

MẠNG LƯỚI CUNG CẤP CHƯƠNG TRÌNH GIÁO DỤC TÀI CHÍNH TẠI THÁI LAN VÀ KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

• TS. Nguyễn Đăng Tuệ^(*), Hoàng Tú Anh^(**)

Tóm tắt

Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng hiểu biết tài chính thực sự là một kỹ năng thiết yếu cho cuộc sống hiện đại. Việc trang bị những kiến thức, kỹ năng này là rất cần thiết và mang lại nhiều lợi ích đối với nền kinh tế nói chung và mỗi cá nhân nói riêng. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của thị trường và các sản phẩm tài chính, nâng cao hiểu biết tài chính cho người dân đang trở thành một chủ đề được chính phủ nhiều quốc gia khu vực Đông Nam Á quan tâm. Nhiều chương trình giáo dục về tài chính đã được triển khai nhằm tăng cường mức độ hiểu biết tài chính tại các quốc gia này. Bài viết sẽ giới thiệu hệ thống cung cấp các chương trình giáo dục tài chính đang được thực hiện tại Thái Lan, tìm hiểu cách thức thực hiện, rút ra một số kinh nghiệm và đưa ra một vài khuyến nghị về chính sách cho Việt Nam.

Từ khóa: Giáo dục tài chính, hiểu biết tài chính, Thái Lan, Việt Nam.

1. Định nghĩa và tầm quan trọng của hiểu biết tài chính

Sự phát triển ngày càng mạnh mẽ và phức tạp của các sản phẩm, dịch vụ tài chính trên thị trường đã khiến cho vấn đề hiểu biết tài chính ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm từ các chuyên gia và người dân trên toàn thế giới. Có khá nhiều quan điểm và định nghĩa khác nhau liên quan tới khái niệm hiểu biết tài chính. Schagen và Lines (1996) [12] định nghĩa hiểu biết tài chính là khả năng phán đoán thông tin và đưa ra quyết định hiệu quả liên quan đến việc sử dụng và quản lý tiền bạc. Trong khi đó, theo định nghĩa của Jacob, Hudson and Bush (2000) [9], hiểu biết tài chính đề cập tới các kiến thức và kỹ năng liên quan tới quản lý tài chính. Định nghĩa được đưa ra bởi Viện Kế toán công chức Mỹ (AICPA, 2003) [1] cho rằng, hiểu biết về tài chính là khả năng đánh giá và quản lý tài chính một cách hiệu quả, từ đó đưa ra các quyết định hợp lý để đạt được các mục tiêu cuộc sống và phúc lợi tài chính. Cuối cùng, khái niệm do Ủy ban về hiểu biết và giáo dục tài chính Mỹ (US FLEC, 2007) [13] xác định hiểu biết tài chính là khả năng sử dụng các kiến thức và kỹ năng để quản lý các nguồn lực tài chính một cách hiệu quả phục vụ cho một cuộc sống ổn định. Mặc dù tồn tại những khác biệt nhất định trong quan điểm và cách thức nêu khái niệm, nhìn chung các định nghĩa nêu trên đều đề cập tới ba phạm trù chính: (1) kiến thức về các thuật ngữ,

vấn đề tài chính cơ bản; (2) khả năng sử dụng các nguồn lực để đưa ra các quyết định tài chính tối ưu; và (3) đề ra kế hoạch hiệu quả cho các nhu cầu tài chính trong tương lai. Khái niệm hiểu biết tài chính có thể được sử dụng để mô tả và phân tích trình độ kiến thức và hiểu biết về các vấn đề tài chính của một bộ phận dân cư, đề cập đến khả năng xử lý thông tin và đưa ra những quyết định hiệu quả liên quan tới việc sử dụng, quản lý tiền bạc và đưa ra các kế hoạch tài chính phù hợp.

Để đo lường mức độ hiểu biết tài chính, đã có rất nhiều các chỉ số cùng với những cách tính toán khác nhau được áp dụng. Tùy theo mục đích cụ thể và địa điểm thực hiện của nghiên cứu mà mỗi nghiên cứu lại đưa ra những cách đo lường mức độ hiểu biết tài chính khác nhau. Tuy vậy, nhìn chung các cách đo lường này đều tuân theo một quy trình tương tự nhau. Đó là, xây dựng bảng câu hỏi liên quan đến những kiến thức về các vấn đề tài chính cơ bản, cách thức sử dụng nguồn lực để đưa ra quyết định một cách hiệu quả và việc hoạch định cho tương lai... Sau đó, tiến hành khảo sát trên phạm vi nhất định để thu thập dữ liệu. Từ câu trả lời của những người tham gia khảo sát, các nhà nghiên cứu sẽ tính ra chỉ số hiểu biết tài chính của người dân tại khu vực đó. Một số tổ chức quốc tế như OECD, World Bank, Mastercard, Visa card đã xây dựng những bảng câu hỏi và thực hiện khảo sát tại nhiều quốc gia trên thế giới, nhằm đem đến một bức tranh khái quát về tình hình hiểu biết tài chính của người dân tại các khu vực khác nhau; cũng như cung cấp nguồn số liệu phục vụ cho các nghiên cứu sau này. Trong đó, kết quả khảo sát của OECD và

^(*) Viện Kinh tế và Quản lý, Trường Đại học Bách khoa Hà Nội.

^(**) Hiệp hội các trường đại học và cao đẳng Việt Nam.

Mastercard được sử dụng tương đối rộng rãi; đặc biệt, tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương, một trong những chỉ số phổ biến nhất là chỉ số hiểu biết tài chính do Mastercard xây dựng. Chỉ số này được tính toán dựa trên tổng trọng số của 3 thành phần; bao gồm: kỹ năng quản lý tiền cơ bản (50%), hoạch định tài chính (30%) và đầu tư (20%). Giá trị cao nhất của chỉ số là 100 và thấp nhất là 0.

