



KỶ YẾU HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ

**BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH:
THỰC TIỄN VÀ ĐỀ XUẤT CHÍNH SÁCH ĐỐI VỚI VIỆT NAM**

INTERNATIONAL CONFERENCE PROCEEDINGS
**FINANCIAL CONSUMER PROTECTION:
PRACTICE AND POLICY RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM**

Hà Nội, 2021



INTRODUCTION

In recent years, Vietnam is witnessing remarkable development in financial products and services, both in terms of quality and accessibility, which makes the task of effectively protecting financial consumers become urgent. This requires not only the good practices from financial services providers or the awareness of consumers themselves, but also the involvement of the authorities to develop and employ better policies in response to the need of the new, fast-moving financial service circumstances in Vietnam.

In light of this matter, the International Webinar on “Financial Consumer Protection - Practice and Policy Recommendations for Vietnam” has been co-organized by The University of Economics and Business - Vietnam National University, Hanoi (VNU) and the Deposit Insurance of Vietnam. Supported by National Foundation for Science and Technology (NAFOSTED), the Webinar, as part an annual conference held by the International Academy of Financial Consumers (IAFICO), aims at creating an informative forum for domestic and foreign policymakers, academics and professionals to share knowledge, experience and practical solutions regarding financial consumer protection in Vietnam.

With the aforementioned intention and objective, the co-organizers, guest speakers and researchers of the Webinars seek to address (1) discussion on policy recommendations for Vietnam in protecting financial consumers; (2) countries’ experience in building financial consume protection laws and the challenges in implementing these laws in the banking industry; (3) the current situation of digital financial consumer protection in Vietnam and other countries; (4) a bank’s practical experience in protecting clients’ finances. These issues are well analyzed and discussed in the exchanges and sharing at the Webinar as well as the contributing studies of various authors. These researches and insights provide the best foundation for better, practical solutions and policies that ensure financial consumer’s safety in Vietnam.

The Organizers would like to extend the sincerest gratitude to the guest speakers, the researchers, supporters and the interested audience for making this Webinar a reality. This Webinar is expected to raise the awareness of all market players, and create an annual one-stop forum for the development of financial consumer protection in Vietnam.

LỜI GIỚI THIỆU

Trong những năm gần đây, Việt Nam đang chứng kiến sự phát triển vượt bậc của các sản phẩm và dịch vụ tài chính cả về chất lượng và khả năng tiếp cận, thực trạng này khiến nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng tài chính trở nên cấp thiết. Điều này không chỉ đòi hỏi nỗ lực từ các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính hay nâng cao nhận thức của chính người tiêu dùng, mà còn cần sự tham gia của các cơ quan quản lý để xây dựng và ban hành các chính sách thực tế, hiệu quả, nhằm đáp ứng các yêu cầu trong bối cảnh những dịch vụ tài chính mới đang phát triển nhanh chóng ở Việt Nam.

Từ thực tế này, Hội thảo quốc tế về “Bảo vệ người tiêu dùng tài chính - Thực tiễn và đề xuất chính sách đối với Việt Nam” được đồng tổ chức bởi Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội (ĐHQGHN) và Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam. Hội thảo được hỗ trợ bởi Quỹ phát triển khoa học và công nghệ quốc gia (NAFOSTED) và nằm trong khuôn khổ Hội thảo thường niên của Học viện quốc tế người tiêu dùng tài chính (IAFICO). Chương trình là diễn đàn để các đơn vị quản lý, các nhà khoa học và chuyên gia đến từ trong và ngoài nước cùng trao đổi kinh nghiệm, quan điểm, kiến thức và các giải pháp thiết thực về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam.

Với mục tiêu trên, các diễn giả khách mời, các nhà quản lý và các nhà nghiên cứu đã đi sâu, phân tích các vấn đề về (1) thảo luận về những đề xuất chính sách đối với Việt Nam trong việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính; (2) chia sẻ kinh nghiệm về xây dựng Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính và những thách thức trong việc thực thi các quy định này trong lĩnh vực ngân hàng tại các quốc gia trên thế giới; (3) thực tiễn về bảo vệ người tiêu dùng kỹ thuật số tại Việt Nam và một số quốc gia khác; (4) trình bày kinh nghiệm thực tiễn của một ngân hàng trong việc bảo vệ tài chính của khách hàng. Những vấn đề này được phân tích và thảo luận chuyên sâu qua các trao đổi và chia sẻ tại Hội thảo cũng như các nghiên cứu đóng góp của các tác giả trong nước và quốc tế. Những nghiên cứu và thông tin chi tiết này sẽ là nền tảng tốt nhất cho các giải pháp và chính sách thiết thực nhằm đảm bảo sự an toàn của người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam.

Ban tổ chức xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến các diễn giả khách mời, các nhà nghiên cứu, những người ủng hộ và khán giả quan tâm đã góp phần tạo nên thành công của Hội thảo. Hội thảo được kỳ vọng sẽ nâng cao nhận thức của tất cả các bên tham gia thị trường và tạo ra một diễn đàn thường niên về bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam.

