

Tổng quan về hoạt động tài chính vi mô tại Việt Nam

Tài chính vi mô (TCVM) được coi là một công cụ hữu hiệu trong chiến lược xoá đói, giảm nghèo, tạo thu nhập và nâng cao mức sống cho người nghèo ở các quốc gia. Mục tiêu của TCVM là cung cấp các dịch vụ tài chính và phi tài chính cho các khách hàng yếu thế trong xã hội, để họ có cơ hội phát triển, cải thiện thu nhập và cuộc sống. Trong những năm gần đây, dưới sự quan tâm của Chính phủ, các tổ chức, các nhà tài trợ, hoạt động TCVM đã có sự chuyển biến tích cực và nhanh chóng. Ngày 22/01/2020, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 149/QĐ-TTg về việc phê duyệt Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030; theo đó, đặt nhiều kỳ vọng trong phát triển tài chính số ở Việt Nam. Trước bối cảnh đó, TCVM cũng cần thiết phải có nhiều thay đổi hướng đến tài chính toàn diện và tiến bộ của công nghệ.

1. Tài chính vi mô là gì?

Theo CGAP, 2000: “Tài chính vi mô là việc cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản đáp ứng nhu cầu của người nghèo bao gồm: dịch vụ tiết kiệm, tín dụng, lương hưu, chuyển tiền, bảo hiểm vi mô và các dịch vụ phi tài chính khác cho nhóm người có thu nhập thấp bởi một cơ chế thích hợp, giúp có thể tiến hành sản xuất, phát triển nghề nghiệp, tăng thêm thu nhập, cải thiện chất lượng cuộc sống”. Theo ADB, 2010: “Tài chính vi mô là việc cung cấp các dịch vụ tài chính như tiền gửi, cho vay, dịch vụ thanh toán, chuyển tiền và bảo hiểm cho người nghèo, hộ gia đình có thu nhập thấp và các doanh nghiệp nhỏ của họ”

Nhìn chung, có nhiều quan điểm về hoạt động của TCVM. Thuật ngữ này được sử dụng để chỉ các dịch vụ tài chính với quy mô nhỏ cung cấp cho những người yếu thế, gặp khó khăn trong tiếp cận dịch vụ ngân hàng. Tuy nhiên, TCVM không đơn giản chỉ là dịch vụ ngân hàng, mà còn là một công cụ để phát triển (Ledgerwood 2006). Bên cạnh chức năng là trung gian tài chính, thông qua phương thức tạo các tổ, nhóm cho vay, hoặc đào tạo kiến thức, chuyển giao kỹ thuật.. trong cộng đồng, tài chính vi mô đã trở thành trung gian xã hội.

2. Vai trò của Tài chính vi mô

Theo báo cáo của Tổng cục thống kê (2020), trong 5 năm gần đây, tỷ lệ hộ nghèo có xu hướng giảm. Tuy nhiên, tỷ lệ hộ nghèo ở khu vực nông thôn vẫn chiếm tỷ trọng rất lớn. Tỷ lệ hộ nghèo đa chiều chung cả nước là 4.8%; nhưng ở nông thôn vẫn là 7.1%; cao hơn nhiều so với thành thị. Tỷ lệ này có sự khác biệt rất lớn giữa các vùng, đặc biệt vùng trung du và miền núi phía Bắc lên đến 14.4%. Mặt khác, dân số Việt Nam (2019) sơ bộ khoảng 96,5 triệu người, trong đó dân số nông thôn là chiếm tới 65%. Như vậy, thực tế khu vực nông thôn Việt Nam có số lượng dân cư lớn, với mức thu nhập thấp hơn thành thị (bằng khoảng 56%) và tỷ lệ hộ nghèo cao nên việc tiếp cận với các dịch vụ xã hội để nâng cao chất lượng cuộc sống là khó khăn. Phần lớn dân cư ở nông thôn còn phụ thuộc vào hoạt động

sản xuất nông nghiệp, nhưng xu hướng giảm tăng trưởng ở lĩnh vực nông nghiệp đã dẫn đến việc suy giảm thu nhập và tiêu dùng cho người dân.

Đã có nhiều nhận định cho rằng dân cư ở nông thôn, vùng sâu, xa và các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa đang gặp nhiều khó khăn khi tiếp cận với dịch vụ ngân hàng truyền thống. So với các quốc gia đang phát triển và thu nhập thấp, Việt Nam vẫn có tỷ lệ người dân có tài khoản tại tổ chức tài chính ở mức thấp 31%. Ngoài ra người dân gửi tiết kiệm tại các tổ chức tài chính chiếm tỷ lệ 14.5%, thấp hơn rất nhiều so với các nước thu nhập trung bình thấp 26.9%, nước đang phát triển 21.5% và toàn thế giới 26.7%. (theo các dữ liệu Findex, Demirgüç-Kunt và cộng sự). Ước tính khu vực nông thôn chỉ chiếm 17% dư nợ cho vay của ngân hàng (ADB 2016). Có thể thấy, nhu cầu về dịch vụ tài chính ở khu vực nông thôn rất lớn nhưng khả năng tiếp cận tới các dịch vụ này còn nhiều hạn chế. TCVM xuất hiện sẽ góp phần đáp ứng nhu cầu này, làm giảm khoảng cách giữa nông thôn và thành thị.

