

BÁO CÁO KẾT QUẢ TỔ CHỨC HỘI THẢO KHOA HỌC

“TIẾT KIỆM, ĐẦU TƯ VÀ TIÊU DÙNG”

I. THÔNG TIN CHUNG VỀ HỘI THẢO

Được sự đồng ý của Ban lãnh đạo Ngân hàng Nhà nước, trong khuôn khổ chương trình hưởng ứng tuần lễ tiết kiệm thế giới do NHNN, phối hợp Hội liên hiệp phụ nữ và Mặt trận tổ quốc tổ chức, ngày 21/10, Viện chiến lược ngân hàng phối hợp với Ban Kinh tế Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam và Ban thường trực Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam đã thực hiện tổ chức Hội thảo khoa học “Tiết kiệm, đầu tư và tiêu dùng” với các thông tin chung sau:

- **Chủ đề Hội thảo:** Tiết kiệm, đầu tư và tiêu dùng

- **Thời gian tổ chức:** 1 buổi sáng, ngày 21 tháng 10 năm 2016

- **Địa điểm:** Phòng họp 104, Trụ sở Ngân hàng Nhà nước, 25 Lý Thường Kiệt

- **Đại biểu tham dự:**

- + Đại diện lãnh đạo các Vụ/cục, chi nhánh Ngân hàng Nhà nước;
- + Đại diện lãnh đạo Ban kinh tế Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam;
- + Đại diện Ban thường trực Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam;
- + Các chuyên gia thuộc Ngân hàng Tiết Kiệm Đức, ngân hàng CARD Philipine;
- + Đại diện các Tổ chức tín dụng Ngân hàng Chính sách xã hội, Ngân hàng Liên Việt Postbank, các tổ chức tài chính vi mô như TYM, M7;
- + Nhiều nhà nghiên cứu đến từ các cơ quan và các trường đại học.

- **Chủ trì Hội thảo:** ông Phạm Xuân Hòe – Phó Viện trưởng Phụ trách Viện Chiến lược ngân hàng; Bà Đào Mai Hoa - Ủy viên Ban Chấp hành Trung ương Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, Phó Trưởng Ban Kinh tế TW Hội LHPN Việt Nam

II. NỘI DUNG HỘI THẢO

1. Nội dung chính của hội thảo

Nội dung của Hội thảo được chia thành hai phiên:

(1) Vai trò của Tiết kiệm tư nhân, kinh nghiệm về khuyến khích tiết kiệm tư nhân ở các nước và bài học cho Việt Nam

Liên quan đến những nội dung tổng quan về tiết kiệm, chuyên gia kinh tế TS. Lê Thị Thùy Vân đến từ Viện chiến lược và chính sách tài chính, Bộ tài chính đã

nhấn mạnh tiết kiệm của tư nhân và tiết kiệm của Chính phủ là hai thành phần tạo nên tiết kiệm của quốc gia, đóng vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế của một đất nước. Thông qua công thức tính GDP có thể thấy tiết kiệm chính là nguồn vốn cho đầu tư, trong đó tiết kiệm tư nhân có vai trò nòng cốt thúc đẩy tăng trưởng kinh tế đặc biệt đối với các quốc gia đang phát triển như Việt Nam, nơi mà tiết kiệm Chính phủ đang ở mức âm. Tiết kiệm tư nhân không đủ bù đắp cho thâm hụt tiết kiệm của Chính phủ và do vậy buộc phải vay thêm từ bên ngoài, gây lên áp lực nợ Chính phủ, tiềm ẩn rủi ro lớn đối với kinh tế vĩ mô, đối với an ninh tài chính và sự ổn định của đất nước. TS. Vân cũng đề cập tới 6 nhân tố tác động đến tiết kiệm bao gồm: thu nhập, đặc điểm xã hội, dân số, lãi suất, sự phát triển của thị trường tài chính, chính sách tài khóa để gợi ý một số các chính sách thúc đẩy tiết kiệm tại Việt Nam.