**ORGANIZING COMMITTEE OF INTERNATIONAL WEBINAR
“FINANCIAL CONSUMER PROTECTION – PRACTICE AND POLICY
RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM”**

- | | |
|---------------------------------|---|
| 1. Assoc. Prof. Nguyen Anh Thu | Vice Rector
University of Economics and Business, VNU |
| 2. Dr. Dinh Thi Thanh Van | Acting Dean, Faculty of Finance and Banking
University of Economics and Business, VNU |
| 3. MBA. Phan Thi Thanh Binh | Deputy General Director
Deposit Insurance of Vietnam |
| 4. MSc. Nguyen Mai Thanh | Head of Research and International
Cooperation Department
Deposit Insurance of Vietnam |
| 5. MSc. Nguyen Thi Viet Ha | Deputy Head of Research and International
Cooperation Department
Deposit Insurance of Vietnam |
| 6. MA. Luu Thi Mai Anh | Head of Office of Journal and Publishing
University of Economics and Business, VNU |
| 7. MA. Nguyen Thi Thu | Head of Office of Communication and Brand
Management
University of Economics and Business, VNU |
| 8. Bui Thi Dung | Staff, Office of Communication and Brand
Management
University of Economics and Business, VNU |
| 9. MA. Nguyen Duc Lam | Acting Head, Office of Research and
Partnership Development
University of Economics and Business, VNU |
| 10. MA. Nguyen Thị Nguyệt Nuong | Deputy Head, Office of Research and
Partnership Development
University of Economics and Business, VNU |
| 11. Ha Thi Minh Thu | Staff, Office of Research and Partnership
Development
University of Economics and Business, VNU |
| 12. MSc. Dang Thi Minh Nguyet | Staff, Research and International Cooperation
Department
Deposit Insurance of Vietnam |

- | | |
|-----------------------------|---|
| 13. Nguyen Thanh Thanh | Staff, Research and International Cooperation
Department
Deposit Insurance of Vietnam |
| 14. Dao Thuy Linh | Staff, Research and International Cooperation
Department
Deposit Insurance of Vietnam |
| 15. MSc. Pham Duy Khanh | Staff, Faculty of Finance and Banking
University of Economics and Business, VNU |
| 16. MSc. Nguyen Hong Minh | Lecturer, Faculty of Finance and Banking
University of Economics and Business, VNU |
| 17. MSc. Pham The Thanh | Lecturer, Faculty of Finance and Banking
University of Economics and Business, VNU |
| 18. MSc. Dinh Thi Quynh Anh | Lecturer, Faculty of Finance and Banking
University of Economics and Business, VNU |

BAN TỔ CHỨC HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC TẾ
“BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH – THỰC TIỄN VÀ ĐỀ XUẤT
CHÍNH SÁCH ĐỐI VỚI VIỆT NAM”

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. PGS. TS. Nguyễn Anh Thu | Phó Hiệu trưởng
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 2. TS. Đinh Thị Thanh Vân | Phó trưởng khoa phụ trách, khoa Tài chính –
Ngân hàng
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 3. ThS. Phan Thị Thanh Bình | Phó Tổng giám đốc
Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam |
| 4. ThS. Nguyễn Mai Thanh | Trưởng phòng Nghiên cứu tổng hợp và Hợp tác
quốc tế
Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam |
| 5. ThS. Nguyễn Thị Việt Hà | Phó Trưởng phòng Nghiên cứu tổng hợp và
Hợp tác quốc tế
Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam |
| 6. ThS. Lưu Thị Mai Anh | Trưởng phòng Tạp chí xuất bản
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 7. ThS. Nguyễn Thị Thư | Trưởng phòng Truyền thông và Quản trị
thương hiệu
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 8. Bùi Thị Dung | Cán bộ phòng Truyền thông và Quản trị
thương hiệu
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 9. ThS. Nguyễn Đức Lâm | Phó trưởng phòng phụ trách, phòng NCKH &
HTPT
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 10. ThS. Nguyễn Thị Nguyệt Nương | Phó trưởng phòng NCKH & HTPT
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 11. Hà Thị Minh Thu | Chuyên viên phòng NCKH & HTPT
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 12. ThS. Đặng Thị Minh Nguyệt | Cán bộ phòng Nghiên cứu tổng hợp và Hợp tác
quốc tế
Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam |

- | | |
|-----------------------------|---|
| 13. Nguyễn Thanh Thanh | Cán bộ phòng Nghiên cứu tổng hợp và Hợp tác quốc tế
Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam |
| 14. Đào Thùy Linh | Cán bộ phòng Nghiên cứu tổng hợp và Hợp tác quốc tế
Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam |
| 15. ThS. Phạm Duy Khánh | Chuyên viên Khoa Tài chính – Ngân hàng
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 16. ThS. Nguyễn Hồng Minh | Giảng viên Khoa Tài chính – Ngân hàng
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 17. ThS. Phạm Thế Thành | Giảng viên Khoa Tài chính – Ngân hàng
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |
| 18. ThS. Đinh Thị Quỳnh Anh | Giảng viên Khoa Tài chính – Ngân hàng
Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN |

AGENDA

08:00-08:30	Registration
08:30-08:40	Welcome Remarks <i>Assoc. Prof. Nguyen Anh Thu, Vice Rector, VNU University of Economics and Business</i> <i>Ms. Phan Thi Thanh Binh, Deputy General Director, Deposit Insurance of Vietnam</i>
08:40-09:05	Korea's experience in building the Financial Consumer Protection Act <i>Prof. Man Cho, Chairman, International Academy of Financial Consumers</i>
09:05-09:30	Challenges in implementing consumer protection regulations in the Banking Industry – Risk Adequacy and Practical Feasibility <i>Prof. Dr. Andreas Stoffers, SDI Munich, International University of Applied Science</i>
09:30-09:55	A snapshot of digital financial consumer protection in Vietnam and other countries <i>Dr. Dinh Thi Thanh Van, Associate Dean, Faculty of Finance and Banking, VNU-University of Economics and Business, Founder, Vietnam Financial Literacy Network</i>
09:55-10:20	How the finances of Sparkasse Assen customers are protected – a practical report from the bank's perspective <i>Mr. Klaus Remmer, Sparkasse Essen, Germany</i>
10:20-10:55	Discussion (Q&A): - Prof. Man Cho, Chair, International Academy of Financial Consumers - Prof. Dr. Andreas Stoffers, SDI Munich, International University of Applied Science - Dr. Dinh Thi Thanh Van, Associate Dean, Faculty of Finance and Banking, VNU-University of Economics and Business, Founder, Vietnam Financial Literacy Network - Mr. Klaus Remmer, Sparkasse Essen, Germany Moderator: <i>Ms. Phan Thi Thanh Binh, Deputy General Director, Deposit Insurance of Vietnam</i>
10:55-11:00	Closing Remarks

