (04 tổ chức), để khơi dậy tiềm năng, tạo nên sự hấp dẫn của ngành BHVM thì rất cần các TCTD khác chủ động khai thác, cung cấp các sản phẩm BHVM tới hệ thống khách hàng sẵn có của mình tại các vùng nông nghiệp, nông thôn, vùng sâu, vùng xa. Trọng tâm cần khuyến khích là NHC-SXH, NHNo&PTNT, NHHTX, hệ thống QTDND tranh thủ hệ thống mạng lưới rộng khắp, cơ sở khách hàng lớn hiện có, am hiểu phong tục, tập quán từng vùng, miền để triển khai các những hình thức bảo hiểm thiết thực đối với từng cộng đồng. Việc thanh toán tiền bảo hiểm sẽ được thực hiện kịp thời, qua đó giúp các thành viên trong cộng đồng nhanh chóng khắc phục được hậu quả rủi ro, gia tăng gắn kết và tình cảm cộng đồng. Bên cạnh đó, cần tuyên truyền các NHTMCP đang tiếp cận thị trường TCVM cùng tham gia vào thị trường BHVM.

❖ Cho nhóm sản phẩm phi tài chính

Đặc điểm kinh tế xã hội Việt Nam khác với nhiều nước đang phát triển khác, dân cư có trình độ văn hóa cao, hạ tầng cơ sở về y tế, giáo dục, thông tin, khuyến nông, khuyến lâm khá hoàn thiện cơ sở. Vì vậy sẽ không hợp lý và tốn kém nếu các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính vi mô đồng thời tự triển khai các dịch vụ phi tài chính. Các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính vi mô nên kết hợp với các nhà cung cấp có sẵn theo hình thức cộng sinh hoặc hợp tác công tư. Các tổ chức tín dụng muốn mở rộng hoạt động sang lĩnh vực tài

chính vi mô thì có điều kiện hơn trong xây dựng mối hợp tác này. Các tổ chức chưa muốn trực tiếp tham gia vào lĩnh vực tài chính vi mô có thể tham gia gián tiếp qua việc tài trợ cho các dịch vụ phi tài chính và đào tạo kỹ năng tài chính như là một hình thức thể hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Các Tổ chức tín dụng có thể tham gia tích cực vào lĩnh vực tài chính vi mô một cách gián tiếp thông qua việc chuyển một phần số tiền ủng hộ hoạt động từ thiện ủy thác qua TCTCVM để bổ sung vào nguồn vốn cho vay tại các vùng đặc biệt khó khăn,... Các Tổ chức tín dụng cũng có thể tham gia tích cực vào lĩnh vực tài chính vi mô trực tiếp qua việc triển khai các dự án Tài chính vi mô, các dịch vụ tài chính kỹ thuật số cho các tổ chức tài chính vi mô.

3.2.4. Giải pháp đối với các nhà tài trợ

Các nhà tài trợ có thể (i) hỗ trợ kỹ thuật để các TCTCVM nghiên cứu thị trường, tìm hiểu nhu cầu khách hàng, từ đó có cơ sở phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô phù hợp; (ii) chia sẻ các kinh nghiệm quốc tế - cả thành công và thất bại - trong phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô; (iii) hỗ trợ nâng cao năng lực tài chính và chuyên môn kỹ thuật của các TCTCVM để tăng cường uy tín trong cộng đồng, là cơ sở để các TCTCVM phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô một cách bền vững và hiệu quả; (iv) Hỗ trợ việc thí điểm các dự án BHVM và xúc tiến các mô hình BHVM đổi mới, hỗ trợ xây dựng chuyên môn kĩ thuật trong nước về BHVM – cho cả các nhà quản lý (các cơ quan nhà nước) và các nhà cung cấp dịch vụ (tổ chức phi chính phủ, tổ chức TCVM, v.v.); Tạo điều kiện biên soạn tài liệu và trao đổi kinh nghiệm trong việc thực hiện BHVM nhằm rút ra các bài học từ cơ sở cũng như để xây dựng điểm chuẩn và chuẩn mực kết quả hoạt động cho ngành BHVM đang nổi lên. Tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình tư vấn nhằm hỗ trợ việc xây dựng khuôn khổ pháp lý phù hợp cho BHVM Việt Nam.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ADB (2000), *Finance for the Poor: Microfinance Development Strategy*, <http://www.adb.org/documents/finance-poor-microfinance-development-strategy>
2. Annamaria Lusardi, (2008), *Financial literacy: An essential tool for informed consumer choice?*, NBER working paper series.
3. Bland, D. (1993), *Insurance: Principles and Practice*, Charter Insurance Institute, London.
4. Brac, (2015), *Our products and services*, Available at: <http://microfinance.brac.net/our-services>
5. CGAP (2013), *Microfinance Consensus Guideline: Definition of selected financial terms, ratios and adjustment for microfinance*, September 2003, World Bank. <https://www.cgap.org/about/faq>
6. Chính phủ (2012), *Nghị định số 101/2012/NĐ-CP của Chính Phủ ngày 22 tháng 11 năm 2012 về Thanh toán không dùng tiền mặt*.
7. Churchill C. (ed.) (2006). *Protecting the Poor: A Microinsurance Compendium*. Geneva: ILO.
8. Cohen Monique and Candace Nelson, (2011), *Financial Literacy: A Step for Clients towards Financial Inclusion*, Global Microcredit Summit Commissioned Workshop Paper.
9. Cohen Monique, (2003), *Financial Education for the Poor*, Financial Literacy Project, Working Paper Number 1.
10. Das, L. (2012), *Microfinance in India: self help groups - bank linkage model*, Munich Personal RePEc Archive, Available at: https://mpra.ub.uni-muenchen.de/38755/1/MPRA_paper_38755.pdf
11. Dowla, A., & Alamgir, D. (2003). From Microcredit to Microfinance: Evolution of Savings Products by MFIs in Bangladesh. *Journal of International Development*, 15, 969-988. <http://dx.doi.org/10.1002/jid.1032>

-
12. Ignacio, M., (2013), *Why do we feel that poor people need financial education?*, <http://blogs.worldbank.org/psd/why-do-we-feel-poor-people-need-financial-education>.
 13. Jan Maes and Laura Foose (2006), *Microfinance and Non-Financial Services For Very Poor People: Digging Deeper to Find Keys to Success*.
 14. Jayadev, M., Rao, R.N., (2012), *Financial resources of the microfinance sector: Securitisation deals – Issues and challenges*, Interview with the MFIs Grameen Koota and Equitas, IIMB Management Review 24, pp.28-39.
 15. Kathleen E. Stack, (2005), Vice President, Freedom from Hunger, *Financial Education for the Poor, Citi Group – Insead Financial Education Summit 2005*, Kuala Lumpur, Malaysia.
 16. Kotler, P. & A. Andreasen (1996), *Strategic Marketing for Non-Profit Organizations*, Upper Saddle River, NJ, Prentice Hall.
 17. Ledgerwood, J., (1999) *Microfinance Handbook: An Institutional and Financial Perspective*, Washington: World Bank.
 18. Ledgerwood, J. (ed) (2013), *The New Microfinance Handbook: A Financial Market System Perspective*, World Bank, Washington D.C.
 19. Leonard, A.F, (2011), *Comparing Microfinance Models: MC2 Model versus Other Microfinance Model*, Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2007874
 20. NABARD, <https://www.nabard.org/english/home.aspx>
 21. Nasrin, S., Baskaran, A., Rasiah, R. (2016), "Microfinance and savings among the poor: evidence from Bangladesh microfinance sector", *Quality and Quantity International Journal of Methodology*, volume 50, Number 2, 3/2016, ISSN 0033-5177, pp.1-14.
 22. Ngân hàng Nhà nước (2004), *Quyết định số 1160/2004/QĐ-NHNN ngày 13/9/2004 về Quy chế Tiền gửi Tiết kiệm*.