Theo Hiệp định chung về thương mại và dịch vụ (GATS) được các thành viên của WTO ký kết năm 1997, dịch vụ tài chính được hiểu là một hệ thống bao gồm các loại hình dịch vụ mang tính chất tài chính được một nhà cung cấp dịch vụ tài chính cung cấp. Dịch vụ tài chính bao gồm mọi dịch vụ bảo hiểm và dịch vụ liên quan đến bảo hiểm, mọi dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính khác (ngoại trừ bảo hiểm). Tuy nhiên, với sự phát triển mạnh mẽ của thị trường tài chính như hiện nay, các loại hình dịch vụ tài chính đã biến đổi một cách phức tạp hơn rất nhiều; do đó, đòi hỏi có sự phân chia cụ thể hơn. Trong bài viết này, khái niệm dịch vụ tài chính được sử dụng để chỉ 9 loại hình dịch vụ tài chính bao gồm: (1) tiền gửi/tiết kiệm, (2) cho vay (ngoại trừ thẻ tín dụng), (3) thẻ tín dụng, (4) chuyên/gửi tiền, (5) bảo hiểm tài sản, (6) các loại hình bảo hiểm khác, (7) đầu tư trái phiếu chính phủ, (8) đầu tư chứng khoán tư nhân và (9) cổ phiếu. Trong đó, có 3 loại hình cơ bản nhất, đó là: tiền gửi/tiết kiệm, cho vay và chuyên/gửi tiền.

Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng, hiểu biết tài chính thực sự là một kỹ năng thiết yếu cho cuộc sống hiện đại, khi mỗi cá nhân đều phải đối mặt với rất nhiều vấn đề liên quan đến tài chính trong cuộc sống hằng ngày. *Thứ nhất*, xét về tổng thể nền kinh tế, việc nâng cao hiểu biết tài chính của đại bộ phận dân cư sẽ tạo động lực thúc đẩy sự minh bạch, cạnh tranh và hiệu quả của thị trường tài chính đồng thời tăng khả năng và tỷ lệ tích lũy tài sản quốc dân. Kết hợp với sự hoạt động lành mạnh của thị trường, điều này sẽ giúp tạo ra sự ổn định và kích thích các hoạt động kinh tế, giảm thiểu nguy cơ xảy ra khủng hoảng cũng như tăng cường sự phát triển quốc gia. Không những thế, theo Curie (2005) [6], việc nâng cao hiểu biết tài chính còn đem lại lợi ích cho tất cả các tầng lớp của nền kinh tế, hỗ trợ cho sự phát triển của các dịch vụ tài chính và giúp tăng cường gắn kết xã hội. *Thứ hai*, xét về phương diện

cá nhân, việc trang bị và nâng cao kiến thức, hiểu biết về tài chính càng trở nên quan trọng và cần thiết dựa trên cả những nguyên nhân khách quan và chủ quan. Về mặt khách quan, sự phát triển mạnh mẽ của các sản phẩm và dịch vụ tài chính cùng sự gia tăng đáng kể các cơ hội đầu tư hấp dẫn trên thị trường đã tạo động lực cũng như đòi hỏi các cá nhân có những hiểu biết nhất định tài chính để thích nghi và theo kịp sự phát triển này. Về mặt chủ quan, việc nâng cao hiểu biết tài chính của mỗi cá nhân giúp cá nhân quản lý tiền bạc tốt hơn ở hiện tại, đồng thời đưa ra các hoạch định hợp lý và dễ dàng kiểm soát tình hình tài chính trong tương lai. Nghiên cứu của Glee (2015) [8] chỉ ra rằng, khả năng nắm bắt tình hình tài chính sẽ giúp tránh khỏi những cạm bẫy mà mọi người thường mắc phải trong khi kiếm tiền, vay mượn, chi tiêu, đầu tư và bảo hiểm. Thêm vào đó, có kiến thức về tài chính còn đem lại cho mọi người một cuộc sống tốt đẹp hơn thông qua các cơ hội gia tăng thu nhập từ các kênh đầu tư hấp dẫn trên thị trường và nâng cao khả năng giàu có như đã được chứng minh trong nghiên cứu của Behrman và cộng sự (2010) [5].

Tóm lại, việc trang bị những kiến thức, kỹ năng cơ bản cũng như từng bước nâng cao hiểu biết về tài chính là thực sự cần thiết và đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển của ngành tài chính tại các quốc gia nói chung và sự cải thiện chất lượng cuộc sống của mỗi cá nhân nói riêng. Điều này giải thích tại sao rất nhiều quốc gia đã xây dựng các chiến lược, chính sách phù hợp để từng bước cải thiện và nâng cao hiểu biết tài chính của người dân. Trong đó, Thái Lan chính là một trong những điển hình tại khu vực Đông Nam Á với rất nhiều chương trình cụ thể và bước đầu đã đạt được những thành công đáng ghi nhận.

2. Một số thành tựu ban đầu của các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính tại Thái Lan và đặc điểm đối tượng của các chương trình

Theo nghiên cứu về chiến lược giáo dục tài chính quốc gia do OECD/INFE công bố tháng 6/2013, Thái Lan là một trong số 24 nước đã thiết kế, xây dựng được chương trình giáo dục tài chính mang tầm quốc gia cho riêng mình. Sự nỗ lực của Thái Lan đã bước đầu đem lại những thành tựu đáng ghi nhận trong việc nâng cao hiểu biết tài

chính của người dân. Trước tiên, Thái Lan đã thu hút được sự quan tâm lớn của nhiều bộ phận trong nền kinh tế, những tổ chức phi chính phủ trong và ngoài nước, cũng như các tầng lớp xã hội để cùng chung tay, góp sức vào công cuộc nâng cao nhận thức và hiểu biết tài chính. Theo số liệu báo cáo của Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB, 2013) [2], ở Thái Lan đã có tới 25 chương trình giáo dục tài chính được thực hiện khắp nơi trên cả nước cùng rất nhiều chiến dịch, dự án nhỏ lẻ khác. Thái Lan đã tạo ra được một mạng lưới các nhà cung cấp vô cùng đa dạng, gồm nhiều cơ quan, tổ chức khác nhau đem tới hàng loạt chương trình giáo dục tài chính dưới mọi hình thức, hướng tới nhiều đối tượng cụ thể nhằm mục đích cải thiện tình hình hiểu biết tài chính một cách nhanh và hiệu quả nhất.