CHƯƠNG TRÌNH

08:00-08:30	Đăng ký đại biểu
08:30-08:40	Khai mạc <i>PGS. TS. Nguyễn Anh Thu, Phó Hiệu trưởng, Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN.</i> <i>Bà Phan Thị Thanh Bình, Phó Tổng giám đốc, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam</i>
08:40-09:05	Kinh nghiệm xây dựng Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Hàn Quốc <i>GS. Man Cho, Chủ tịch Học viện quốc tế Người tiêu dùng tài chính</i>
09:05-09:30	Những thách thức trong việc thực thi các quy định về bảo vệ người tiêu dùng trong ngành Ngân hàng – Mức độ rủi ro và tính khả thi <i>GS. TS. Andreas Stoffers, SDI Munich, Trường đại học quốc tế về Khoa học ứng dụng</i>
09:30-09:55	Bức tranh tổng thể về bảo vệ người tiêu dùng kỹ thuật số tại Việt Nam và một số quốc gia khác <i>TS. Đinh Thị Thanh Vân, Phó Trưởng khoa phụ trách Khoa Tài chính – Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN, Founder, Mạng lưới Tài chính cá nhân Việt Nam</i>
09:55-10:20	Khách hàng của Sparkasse Essen được bảo vệ tài chính như thế nào – báo cáo thực tiễn dưới góc độ ngân hàng <i>Ông Klaus Remmer, Ngân hàng Sparkasse Essen, Đức</i>
10:20-10:55	Phiên thảo luận (Hỏi đáp): - GS. Man Cho, Chủ tịch Học viện quốc tế Người tiêu dùng tài chính - GS. TS. Andreas Stoffers, Trường đại học quốc tế về Khoa học ứng dụng Munich, Đức - TS. Đinh Thị Thanh Vân, Phó Trưởng khoa phụ trách Khoa Tài chính – Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN, Founder, Mạng lưới Tài chính cá nhân Việt Nam - Ông Klaus Remmer, Ngân hàng Sparkasse Essen, Đức Điều hành phiên thảo luận: <i>Bà Phan Thị Thanh Bình, Phó Tổng giám đốc, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam</i>
10:55-11:00	Tổng kết, bế mạc

SPEAKERS AND MODERATOR BIGRAPHY



Prof. Man Cho, Chairman, International Academy of Financial Consumers

Man Cho is a full professor at KDI School of Public Policy and Management in Korea, and is currently serving as Chairman of International Academy of Financial Consumers, an international academic association with over 100 members from more than 20 countries. His teaching and research areas include FinTech, credit risk management, real estate finance, and urban and regional economics. Before joining KDI School in May 2007, he worked for Fannie Mae, one of the major MBS (Mortgage Backed Security) issuers in the U.S., in which he involved with various R&D projects such as mortgage and MBS pricing, collateral (property) assessment, and mortgage default and prepayment modeling and also served several managerial positions. Prior to Fannie Mae, he worked for the World Bank as a long-term consultant (1991~92), and taught at the Johns Hopkins University as an adjunct professor (2004~07). He holds a Ph.D degree in Applied Economics and Managerial Science from the Wharton School of the University of Pennsylvania in 1991.



Dr. Dinh Thi Thanh Van, Associate Dean, Faculty of Finance and Banking, VNU – University of Economics and Business, Founder, Vietnam Financial Literacy Network

Dr. Van is the Associate Dean, Faculty of Finance and Banking, VNU – University of Economics and Business, Founder, Vietnam Financial Literacy Network. Dr. Van is also a Fulbright scholar at University of California, Berkeley (2013 -2014). She is working as a lecturer, researcher and financial analyst for more than 15 years. Her main research interests include personal finance, financial inclusion, digital finance and fintech. Beside working at the university, she is teaching

financial literacy courses for K12 students, college students and rural women, disabilities and other minority groups in Vietnam and US. She is also the Editor of several financial education books such as Finance for Kids, Personal Finance for Women, Financial Management Manual for Students, and the co-author of Boardgame Financial Competition.



**Prof. Dr. Andreas Stoffers, SDI Munich, International
University of Applied Sciences**

Prof. Dr. Andreas Stoffers studied political science and economics with a focus on International Relations and completed his PhD on German – Thai relations. Andreas has many years of practical management experience in the areas of sales organization, sales management, leadership of strategic projects and business development in Germany and Southeast Asia. As a long-time member of Deutsche Bank AG Vietnam Executive Board, he was responsible for successful market intelligence and opening up of new markets. Since 2014, Andreas is Professor of International Management at the International University/SDI Munich. Moreover, he is Visiting Professor at University of Malaya in Kuala Lumpur Malaysia and at Vietnamese-German University VGU in HCMC. In December 2019, Andreas became director of Friedrich-Naumann-Foundation Vietnam FNF in Hanoi.



Mr. Klaus Remmer, Sparkasse Essen, Germany

Klaus Remmer is a qualified banker with a complementary degree in business administration. For the last 15 years of his professional life, he was managing director of a subsidiary of Sparkasse

Essen with up to 100 employees. Since 1997, in addition to his job, he has been a consultant for financial institutions in developing and emerging countries, focusing on strategy and organization. Since the beginning of 2020 he is retired and uses the gained time for an even more intensive support of partners; especially in South and Southeast Asia.