-
23. Nguyễn Kim Anh (2016), *Chuyển đổi tổ chức tài chính vi mô tại Việt Nam: Bài học kinh nghiệm của các tổ chức tài chính vi mô*, Nhóm công tác Tài chính vi mô Việt Nam.
 24. NHNN (2014a), *Thông tư số 23/2014/TT-NHNN* ngày 19/08/2014 của Thống đốc NHNN *hướng dẫn việc mở và sử dụng tài khoản thanh toán tại tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán*.
 25. NHNN (2014b), *Thông tư số 39/2014/TT-NHNN* ngày 11/12/2014 của Thống đốc NHNN *hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán*.
 26. NHNN (2016a), *Thông tư số 19/2016/TT-NHNN* ngày 30/06/2016 của Thống đốc NHNN *quy định về hoạt động thẻ ngân hàng*.
 27. Paxton, J; D. Graham & C. Thraen (1996), "Modelling Group Loan Repayment Behavior: New Insights from Burkina Faso", *Economic Development and Culture Change* 48, No. 3 (2000), 639-55.
 28. Peter J. Morgan and Long Q. Trinh (2017), *Determinants and effects of financial literacy in Asia*, Hà Nội.
 29. Quốc Hội (2010), *Luật các Tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12*.
 30. Robinson (2004), *Mobilizing savings from the public: Basic principles and Practices*,
<http://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-en-paper-mobilizing-savings-from-the-public-basic-principles-and-practices-0-2004.pdf>
 31. Sapundzhieve, R. (2010), *Funding Microfinance – a Focus on debt financing*, *Microbanking Bulletin*, Data and Product Quality Manager & Regional Manager, Eastern Europe and Central Asia, MIX, Available at: <https://www.themix.org/publications/microbanking-bulletin/2011/11/microfinance-funding-microfinance-debt-financing>

-
32. Srinivasan, N. (2010), *Microfinance India: State of the sector report 2010*, Access Development Services, New Delhi: SAGE Publications.
 33. VMFWG (2015-2016), *Số liệu điều tra hoạt động tổ chức TCVM trên 21 tỉnh thành*.
 34. VMFWG (2016), *Dữ liệu phỏng vấn khách hàng về thực trạng sử dụng và nhu cầu trong tương lai với các sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô*.
 35. www.mixmarket.org

PHỤ LỤC

PHIẾU KHẢO SÁT NGHIÊN CỨU KHÁCH HÀNG TÀI CHÍNH VI MÔ 2016

Chúng tôi đang thực hiện nghiên cứu về “**Sản phẩm dịch vụ tài chính vi mô: Thực trạng và giải pháp phát triển**” với mục tiêu hỗ trợ các tổ chức cung cấp các dịch vụ TCVM tốt hơn, phù hợp nhu cầu hơn cho khách hàng. Xin Ông/Bà vui lòng hợp tác cung cấp thông tin có liên quan. Các thông tin này chỉ dành cho mục tiêu nghiên cứu và khuyến nghị chính sách. Chúng tôi hy vọng rằng với sự hợp tác của Ông/Bà, các hoạt động tài chính vi mô sẽ có ích hơn đối với người nghèo và cộng đồng. Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của Ông/Bà.

PHẦN 1: THÔNG TIN CHUNG VỀ KHÁCH HÀNG

- 1.1. Ngày Phỏng vấn (ngày/tháng/năm):.....
- 1.2. Tỉnh:.....Huyện:.....Xã
- 1.3. Tên người được phỏng vấn:.....
- 1.4. Năm sinh..... Giới tính: 1. Nam 2. Nữ Dân tộc.....
- 1.5. Quan hệ với chủ hộ (đánh dấu X vào ô lựa chọn):
Là chủ hộ Vợ/chồng của chủ hộ Khác
- 1.6. Trình độ học vấn:
 - Không biết đọc biết viết Biết đọc biết viết nhưng chưa tốt nghiệp cấp 1
 - Tốt nghiệp cấp 1
 - Tốt nghiệp cấp 2
 - Tốt nghiệp cấp 3

1.7. Chuyên môn kỹ thuật:

- Lao động phổ thông
- Công nhân kỹ thuật, chứng chỉ nghề không có bằng
- Trung học nghề và TH chuyên nghiệp
- Cao đẳng, đại học
- Sau đại học

Nếu người được phỏng vấn không phải là chủ hộ: Trình độ học vấn của chủ hộ:

- Không biết đọc biết viết
- Biết đọc biết viết nhưng chưa tốt nghiệp cấp 1
- Tốt nghiệp cấp 1
- Tốt nghiệp cấp 2
- Tốt nghiệp cấp 3

Chuyên môn kỹ thuật của chủ hộ:

- Lao động phổ thông
- Công nhân kỹ thuật, chứng chỉ nghề không có bằng
- Trung học nghề và TH chuyên nghiệp
- Cao đẳng, đại học
- Sau đại học

1.8. Tổng số nhân khẩu theo hộ khẩu(người), trong đó số người trong độ tuổi lao động (55 nữ - 60 nam).....(người)

1.9. Số người sống chung không có trong sổ hộ khẩu:.....(người)

1.10. Gia đình ông/bà có thuộc danh sách hộ nghèo của địa phương không?

- Có Không

PHẦN 2: THÔNG TIN VỀ TỔ CHỨC TÀI CHÍNH VI MÔ

2.1. Ông/bà hiện là khách hàng của tổ chức tài chính vi mô nào?

.....

2.2. Ông/bà đã tham gia tổ chức này từ bao giờ? (năm)

.....

2.3. Ông/bà sử dụng các sản phẩm gì của tổ chức/dự án TCVM (nhiều lựa chọn – tích vào ô nếu chọn)

- Vay vốn Gửi tiết kiệm bắt buộc
 Gửi tiết kiệm tự nguyện Bảo hiểm
 Khác nêu rõ.....

2.4. Ông/bà có sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính của các tổ chức/đơn vị khác không?

- Có, hiện đang sử dụng
 Có, nhưng đã từng sử dụng, hiện nay không
 Chưa bao giờ sử dụng

2.5. Nếu có, đó là các tổ chức nào (đánh dấu X vào ô lựa chọn)?

- Ngân hàng nông nghiệp
 Ngân hàng thương mại khác (cụ thể tên.....)
 Ngân hàng Chính sách xã hội

Quỹ Tín dụng Nhân dân

Khác

cụ thể.....

PHẦN 3: THÔNG TIN CHI TIẾT VỀ CÁC SẢN PHẨM VAY VỐN

3.1. Ông/Bà đã và đang vay vốn ở đâu? Chi tiết về các khoản vay của Ông/bà

Đơn vị	Số tiền vay (triệu đồng)	Lãi suất (%/năm)	Mục đích vay (1=sản xuất 2=kinh doanh, 3=tiêu dùng 4=chữa bệnh 5= trả nợ 6=khác, cụ thể)	Thời hạn (tháng)	Hình thức trả nợ (1= trả cuối kỳ 2= theo tháng 3= theo tuần 4= trả các lần không cố định)	Hiện còn vay không? (1= có, 2=không)
1.Tổ chức TCVM (nếu có 2 khoản vay từ TCTCVM, điền thêm thông tin về khoản vay thứ 2 vào dòng này)						
2.Quỹ TDND						
3.Ngân hàng CSXH						
4.Ngân hàng Nông nghiệp						
5.Người thân (họ hàng, bạn bè)						
6.Hội/họ/ phường						
Khác (nêu rõ)						

3.2. Nguồn trả nợ của Ông/bà (nhiều lựa chọn)

- Từ thu nhập Từ đi vay Từ tiền người khác cho
 Khác Cụ thể:.....

3.3. Ông/bà có khó khăn khi trả các khoản nợ này?

- Có Không

3.4. Theo ông/bà, hình thức vay nào tiện lợi hơn?

- Theo tổ nhóm Cá nhân

Giải thích:

.....

.....

3.5. Tại sao Ông/bà lại lựa chọn vay tại tổ chức trên (nhiều lựa chọn – đánh dấu X vào ô chọn)

Lý do	Tổ chức TCVM (1)	NH Nông nghiệp (2)	Ngân hàng CSXH (3)	Quỹ TDND (4)	Hội họ (5)	Người thân (6)	Tổ chức khác (7)
1. Điều kiện vay vốn đơn giản							
2. Lãi suất phù hợp							
3. Không cần tài sản bảo đảm							
4. Thủ tục giấy tờ đơn giản							
5. Quy trình nhanh chóng							
6. Tính chuyên nghiệp của cán bộ tín dụng							

Lý do	Tổ chức TCVM (1)	NH Nông nghiệp (2)	Ngân hàng CSXH (3)	Quỹ TDND (4)	Hội họ (5)	Người thân (6)	Tổ chức khác (7)
7. Thái độ phục vụ tốt							
8. Năng lực của cán bộ tốt							
9. Địa điểm thuận tiện							
10. Uy tín trong cộng đồng cao							
11. Bà con trong làng cũng vay ở đó							
12. Lý do khác (cụ thể)....							

3.6. Nếu không vay tại các tổ chức khác, tại sao:

- Không biết thủ tục
- Không đủ điều kiện vay
- Chưa cần vay
- Khác

(cụ thể):

3.7. Ông/bà vui lòng chấm điểm chất lượng các sản phẩm vay vốn hiện tại của tổ chức/dự án TCVM, và xếp hạng mức độ ưu tiên khi lựa chọn sản phẩm/tổ chức của Ông/bà.