Các chương trình này đã và đang mang lại nhiều kết quả tích cực. Cụ thể, theo điều tra của Mastercard (2013) [10] chỉ số hiểu biết tài chính của Thái Lan (tính từ quý 1/2012 đến đến quý 1/2013) đã tăng 3 điểm từ mức 65 điểm lên 68 điểm và được ghi nhận là quốc gia có mức tăng mạnh nhất trong 16 nước thuộc khu vực Châu Á - Thái Bình Dương. Không những thế, sự tiến bộ này của Thái Lan còn được đánh giá là tương đối toàn diện khi mức độ cải thiện được thể hiện qua sự tăng lên ở cả 3 thành tố của chỉ số hiểu biết tài chính. Những số liệu này đã phần nào cho thấy sự cải thiện đáng kể về tình hình hiểu biết tài chính của Thái Lan mà một phần kết quả có được chính là nhờ thành công của các chương trình giáo dục tài chính kể trên.

Bên cạnh việc tăng điểm về chỉ số hiểu biết tài chính, sự tiến bộ của Thái Lan còn được thể hiện ở mức độ gia tăng khả năng tiếp cận với các dịch vụ tài chính. Khảo sát của Ngân hàng Thái Lan (BOT, 2013) [4] cho thấy 87.99% các hộ gia đình đã có thể tiếp cận với ít nhất 1 dịch vụ tài chính, tăng 3.41% từ mức 84.58% năm 2010. Các gia đình cũng có xu hướng sử dụng các dịch vụ một cách đa dạng hơn và từ các nguồn cung cấp chính thống. Điều này cho thấy sự thay đổi đáng kể trong suy nghĩ và nhận thức của các hộ gia đình về việc tiếp cận với các dịch vụ tài chính nói riêng và hiểu biết tài chính nói chung. Các thành tựu của các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính tại Thái Lan được tổng hợp trong Bảng 1.

Bảng 1. Một số thành tựu của các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính tại Thái Lan

Chỉ tiêu	Đo lường
Số lượng chương trình nâng cao nhận thức tài chính	25
Tỷ lệ hộ gia đình tiếp cận với các dịch vụ tài chính	87.99%
Chiến lược giáo dục tài chính cấp quốc gia	Đã xây dựng và thực hiện
Xếp hạng chỉ số hiểu biết tài chính Master Card Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương	7/16
Số lượng giáo viên tham gia các chương trình	17000

3. Đặc điểm của Thái Lan trong quá trình triển khai các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính

Để đạt được thành công trong quá trình thực hiện các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính, nhiều cuộc điều tra đã được thực hiện để tìm hiểu đặc điểm nhận thức tài chính của người dân Thái Lan. *Trước hết*, các hành vi về tài chính thông thường khảo sát của FinScope chỉ ra rằng: hầu hết người dân Thái Lan có đủ kỹ năng tính toán số học cơ bản và hiểu về sức mua. Họ có thể thực hiện các phép tính đơn giản và cho dù có thể chưa bao giờ nghe về khái niệm “lạm phát” nhưng vẫn trả lời được một cách chính xác rằng nếu giá tăng trong năm tới thì họ sẽ mua được ít đồ đạc hơn. Tuy nhiên, phần lớn người dân cảm thấy áp lực trong việc quản lý tiền bạc của mình, không có thói quen theo dõi chi tiêu và rất ít quan tâm đến việc hoạch định dài hạn. Theo kết quả khảo sát của FinScope (2013) [7], 80% người dân Thái hiểu rằng việc dự thảo ngân sách giúp họ quản lý tình hình tài chính hiệu quả hơn nhưng chỉ có 1/3 những người được hỏi trả lời rằng họ theo dõi các khoản thu nhập và chi tiêu hàng tháng của mình. Có ít hơn 5% thực hiện việc này thường xuyên, trong khi khoảng 20% số người tham gia khảo sát nói rằng họ có theo dõi chi tiêu trong quá khứ nhưng đã dừng lại sau một thời gian ngắn vì những lý do như cảm thấy mệt mỏi khi các khoản chi tiêu lớn hơn thu nhập, không thấy được lợi ích của việc theo dõi chi tiêu hoặc thấy quá lười biếng để tiếp tục công việc này. Hầu

hết mọi người trả lời rằng, mục đích chính cho việc theo dõi chi tiêu là để giảm thiểu các khoản chi phí không cần thiết; khoảng một nửa nói rằng họ cũng sử dụng các bản thống kê chi tiêu này để hoạch định ngân sách cho tháng tiếp theo. FinScope (2013) [7] cũng chỉ ra 60% người dân Thái cho rằng việc đối mặt với các vấn đề tài chính là một gánh nặng. Kết quả này cho thấy việc tạo ra động lực giúp người dân vượt qua những áp lực về ngân sách đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực tài chính. Nói cách khác, việc chỉ cung cấp các công cụ giáo dục tài chính là không đủ mà những công cụ này cần phải gắn với những lời khuyên hữu ích và ưu đãi để khuyến khích việc sử dụng.