Ms. Phan Thi Thanh Binh, Deputy General Director, Deposit Insurance of Vietnam

Ms. Phan Thi Thanh Binh is the Deputy General Director of the Deposit Insurance of Vietnam (DIV). She is responsible for the DIV's research activities regarding deposit insurance policy, international cooperation and training. With more than 20 years experience in deposit insurance and banking, Ms. Binh has made substantial contributions to the building of several legal documents on deposit insurance, especially the Law on Deposit Insurance in 2012. Ms. Binh also acts as the coordinator of DIV's international cooperation projects and is entrusted with the management of many international projects funded by the World Bank, the Asian Development Bank...Ms. Binh has several publications on deposit insurance, banking and corporate governance. She holds an MBA degree and bachelor degree in international economics.

GIỚI THIỆU VỀ CÁC DIỄN GIẢ TRÌNH BÀY VÀ BÌNH LUẬN CHÍNH



Giáo sư Man Cho, Chủ tịch Học viện quốc tế Người tiêu dùng tài chính

Ông Man Cho là giáo sư chính thức tại Trường Quản lý và Chính sách Công KDI ở Hàn Quốc, và hiện đang giữ chức Chủ tịch Học viện quốc tế Người tiêu dùng Tài chính, một hiệp hội học thuật quốc tế với hơn 100 thành viên đến từ hơn 20 quốc gia. Các lĩnh vực giảng dạy và nghiên cứu của ông bao gồm FinTech, quản lý rủi ro tín dụng, tài chính bất động sản và kinh tế đô thị và khu vực. Trước khi gia nhập Trường KDI vào tháng 5 năm 2007, ông đã làm việc cho Fannie Mae, một trong những tổ chức phát hành MBS (Mortgage Backed Security) lớn ở Mỹ, khi đó ông đã tham gia vào nhiều dự án R&D khác nhau như thế chấp và định giá MBS, đánh giá tài sản bảo đảm, và mô hình trả trước và vỡ nợ thế chấp, đồng thời cũng giữ một số vị trí quản lý. Trước Fannie Mae, ông làm việc tại Ngân hàng Thế giới với tư cách là cố vấn dài hạn (1991 ~ 92), và giảng dạy tại Đại học Johns Hopkins với tư cách là giáo sư trợ giảng (2004 ~ 07). Ông có bằng Tiến sĩ về Kinh tế Ứng dụng và Khoa học Quản lý tại Trường Wharton thuộc Đại học Pennsylvania năm 1991.



TS. Đinh Thị Thanh Vân, Phó Trưởng khoa phụ trách Khoa Tài chính – Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế, ĐHQGHN, Founder, Mạng lưới Tài chính cá nhân Việt Nam

TS. Đinh Thị Thanh Vân là Phó Trưởng khoa phụ trách Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường ĐH Kinh tế, ĐHQGHN. Bà Vân cũng là Sáng lập, Mạng lưới Tài chính cá nhân Việt Nam. Bà Vân cũng là học giả Fulbrighter, nghiên cứu sau tiến sĩ tại Trường ĐH tổng hợp California, Berkeley, Mỹ (2013-2014). Bà Vân có hơn 15 năm nghiên cứu và giảng dạy trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Chủ đề nghiên cứu chủ yếu của bà Vân bao gồm tài chính cá nhân, phổ cập tài chính, tài chính số và fintech. Ngoài việc nghiên cứu và giảng dạy, bà Vân cũng tham gia giảng dạy về tài chính cho học sinh phổ thông, cho phụ nữ nông thôn, người khiếm thính... ở Việt Nam và Mỹ. Bà là Chủ biên tập

san Tài chính học trò, Tài chính gia đình, Cẩm nang quản lý tài chính cho sinh viên, Sổ tay Quản lý tài chính cho phụ nữ và nhiều ấn phẩm khác về giáo dục tài chính.



Giáo sư, Tiến sĩ Andreas Stoffers, SDI Munich, Trường đại học quốc tế về Khoa học ứng dụng

Giáo sư Tiến sĩ Andreas Stoffers nghiên cứu khoa học chính trị và kinh tế tập trung vào Quan hệ quốc tế và hoàn thành bằng Tiến sĩ về quan hệ Đức - Thái. Andreas có nhiều năm kinh nghiệm quản lý thực tế trong các lĩnh vực tổ chức bán hàng, quản lý bán hàng, lãnh đạo các dự án chiến lược và phát triển kinh doanh tại Đức và Đông Nam Á. Là thành viên lâu năm của Ban điều hành Deutsche Bank AG Việt Nam, ông chịu trách nhiệm về thành công trong việc tìm hiểu thị trường và mở ra các thị trường mới. Từ năm 2014, Andreas là Giáo sư Quản lý Quốc tế tại Đại học Quốc tế / SDI Munich. Ngoài ra, ông còn là Giáo sư thỉnh giảng tại Đại học Malaya ở Kuala Lumpur Malaysia và tại Đại học Việt Đức VGU tại TP.HCM. Vào tháng 12 năm 2019, Andreas trở thành giám đốc FNF Friedrich-Naumann-Foundation Vietnam tại Hà Nội.



Ông Klaus Remmer, Ngân hàng Sparkasse Essen, Đức

Ông Klaus Remmer là một chuyên gia ngân hàng nhiều kinh nghiệm với bằng cấp về quản trị kinh doanh. Trong 15 năm qua, ông là giám đốc điều hành của một công ty con của Sparkasse Essen với gần 100 nhân viên. Từ năm 1997, ngoài công việc của mình, ông còn là nhà tư vấn cho các tổ chức tài chính ở các nước đang phát triển và mới nổi, tập trung vào chiến lược và tổ chức. Kể từ đầu

năm 2020, ông nghỉ hưu và sử dụng thời gian có được để hỗ trợ các đối tác chuyên sâu hơn nữa; đặc biệt là ở Nam và Đông Nam Á.