Các hoạt động TCVM ở khu vực nông thôn giữ vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế xã hội tại địa phương. Về tài chính, các tổ chức TCVM thực hiện các chức năng quan trọng là (i) huy động tiết kiệm; (ii) tái phân bổ tiết kiệm cho đầu tư, và (iii) tạo điều kiện thuận lợi cho trao đổi thương mại hàng hóa và dịch vụ, trở thành một công cụ đặc lực để giảm nghèo đói và tăng thu nhập. Về xã hội, các tổ chức TCVM tạo ra cơ hội cho người dân ở nông thôn – nhất là người nghèo- tiếp cận được với dịch vụ tài chính, tăng cường năng lực xã hội của họ thông qua các hoạt động hội nhóm, hoạt động đào tạo...

Theo Nguyễn Kim Anh và cộng sự (2018), vai trò của tài chính vi mô sẽ góp phần thúc đẩy phổ cập tài chính, thông qua các hoạt động: (1) TCVM góp phần làm tăng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính cho mọi người dân, đặc biệt là người có thu nhập thấp, nhóm yếu thế, người dân vùng sâu, vùng xa, các doanh nghiệp siêu nhỏ; (2) TCVM góp phần đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ tài chính, là sự bổ sung hữu hiệu cho các sản phẩm tài chính chính thức được cung cấp bởi các tổ chức tín dụng khác; (3) TCVM góp phần nâng cao nhận thức về tài chính cho người dân và bảo vệ người tiêu dùng; (4) TCVM thúc đẩy phổ cập tài chính thông qua tăng cường liên kết với các tổ chức tài chính khác và tăng cường ứng dụng công nghệ tài chính.

3. Các tổ chức tham gia vào hoạt động tài chính vi mô tại Việt Nam

Theo luật TCTD 2010 và sửa đổi 2017, Tổ chức tài chính vi mô là loại hình tổ chức tín dụng chủ yếu thực hiện một số hoạt động ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu của các cá nhân, hộ gia đình có thu nhập thấp và doanh nghiệp siêu nhỏ

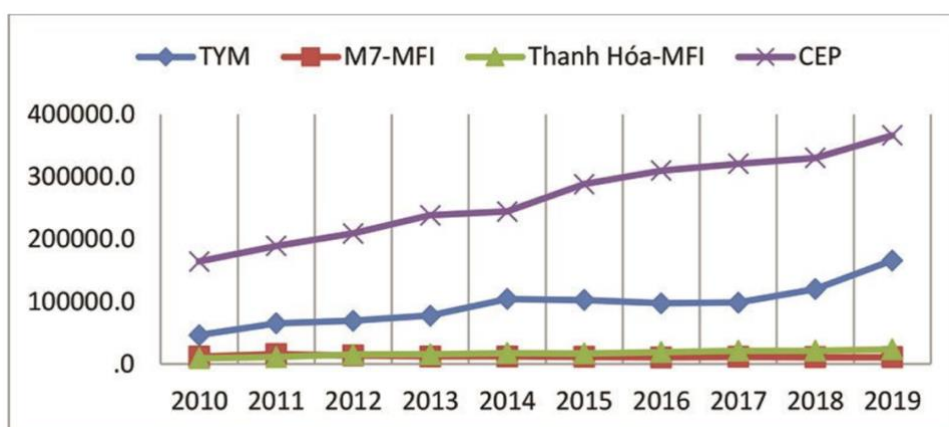
Tại Việt Nam, việc cung cấp dịch vụ TCVM có sự tham gia của nhiều đơn vị, được chia thành ba khu vực: chính thức, bán chính thức và phi chính thức. Khu vực chính thức bao gồm: các Ngân hàng thương mại (NHTM) tham gia cung cấp dịch vụ TCVM, đặc biệt là AGRIBANK; ngân hàng

chính sách xã hội (NHCSXH); quỹ tín dụng nhân dân (QTDND) và Tổ chức TCVM được ngân hàng Nhà nước cấp phép (hiện có 4 tổ chức là tổ chức TCVM TNHH M7; tổ chức TCVM TNHH MTV Tỉnh thương (TYM); tổ chức TCVM TNHH Thanh Hóa (Thanh hoá – MFI) và tổ chức TCVM TNHH MTV cho người lao động nghèo tự tạo việc làm (CEP). Khu vực bán chính thức gồm các tổ chức TCVM bán chính thức chưa được cấp phép, chủ yếu theo mô hình, hiệp hội tín dụng, các dự án phát triển phi chính phủ. Khu vực phi chính thức là các hoạt động như chơi họ, phường, vay họ hàng, các cửa hàng cầm đồ, cho vay nhỏ lẻ.