Chất lượng	5 (rất tốt)	4 (tốt)	3 (trung bình)	2 (kém)	1 (rất kém)	Xếp hạng mức độ ưu tiên khi lựa chọn sản phẩm/tổ chức cung cấp (từ 1 là mức cao nhất)
A. Đặc tính sản phẩm						
1. Điều kiện và các thủ tục vay vốn rõ ràng						
2. Hệ thống tài sản thế chấp / bảo lãnh phù hợp						
3. Mức vay đáp ứng đúng nhu cầu						
4. Đơn giản và rõ ràng trong các thủ tục -Phát vốn nhanh, tiện lợi						
5. Mức và cách tính lệ phí / chi phí bổ sung (nếu có) rõ ràng						
6. Lãi suất rõ ràng						
7. Có thể vay tối đa (nếu cần thiết)						
8. Sản phẩm cho vay đa dạng (về quy mô khoản vay, thời hạn, hình thức vay, trả)						
9. Thời hạn trả nợ phù hợp, linh hoạt						
10. Hệ thống trả nợ và tần suất của nó - Cách thức trả lãi linh hoạt (trả theo tuần, theo tháng)						
11. Các biện pháp trừng phạt khi khách hàng bị quá hạn						

Chất lượng	5 (rất tốt)	4 (tốt)	3 (trung bình)	2 (kém)	1 (rất kém)	Xếp hạng mức độ ưu tiên khi lựa chọn sản phẩm/tổ chức cung cấp (từ 1 là mức cao nhất)
B. Phương thức cung cấp						
12. Có ưu đãi nếu bạn vay tiếp						
13. Chu kỳ vay vốn hợp lý (thời gian của mỗi vòng vốn phù hợp với nhu cầu vay vốn)						
14. Tiết kiệm / Quỹ dự phòng - Mức tiết kiệm bắt buộc hợp lý (số tiền đóng từng kỳ có thể chấp nhận được)						
15. Thông tin cán bộ TCTCVM xác thực và rõ ràng						
16. Thái độ phục vụ của cán bộ tốt - Dịch vụ nhanh chóng và luôn luôn sẵn sàng giúp đỡ						
17. Địa điểm phát vốn, thu lãi thuận tiện						
18. Sự quan tâm, tư vấn, nhắc nhở của cán bộ về nợ quá hạn						
19. Cán bộ là người có kiến thức, lịch sự và tạo được sự tin tưởng						
20. Sự an toàn khi tham gia vay vốn tại tổ chức						

3.8. Trong thời gian tới, Ông/bà có muốn tiếp tục vay tại tổ chức/dự án TCVM không?

Có Không

3.9. Nếu không, tại sao:

.....

.....

.....

3.10. Nếu có: nhu cầu vay vốn của ông/bà cụ thể như thế nào?

	Tổng (1)	Chăn nuôi gia súc: mua trâu, bò (2)	Chăn nuôi gia cầm (3)	Trồng trọt (4)	Khởi nghiệp (Bắt đầu kinh doanh/ Buôn bán) (5)	Mở rộng kinh doanh/buôn bán (6)	Cho con đi học (7)	Khám chữa bệnh (8)	Xây, sửa chữa nhà (9)	Ma chay, cưới hỏi, lễ tết (10)	Khác.... (11)
a. Mức vay (triệu đồng)											
b. Thời hạn (tháng)											

3.11. Mong muốn của ông/bà về các khoản vay trong tương lai so với hiện tại

	Tăng lên	Giữ nguyên	Giảm đi
1. Mức vay tối đa			
2. Lãi suất áp dụng			
	Cuối kỳ	Định kỳ	Không cố định
3. Phương thức trả lãi			
4. Phương thức trả gốc			

3.12. Ông/Bà có nhu cầu sử dụng các sản phẩm liên quan đến biến đổi khí hậu không? (Ví dụ: *Vốn vay đối phó với sự thay đổi khắc nghiệt của thời tiết, vốn vay trồng rừng,...*)

3.13. Khuyến nghị của ông/bà đối với tổ chức/dự án TCVM nhằm phát triển sản phẩm cho vay tốt hơn

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PHẦN 4: THÔNG TIN CHI TIẾT VỀ CÁC SẢN PHẨM TIẾT KIỆM

4.1. Ông/Bà có tiền nhàn rỗi gửi tiết kiệm không?

- Có Không

4.2. Mục đích gửi tiết kiệm:

- Cho con đi học
- Phòng ngừa rủi ro
- Có khoản thu nhập không thường xuyên (bán bò, bán sản phẩm nông nghiệp,...)
- Khác

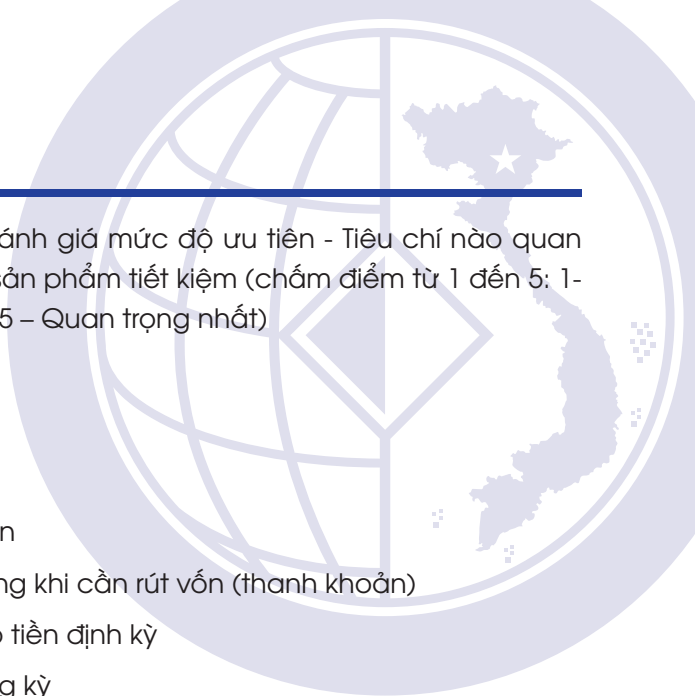
(Nêu rõ).....

4.3. Ông/Bà đã và đang gửi tiết kiệm ở đâu? Chi tiết về các khoản tiết kiệm của Ông/bà

Đơn vị	Số tiền gửi (triệu đồng)	Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)	Lãi suất (%/năm)	Thời hạn gửi (Tháng)	Kỳ hạn đóng tiết kiệm (1= theo ngày 2= theo tuần 3= theo tháng)	Hiện còn gửi không? (1= có, 2=không)
1.Tổ chức TCVM						
<i>Tiết kiệm bắt buộc</i>						
<i>Tiết kiệm tự nguyện</i>						
2.Quỹ TDND						
3.Ngân hàng CSXH						
4.Ngân hàng Nông nghiệp						
5.Chơi hụi						
6. Để tại nhà (tiền mặt)						
7. Mua trang sức, vàng bạc có giá trị						
8. Mua gia súc-gia cầm để tiết kiệm						
Khác (nêu rõ)						

4.4. Tại sao Ông/bà lại lựa chọn tiết kiệm tại tổ chức trên (nhiều lựa chọn – đánh dấu X vào ô chọn)

Lý do	Tổ chức TCVM	NH Nông nghiệp	Ngân hàng CSXH	Quý TDND	Hội họ	Tiết kiệm tại nhà	Mua trang sức, vàng bạc có giá trị gia súc-gia cầm
1. Là điều kiện bắt buộc để vay vốn							
2. Lãi suất hấp dẫn							
3. Địa điểm thuận tiện, gần nhà							
4. Thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp							
5. Gửi ít cũng được							
6. Thủ tục giấy tờ đơn giản							
7. Có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn							
8. Nhiều sản phẩm để tôi lựa chọn							
9. Tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao							
10. Thái độ phục vụ tốt							
11. Năng lực của cán bộ tốt							
12. Uy tín trong cộng đồng cao							
13. Bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó							
14. Lý do khác (cụ thể)....							



4.5. Ông/bà vui lòng đánh giá mức độ ưu tiên - Tiêu chí nào quan trọng khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

- Lãi suất
- Thời hạn
- Thủ tục
- Mức độ an toàn
- Mức độ dễ dàng khi cần rút vốn (thanh khoản)
- Cách thức nộp tiền định kỳ
- Mức đóng hàng kỳ
- Mức tiết kiệm tối thiểu
- Sản phẩm đa dạng
- Các chương trình khuyến mãi – chăm sóc khách hàng đi kèm
- Địa điểm
- Thái độ phục vụ
- Uy tín trong cộng đồng
- Khác (Nêu rõ).....

4.6. Nhu cầu của ông/bà về sản phẩm tiết kiệm trong tương lai

.....

.....

.....

.....

4.7. Khuyến nghị của ông/bà đối với tổ chức/dự án TCVM nhằm phát triển các sản phẩm tiết kiệm tốt hơn

.....

.....

.....

5.4. Đánh giá mức độ ưu tiên về tính năng sản phẩm bảo hiểm

Tính năng	Chấm điểm từ 1 - 5 (1- Ít nhất, 5 - Quan trọng nhất)
1. Quy trình hồ sơ	
2. Số tiền đóng hàng kỳ	
3. Kỳ hạn phù hợp	
4. Điều kiện thụ hưởng	
5. Số tiền thụ hưởng	
6. Cách thức nhận thụ hưởng, thời gian nhận	
7. Khác (cụ thể).....	
8. Khác (cụ thể).....	