Bên cạnh đó, người dân Thái Lan cũng không chú trọng đến việc tiết kiệm dài hạn. Chỉ có 42% số người tham gia khảo sát trả lời rằng họ dành dụm đủ để chi trả cho các khoản chi tiêu hàng tháng. Khi được hỏi về lí do của việc tiết kiệm thì hơn 50% trong số họ nói rằng để dự phòng cho ngắn hạn hoặc dùng trong các trường hợp khẩn cấp. Các nhu cầu tiết kiệm dài hạn như nghỉ hưu, dưỡng lão và giáo dục chiếm ít hơn 30% tỷ lệ phản hồi. Đồng thời, hầu hết người dân Thái cũng thiếu kiến thức và hiểu biết về quyền lợi, nghĩa vụ của người tiêu dùng tài chính. Khi được hỏi về việc đã làm gì khi gặp vấn đề liên quan tới các dịch vụ tài chính, 47% người tham gia khảo sát trả lời “không làm gì”, 42% liên lạc trực tiếp với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và chỉ có ít hơn 5% liên lạc với Ngân hàng trung ương Thái Lan hoặc Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng.

Đồng thời, phần lớn người dân còn lẩn lộn và gặp nhiều cản trở trong việc tiếp cận với các dịch vụ tài chính. Chẳng hạn, người dân Thái đều được trang bị công nghệ một cách đầy đủ và khá quen thuộc với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính: 88% người dân sử dụng điện thoại di động, 75% có tài khoản tiền gửi. Tuy nhiên, chỉ có 1% người Thái hiện đang sử dụng các dịch vụ ngân hàng qua di động. Quan trọng hơn, những khoảng cách đáng kể trong hiểu biết về các sản phẩm tài chính đã tạo ra một rào cản trong suy nghĩ cản trở việc thử hoặc sử dụng các sản phẩm và dịch vụ mới. Bên cạnh những đặc điểm về hành vi nêu trên, khảo sát của FinScope (2013) [7] cũng nêu ra những khác biệt về tình hình hiểu biết tài chính giữa các khu vực

của Thái Lan. Điểm đáng chú ý đầu tiên là có sự gắn kết xã hội cao hơn ở các khu vực mà người dân ít theo dõi các vấn đề tài chính. Kết quả khảo sát cho thấy các khu vực này có tỷ lệ phản hồi tích cực lên tới hơn 60% cho câu hỏi: “Bạn có thể tìm đến một người nào đó trong cộng đồng khi cần giúp đỡ”; trong khi đó, tại Bangkok, nơi có nhiều người theo dõi các vấn đề tài chính nhất thì tỷ lệ này chỉ là 25%. Số liệu này chỉ ra rằng, sự gắn kết xã hội là tương đối cao ở các khu vực ngoài Bangkok và các chương trình giáo dục tài chính dựa trên cộng đồng có thể sẽ đạt hiệu quả cao hơn các chương trình được thực hiện bởi bên thứ ba ngoài cộng đồng.

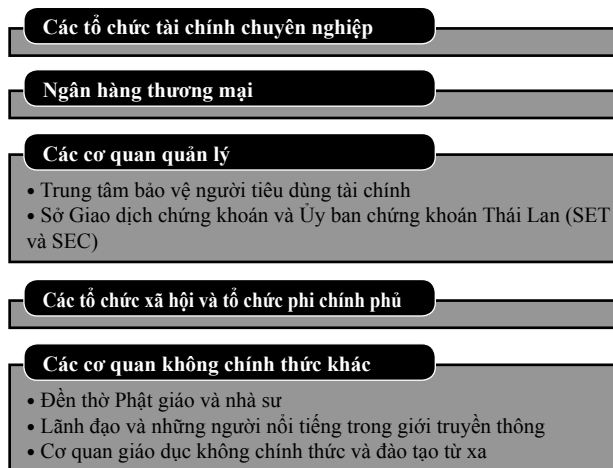
Kế đến, phần lớn người dân Thái ngoại trừ khu vực Bangkok đều tìm đến sự tư vấn từ các cơ sở tài chính phi chính thức hoặc bạn bè, người thân thay vì tới các tổ chức chính thống như ngân hàng. Ngoài ra, họ cũng ít có khả năng tiếp cận với các chương trình giáo dục tài chính khi số liệu thống kê cho thấy chỉ có 16,9% số người được hỏi trả lời rằng họ đã từng tham gia các chương trình hay lớp học về giáo dục tài chính. Cuối cùng, người dân ở các khu vực khác nhau có những ưu tiên tài chính khác nhau, do đó các chương trình giáo dục tài chính cần phải được thiết kế với những nội dung phù hợp với từng khu vực riêng. Ví dụ, người dân ở Bangkok và các vùng trung tâm thích dành những khoản tiền lớn để mua và xây nhà, trong khi những người dân ở khu vực phía Bắc lại thích dành tiền để phục vụ nhu cầu tiêu dùng cá nhân và trả nợ. Điều này cho thấy gánh nặng nợ là vấn đề cấp thiết hơn với người dân ở những khu vực này so với phần còn lại của Thái Lan.

Rõ ràng, những đặc điểm và sự khác biệt kể trên đòi hỏi các chương trình giáo dục nâng cao hiểu biết và năng lực tài chính cho người dân Thái Lan cần được nghiên cứu nhằm đưa ra các chương trình được thiết kế một cách đa dạng và phù hợp với từng đối tượng, từng khu vực mục tiêu. Điều này đã được thể hiện qua hai khía cạnh trong việc triển khai các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính tại Thái Lan. Thứ nhất, kênh phân phối các chương trình: điểm thay đổi rõ rệt nhất là sự chuyển từ việc chủ yếu dựa vào những khóa đào tạo tại các lớp học sang việc kết hợp các kênh phân phối khác nhau, bao gồm sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng để truyền tải các thông điệp giáo dục tài

chính. *Thứ hai*, mô hình thực hiện: Thái Lan đã xác định giáo dục tài chính là trách nhiệm của cả khu vực công và tư nhân. Chính phủ và những nhà tài trợ có thể trực tiếp chi trả cho các chương trình nhưng bộ phận tư nhân cũng cần phát triển các mô hình kinh doanh để chi trả cho những chi phí trong việc phát triển các chương trình giáo dục tài chính. Các mô hình có thể thực hiện bao gồm việc thu phí đối với các dịch vụ, phân bổ ngân sách tiếp thị và bán hàng cho các chương trình giáo dục tài chính, sử dụng quảng cáo hoặc tiền tài trợ để chi trả cho các chương trình.