Với kinh nghiệm tại Ngân hàng tiết kiệm Đức và hệ thống các hoạt động của ngân hàng này hỗ trợ các nước trong việc thúc đẩy tiết kiệm tại các quốc gia, chuyên gia quốc tế Joerg Teumer khẳng định các hoạt động của Ngân hàng tiết kiệm Đức đã đóng vai trò rất quan trọng đối với nền kinh tế Đức cũng như là hệ thống tài chính của nước này. Xuất phát từ yếu tố lịch sử cũng như thực tiễn nền xã hội Đức ngày nay cho thấy sự cần thiết của các sản phẩm tiết kiệm vi mô dành cho phụ nữ gắn liền với mục tiêu về bình đẳng giới và độc lập về tài chính. Việc huy động tiết kiệm vi mô từ nhóm khách hàng nữ giới đóng vai trò rất quan trọng, nhất là trong bối cảnh ngày nay khi mà vai trò của người phụ nữ ngày càng được nâng lên gắn với những tiến bộ của công tác bình đẳng giới, nhu cầu độc lập về tài chính cũng ngày càng gia tăng. Thông qua việc phân tích các đặc điểm sử dụng dịch vụ tiết kiệm, ông Joerg Teumer cho rằng: không cần có các sản phẩm tài chính riêng biệt cho nữ giới nhưng cần có các dịch vụ riêng biệt với đội ngũ nhân sự có thể thấu hiểu, lắng nghe và đưa ra các tư vấn phù hợp, hiểu rõ tâm lý khách hàng. Khách hàng nữ giới là nhóm khách hàng có độ trung thành cao do đó, việc xây dựng hình ảnh của tổ chức tín dụng nhằm thu hút và tạo sự tin tưởng từ khách hàng là rất quan trọng.

Từ kinh nghiệm hoạt động của Tổ chức tài chính vi mô TYM, bà Dương Thị Ngọc Linh - tổng giám đốc TYM cho rằng một nhân tố quan trọng nữa tác động đến việc tiết kiệm của tư nhân là khả năng tiếp cận sản phẩm tiết kiệm. Các khách hàng ở khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa có thể gặp rất nhiều khó khăn như quãng đường để đến được tổ chức tín dụng xa, số tiền tiết kiệm quá nhỏ, và nhiều ngân hàng có thể không chú trọng nhiều đến đối tượng khách hàng này do vậy sẽ làm giảm động lực tiết kiệm. Nắm bắt thực trạng này, Hội liên hiệp phụ nữ đã tổ chức mô hình nhóm tiết kiệm từ 10 đến 15 thành viên trên khắp 63 tỉnh thành. Đến nay mô hình này đã thu hút được 5000 tỷ đồng tiết kiệm. Theo kết quả hoạt động

của TYM, từ chỗ tiết kiệm chỉ chiếm 30% trong tổng quy mô vốn hoạt động thì đến nay tỷ lệ vốn từ tiền gửi tiết kiệm đã tăng lên 75%, có chi nhánh lên 90%, tiết kiệm bắt buộc từ chỗ chiếm tới 90% thì hiện nay giảm xuống chỉ còn 40%, 60% còn lại là tiết kiệm tự nguyện. Điều đó cho thấy khả năng tiết kiệm rất lớn từ các nhóm đối tượng này, đồng thời cũng đặt ra vấn đề cho các tổ chức tín dụng, các cơ quan quản lý cần có giải pháp để tạo ra các sản phẩm tiết kiệm cũng như kênh tiếp cận dịch vụ phù hợp với người dân.

Thông qua phiên thảo luận, các thành viên tham dự hội thảo đều đồng thuận cho rằng việc thúc đẩy tiết kiệm tư nhân đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong nền kinh tế. Thị trường tiết kiệm, nhất là các khoản tiết kiệm nhỏ vẫn còn nhiều dư địa để có thể mang lại số dư huy động lớn theo quy luật kinh tế dựa trên qui mô. Để thu hút các khoản tiền gửi tiết kiệm, nhất là tiền gửi tiết kiệm nhỏ từ nhóm dân cư sống ở khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa cần đặc biệt quan tâm tới việc thiết kế các sản phẩm phù hợp cũng như tạo lập kênh tiếp cận dịch vụ thuận tiện cho người dân.

(2) Kinh nghiệm phát triển các sản phẩm tiết kiệm nhỏ cho người nghèo

Bà Flordeliza Sarmiento, Đại diện Card MRI đến từ Philipine đã chia sẻ kinh nghiệm tại ngân hàng này trong việc thiết kế các sản phẩm tiết kiệm cho người dân, trong đó có 3 vấn đề cần được quan tâm: Thứ nhất là khả năng rút tiền dễ dàng; Thứ hai là tính an toàn, thực hiện bảo hiểm tiền gửi và các biện pháp kiểm soát nội bộ nghiêm ngặt; Thứ ba là đặt mức lãi suất cao hơn một chút so với thị trường. Đồng thời bà cũng chỉ ra các nhân tố để tạo nên thành công của ngân hàng này tại Philipine đó là: Văn hóa tập đoàn coi việc thu hút tiết kiệm là một trong những hoạt động cốt lõi, coi việc nhận tiết kiệm là một hoạt động ngân hàng lâu dài và ổn định; đào tạo đội ngũ cán bộ tiếp cận khách hàng; có được sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao (Ngân hàng trung ương Philipine) trong việc thực hiện các chương trình huy động tiền gửi.