5.5. Nhu cầu của ông/bà về sản phẩm bảo hiểm trong tương lai

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5.6. Khuyến nghị của ông/bà đối với tổ chức/dự án TCVM nhằm phát triển các sản phẩm bảo hiểm tốt hơn

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PHẦN 6: THÔNG TIN CHI TIẾT VỀ SẢN PHẨM TÀI CHÍNH KHÁC

6.1. Ông/Bà có đang sử dụng và có nhu cầu sử dụng các sản phẩm tài chính khác dưới đây không? (đánh dấu X vào ô lựa chọn)

Sản phẩm	Đang sử dụng	Đã sử dụng, nhưng giờ không sử dụng	Có nhu cầu, nhưng chưa sử dụng	Không có nhu cầu
1. Chuyển tiền				
2. Dịch vụ thanh toán qua điện thoại				
3. Dịch vụ thẻ ngân hàng				
4. Dịch vụ khác (cụ thể)				
5. Dịch vụ khác (cụ thể)				

6.2. Nhu cầu của ông/bà về các sản phẩm tài chính khác trong tương lai

.....

.....

.....

.....

.....

6.3. Khuyến nghị của ông/bà đối với tổ chức/dự án TCVM nhằm phát triển các sản phẩm tài chính khác tốt hơn

.....

.....

.....

.....

.....

PHẦN 7: THÔNG TIN CHI TIẾT VỀ CÁC SẢN PHẨM PHI TÀI CHÍNH

7.1. Ông/bà có đang được hỗ trợ các dịch vụ khác ngoài vay vốn không?

- Có Không

7.2. Đánh giá mức độ cần thiết từ 1- 5 (1- Thấp nhất, 5 - Quan trọng nhất) và nêu rõ lợi ích nếu nhận được sự hỗ trợ ở các nội dung này.

Nội dung	Có cần thiết không? (Có=1 không = 2)	Đánh giá mức độ cần thiết (Đánh số từ 1-5, trong đó 1 là thấp nhất và 5 là quan trọng nhất)	Lợi ích (liệt kê)
1. Giáo dục dành cho trẻ em			
2. Sức khỏe và dinh dưỡng gia đình			
3. Nhận thức đối với các vấn đề xã hội			
4. Quyền phụ nữ			
5. Cơ hội việc làm			
6. Tăng thu nhập gia đình			
7. Kỹ thuật chăn nuôi, trồng trọt			
8. Kỹ năng kinh doanh			
9. Sự hiểu biết chung về xã hội			

7.3. Nhu cầu của ông/bà về các sản phẩm phi tài chính trong tương lai

.....

.....

.....

.....

.....

7.4. Khuyến nghị của ông/bà đối với tổ chức/dự án TCVM nhằm phát triển các sản phẩm phi tài chính tốt hơn

.....

.....

.....

.....

.....

PHẦN 8: THÔNG TIN VỀ KIẾN THỨC TÀI CHÍNH

8.1. Ông/bà có đang được hướng dẫn/ giới thiệu về cách sử dụng vốn vay và ra quyết định tài chính không?

- Có Không

8.2. Đánh giá mức độ cần thiết từ 1- 5 (1- Thấp nhất, 5 – Quan trọng nhất), nêu rõ lợi ích nếu nhận được sự hỗ trợ ở các nội dung này.

Nội dung	Có cần thiết không? (Có=1 không = 2)	Đánh giá mức độ cần thiết (Đánh số từ 1-5, trong đó 1 là thấp nhất và 5 là quan trọng nhất)	Lợi ích (liệt kê)
I. Cách sử dụng tiền			
1. Đánh giá tình hình tài chính của gia đình			
2. Đặt mục tiêu tài chính			
3. Phân biệt những thứ “cần” và “muốn”			
II. Quản lý thu chi			
1. Lập kế hoạch tài chính			
2. Lập kế hoạch chi tiêu			
3. Tuân thủ kế hoạch			
4. Tiêu dùng khôn ngoan			
III. Tạo dựng tài sản			
1. Đầu tư vào sản xuất, kinh doanh			
2. Bảo vệ tài sản			
IV. Chuẩn bị cho những sự kiện tốn tiền			
1. Đám cưới			
2. Sinh con			
3. Giáo dục			
4. Tuổi già			
5. Đám ma			
V. Hiểu các công cụ tài chính			
1. Tiết kiệm(tại tổ chức tài chính và hội họ)			
2. Vay tiền(khi nào nên đi vay, những rủi ro đi kèm, điều kiện vay, tính toán lãi suất thực, cách quản lý tiền vay)			

Nội dung	Có cần thiết không? (Có=1 không = 2)	Đánh giá mức độ cần thiết (Đánh số từ 1-5, trong đó 1 là thấp nhất và 5 là quan trọng nhất)	Lợi ích (liệt kê)
3. Bảo hiểm (hiểu ý nghĩa và mức chi trả)			
VI. Chuẩn bị cho sự kiện ko mong muốn			
1. Ốm đau của người thân			
2. Cái chết của người thân			
3. Mất nghề			
4. Thiên tai, dịch bệnh			

PHẦN 9: KIẾN NGHỊ CHUNG

9.1. Nói chung, mức độ hài lòng của Ông/bà với các sản phẩm dịch vụ của tổ chức/dự án TCVM

- Rất hài lòng Hài lòng
 Bình thường Chưa hài lòng lắm
 Không hài lòng

9.2. Kiến nghị của Ông/bà với tổ chức/dự án TCVM trong thời gian tới:

.....

.....

.....

.....

.....

Xin trân trọng cảm ơn Ông/bà.

PHIẾU KHẢO SÁT TỔ CHỨC

Tên tổ chức:

Loại hình tổ chức (Chương trình, dự án/Quỹ xã hội/Tổ chức TCVM):

Năm thành lập (Thời điểm đi vào hoạt động):

Tổng số khách hàng thành viên (thời điểm khảo sát):

1. Ông/Bà cho biết các sản phẩm hiện nay tổ chức đang thực hiện:

- Cho vay vi mô (<30 triệu VND)
- Cho vay khách hàng khác (> 30 triệu VND)
- Tiết kiệm bắt buộc
- Tiết kiệm tự nguyện
- Đại lý bảo hiểm vi mô
- Dịch vụ phi tài chính
- Sản phẩm khác :
 - + Thu hộ/chi hộ:
 - + Ủy thác cho vay:
 - + Chuyển tiền cho khách hàng:
 - + Quản lý tài sản:
 - + Tư vấn tài chính:
 - + Khác:

2. Ông/Bà cho biết **cụ thể** tổ chức có nhu cầu đa dạng các sản phẩm nào:

Cho vay vi mô (<30 triệu VND):

.....
.....
.....

Cho vay khách hàng khác (> 30 triệu VND):

.....
.....
.....

Tiết kiệm tự nguyện:

.....
.....
.....

Bảo hiểm vi mô/Đại lý bảo hiểm vi mô:

.....
.....
.....

Sản phẩm khác (thu hộ/chi hộ/tư vấn tài chính...):

- + Thu hộ/chi hộ:.....
- + Ủy thác cho vay:.....
- + Chuyển tiền cho khách hàng:.....
- + Quản lý tài sản:.....
- + Tư vấn tài chính:.....
- + Khác:.....

3. Ông/Bà đánh giá thế nào về **nhu cầu** của khách hàng đối với các sản phẩm mới nếu được phép thực hiện:

Sản phẩm	Nhu cầu (cao/trung bình/thấp)	Tỷ lệ khách hàng có nhu cầu/tổng số khách hàng
<input type="checkbox"/> Cho vay khách hàng khác (> 30 triệu VND) <input type="checkbox"/> Tiết kiệm tự nguyện <input type="checkbox"/> Đại lý bảo hiểm vi mô <input type="checkbox"/> Dịch vụ phi tài chính <input type="checkbox"/> Sản phẩm khác : + Thu hộ/chi hộ: + Ủy thác cho vay: + Chuyển tiền cho khách hàng: + Quản lý tài sản: + Tư vấn tài chính: + Khác:		

4. Ông/Bà đánh giá thế nào về **khả năng thực hiện** của tổ chức và **hiệu quả/lợi ích** khi thực hiện các sản phẩm mới nếu được phép thực hiện:

Sản phẩm	Khả năng thực hiện	Hiệu quả/lợi ích (đối với tổ chức và khách hàng)
<input type="checkbox"/> Cho vay khách hàng khác (> 30 triệu VND) <input type="checkbox"/> Tiết kiệm tự nguyện <input type="checkbox"/> Đại lý bảo hiểm vi mô <input type="checkbox"/> Dịch vụ phi tài chính <input type="checkbox"/> Sản phẩm khác : + Thu hộ/chi hộ: + Ủy thác cho vay: + Chuyển tiền cho khách hàng: + Quản lý tài sản: + Tư vấn tài chính: + Khác:		

5. Ông/Bà có kiến nghị cụ thể gì với các Cơ quan quản lý nhà nước để thực hiện các sản phẩm mới:

- Cơ quan cần kiến nghị:

.....
.....
.....

- Nội dung kiến nghị:

.....
.....
.....

Trân trọng cảm ơn!