**Bà Phan Thị Thanh Bình, Phó Tổng giám đốc
Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam**

Bà Phan Thị Thanh Bình hiện là Phó Tổng giám đốc Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam, bà chịu trách nhiệm nghiên cứu, đề xuất các vấn đề liên quan đến chính sách bảo hiểm tiền gửi và hoạt động hợp tác quốc tế và đào tạo của tổ chức. Với hơn 20 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực bảo hiểm tiền gửi và ngân hàng, bà đã tham gia xây dựng và soạn thảo các văn bản pháp lý về bảo hiểm tiền gửi đặc biệt là Luật Bảo hiểm tiền gửi năm 2012. Bà là đầu mối điều phối các chương trình hợp tác quốc tế của Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam và có nhiều kinh nghiệm trong quản lý các dự án quốc tế do các tổ chức quốc tế tài trợ như Ngân hàng Thế giới, Ngân hàng Phát triển Châu Á... Bà Bình đã tham gia xuất bản nhiều ấn phẩm về ngân hàng, bảo hiểm tiền gửi và quản trị công ty trong ngân hàng. Bà có bằng Thạc sỹ quản trị kinh doanh và Cử nhân kinh tế quốc tế.

TABLE OF CONTENTS

MỤC LỤC

PART 1: ENGLISH PAPERS/ PHẦN I: CÁC BÀI VIẾT TIẾNG ANH

1. DETERMINANTS AFFECTING DIGITAL FINANCIAL CONSUMER PROTECTION: EVIDENCE FROM 135 COUNTRIES IN THE WORLD FROM 2014 TO 2018

Dinh Thi Thanh Van, PhD. - University of Economics and Business – Vietnam National University, Dao Le Van - Fulbright University, Pham Hien Dung - University of Economics and Business – Vietnam National University 1

2. FINANCIAL CONSUMER PROTECTION IN FINANCIAL INSTITUTIONS: THE CASE OF BANKING SECTOR IN VIETNAM

Phung Thi Thu Huong, Msc., Trinh Thi Phan Lan, PhD. - University of Economics and Business – Vietnam National University 26

3. FINANCIAL CONSUMER PROTECTION LEGISLATION – APPROACHES AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

Lan Phuong To, PhD. - University of Economics and Business – Vietnam National University 42

4. REGULATORY FRAMEWORK ON CONSUMER PROTECTION FOR FINANCIAL INCLUSION IN VIETNAM

Thi Phuong Thao Le, MPP. - University of Economics and Business – Vietnam National University 53

5. CLIENT PROTECTION IN MICROFINANCE: INTERNATIONAL EXPERIENCES AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM

Hoang Thi Minh Chau, Ph.D. Hoang Bao Ngoc, Msc. - Trade Union University, Hanoi, Vietnam 66

6. FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL CONSUMER PROTECTION- A LITERATURE REVIEW AND SOME RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

Nguyen Dang Tue, PhD. - School of Economics and Management, Hanoi University of Science and Technology..... 77

7. PERSONAL FINANCE TRAINING FOR STUDENTS TO AVOID LOAN SHARK TRAPS

Khuc The Anh, PhD. - National Economics University, Le Dong Duy Trung, PhD. - Vietcombank 89

8. RETAIL INVESTORS' TRADING BEHAVIORS AND DETERMINANTS: EVIDENCE FROM THE VIETNAM STOCK MARKET

Nguyen Thị Nhung, PhD., Tran Thi Van Anh, PhD. - University of Economics and Business – Vietnam National University 99

9. EFFECT OF MARKET SENTIMENT ON STOCK RETURNS

Lan Phuong To, PhD., Cao Thi Thuy Trang - University of Economics and Business – Vietnam National University..... 119

PART 2: VIETNAMESE PAPERS/ PHẦN II: CÁC BÀI VIẾT TIẾNG VIỆT

10. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH - TỪ GÓC ĐỘ CỦA TỔ CHỨC BẢO HIỂM TIỀN GỬI

ThS Phan Thị Thanh Bình, Đào Thùy Linh - Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam 146

11. BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI GỬI TIỀN TẠI TỔ CHỨC TÍN DỤNG THEO PHÁP LUẬT BẢO HIỂM TIỀN GỬI Ở VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI

TS. Phạm Thị Thuý Liễu, TS. Hồ Thị Hải - Trường Đại học Vinh..... 158

12. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH – MỘT SỐ THÔNG LỆ QUỐC TẾ VÀ LIÊN HỆ THỰC TIỄN VIỆT NAM

PGS.TS. Nguyễn Đắc Hưng - Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên..... 168

13. KHUNG PHÁP LÝ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH: KINH NGHIỆM TỪ NHẬT BẢN VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

ThS Đinh Thị Quỳnh Anh, TS. Trịnh Thị Phan Lan - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội, Phạm Thị Ngọc Trang - University of Marketing and Distribution Sciences 178

14. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM - NHÌN NHẬN TỪ KHUÔN KHỔ PHÁP LÝ

ThS Tiêu Thị Thanh Hoa, ThS Nguyễn Thị Tường Tâm - Trường Đại học Ngân hàng TPHCM .. 190

15. VẬN DỤNG KINH NGHIỆM QUỐC TẾ TRONG XÂY DỰNG KHUNG KHỔ PHÁP LÝ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TẠI VIỆT NAM