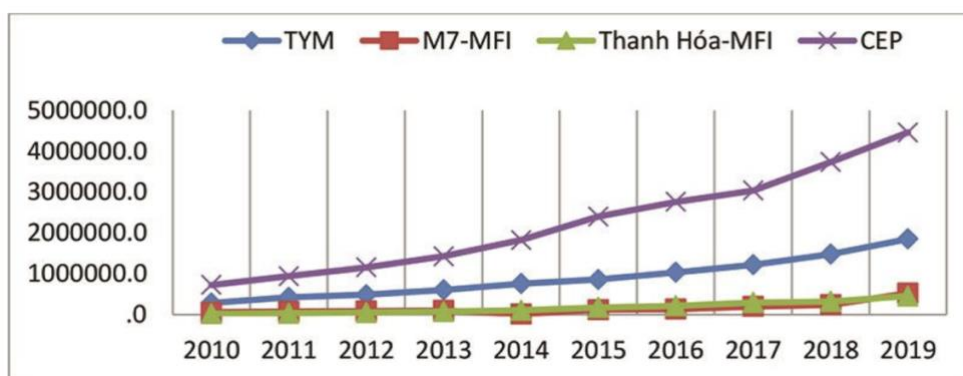
4. Hoạt động của tổ chức tài chính vi mô tại Việt Nam

Kể từ xuất hiện và được sự quan tâm của các cấp, các ngành, hoạt động tài chính vi mô tại Việt Nam đã đạt được nhiều kết quả tích cực. Đặc biệt, với các tổ chức TCVM được cấp phép chính thức, trong 10 năm qua cơ bản đều có sự tăng trưởng từ số lượng khách hàng đến các hoạt động dịch vụ như cho khách hàng vay vốn, nhận gửi tiết kiệm vi mô cũng như các hoạt động phát triển cộng đồng, chăm sóc sức khoẻ và thiện nguyện.

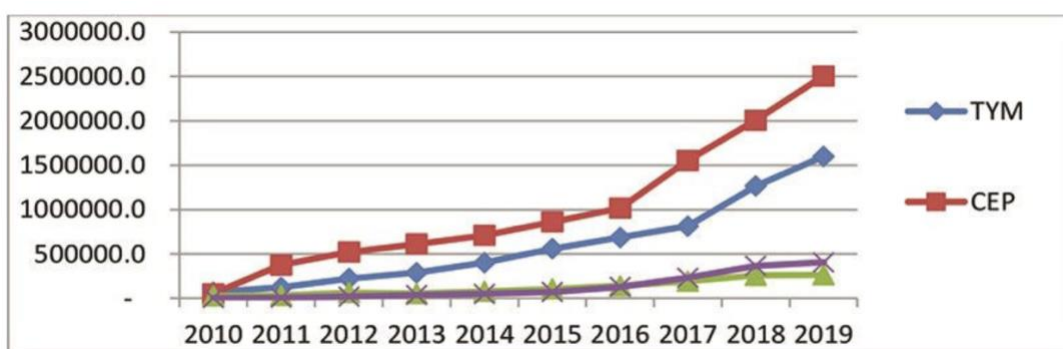
Dưới đây là một số kết quả đã đạt được từ 4 tổ chức TCVM được cấp phép trong 10 năm từ 2010 – 2019 (*nguồn: Báo cáo thường niên của các tổ chức TCVM*)



Biểu đồ 1. Tổng số lượng khách hàng của các tổ chức TCVM



Biểu đồ 2. Tổng giá trị dư nợ tín dụng của các tổ chức TCVM



Biểu đồ 3. Tổng giá trị huy động tiết kiệm của các tổ chức TCVM

Có thể thấy, qua 10 năm, các hoạt động vi mô đều có nhiều thay đổi theo hướng tích cực, đặc biệt là giai đoạn sau năm 2017. Chiếm số lượng khách hàng nhiều nhất và thị phần có tỷ trọng lớn trong các tổ chức TCVM chính thức là 2 quỹ CEP và TYM. Từ năm 2010 – 2019, tổng dư nợ tín dụng của CEP tăng từ 723.231 triệu đồng lên 4.457.462 triệu đồng, tổng huy động tiết kiệm tăng từ 51.044 triệu đồng lên 2.505.955 triệu đồng. Đạt được thành công như vậy do CEP có mạng lưới hoạt động rộng và được cấp vốn vững mạnh từ Liên đoàn lao động TP HCM cùng nhiều tổ chức quốc tế khác. Ngoài ra, các tổ chức TCVM thuộc nhóm bán chính thức cũng có mức tăng trưởng dư nợ tín dụng đạt bình quân 26,1% trong giai đoạn 2010 – 2019.