PHIẾU THU THẬP THÔNG TIN VỀ SẢN PHẨM TÍN DỤNG

Mô tả sản phẩm	Tên sản phẩm tín dụng (1)	Tên sản phẩm tín dụng (2)	Tên sản phẩm tín dụng (3)
1. Mục đích vay			
2. Điều kiện vay			
3. Mức vay (tối thiểu-tối đa)			
4. Kỳ hạn			
5. Phương thức hoàn trả gốc, lãi			
6. Yêu cầu về tiết kiệm bắt buộc đi kèm (mức đóng, tần suất, lãi suất tiết kiệm, điều kiện rút)			
7. Phương pháp cho vay (theo nhóm bao nhiêu người, cá nhân)			
8. Yêu cầu về tài sản thế chấp			
9. Địa điểm phát và thu vốn			
10. Mức lãi suất qui định trong hợp đồng vay vốn			
11. Mức lãi suất hiệu quả			
12. Phương thức tính lãi suất (lãi bằng, lãi trừ lùi)			
13. Các loại phí khoản vay (mức phí, thời điểm thanh toán phí)			
14. Ân hạn			
15. Phí phạt chậm trả			
16. Các đặc điểm khác			

PHIẾU THU THẬP THÔNG TIN VỀ SẢN PHẨM TIẾT KIỆM/TIỀN GỬI

Mô tả sản phẩm	Tên sản phẩm (1)	Tên sản phẩm (2)	Tên sản phẩm (3)
1. Mục đích sản phẩm			
2. Đối tượng khách hàng			
3. Mức gửi tối thiểu			
4. Kỳ hạn			
5. Tần suất gửi			
6. Địa điểm gửi/rút			
7. Lãi suất			
8. Điều kiện rút			
9. Quy định về sổ tiết kiệm được dùng làm tài sản thế chấp ở tổ chức MFI và các định chế khác			

PHIẾU THU THẬP THÔNG TIN VỀ SẢN PHẨM BẢO HIỂM

Mô tả sản phẩm	Tên sản phẩm (1)	Tên sản phẩm (2)	Tên sản phẩm (3)
1. Mục đích sản phẩm			
2. Mức phí bảo hiểm tối thiểu			
3. Tần suất đóng phí bảo hiểm			
4. Đối tượng được bảo hiểm			
5. Quyền lợi bảo hiểm			
6. Địa điểm nộp phí bảo hiểm			
7. Địa điểm nộp hồ sơ bồi thường			
8. Tổ chức cung cấp bảo hiểm			

Các dịch vụ phi tài chính/ *Non-financial services*

Mục tiêu <i>Target</i>	
Người đào tạo/Người tư vấn <i>Trainers/advisors</i>	
Nội dung đào tạo <i>Training modules</i>	
Phân khúc <i>Segmentation</i>	
Địa điểm <i>Location</i>	

PHẦN 4: THÔNG TIN CHI TIẾT VỀ CÁC SẢN PHẨM TIẾT KIỆM

4.1. Ông/Bà có tiền nhàn rỗi gửi tiết kiệm không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	165	55.7	62.0	62.0
	Không	101	34.1	38.0	100.0
	Total	266	89.9	100.0	
Missing	System	30	10.1		
Total		296	100.0		

4.2. Mục đích gửi tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		154	52.0	52.0	52.0
	Vay vốn	14	4.7	4.7	56.8
	Cho con đi học	22	7.4	7.4	64.2
	Vay vốn và cho con đi học	19	6.4	6.4	70.6
	13	1	.3	.3	70.9
	Phòng ngừa rủi ro	70	23.6	23.6	94.6
	23	7	2.4	2.4	97.0
	3	3	1.0	1.0	98.0
	4	2	.7	.7	98.6
	Lấy lãi	1	.3	.3	99.0
	Làm nhà	1	.3	.3	99.3
	Mua nhà	1	.3	.3	99.7
	Phường hội	1	.3	.3	100.0
Total		296	100.0	100.0	

4.3VM11. Số tiền gửi tiết kiệm bắt buộc tại TCTCVM (triệu đồng)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	180	61.4	61.4	61.4
Không nhớ	36	12.3	12.3	73.7
0.01	1	.3	.3	74.1
0.04	8	2.7	2.7	76.8
0.06	4	1.4	1.4	78.2
0.08	1	.3	.3	78.5
0.1	1	.3	.3	78.8
0.11	4	1.4	1.4	80.2
0.12	1	.3	.3	80.5
0.13	1	.3	.3	80.9
0.17	1	.3	.3	81.2
0.18	1	.3	.3	81.6
0.2	2	.7	.7	82.3
0.45	1	.3	.3	82.6
0.5	1	.3	.3	82.9
0.6	1	.3	.3	83.3
0.8	2	.7	.7	84.0
0.9	1	.3	.3	84.3
1	5	1.7	1.7	86.0
1.2	4	1.4	1.4	87.4
1.3	1	.3	.3	87.7
1.5	1	.3	.3	88.1
1.6	1	.3	.3	88.4
1.7	1	.3	.3	88.7
2	1	.3	.3	89.1
2.3	1	.3	.3	89.4
2.5	2	.7	.7	90.1
2.6	1	.3	.3	90.4
3	3	1.0	1.0	91.5
3.1	1	.3	.3	91.8
3.2	4	1.4	1.4	93.2
3.3	1	.3	.3	93.5
3.4	2	.7	.7	94.2
3.5	1	.3	.3	94.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3.6	1	.3	.3	94.9
3.7	1	.3	.3	95.2
3.8	4	1.4	1.4	96.6
3.9	1	.3	.3	96.9
4	3	1.0	1.0	98.0
4.3	1	.3	.3	98.3
5	2	.7	.7	99.0
5.3	1	.3	.3	99.3
7	2	.7	.7	100.0
Total	293	100.0	100.0	

4.3VM12. Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	161	54.4	54.4	54.4
1000	1	.3	.3	54.7
10	1	.3	.3	55.1
112000	1	.3	.3	55.4
142500	4	1.4	1.4	56.8
147700	1	.3	.3	57.1
178000	4	1.4	1.4	58.4
20	4	1.4	1.4	59.8
200000	1	.3	.3	60.1
226000	1	.3	.3	60.5
247000	1	.3	.3	60.8
270800	1	.3	.3	61.1
40	97	32.8	32.8	93.9
50	10	3.4	3.4	97.3
78000	1	.3	.3	97.6
80	1	.3	.3	98.0
98.3	1	.3	.3	98.3
98300	5	1.7	1.7	100.0
Total	296	100.0	100.0	

4.3VM13. Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0.2	1	.3	.8	.8
	3.0	42	14.2	32.1	32.8
	3.6	66	22.3	50.4	83.2
	5.0	21	7.1	16.0	99.2
	8.0	1	.3	.8	100.0
	Total	131	44.3	100.0	
Missing	System	165	55.7		
Total		296	100.0		

4.3VM14.Thời hạn gửi (tháng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.3	.9	.9
	3	2	.7	1.8	2.7
	12	94	31.8	84.7	87.4
	12,5	1	.3	.9	88.3
	15	2	.7	1.8	90.1
	18	11	3.7	9.9	100.0
Total	111	37.5	100.0		
Missing	System	185	62.5		
Total		296	100.0		

4.3VM15. Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo tuần	69	23.3	44.8	44.8
	Theo tháng	85	28.7	55.2	100.0
	Total	154	52.0	100.0	
Missing	System	142	48.0		
Total		296	100.0		

4.3VM16. Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	126	42.6	87.5	87.5
	Không	18	6.1	12.5	100.0
	Total	144	48.6	100.0	
Missing	System	152	51.4		
Total		296	100.0		

4.3VM21. Số tiền gửi tiết kiệm tự nguyện tại TCTCVM (triệu đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.020	1	.3	1.5	1.5
	.080	3	1.0	4.6	6.2
	.100	3	1.0	4.6	10.8
	.120	3	1.0	4.6	15.4
	.165	1	.3	1.5	16.9
	.200	4	1.4	6.2	23.1
	.220	4	1.4	6.2	29.2
	.264	1	.3	1.5	30.8
	.300	1	.3	1.5	32.3
	.400	3	1.0	4.6	36.9
	.500	3	1.0	4.6	41.5
	.549	1	.3	1.5	43.1
	.600	3	1.0	4.6	47.7
	.700	1	.3	1.5	49.2
	.800	2	.7	3.1	52.3
	1.000	4	1.4	6.2	58.5
	1.200	1	.3	1.5	60.0
	1.300	2	.7	3.1	63.1
	1.500	4	1.4	6.2	69.2
	1.600	1	.3	1.5	70.8
1.700	1	.3	1.5	72.3	
2.000	3	1.0	4.6	76.9	
2.400	3	1.0	4.6	81.5	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2.500	1	.3	1.5	83.1
2.700	1	.3	1.5	84.6
3.200	1	.3	1.5	86.2
3.400	1	.3	1.5	87.7
3.500	2	.7	3.1	90.8
3.600	1	.3	1.5	92.3
4.200	1	.3	1.5	93.8
5.100	1	.3	1.5	95.4
5.200	1	.3	1.5	96.9
9.600	1	.3	1.5	98.5
16.000	1	.3	1.5	100.0
Total	65	22.0	100.0	
Missing System	231	78.0		
Total	296	100.0		