4. Các chương trình nâng cao nhận thức tài chính ở Thái Lan

Các kênh phân phối và mô hình thực hiện phù hợp nhằm đạt được kết quả cao trong nhận thức tài chính tại Thái Lan được hiện thực hóa trong rất nhiều chương trình nâng cao nhận thức tài chính được các tổ chức tham gia ở quy mô toàn quốc gia. Hình 1 liệt kê các tổ chức chính tham gia các hoạt động nâng cao nhận thức tài chính.



Hình 1. Các tổ chức tham gia các chương trình nâng cao nhận thức tài chính ở Thái Lan

4.1. Các tổ chức tài chính chuyên nghiệp

Hiện tại, phần lớn những hộ gia đình thu nhập thấp của Thái Lan sống ở khu vực nông thôn được phục vụ bởi Ngân hàng Nông nghiệp và Hợp tác xã nông nghiệp (BAAC) và tại khu vực thành thị là Ngân hàng Tiết kiệm Chính phủ (GSB). Đây là 2 tổ chức tài chính chuyên nghiệp lớn thuộc sở hữu nhà nước. Một số chương trình của BAAC như “Người nông dân thông thái” đã cố gắng tích hợp việc giáo dục tài chính với việc phân phối các

sản phẩm ngân hàng. GSB với nhiệm vụ chính là “Ngân hàng tiết kiệm” đã triển khai các chương trình giáo dục tài chính dựa trên tiết kiệm đặc biệt hướng tới trẻ em như các hoạt động giúp đỡ học sinh tiểu học và trung học thành lập các ngân hàng học sinh được điều hành bởi chính các học sinh này. Cả ngân hàng BAAC và GSB đều có tiềm năng lớn để hướng tới đối tượng lớn hơn nhờ mạng lưới dịch vụ đồ sộ của mình. BAAC có 84 trung tâm nghiên cứu nền kinh tế đầy đủ cộng với 906 chi nhánh trên toàn quốc. GSB có 1.002 chi nhánh và 470 “Ngân hàng trường học”.

4.2. Ngân hàng thương mại

Lý do chính để các ngân hàng thương mại Thái Lan định hướng việc cung cấp dịch vụ giáo dục tài chính là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Các ngân hàng như Krungsri, HSBC, Standard Chartered, Kasikorn và Ngân hàng Quân đội Thái thường tổ chức các chương trình quy mô nhỏ có sự tham gia của các tình nguyện viên đến từ chính ngân hàng mình làm việc như những chuyên gia đào tạo. Đối tượng tham gia chính của những chương trình này thường là học sinh từ tiểu học cho tới phổ thông cũng như các trường nghề và đại học. Phổ biến nhất là các khóa đào tạo tại lớp học được chia nhỏ thành những buổi tập huấn kéo dài 60 - 90 phút.

Một số ngân hàng thương mại tham gia tích cực vào các chương trình giáo dục tài chính quy mô lớn nhằm xây dựng nền tảng khách hàng trung thành như Kasikorn Bank với chương trình trợ giúp lập kế hoạch tài chính “K-Saving Memo”. Ngân hàng Kasikorn cung cấp một loạt các chương trình giáo dục nhà đầu tư để dạy cho họ về kế hoạch hưu trí và làm thế nào để tận dụng lợi thế của các chiến lược đầu tư khác nhau như cổ phiếu mua hàng, trái phiếu... Các đối tượng mục tiêu của chương trình này là tầng lớp trung lưu, người làm công ăn lương. Ngân hàng Kasikorn cung cấp giáo dục tài chính thông qua các tài liệu in, các biểu mẫu, các ứng dụng và phiên bản trực tuyến được cung cấp miễn phí cho cộng đồng.

Chương trình tài chính đơn giản của Ngân hàng Krungsri tập trung vào năm chủ đề: Người tiêu dùng thông minh, Nhân viên thông minh, Để trở thành một doanh nhân, Tiết kiệm và đầu tư cơ bản và Quản lý khoản vay của bạn. Để thu hút người tham gia, Krungsri Bank đã thiết kế một trò chơi

sử dụng một quả bóng bàn để dạy cho những học sinh trường nghề về cách thiết lập mục tiêu ngắn hạn và dài cũng như tầm quan trọng của việc lập kế hoạch. Những trò chơi mô phỏng là công cụ hiệu quả đào tạo để thu hút sự tham gia.

4.3. Các cơ quan quản lý

4.3.1. Sở Giao dịch Chứng khoán và Ủy ban Chứng khoán Thái Lan (SET và SEC)

SET và SEC là 2 cơ quan hoạt động tích cực nhất trong lĩnh vực này. Các chương trình giáo dục tài chính nổi tiếng của SET hướng tới việc xây dựng thói quen tiết kiệm dài hạn cho học sinh tiểu học và trung học giúp cho các em có thể trở thành những nhà đầu tư chứng khoán tiềm năng trong tương lai. Các chương trình này đã thu hút hơn 7 triệu học sinh.

SEC mới tham gia vào lĩnh vực giáo dục tài chính nhưng đã thể hiện một cam kết mạnh mẽ để thúc đẩy việc nâng cao nhận thức tài chính trong các nhà đầu tư tiềm năng. Tổ chức này tập trung vào việc sử dụng các kênh mới để tiếp cận với công chúng việc phát sóng những tập phim ngắn 1 phút mang tên “Khởi sự đầu tư”. Tháng 6/2012, SEC cho ra mắt ứng dụng “Khởi sự đầu tư” dành cho iPhone và iPad giúp xác định các quỹ tương hỗ mới nhất và cung cấp một máy tính tài chính đơn giản có thể tính toán tỉ suất lợi nhuận hàng năm để đạt được một số tiền khi về hưu.