Từ phía các tổ chức tín dụng trong nước Ông Phan Cử Nhân, đại diện Ngân hàng chính sách xã hội trình bày về mô hình tiết kiệm qua tổ tiết kiệm và vay vốn. Qua đó Ông Nhân đã chỉ ra 2 yếu tố quan trọng dẫn tới thành công của sản phẩm này là người dân có thể tiếp cận rất dễ dàng (ngay tại xã, bất cứ lúc nào, thông qua tổ trưởng tổ tiết kiệm và vay vốn) và tiền được đảm bảo an toàn hơn khi gửi vào ngân hàng thay vì cất trữ tại nhà. Kinh nghiệm triển khai sản phẩm này cũng cho thấy việc áp dụng tiết kiệm bắt buộc chưa thực sự hiệu quả, nhưng việc tuyên truyền, thuyết phục để người dân hiểu về vai trò của tiết kiệm thì đã mang lại tác động rất tích cực. Tuy nhiên, hiện nay cũng còn 3 vấn đề khó khăn chính để triển khai các sản phẩm tiết kiệm nhỏ tại Ngân hàng chính sách xã hội là: sản phẩm thiếu

đa dạng, lãi suất huy động thấp nên không hấp dẫn khách hàng, và rủi ro khi nhận tiền tiết kiệm qua tổ trưởng tổ vay vốn.

Bà Nguyễn Thị Thanh Sơn - Ngân hàng Liên Việt Postbank cũng bổ sung thêm về kinh nghiệm thu hút tiền gửi tiết kiệm tại ngân hàng này. Với mạng lưới rộng khắp, chỉ tính riêng các khoản tiền gửi nhỏ huy động thông qua hệ thống Bưu điện đến nay đã đạt gần 30.000 tỷ đồng (trong khi cho vay vi mô tại ngân hàng này mới chỉ đạt 8.000 tỷ đồng). Trong quá trình huy động tiền gửi tiết kiệm của Ngân hàng Liên Việt đã cho thấy thuận lợi chủ yếu từ mạng lưới, nhưng đồng thời cũng chỉ ra thách thức từ hệ thống công nghệ. Nếu hệ thống công nghệ được đầu tư tốt sẽ làm giảm đáng kể chi phí hoạt động cũng như kiểm soát rủi ro trên thị trường vi mô.

2. Kiến nghị, đề xuất

Thông qua phần trình bày của các diễn giả cũng như phần thảo luận của các thành viên tham gia hội thảo, đã có nhiều ý kiến, kiến nghị được đưa ra nhằm thúc đẩy tăng trưởng hơn nữa huy động tiết gửi tiết kiệm trong hệ thống ngân hàng nói chung, và các khoản tiết kiệm vi mô nói riêng. Cụ thể là:

- Tiết kiệm tư nhân và tiết kiệm của Chính phủ là hai thành phần tạo nên tiết kiệm của quốc gia, trong đó, tiết kiệm tư nhân đóng vai trò nòng cốt. Tiết kiệm của khu vực tư nhân thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thông qua tăng năng suất lao động ở các quốc gia đang phát triển, là quá trình tích tụ vốn – một nguồn lực quan trọng để từ đó được phân bổ thông qua các kênh tài chính để phục vụ tăng trưởng kinh tế. Sự gia tăng của tỷ lệ tiết kiệm trên tổng sản phẩm quốc gia của Việt Nam từ mức khoảng 5% trong những năm đầu Đổi Mới, đến nay đã đạt khoảng 30% đã cho thấy những thành công đáng kể trong việc thúc đẩy tiết kiệm trong nền kinh tế.

Tuy nhiên khi nhìn nhận dưới góc độ đầu tư, tỷ lệ đầu tư/GDP hiện đạt mức 38% GDP, cao hơn tỷ lệ tiết kiệm. Thâm hụt giữa tiết kiệm và đầu tư đã dẫn tới thâm hụt cán cân thương mại, nhu cầu phải thu hút và phụ thuộc nhiều hơn vào nguồn vốn nước ngoài. Điều đó cho thấy cần có sự tái cân bằng giữa tiết kiệm và đầu tư là một yêu cầu cấp thiết trong quá trình tái cơ cấu nền kinh tế là một trong tái cân bằng về các cân đối lớn của nền kinh tế.