4.3VM22. Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20	1	.3	1.6	1.6
30	1	.3	1.6	3.1
40	3	1.0	4.7	7.8
70	1	.3	1.6	9.4
80	27	9.1	42.2	51.6
100	2	.7	3.1	54.7
120	4	1.4	6.3	60.9
150	1	.3	1.6	62.5
160	1	.3	1.6	64.1
180	1	.3	1.6	65.6
200	7	2.4	10.9	76.6
320	1	.3	1.6	78.1
360	1	.3	1.6	79.7
400	6	2.0	9.4	89.1
580	1	.3	1.6	90.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
600	1	.3	1.6	92.2
700	1	.3	1.6	93.8
800	2	.7	3.1	96.9
1200	1	.3	1.6	98.4
2000	1	.3	1.6	100.0
Total	64	21.6	100.0	
Missing System	232	78.4		
Total	296	100.0		

4.3VM23. Lãi suất (%/năm)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	64	21.6	100.0	100.0
Missing System	232	78.4		
Total	296	100.0		

4.3VM24. Thời hạn gửi (tháng)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	261	88.2	88.2	88.2
12 Tháng	1	.3	.3	88.5
Không Kỳ Hạn	34	11.5	11.5	100.0
Total	296	100.0	100.0	

4.3VM25. Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo tuần	65	22.0	98.5	98.5
	Theo tháng	1	.3	1.5	100.0
	Total	66	22.3	100.0	
Missing	System	230	77.7		
Total		296	100.0		

4.3VM26. Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	59	19.9	89.4	89.4
	Không	7	2.4	10.6	100.0
	Total	66	22.3	100.0	
Missing	System	230	77.7		
Total		296	100.0		

4.3.2.1 Số tiền gửi tại quỹ tín dụng ngân hàng (triệu đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	1	.3	33.3	33.3
	160	1	.3	33.3	66.7
	200	1	.3	33.3	100.0
	Total	3	1.0	100.0	
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.3.2.2 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.3.2.3 Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	2	.7	66.7	66.7
	7	1	.3	33.3	100.0
	Total	3	1.0	100.0	
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.3.2.4 Thời hạn gửi (Tháng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	.3	33.3	33.3
	12	2	.7	66.7	100.0
	Total	3	1.0	100.0	
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.3.2.5 Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo tháng	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.3.2.6 Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	1	.3	33.3	33.3
	Không	2	.7	66.7	100.0
	Total	3	1.0	100.0	
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.3.3.1 Số tiền gửi tiết kiệm tại QTDND (triệu đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.3	1	.3	14.3	14.3
	1.0	1	.3	14.3	28.6
	1.5	1	.3	14.3	42.9
	1.8	1	.3	14.3	57.1
	2.0	2	.7	28.6	85.7
	50.0	1	.3	14.3	100.0
	Total	7	2.4	100.0	
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.3.3.2 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	1	.3	6.7	6.7
	30	1	.3	6.7	13.3
	50	8	2.7	53.3	66.7
	80	2	.7	13.3	80.0
	50000	3	1.0	20.0	100.0
	Total	15	5.1	100.0	
Missing	System	281	94.9		
Total		296	100.0		

4.3.3.3 Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	.6	1	.3	11.1	11.1
	1.0	5	1.7	55.6	66.7
	2.0	2	.7	22.2	88.9
	20.0	1	.3	11.1	100.0
	Total	9	3.0	100.0	
Missing	System	287	97.0		
Total		296	100.0		

4.3.3.4 Thời hạn gửi (Tháng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	.3	14.3	14.3
	12	1	.3	14.3	28.6
	36	5	1.7	71.4	100.0
	Total	7	2.4	100.0	
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.3.3.5 Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo tháng	16	5.4	100.0	100.0
Missing	System	280	94.6		
Total		296	100.0		

4.3.3.6 Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	14	4.7	87.5	87.5
	Không	2	.7	12.5	100.0
	Total	16	5.4	100.0	
Missing	System	280	94.6		
Total		296	100.0		

4.3.4.1 Số tiền gửi tại ngân hàng nông nghiệp (triệu đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15	1	.3	14.3	14.3
	50	3	1.0	42.9	57.1
	60	1	.3	14.3	71.4
	200	2	.7	28.6	100.0
	Total	7	2.4	100.0	
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.3.4.2 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6.5	1	.3	33.3	33.3
	150	1	.3	33.3	66.7
	1000000	1	.3	33.3	100.0
	Total	3	1.0	100.0	
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.3.4.3 Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	2	.7	33.3	33.3
	6.5	2	.7	33.3	66.7
	12	1	.3	16.7	83.3
	25	1	.3	16.7	100.0
	Total	6	2.0	100.0	
Missing	System	290	98.0		
Total		296	100.0		

4.3.4.4 Thời hạn gửi (tháng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	1	.3	14.3	14.3
	10	1	.3	14.3	28.6
	12	4	1.4	57.1	85.7
	36	1	.3	14.3	100.0
	Total	7	2.4	100.0	
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.3.4.5 Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo tháng	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.3.4.6 Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	6	2.0	75.0	75.0
	Không	2	.7	25.0	100.0
	Total	8	2.7	100.0	
Missing	System	288	97.3		
Total		296	100.0		

4.3.5.1 Số tiền gửi để chơi hụi (triệu đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.3	2.6	2.6
	5	2	.7	5.3	7.9
	9	1	.3	2.6	10.5
	10	2	.7	5.3	15.8
	12	1	.3	2.6	18.4
	20	1	.3	2.6	21.1
	22	1	.3	2.6	23.7
	24	1	.3	2.6	26.3
	30	2	.7	5.3	31.6
	50	14	4.7	36.8	68.4
	100	7	2.4	18.4	86.8
	120	2	.7	5.3	92.1
	200	1	.3	2.6	94.7
	20000000	1	.3	2.6	97.4
	96000000	1	.3	2.6	100.0
Total	38	12.8	100.0		
Missing	System	258	87.2		
Total		296	100.0		

4.3.5.2 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		261	88.2	88.2	88.2
	1	2	.7	.7	88.9
	10	1	.3	.3	89.2
	1000000	1	.3	.3	89.5
	10000000	1	.3	.3	89.9
	15000000	1	.3	.3	90.2
	2	1	.3	.3	90.5
	2000	7	2.4	2.4	92.9
	2000000	3	1.0	1.0	93.9
	250000/6	1	.3	.3	94.3
tháng		1	.3	.3	94.6
	3	7	2.4	2.4	97.0
	3000	3	1.0	1.0	98.0
	3000000	2	.7	.7	98.6
	4000000	1	.3	.3	99.0
	5	2	.7	.7	99.7
	5000000	1	.3	.3	100.0
	7000	296	100.0	100.0	
	Total				

4.3.5.3 Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0.01	1	.3	4.3	4.3
	25	12	4.1	52.2	56.5
	30	10	3.4	43.5	100.0
	Total	23	7.8	100.0	
Missing	System	273	92.2		
Total		296	100.0		

4.3.5.4 Thời hạn gửi (tháng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.3	2.5	2.5
	3	2	.7	5.0	7.5
	10	1	.3	2.5	10.0
	12	7	2.4	17.5	27.5
	20	1	.3	2.5	30.0
	24	18	6.1	45.0	75.0
	25	1	.3	2.5	77.5
	30	4	1.4	10.0	87.5
	36	4	1.4	10.0	97.5
	60	1	.3	2.5	100.0
	Total	40	13.5	100.0	
Missing	System	256	86.5		
	Total	296	100.0		

4.3.5.5 Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		255	86.1	86.1	86.1
	Theo ngày	3	1.0	1.0	87.2
	Theo tuần	36	12.2	12.2	99.3
	Theo quý	1	.3	.3	99.7
	Theo vụ	1	.3	.3	100.0
		Total	296	100.0	100.0

4.3.5.6 Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	41	13.9	100.0	100.0
Missing	System	255	86.1		
	Total	296	100.0		

4.3.6.1 Số tiền để trả nhà (tiền mặt) (triệu đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.3	16.7	16.7
	3	1	.3	16.7	33.3
	10	1	.3	16.7	50.0
	15	1	.3	16.7	66.7
	40	1	.3	16.7	83.3
	70	1	.3	16.7	100.0
	Total	6	2.0	100.0	
Missing	System	290	98.0		
Total		296	100.0		

4.3.6.2 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	150	1	.3	50.0	50.0
	500	1	.3	50.0	100.0
	Total	2	.7	100.0	
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.3.6.3 Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.3.6.4 Thời hạn gửi (tháng)

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.3.6.5 Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo ngày	1	.3	50.0	50.0
	Theo tuần	1	.3	50.0	100.0
	Total	2	.7	100.0	
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.3.6.6 Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.3.7.1 Tiết kiệm bằng mua trang sức, vàng bạc có giá trị (triệu đồng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		289	97.6	97.6	97.6
	1	3	1.0	1.0	98.6
	100	1	.3	.3	99.0
	22	1	.3	.3	99.3
	5 chỉ vàng	1	.3	.3	99.7
	50	1	.3	.3	100.0
	Total	296	100.0	100.0	

4.3.7.2 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.3.7.3 Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.3.7.4 Thời hạn gửi (Tháng)

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.3.7.5 Kỳ hạn đóng tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo ngày	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.3.7.6 Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		293	99.0	99.0	99.0
	có	1	.3	.3	99.3
	không	1	.3	.3	99.7
	có	1	.3	.3	100.0
Total		296	100.0	100.0	

3.8.1 Tiết kiệm bằng mua gia súc - gia cầm

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.3.8.2 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.3.8.3 Lãi suất (%/năm)

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.3.8.4 Thời hạn gửi (Tháng)

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.3.8.5 Kỳ hạn đóng tiết kiệm

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.3.8.6 Hiện còn gửi không?