4.3.2. Trung tâm Bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Năm 2012, Ngân hàng Trung ương Thái Lan (BOT) thành lập “Trung tâm bảo vệ người tiêu dùng tài chính” với mục đích chính là trang bị cho người tiêu dùng những kiến thức tài chính nhằm nâng cao nhận thức và hiểu biết về quyền và nghĩa của mình, tránh trở thành nạn nhân của những trò gian lận và có thể đưa ra những quyết định hợp lý đối với các sản phẩm và dịch vụ tài chính. Việc nâng cao kiến thức tài chính sẽ được thực hiện thông qua nhiều kênh như website của Ngân hàng Thái Lan, các ấn phẩm, hội thảo dành cho người tiêu dùng và chủ doanh nghiệp cùng với sự hợp tác phổ biến kiến thức tài chính của các tổ chức bên ngoài.

4.4. Các tổ chức xã hội và tổ chức phi chính phủ

Các tổ chức như Viện Nghiên cứu châu Á Kenan, Quỹ Nghiên cứu Thái Lan, Quỹ Khom

Loy và Quỹ Step Ahead đều cung cấp các khóa học tài chính cho những người thu nhập thấp và có hoàn cảnh khó khăn. Tổ chức xã hội dân sự hoạt động chủ yếu dựa vào nguồn vốn tài trợ cả từ Thái Lan và bên ngoài. Ví dụ, Viện Kenan thực hiện chương trình cho Citi Foundation trong khi Khom Loy Foundation đang thực hiện chương trình cho UNIFEM và Mastercard Foundation.

Các khóa đào tạo tại lớp học là mô hình phổ biến nhất. Tuy nhiên, thay vì tập trung vào các khóa đào tạo theo cách truyền thống, các lớp học được đưa tới địa phương. Quỹ Khom Loy có trụ sở chính tại Mae Sot cung cấp các khóa đào tạo giáo dục tài chính ngay tại các bãi rác để thuận tiện cho các đối tượng mục tiêu của mình là các lao động nhập cư Myanmar. Viện Kenan có đối tượng mục tiêu là những phụ nữ khó khăn ở Bangkok, đã hợp tác cùng chính quyền địa phương, cung cấp các khóa đào tạo trong những khu phố ổ chuột, đồng thời phát triển một chương trình mới để đào tạo phụ nữ tại các cơ sở cải huấn. Trong dự án “Tài khoản hộ gia đình”, Quỹ Nghiên cứu Thái Lan sử dụng một mô hình độc đáo có sự tham gia của chính quyền địa phương ngay từ đầu để đảm bảo người dân có động lực theo dõi thu nhập và chi tiêu trong thời gian dài sau khi dự án kết thúc. Cơ cấu quản lý này khuyến khích chính quyền địa phương sử dụng dữ liệu kế toán tổng hợp của hộ gia đình để xây dựng những kế hoạch cộng đồng hiệu quả. Các nhà nghiên cứu đứng đầu mỗi tỉnh (thường là một giáo sư đại học địa phương hoặc tổ chức phi chính phủ trong khu vực) tập hợp một nhóm nghiên cứu tại các tiểu khu có một hoặc nhiều nhân viên chính quyền địa phương là thành viên. Nhóm nghiên cứu dạy cho các hộ gia đình kỹ năng kế toán tổng hợp để ghi lại thu nhập và chi phí hàng tuần. Hàng tháng các cơ quan chức năng địa phương sử dụng các tình nguyện viên để nhập thông tin quan trọng vào máy tính và chia sẻ kết quả với dân làng. Bằng cách này, chính quyền địa phương có thể nhìn thấy những thách thức tài chính phát sinh trong làng và xây dựng các kế hoạch hành động để giải quyết vấn đề. Chẳng hạn, tại Chaiyapoom, sau một vài tháng ghi chép tài chính hộ gia đình và tổng hợp số liệu, người dân ở một tiểu khu nhận ra rằng họ đã dành rất nhiều tiền mua trứng. Sau đó, họ đã cùng nhau nuôi gà với sự giúp đỡ của chính quyền bằng việc

soạn thảo các kế hoạch hành động và cung cấp ngân sách. Đàn gà nuôi chung này cho phép các thành viên tham gia tiết kiệm chi phí mua trứng bằng cách cung cấp cho thành viên trứng được đẻ ra từ chính số gà nuôi chung.

Các tổ chức xã hội rất quan tâm đến việc đo lường và xem xét các kết quả của chương trình. Viện Kenan Châu Á nghiên cứu những tác động ngắn hạn bằng cách sử dụng một bài kiểm tra trước và sau mỗi buổi tập huấn về giáo dục tài chính gửi đến đối tượng mục tiêu. Quỹ Nghiên cứu Thái Lan xác định những người dân trong thôn có tình hình tài chính gia đình được cải thiện nhờ việc biết thêm thông tin về thu nhập và chi phí từ việc sử dụng tài khoản hộ gia đình. Những người này sau đó được mời làm giảng viên để khuyến khích nhiều người dân ghi lại thu nhập và chi phí của mình. Một cuộc khảo sát tiến hành trên 782 hộ gia đình trong khuôn khổ chương trình này cho biết, trung bình mỗi hộ có thể giảm nợ 36.000 Baht mỗi năm thông qua giảm tiêu thụ, giảm chi phí sản xuất, tiết kiệm từ sản xuất và hình thành cộng đồng doanh nghiệp để giảm chi phí và tăng thu nhập.