Xét về các hoạt động dịch vụ, phần lớn hoạt động của các tổ chức TCVM tập trung ở tín dụng vi mô với thiết kế rất đa dạng, phù hợp với đặc điểm của nhóm đối tượng mục tiêu, địa bàn hoạt động. Với hoạt động tiết kiệm vi mô, thực chất các tổ chức TCVM yêu cầu khách hàng phải có một khoản tiết kiệm bắt buộc có định để đảm bảo một phần cho khoản vay. Ngoài ra, khách hàng có thể chủ động gửi tiết kiệm tự nguyện, thông thường những khoản tiết kiệm này có giá trị nhỏ nên không nằm trong phân khúc của các NHTM.

5. Một số hướng triển khai để nâng cao hiệu quả cho các hoạt động tài chính vi mô

Thứ nhất, các hoạt động tài chính vi mô, đặc biệt là của tổ chức TCVM cần mở rộng phạm vi tới các khách hàng ở khu vực nông thôn, vùng sâu xa, địa hình phân tán. Thực chất, điểm khác biệt và tạo nên cơ hội cho các tổ chức TCVM so với các NHTM là phân khúc khách hàng. Trong khi các NHTM tập trung vào chủ yếu vào các khách hàng ở thành thị, có điều kiện tốt thì thế mạnh của các TCVM là tiếp cận đến các đối tượng yếu thế, giúp họ có nguồn lực để phát triển sản xuất, xoá đói giảm nghèo. Do đó, các tổ chức TCVM cần mở rộng phát triển phân khúc khách hàng của mình.

Thứ hai, các hoạt động TCVM ở Việt Nam hiện chỉ tập trung vào dịch vụ tín dụng vi mô; tiết kiệm vi mô và các hoạt động hỗ trợ phát triển cộng đồng. Trong thời gian tới, tổ chức TCVM cần phát triển đa dạng hoá sản phẩm để đáp ứng các nhu cầu toàn diện khách hàng. Một số sản phẩm cần hướng

tới như bảo hiểm vi mô, các khoản vay khẩn cấp, các khoản vay vi mô nhằm phát triển giáo dục cho trẻ em...

Thứ ba, sự ra đời và xâm nhập của công nghệ tài chính đã làm thay đổi hệ thống tài chính theo hướng đơn giản, hiệu quả và minh bạch hơn. Các nhà cung cấp dịch vụ TCVM cần nhận thấy cơ hội từ việc ứng dụng công nghệ tài chính vào hoạt động của mình, giúp làm giảm chi phí hoạt động và tiếp cận được với nhiều khách hàng theo hướng hiệu quả hơn. Nhiều nghiên cứu cho thấy lĩnh vực TCVM đang gặp khó khăn do chi phí cao và lợi nhuận thấp. Khách hàng của TCVM chủ yếu ở khu vực nông thôn, vùng sâu xa, địa hình phân tán. Việc triển khai dịch vụ tài chính còn gặp nhiều khó khăn do trở ngại trong việc gặp gỡ khách hàng trực tiếp. Công nghệ tài chính do được phát triển trên nền tảng hệ thống công nghệ thông tin và viễn thông, không cần mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch, sẽ tạo ra một thị trường khách hàng rất lớn; có khả năng phủ sóng dịch vụ tài chính tới cả các đối tượng khách hàng mà dịch vụ ngân hàng truyền thống không hướng tới. Đây cũng chính là các đối tượng khách hàng mục tiêu của TCVM. Như vậy, việc ứng dụng các công nghệ tài chính đã trở thành nhu cầu cấp thiết cho các tổ chức cung ứng dịch vụ TCVM hiện nay, nếu các tổ chức này không muốn bị lạc hậu, giảm cạnh tranh và kém hiệu quả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

ADB report 2016

Consultative group to assist the poorest – annual report 2000

Demirgüç-Kunt, Asli, Klapper, L, Singer, D, Ansar, S. and Hess, J. (2018), The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. Washington, DC: WB.

Statista Research Department (2021)

Nguyễn Kim Anh (2018) Ứng dụng công nghệ tài chính trong hoạt động tài chính vi mô hướng tới phổ cập tài chính tại Việt Nam

Tác giả: Đặng Thị Hải Yến; Nguyễn Thị Hương – Nhóm NCM: Thể chế chính sách và kinh doanh nông nghiệp và thực phẩm