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.3.9.1 Loại khoản gửi tiết kiệm khác

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	288	97.3	97.3	97.3
Hội phụ nữ	1	.3	.3	97.6
Ngân hàng	1	.3	.3	98.0
Công thương				
Hội phụ nữ	1	.3	.3	98.3
vi mô	1	.3	.3	98.6
Vi mô	3	1.0	1.0	99.7
Vietcombank	1	.3	.3	100.0
Total	296	100.0	100.0	

4.3.9.2 Số tiền gửi (triệu đồng)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.5	1	.3	25.0
	20	2	.7	50.0
	45	1	.3	25.0
Total	4	1.4	100.0	100.0
Missing	System	292	98.6	
Total		296	100.0	

4.3.9.3 Mức đóng hàng tháng (ngàn đồng)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20	2	.7	28.6
	50	3	1.0	42.9
	5	1	.3	14.3
	500	1	.3	14.3
Total	7	2.4	100.0	100.0
Missing	System	289	97.6	
Total		296	100.0	

4.3.9.4 Lãi suất (%/năm)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.0	5	1.7	83.3	83.3
	6.5	1	.3	16.7	100.0
	Total	6	2.0	100.0	
Missing	System	290	98.0		
Total		296	100.0		

4.3.9.5 Thời hạn gửi (tháng)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.3	33.3	33.3
	12	2	.7	66.7	100.0
	Total	3	1.0	100.0	
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.3.9.6 Kỳ hạn đóng

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Theo tuần	5	1.7	71.4	71.4
	Theo tháng	2	.7	28.6	100.0
	Total	7	2.4	100.0	
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.3.9.7 Hiện còn gửi không?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Có	7	2.4	87.5	87.5
	Không	1	.3	12.5	100.0
	Total	8	2.7	100.0	
Missing	System	288	97.3		
Total		296	100.0		

4.4.1.1 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì là điều kiện bắt buộc để vay vốn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	157	53.0	100.0	100.0
Missing	System	139	47.0		
Total		296	100.0		

4.4.1.2 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì lãi suất hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	28	9.5	100.0	100.0
Missing	System	268	90.5		
Total		296	100.0		

4.4.1.3 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì địa điểm thuận tiện gần nhà

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	125	42.2	100.0	100.0
Missing	System	171	57.8		
Total		296	100.0		

4.4.1.4 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	102	34.5	100.0	100.0
Missing	System	194	65.5		
Total		296	100.0		

4.4.1.5 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì gửi ít cũng được

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	111	37.5	100.0	100.0
Missing	System	185	62.5		
Total		296	100.0		

4.4.1.6 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì thủ tục giấy tờ đơn giản

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	116	39.2	100.0	100.0
Missing	System	180	60.8		
Total		296	100.0		

4.4.1.7 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	15	5.1	100.0	100.0
Missing	System	281	94.9		
Total		296	100.0		

4.4.1.8 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì nhiều sản phẩm để lựa chọn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	31	10.5	100.0	100.0
Missing	System	265	89.5		
Total		296	100.0		

4.4.1.9 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	70	23.6	100.0	100.0
Missing	System	226	76.4		
Total		296	100.0		

4.4.1.10 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì thái độ phục vụ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	119	40.2	100.0	100.0
Missing	System	177	59.8		
Total		296	100.0		

4.4.1.11 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	103	34.8	100.0	100.0
Missing	System	193	65.2		
Total		296	100.0		

4.4.1.12 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì uy tín trong cộng đồng cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	87	29.4	100.0	100.0
Missing	System	209	70.6		
Total		296	100.0		

4.4.1.13 Lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM vì bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	109	36.8	100.0	100.0
Missing	System	187	63.2		
Total		296	100.0		

4.4.1.4 Lý do khác để lựa chọn tiết kiệm tại TCTCVM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.2.1 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì là điều kiện để vay vốn bắt buộc

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.2.2 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì lãi suất thấp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	4	1.4	100.0	100.0
Missing	System	292	98.6		
Total		296	100.0		

4.4.2.3 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì địa điểm thuận tiện, gần nhà

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	3	1.0	100.0	100.0
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.4.2.4 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.2.5 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì gửi ít cũng được

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.2.6 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì thủ tục giấy tờ đơn giản

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	4	1.4	100.0	100.0
Missing	System	292	98.6		
Total		296	100.0		

4.4.2.7 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.2.8 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì nhiều sản phẩm để lựa chọn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	3	1.0	100.0	100.0
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.4.2.9 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	4	1.4	100.0	100.0
Missing	System	292	98.6		
Total		296	100.0		

4.4.2.10 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì thái độ phục vụ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	3	1.0	100.0	100.0
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.4.2.11 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.2.12 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì uy tín trong cộng đồng cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	3	1.0	100.0	100.0
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.4.2.13 Lựa chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp vì bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	3	1.0	100.0	100.0
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.4.2.14 Lý do khác để chọn tiết kiệm tại NH Nông Nghiệp

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.3.1 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì là điều kiện bắt buộc để vay vốn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	15	5.1	100.0	100.0
Missing	System	281	94.9		
Total		296	100.0		

4.4.3.2 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì lãi suất thấp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	4	1.4	100.0	100.0
Missing	System	292	98.6		
Total		296	100.0		

4.4.3.3 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì thời hạn gửi linh hoạt phù hợp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	14	4.7	100.0	100.0
Missing	System	282	95.3		
Total		296	100.0		

4.4.3.4 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	7	2.4	100.0	100.0
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.4.3.5 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì gửi ít cũng được

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	7	2.4	100.0	100.0
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.4.3.6 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì thủ tục giấy tờ đơn giản

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	12	4.1	100.0	100.0
Missing	System	284	95.9		
Total		296	100.0		

4.4.3.7 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.3.8 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì có nhiều sản phẩm để lựa chọn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	3	1.0	100.0	100.0
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.4.3.9 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì lĩnh chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	6	2.0	100.0	100.0
Missing	System	290	98.0		
Total		296	100.0		

4.4.3.10 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì thái độ phục vụ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	10	3.4	100.0	100.0
Missing	System	286	96.6		
Total		296	100.0		

4.4.3.11 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	10	3.4	100.0	100.0
Missing	System	286	96.6		
Total		296	100.0		

4.4.3.12 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì uy tín trong cộng đồng cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	11	3.7	100.0	100.0
Missing	System	285	96.3		
Total		296	100.0		

4.4.3.13 Lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH vì bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	7	2.4	100.0	100.0
Missing	System	289	97.6		
Total		296	100.0		

4.4.3.14 Lý do khác để lựa chọn tiết kiệm tại NH CSXH

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.4.1 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì là điều kiện bắt buộc để vay vốn

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.4.2 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì lãi suất hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.3 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì địa điểm thuận tiện, gần nhà

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.4.4 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.5 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì gửi ít cũng được

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.6 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì thủ tục giấy tờ đơn giản

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.4.7 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.8 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì nhiều sản phẩm để lựa chọn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.9 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.10 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì thái độ phục vụ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.11 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.12 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì uy tín trong cộng đồng cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.4.13 Lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND vì bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.4.14 Lý do khác lựa chọn tiết kiệm tại Quỹ TDND

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.5.1 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì là điều kiện bắt buộc để vay vốn

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.5.2 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì lãi suất hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	35	11.8	100.0	100.0
Missing	System	261	88.2		
Total		296	100.0		

4.4.5.3 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì địa điểm thuận lợi, gần nhà

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	35	11.8	100.0	100.0
Missing	System	261	88.2		
Total		296	100.0		

4.4.5.4 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	12	4.1	100.0	100.0
Missing	System	284	95.9		
Total		296	100.0		

4.4.5.5 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì gửi ít cũng được

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.5.6 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì thủ tục giấy tờ đơn giản

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	13	4.4	100.0	100.0
Missing	System	283	95.6		
Total		296	100.0		

4.4.5.7 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì có nhiều khuyến mãi đi kèm hấp dẫn

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.5.8 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì nhiều sản phẩm để lựa chọn

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.5.9 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.5.10 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì thái độ phục vụ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.5.11 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.5.12 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì uy tín trong cộng đồng cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	28	9.5	100.0	100.0
Missing	System	268	90.5		
Total		296	100.0		