4.5. Các cơ quan không chính thức khác

4.5.1. Đền thờ Phật giáo và nhà sư

Tại tất cả các vùng của Thái Lan, đặc biệt là các khu vực nông thôn, nhiều ngôi chùa vẫn đóng vai trò quan trọng trong cuộc sống cộng đồng địa phương. Các nhà sư có tiềm năng trở thành những người thực hiện rất hiệu quả cho các chương trình giáo dục tài chính nhờ địa vị và học thức cao trong cộng đồng và có khả năng tương tác rộng do dân làng tập trung ở chùa vào những ngày lễ Phật giáo trong suốt năm. Trên thực tế, một số nhà sư kiêm nhà xã hội học, được gọi là nhà sư phát triển, đã nổi tiếng ở Thái Lan nhờ việc tích hợp giáo lý Phật giáo với các nguyên tắc quản lý tài chính và truyền đạt thành công tới người dân.

4.5.2. Lãnh đạo và những người nổi tiếng trong giới truyền thông

Hiện tại đang có một loạt chương trình có nội dung giáo dục tài chính trên các phương tiện truyền thông Thái Lan như: tivi, radio và báo chí. Phần lớn các chương trình này đưa ra những tư vấn đầu tư, lập kế hoạch tài chính và quản lý thuế dành cho những nhân viên văn phòng hạng trung. Để hướng tới bộ phận dân cư có thu nhập thấp, đối

tượng chính của các chương trình nâng cao hiểu biết tài chính, các bài hát về giáo dục tài chính, các kịch bản phim truyền hình hoặc phim hoạt hình là những kênh có tiềm năng lớn.

4.5.3. Giáo dục không chính thức và đào tạo từ xa

Một hệ thống các chương trình giáo dục tài chính hiệu quả, đặc biệt là ở khu vực nông thôn, thông qua mạng lưới đa dạng các tổ chức giáo dục không chính thức và đào tạo từ xa. Ví dụ, tính đến tháng 7/2012, Văn phòng Giáo dục không chính thức và phi chính thức thuộc Bộ Giáo dục có 1.039 trung tâm ở cấp tỉnh và huyện trên toàn quốc, 7.403 trung tâm ở cấp tiểu khu, quản lý 853 thư viện công cộng. Có tổng cộng hơn 17.000 giáo viên với khoảng 3.000 trong số đó là công chức, 8.500 được thuê trên cơ sở hợp đồng, còn lại 5.500 là tình nguyện viên. Tất cả các nguồn lực hiện đang phục vụ hơn 1 triệu học sinh các cấp.

5. Các bài học kinh nghiệm

Dựa vào những phân tích trên về đặc điểm cũng như những thành công ban đầu của các chương trình giáo dục tài chính tại Thái Lan; có thể thấy đây là những bài học kinh nghiệm vô cùng quý báu đối với Việt Nam trong việc xây dựng và thiết kế một chiến lược quốc gia nhằm nâng cao hiểu biết tài chính của người dân.

Bài học đáng chú ý đầu tiên là chính phủ cần nỗ lực đẩy mạnh công tác nghiên cứu, tuyên truyền cho người dân hiểu về sự cần thiết và tầm quan trọng của việc nâng cao hiểu biết tài chính. Từ đó tạo động lực thu hút và huy động sự quan tâm của các tổ chức, cá nhân trong xã hội cùng góp sức nâng cao hiểu biết tài chính cho người dân. Có thể thấy một trong những lý do quan trọng nhất giúp các chương trình giáo dục tài chính tại Thái Lan gặt hái được nhiều thành công đáng kể chỉ sau một thời gian ngắn chính là nhờ việc chính phủ đã thu hút được sự quan tâm lớn của nhiều bộ phận trong nền kinh tế, những tổ chức phi chính phủ trong và ngoài nước, cũng như các tầng lớp xã hội cùng chung tay, góp sức vào công cuộc nâng cao nhận thức và hiểu biết tài chính của đất nước. Bên cạnh đó, chính phủ và các cơ quan chức năng cũng cần đa dạng hóa “kênh phân phối” những chương trình giáo dục tài chính để phù hợp với đặc điểm của từng khu vực và đối tượng. Thái Lan đã có kết quả chuyển biến

rõ rệt khi chuyển từ việc chủ yếu dựa vào những khóa đào tạo tại các lớp học sang việc kết hợp các kênh phân phối khác nhau bao gồm sử dụng phương tiện truyền thông đại chúng để truyền tải các thông điệp giáo dục tài chính. Chính sự thay đổi này đã giúp các chương trình có thể tiếp cận đúng các đối tượng cụ thể cần được giúp đỡ.

Bài học tiếp theo là Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam cũng cần có tiếng nói trong việc nâng cao nhận thức tài chính của người dân trên góc độ bảo vệ người tiêu dùng khỏi những sản phẩm tài chính giả hiệu, sản phẩm tài chính không đảm bảo chất lượng, uy tín. Ngày nay, dịch vụ và tổ chức tài chính đang phát triển một cách mạnh mẽ và ngày càng phức tạp đòi hỏi người dân phải trang bị những kiến thức nhất định để có thể thích ứng với sự phát triển nhanh chóng này. Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng sẽ đóng một vai trò vô cùng quan trọng trong việc bảo đảm quyền lợi và lợi ích cho những người tiêu dùng tài chính, giúp tránh khỏi những thiệt hại đáng tiếc gây ra bởi sự thiếu hiểu biết của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, Hiệp hội cũng cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, xây dựng các chương trình giáo dục tài chính hướng tới từng đối tượng cụ thể; nhằm trang bị cho người tiêu dùng những kiến thức nền tảng và giúp họ hiểu được quyền lợi của mình để có thể tối đa hóa lợi ích khi tham gia vào thị trường tài chính.