ThS Đặng Chí Thọ - TUU of Vietnam 200

16. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM CẦN ĐƯỢC BẮT ĐẦU TỪ GIÁO DỤC HIỂU BIẾT TÀI CHÍNH

ThS Đặng Chí Thọ - TUU of Vietnam, ThS Bùi Khắc Tuấn - NFSC of Vietnam 211

17. PHÂN BIỆT CÁC LOẠI TIỀN TRONG KỶ NGUYÊN KỸ THUẬT SỐ

PGS.TS Nguyễn Văn Hiệu - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội 221

18. THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH PHI TẬP TRUNG VÀ NHỮNG RỦI RO ĐỐI VỚI NGƯỜI THAM GIA

TS. Lê Hồng Hạnh - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội 227

19. QUẢN LÝ TIỀN ẢO: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

Cao Thị Thùy Trang, ThS Nguyễn Khánh Tín, Lưu Khánh Linh - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội 237

20. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN KỸ THUẬT SỐ - KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM

Phạm Xuân Hùng - Trưởng ban, Ban Nghiên cứu và Điều phối chính sách giám sát, Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia..... 254

21. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN KỸ THUẬT SỐ - PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN HIỆU QUẢ ĐỐI VỚI CÁC NHÀ HOẠCH ĐỊNH CHÍNH SÁCH VÀ CƠ QUAN GIÁM SÁT

TS. Nguyễn Thị Kim Phụng - Đại học Ngân hàng TP.HCM..... 262

22. XÂY DỰNG BỘ QUY TẮC HOẠT ĐỘNG VÀ CAM KẾT TỰ NGUYỆN VỀ BẢO NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI VIỆT NAM

ThS Vũ Thị Mai Hương, TS. Đỗ Thị Bích Hồng – Viện chiến lược Ngân hàng..... 270

23. FINTECH, CÁC ẢNH HƯỞNG TỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP PHÙ HỢP NHẪM TĂNG CƯỜNG BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM

Nguyễn Thị Trang - Đại Học Kinh Tế - Đại học Quốc Gia Hà Nội..... 279

24. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI VAY TÍN DỤNG TIÊU DÙNG:NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Huỳnh Nguyễn Anh Huy - Ngân hàng Kiên Long, ThS Trần Thùy Nhung - Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh..... 290

25. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG LĨNH VỰC TÍN DỤNG TIÊU DÙNG – THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS Đặng Thị Bích Liên - Trường Đại học Hải Phòng..... 305

26. “TÍN DỤNG ĐEN”- THỰC TRẠNG TỒN TẠI & NHỮNG GIẢI PHÁP CẤP BÁCH ĐƯỢC VIỆT NAM ÁP DỤNG HIỆN NAY

ThS Lê Thị Thu Hà - Đại học Hải Phòng..... 314

27. TĂNG CƯỜNG GIÁM SÁT NHẪM BẢO VỆ NHÀ ĐẦU TƯ TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

TS. Thái Quỳnh Mai Dung - Trưởng ban Đối ngoại, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam..... 323

28. HOẠT ĐỘNG BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG LĨNH VỰC CHỨNG KHOÁN Ở VIỆT NAM – THỰC TIỄN VÀ ĐỀ XUẤT CHÍNH SÁCH

ThS Nguyễn Phương Thảo - Học viện ngân hàng..... 333

29. BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH CAO TUỔI THÔNG QUA GIÁO DỤC TÀI CHÍNH CÁ NHÂN, KINH NGHIỆM CỦA HOA KỲ VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

ThS Hứa Phương Linh - Trường đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội, TS.Nguyễn Đăng Tuệ - Viện Kinh tế và Quản lý, Trường đại học Bách khoa Hà Nội..... 348

DETERMINANTS AFFECTING DIGITAL FINANCIAL CONSUMER PROTECTION: EVIDENCE FROM 135 COUNTRIES IN THE WORLD FROM 2014 TO 2018

Dinh Thi Thanh Van, PhD.¹ - University of Economics and Business – Vietnam National University, Dao Le Van² - Fulbright University, Pham Hien Dung³ - University of Economics and Business – Vietnam National University

Abstract

Asymmetric information in financial digital markets is increasingly becoming a serious problem in the digital era. Consumers of digital finance suffer from asymmetric information compared to financial agents due to the complexity of services and their passive position in collecting, analyzing and processing information. The study offers measures to improve the practice of digital financial consumer protection (**DFCP**) through quantitative analysis using a sample of 135 countries for the period 2014-2018. DFCP is measured through 8 dimensions, including Access, Product safety and liability, Economic interests, Privacy and data security, Information and transparency, Education and awareness, Dispute resolution and redress, Governance and Participation provided the picture, overview of DFCP during the period 2014-2018. Four groups of factors have positive effects on increasing the protection of financial consumers, including education, institutional innovation, market size (openness), technology infrastructure. **Interestingly**, the result shows that innovation and economic openness factor over the world in the digital age is a huge opportunity, not a challenge, for increasing well-being of financial consumers. Thereby, governments need to adjust policies that focus on absorbing new technology, encourage innovation and the opening of the economy instead of controlling actions in order to protect their citizen. The study also shows evidence of gender discrimination in digital financial services.