- Mọi người dân đều có khả năng tiết kiệm. Ngay cả những người nghèo, những người phụ nữ sống ở khu vực nông thôn, mặc dù mức độ tiết kiệm của họ rất nhỏ, song với số lượng đông đảo sẽ tạo nên một số dư tiết kiệm không nhỏ. Thực tiễn hoạt động của các tổ chức tín dụng trên thị trường tài chính vi mô đã cho thấy, ngay cả việc huy động tiết kiệm trên thị trường này cũng còn dư địa rất lớn. Do đó, cần tạo lập cơ hội cho tất cả mọi người đều có thể tiếp cận các sản

phẩm tiết kiệm từ các tổ chức tài chính chính thức, phát triển đa dạng các loại hình sản phẩm dịch vụ tiết kiệm, các sản phẩm tiết kiệm quy mô nhỏ để có thể phù hợp với nhu cầu của nhóm khách hàng này. Đồng thời, cần phát triển toàn diện các sản phẩm tài chính để mang lại sự thuận tiện và nhiều giá trị tiện ích cho khách hàng không chỉ với hoạt động tiết kiệm mà cả với đầu tư và tiêu dùng, từ đó góp phần nâng cao mức sống của người dân cũng như củng cố hơn nữa vai trò của hệ thống ngân hàng trong nền kinh tế.

- Thực tiễn hoạt động tại các tổ chức tín dụng như Ngân hàng Chính sách Xã hội, các tổ chức tài chính vi mô đã cho thấy tiết kiệm tự nguyện là nền tảng cơ bản ban đầu tạo lập thói quen tiết kiệm cho người dân, đồng thời giúp họ tích lũy dần một nguồn vốn nhỏ, vừa để trả nợ, vừa có thể tạo lập vốn cho các hoạt động sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, sau giai đoạn tiết kiệm bắt buộc thì tiết kiệm tự nguyện là giải pháp mang lại hiệu quả cao hơn. Khi người dân được tuyên truyền, giải thích để hiểu rõ được vai trò của tiết kiệm và có khả năng tiếp cận các sản phẩm tiết kiệm thì họ sẽ chủ động tiết kiệm nhiều hơn và hiệu quả hơn. Điều đó cho thấy tầm quan trọng của các hoạt động giáo dục tài chính trong dân cư, nhằm nâng cao kiến thức tài chính cũng như các kỹ năng tài chính cho người dân.

- Các tổ chức tín dụng cần chú trọng trong việc thiết kế sản phẩm thuận tiện với khách hàng, các sản phẩm đơn giản, phù hợp với nhu cầu của khách hàng, cùng với đội ngũ nhân viên thấu hiểu được nhu cầu nguyện vọng của người gửi tiền để đưa ra các tư vấn phù hợp sẽ là nhân tố hàng đầu để thu hút các khách hàng, nhất là khách hàng gửi tiền vi mô – những người có mức độ trung thành rất cao trong việc sử dụng dịch vụ

- Việc tạo lập kênh cung cấp dịch vụ và sản phẩm phù hợp ở các vùng sâu vùng xa là vấn đề quan trọng đối với tất cả các tổ chức tín dụng, chứ không chỉ đối với các tổ chức tài chính vi mô. Bởi vì dư địa của thị trường vẫn còn rất lớn và sẽ là tiềm năng cho nhiều tổ chức tín dụng mở rộng hoạt động. Việc tạo lập được kênh phân phối cũng như sản phẩm phù hợp sẽ tạo nên sức hút lớn đối với khách hàng thuộc phân khúc này.

- Từ phía các cơ quan quản lý, cần tạo lập và thiết kế chính sách một cách phù hợp để đảm bảo các tổ chức tín dụng có thể tự do sáng tạo các sản phẩm tài chính phù hợp với nhu cầu của khách hàng và các quy định pháp luật. Không khổ pháp lý cản thông thoáng, đảm bảo quyền tự chủ kinh doanh của các tổ chức kinh tế, đồng thời đảm bảo sự ổn định, an toàn của thị trường, đúng như Nghị quyết số 19/NQ-CP về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia hai năm 2016-2017, định

hướng đến năm 2020 và Nghị quyết số 35/NQ-CP về hỗ trợ doanh nghiệp phát triển đến 2020 của Chính phủ.

- Từ kinh nghiệm của nhiều quốc gia trong việc thúc đẩy tiết kiệm trong nước, có thể thấy cần có sự tham gia của nhiều mảng chính sách như: chính sách thuế, chính sách lãi suất, cải cách các chương trình hưu trí, các chính sách về tự do hóa tài chính... Cùng với đó là các hoạt động về giáo dục tài chính nhằm nâng cao hiểu biết về tài chính cho người dân, không chỉ thúc đẩy họ tiết kiệm nhiều hơn mà quan trọng là cần hỗ trợ để họ có được những kỹ năng tài chính cần thiết, sử dụng đồng tiền hiệu quả và đưa ra các quyết định tài chính hợp lý trong cả đầu tư và tiêu dùng. Điều đó cho thấy cần có sự tham gia của nhiều cơ quan hữu quan như Bộ Tài chính, Bộ giáo dục và Đào tạo, Bộ lao động thương binh xã hội... để có thể tạo lập các chính sách thúc đẩy tiết kiệm hiệu quả trong nền kinh tế.