Các hoạt động tích cực của Sàn Giao dịch Chứng khoán (SEC) và Ủy ban Chứng khoán Thái Lan (SET) trong việc giúp nâng cao hiểu biết tài chính của người dân cũng đưa ra một gợi ý cho cơ quan tương đương ở Việt Nam là Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cần triển khai các khóa đào tạo chuyên sâu nhằm phổ biến rộng rãi cho đa số người dân những kiến thức hữu ích về đầu tư và các cơ hội trên thị trường tài chính dựa trên những điều kiện thuận lợi nhất về thông tin chính thống. Các chương trình này chắc chắn sẽ mang lại nhiều lợi

ích đáng kể trong việc phát triển năng lực đầu tư của xã hội khi phần lớn người dân Việt Nam đều đang thiếu những kiến thức và kỹ năng cơ bản trong việc tận dụng các cơ hội đầu tư, sử dụng nguồn vốn và quản lý rủi ro. Giống như Thái Lan, ở Việt Nam cũng tồn tại nhiều sự khác biệt về hành vi tài chính cũng như những vấn đề ưu tiên giữa các khu vực dân cư khác nhau trên cả nước. Điều này đòi hỏi các chương trình cần được thiết kế một cách đa dạng hóa và tận dụng tối đa các nguồn lực trong xã hội. Những cơ quan thường xuyên tiếp xúc với người dân như Mặt trận tổ quốc cần có những cách thức tiếp cận hiệu quả và phù hợp hơn với từng khu vực và đối tượng cụ thể, giúp họ hiểu và giải quyết các vấn đề tài chính gặp phải, từ đó tiếp tục đưa ra những lời khuyên hữu ích nhằm từng bước nâng cao hiểu biết và năng lực tài chính cho người dân.

Cuối cùng, cần tận dụng triệt để “sức mạnh truyền thông” qua các phương tiện thông tin đại chúng, dưới nhiều hình thức khác nhau để tuyên truyền, giáo dục cho người dân về những kiến thức tài chính cần thiết cũng như tầm quan trọng của việc nâng cao hiểu biết tài chính trong xã hội hiện đại ngày nay. Có thể khẳng định rằng, nếu có sự nỗ lực một cách nghiêm túc của tất cả các bộ phận trong nền kinh tế thì chắc chắn tình hình hiểu biết tài chính cũng như năng lực hành vi tài chính của người dân Việt Nam sẽ sớm có được những cải thiện đáng kể, có thể theo kịp các nước trong khu vực và trên thế giới.

6. Kết luận

Trên đây bài viết đã trình bày về mạng lưới cung cấp chương trình giáo dục tài chính tại Thái Lan và các kinh nghiệm hữu ích đối với Việt Nam. Các kinh nghiệm này có thể được sử dụng trong việc xây dựng các chính sách hiệu quả giúp cải thiện mức độ hiểu biết tài chính của người dân Việt Nam trong tương lai./.

Tài liệu tham khảo

- [1]. American Institute of Certified Public Accountants (2003), *Financial literacy background*.
- [2]. Asian Development Bank (2013), “Technical Assistance Consultant’s Report: Financial Literacy - Findings and Recommendations Report; Kingdom of Thailand: TA7998 (THA) - Development of a Strategic Framework for Financial Inclusion in Thailand”.
- [3]. Australian Securities and Investment Commission (2003), *Summary of stakeholder responses to Financial literacy in schools*.

- [4]. Bank of Thailand (2013), “Financial Access Survey of Thai Households 2013” https://www.bot.or.th/English/FinancialInstitutions/Highlights/FIHouseHold_Docs/2013%20Financial%20Access%20Survey%20Final.pdf.
- [5]. Behrman, Jere R., Olivia S. Mitchell, Cindy Soo, và David Bravo (2010), “Financial Literacy, Schooling, and Wealth Accumulation”, *National Bureau of Economic Research Working Paper*, Series No. 16452 (October).
- [6]. Currie, Bill (2005), *Financial Sector Involvement in Financial Capability*, Presentation to “Canadians and Their Money: A National Symposium on Financial Capability” Ottawa, June 9-10, 2005.
- [7]. Finscope Thailand (2013), “Quantitative Demand Research Report”, <http://www.adb.org/sites/default/files/project-document/80380/45128-001-tacr-06.pdf>.
- [8]. Glee, Michael (2015), “Dawn of a new financial era”, <https://www.questia.com/newspaper/1G1-399053411/dawn-of-a-new-financial-era-better-understanding>.
- [9]. Jacob, K., Hudson, S. & Bush, M. (2000), *Tools for survival: An analysis of financial literacy programs for lower-income families*, Chicago: Woodstock Institute.
- [10]. Mastercard (2013), “Mastercard Index of Financial Literacy Report”, <http://www.masterintelligence.com/content/intelligence/en/research/reports/2013/mastercard-index-of-financial-literacy-report-2013h1.html>.
- [11]. OECD/INFE (2013), *OECD/INFE toolkit to measure financial literacy and inclusion; Guidance, Core questionnaire and Supplementary questions*.
- [12]. Schagen, S. và Lines, A. (1996), *Financial Literacy in Adult Life. A Report to the Nat West Group Charitable Trust. Slough*, Berkshire: National Foundation for Educational Research NFER.
- [13]. U.S. Financial Literacy and Education Commission (2007), “Taking ownership of the future: The national strategy for financial literacy”, <https://www.treasury.gov/about/organizational-structure/offices/Domestic-Finance/Documents/Strategyeng.pdf>.
- [14]. WTO (1997), “General agreement on trade in services”, https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/gatsintr_e.htm.

THAILAND FINANCIAL EDUCATION PROVISION NETWORK AND LESSONS FOR VIETNAM

Summary

Previous research showed that financial literacy is vital in modern society. Therefore, it is necessary and beneficial for both the whole economy and each individual to acquire financial knowledge and skills. Together with rapidly developing financial markets and products, improving people’s financial literacy is attracting much attention of many South East Asian governments. As a result, many financial education programs have been implemented, raising financial literacy levels among people in these countries. This article introduces the system delivering financial literacy education programs in Thailand, analyzes delivering methods, relevant lessons and recommendations for Vietnam.

Keywords: financial education programs, financial literacy, Thailand, Vietnam.

Ngày nhận bài: 18/8/2015; Ngày nhận lại: 30/12/2015; Ngày duyệt đăng: 19/1/2016.