4.4.5.13 Lựa chọn hội họ làm tiết kiệm vì bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	37	12.5	100.0	100.0
Missing	System	259	87.5		
Total		296	100.0		

4.4.5.14 Lý do khác lựa chọn hội họ làm tiết kiệm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		291	98.3	98.3	98.3
	Chọn	3	1.0	1.0	99.3
	Có thể mua lãi cao khi cần lấy	1	.3	.3	99.7
	Vì an toàn, tiện	1	.3	.3	100.0
Total		296	100.0	100.0	

4.4.5.15 Lý do cụ thể khác chọn hội họ làm tiết kiệm

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	293	99.0	99.0	99.0
Gửi để lúc gần hết mua lại họ cũng tốt và tiện	1	.3	.3	99.3
Khi cần tiền là có ngay	1	.3	.3	99.7
Không cần giấy tờ	1	.3	.3	100.0
Total	296	100.0	100.0	

4.4.6.1 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì là điều kiện bắt buộc để vay vốn

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.4.6.2 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì lãi suất hấp dẫn

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.4.6.3 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì địa điểm thuận tiện, gần nhà

	Frequency	Percent
Missing System	296	100.0

4.4.6.4 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì thời hạn gửi linh hoạt, phù hợp

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.5 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì gửi ít cũng được

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.6 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì thủ tục giấy tờ đơn giản

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.7 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.8 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì nhiều sản phẩm để lựa chọn

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.9 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.10 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì thái độ phục vụ tốt

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.11 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.12 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì uy tín trong cộng đồng cao

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.13 Lựa chọn tiết kiệm tại nhà vì bà con trong làng xóm cũng gửi

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.6.14 Lý do khác chọn tiết kiệm tại nhà

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.7.1 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì là điều kiện bắt buộc để vay vốn

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.7.2 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì lãi suất hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.7.3 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì địa điểm thuận tiện, gần nhà

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.7.4 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì thời gian gửi linh hoạt, phù hợp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.7.5 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì gửi ít cũng được

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.7.6 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì thủ tục giấy tờ đơn giản

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.7.7 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì có nhiều chương trình khuyến mãi đi kèm hấp dẫn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.7.8 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì có nhiều sản phẩm để lựa chọn

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.7.9 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì tính chuyên nghiệp của cán bộ huy động vốn cao

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	2	.7	100.0	100.0
Missing	System	294	99.3		
Total		296	100.0		

4.4.7.10 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.7.11 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì năng lực của cán bộ tốt

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.7.12 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì uy tín trong cộng đồng cao

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.7.13 Lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm vì bà con trong làng xóm cũng gửi ở đó

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

4.4.7.14 Lý do khác lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Chọn	1	.3	100.0	100.0
Missing	System	295	99.7		
Total		296	100.0		

4.4.7.15 Lý do cụ thể lựa chọn mua trang sức vàng, bạc có giá trị; gia súc, gia cầm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		295	99.7	99.7	99.7
	Ổn định và an toàn	1	.3	.3	100.0
Total		296	100.0	100.0	

4.5.1 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Lãi suất" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2.4	5.1	5.1
	2	1	.3	.7	5.8
	3	9	3.0	6.6	12.4
	4	11	3.7	8.0	20.4
	5	109	36.8	79.6	100.0
	Total	137	46.3	100.0	
Missing	System	159	53.7		
Total		296	100.0		

4.5.2 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Thời hạn" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	3.0	7.8	7.8
	2	9	3.0	7.8	15.5
	3	41	13.9	35.3	50.9
	4	28	9.5	24.1	75.0
	5	29	9.8	25.0	100.0
	Total	116	39.2	100.0	
Missing	System	180	60.8		
Total		296	100.0		

4.5.3 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Thủ tục" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	3.0	7.1	7.1
	2	21	7.1	16.7	23.8
	3	32	10.8	25.4	49.2
	4	30	10.1	23.8	73.0
	5	34	11.5	27.0	100.0
	Total	126	42.6	100.0	
Missing	System	170	57.4		
Total		296	100.0		

4.5.4 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Mức độ an toàn" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	3.0	7.1	7.1
	2	9	3.0	7.1	14.2
	3	17	5.7	13.4	27.6
	4	15	5.1	11.8	39.4
	5	77	26.0	60.6	100.0
	Total	127	42.9	100.0	
Missing	System	169	57.1		
Total		296	100.0		

4.5.5 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Mức độ dễ dàng khi cần rút vốn (thanh toán)" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.4	3.4	3.4
	2	6	2.0	5.2	8.6
	3	24	8.1	20.7	29.3
	4	38	12.8	32.8	62.1
	5	44	14.9	37.9	100.0
	Total	116	39.2	100.0	
Missing	System	180	60.8		
Total		296	100.0		

4.5.6 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Cách thức nộp tiền định kỳ" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.4	3.7	3.7
	2	27	9.1	25.2	29.0
	3	43	14.5	40.2	69.2
	4	23	7.8	21.5	90.7
	5	10	3.4	9.3	100.0
	Total	107	36.1	100.0	
Missing	System	189	63.9		
Total		296	100.0		

4.5.7 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Mức đóng hàng kỳ" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	4.1	10.6	10.6
	2	18	6.1	15.9	26.5
	3	53	17.9	46.9	73.5
	4	21	7.1	18.6	92.0
	5	9	3.0	8.0	100.0
	Total	113	38.2	100.0	
Missing	System	183	61.8		
Total		296	100.0		

4.5.8 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Mức tiết kiệm tối đa" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	4.1	10.8	10.8
	2	15	5.1	13.5	24.3
	3	53	17.9	47.7	72.1
	4	18	6.1	16.2	88.3
	5	13	4.4	11.7	100.0
	Total	111	37.5	100.0	
Missing	System	185	62.5		
Total		296	100.0		

4.5.9 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Sản phẩm đa dạng" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	3.7	11.1	11.1
	2	12	4.1	12.1	23.2
	3	44	14.9	44.4	67.7
	4	26	8.8	26.3	93.9
	5	6	2.0	6.1	100.0
	Total	99	33.4	100.0	
Missing	System	197	66.6		
Total		296	100.0		

4.5.10 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Các chương trình khuyến mãi - Chăm sóc khách hàng đi kèm" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	28	9.5	28.6	28.6
	2	12	4.1	12.2	40.8
	3	29	9.8	29.6	70.4
	4	21	7.1	21.4	91.8
	5	8	2.7	8.2	100.0
	Total	98	33.1	100.0	
Missing	System	198	66.9		
Total		296	100.0		

4.5.11 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Địa điểm" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	3.7	8.6	8.6
	2	13	4.4	10.2	18.8
	3	23	7.8	18.0	36.7
	4	33	11.1	25.8	62.5
	5	48	16.2	37.5	100.0
	Total	128	43.2	100.0	
Missing	System	168	56.8		
Total		296	100.0		

4.5.12 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Thái độ phục vụ" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	2.4	6.3	6.3
	2	12	4.1	10.7	17.0
	3	14	4.7	12.5	29.5
	4	24	8.1	21.4	50.9
	5	55	18.6	49.1	100.0
	Total	112	37.8	100.0	
Missing	System	184	62.2		
Total		296	100.0		

4.5.13 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Uy tín trong cộng đồng" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	1.7	4.9	4.9
	2	2	.7	1.9	6.8
	3	11	3.7	10.7	17.5
	4	23	7.8	22.3	39.8
	5	62	20.9	60.2	100.0
	Total	103	34.8	100.0	
Missing	System	193	65.2		
Total		296	100.0		

4.5.14 Đánh giá mức độ ưu tiên của tiêu chí "Uy tín trong cộng đồng" khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.3	33.3	33.3
	2	1	.3	33.3	66.7
	4	1	.3	33.3	100.0
	Total	3	1.0	100.0	
Missing	System	293	99.0		
Total		296	100.0		

4.5.15 Đánh giá mức độ ưu tiên của các tiêu chí Khác khi lựa chọn sản phẩm tiết kiệm (chấm điểm từ 1 đến 5: 1- Ít quan trọng nhất; 5 – Quan trọng nhất)

		Frequency	Percent
Missing	System	296	100.0

Nhóm Công tác Tài chính vi mô Việt Nam (VMFWG) được thành lập từ năm 2004 với sự tham gia của 87 thành viên, hoạt động như một diễn đàn dành cho các nhà thực hành tài chính vi mô để chia sẻ kinh nghiệm và giải quyết các vấn đề khó khăn của Ngành, góp phần đưa tiếng nói chung của Ngành đến các nhà hoạch định chính sách. Với tầm nhìn “Một ngành tài chính vi mô lớn mạnh và năng động của các tổ chức cung cấp các dịch vụ tài chính chất lượng cao và đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người nghèo/ người có thu nhập thấp tại Việt Nam một cách chuyên nghiệp, bền vững và hiệu quả”.

Nhóm Công tác Tài chính vi mô Việt Nam (VMFWG)

E: info@microfinance.vn
www.microfinance.vn