Keywords: Digital Financial, Consumer Protection, Technology, Openness, Asymmetric information

JEL code: C81, D82, D18, D53, G14, Q55

¹ Corresponding author, gmail: dinhthanhvan@gmail.com

² Gmail: levandao96kt@gmail.com

³ Gmail: hiendungpham96@gmail.com

1. Introduction:

Asymmetric information is one of the market failures that requires certain interventions (regulations, laws, education programs, etc). Under the circumstances, several asymmetric-information-based debates occurring in (digital) financial markets were noticeably concerned (The Lifeblood of The Economy). Beginning in the 1970s, Rothschild & Stiglitz (1976) had indicated many drawbacks of supply chain organizations compared to their customers in risk appraisal. In financial markets, financial agents possessed less information about their customers' ability to repay, loan purpose and ability to manage loans in contrast to their customers. As a result, legal and policy instruments were essential in order to protect financial institutions from steered consumers such as credit score (or bond rating) caps, and maximum loan-to-value (LTV) and debt-to-income (DTI) ratios (Meza & Webb, 1987; Stiglitz & Weiss, 1981; Waller & Lewarne, 1994) as the underwriting criteria.

On the contrary, recent researches have exposed some concerns related to asymmetric information, which are closer to financial consumer rights, especially digital financial consumer rights. While the consumers are facing increasingly terminology documents (Burke & Fry, 2019) and difficulties in filtering appropriate information sources, firms welcome data as inputs in their business practices and have strong incentives to collect, use, store, or trade consumer data (Jin & Wagman, 2020). Corresponding with the development of the Big Data system, the banking process of reviewing customer records and monitoring customer behaviour is increasingly tight and simplified (Pérez-Martín, Pérez-Torregrosa, & Vaca, 2018). The weakness in communication between customers and financial agents is also demonstrated by (Gathergood, 2012; Lusardi & Mitchell, 2007; Lusardi & Tufano, 2015). For example, a financial consumer with poor pension planning (70% of responders do not understand how to create a personal financial goal) (NFEC, 2019), opting for unreasonable loans with high-interest rates and borrowing the amount of money above their ability to repay (Bunnell, Osei-Bryson, & Y.Yoon, 2021). The study by Gummi, Finke, Pizatella-Haswell, & Takagi (2019) identifies 6 key weaknesses of digital financial consumers, including: (1) Credit traps and over-indebtedness; (2) Unnecessary burden of credit that fails to meet consumer needs, due to misuse or poor usage of credit products; (3) Misinformed consumers due to lack of transparency; (4) Lack of timely access to required funds; (5) Consumer security and privacy breaches; (6) Fraud liability.

Moreover, the asymmetry is aggravated by the rapid development of science and technology which is leading to sophisticated and complexed financial services (Lumpkin, 2010) and the dominance of informal financial sources make information more unpredictable about its authenticity (Seibel, 2001). Economic openness also leads to risks of information transparency and nation/personal security (dynamic hacking) due to the hybrid link between different types of financial services as well as among countries. The complexity of digital financial services is an important reason to reduce consumer trust, according to a survey by James & Jenny (2016), only 5% of respondents choose online loan because financial consumers feel more secure with traditional lending. Black, Lockett, Ennew, Winklhofer, & Mckechnie (2002) and Davison, Watkins, & Wright (1989) also theoretically agree that the complexity of financial products shows inverse proportions

to consumer choices due to opportunity cost of time to learn products. According to World Bank (2014), only 11% of adults worldwide have legal financial loans (this statistic data drops to 9% for low-income countries, 8% for middle-income countries and 10% for upper-middle-income countries), and 27% for companies worldwide have limited access to finance.

The lack of digital financial consumer protection has serious consequences. First of all, there occurs a competitive threat of some new businesses, where consumers obtain a service free of charge and pay by their personal data in return, following with network effects and economies of scale leading to phenomenon “winner-takes-all” that impedes competition (OECD, 2016a; World Bank Group, 2015). Secondly, the term “fragile digital consumers” described in (Colangelo & Maggiolino, 2019) is becoming more and more common with the increasing severity of intra-urban ‘financial ecology’ (Cuesta-González, Paredes-Gazquez, Ruza, & Fernández-Olit, 2021). OECD (2017a) believes that vulnerable groups (the elderly, the poor-low-income, low-wealth, less creditworthy households) are at risk of being excluded from digital financial services. Thirdly, the lack of consumer protection leads to a decline in social trust, meanwhile, trust is an important factor influencing transaction costs and social costs Williamson (1979); OECD (2011a). Moreover, a market with a rise in expanding and competing contributes to restricting asymmetric information (Yaseen et al. 2020; Rothbard, 1977; Paul & Cox, 2009). Recent research by Jin & Wagman (2020) also emphasizes the relationship between the increasing information asymmetry and market power then turn the competitive market into an oligopoly. As a result, the relation between asymmetric information, DFCP and market competitiveness deserve careful consideration.

Although the documents promoting the protection of financial consumers (regulations, laws, practice) and qualitative research are increasing, quantitative ones are relatively limited. Many efforts have been conducted from developing universal regulations for the FCP (OECD, 2011b) to implementation guidelines (OECD, 2017a, 2018a, 2018b, 2018c) and (World Bank, 2017, 2018), exposing a trend in digital financial consumer protection in the digital era. Efforts to evaluate the situation of financial consumer protection in the digital age can be mentioned (Chen, 2018). Currently, with the best of our knowledge, there has been qualitative research that has successfully measured the digital financial consumer protection index in an international context. The most recent attempt to quantify digital financial consumer protection mentions (Federation of German Consumer Organization, 2017).

Therefore, in order to close this research gap, the study has the following major contributions: (1) Determining DFCP index at the level of 135 countries around the world in the period 2014-2018 based on secondary data. Subsequently, we provide an overview of DFCP index in the world. “Digital financial consumers” are individuals using financial service delivered through mobile phones, personal computers, the internet or cards linked to a reliable digital payment system (Durai & G, 2019); (2) Evaluating factors affecting DFCP and provide empirical evidence in the period 2014-2018 in 135 countries, especially, institutional innovation and economic openness. In other words, we focus on answering the question: *“Would financial consumers get benefit when the economy is more open and the digital innovation technology becomes more sophisticated?”*; (3)

Contributing a number of policy implications with an aim of DFCP Index improvement all over the world, especially in developing countries.

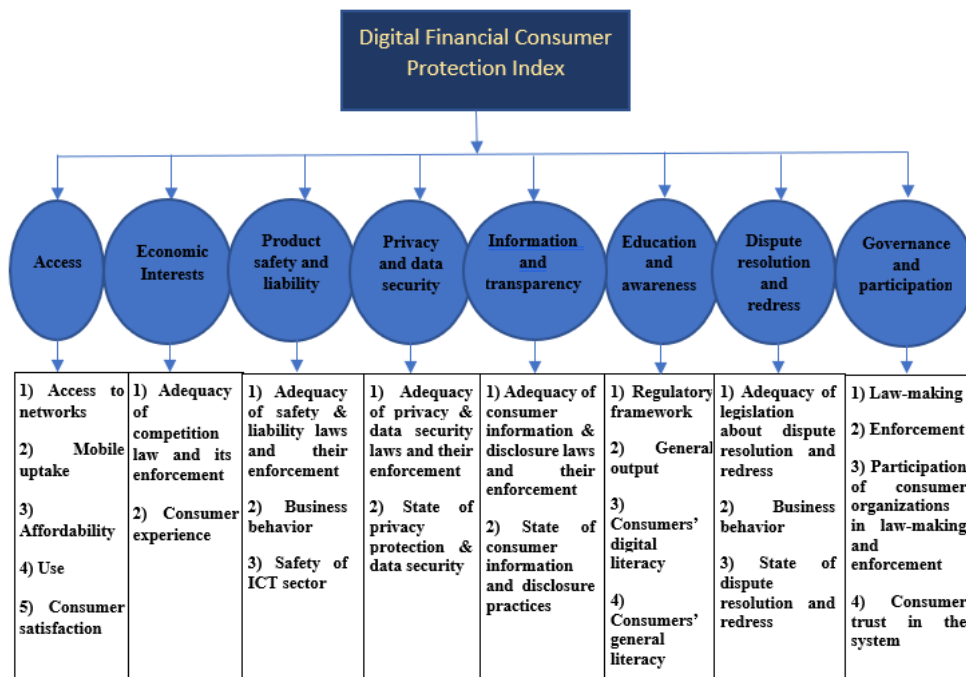
The study is presented as follows. Section 2 provides efforts to measure the current DFCP indicators and identify aspects influencing on DFCP. Section 3 describes the data used in the research model. Part 4 presents the results of the study. Section 5 presents the conclusion and suggestions for further policies.

2. Literature review:

Efforts to measure DFCP inclusion are commonly known as researches regarding interviewing experts in a certain extent (e.g. Chen, 2018) examine the overall structure of FCP policies; the financial literacy score developed by OECD (2016b); World Bank (2012) mention consumer complaint and resolution mechanism factors, etc.

Federation of German Consumer Organizations (2017) has made efforts to measure DFCF inclusion based on 8 dimensions including 25 criteria with appropriate data proposals to represent those criteria and aspects. Based on the studies of the research group combined with the analytical framework of the Federation of German Consumer Organization (2017), the research measures DFCP based on 8 dimensions with the following representative data (Table 2):

Figure 1. 8 Dimensions of DFCP Index and Its criteria



Source: (Federation of German Consumer Organisations, 2017) & Author's collection

Based on “Full Model of Financial Capability” (Bunnell et al., 2021), (1) financial skill lead to (2) financial behavior lead to (3) financial situation leads to (4) financial well-being, financial consumers' behaviors are influenced by their knowledge and social concerns (Education & society)

combined with environmental factors: technology infrastructure, institutional innovation, market size (flexibility, diversity in exchange), etc.

Hypothesis 1: Education & social concerns effect to DFCP

In the context of increasingly sophisticated commodities, education is an important factor influencing financial consumer protection (Lumpkin, 2010; Robert, 2013). OECD (2017b) emphasize the need for financial consumer protection and digital financial education framework towards the goal of effectively expanding and exploiting financial services in the future. Education, accordingly, restricts potential digital risks concurrently with upgrading the benefits of utilizing financial services. Polat & Abdulsalam (2014) also conclude that consumer enhancement of protection can be increased by three factors which are training, media and electronic means of communications. Research has been conducted within Saudi Arabia banks with data collected from 265 consumers, therefore, the result can reflect consumer perspectives.

Advanced DFCP can be relatively simple and convenient such as providing a basic guideline of usage and potential risk information for customers (Example: Google owns YouTube, Microsoft owns Skype, WhatsApp and Instagram belong to Facebook) or providing financial options for retirement planning. With sophisticated and complex financial issues, education helps form and reinforce skills of synthesis and analysis data, improving protective attitudes as well (eg: consumers' willingness to disclose data). In the previous research papers, the evidence of educational improvement to DFCP is relatively ample, such as to digital asset management (Litterscheidt & Streich, 2020); retirement planning; savings accounts; participation in financial markets; less prone to over-indebtedness; internet banking behavior (Andreou & Anyfantaki, 2020). Moreover, education also helps to prevent various potential risks because of enhancing corporate social responsibility (CRS) of firms or reducing costs to detect phishing, hacking attacks and unauthorised use of data.

Rösner, Haucap, & Heimeshoff (2020) utilize data from an overall sample of 179,724 respondents representing the 28 member states of the European Union between 2006 and 2014, concluded an increase of consumer trust by 11% after the implementation of the Unfair Commercial Practice Directive (UCPD). It regulates unfair business practices in the European Union, as part of European consumer law, based on the principle of minimum harmonization. The Directive provides fundamental knowledge so that consumers can defend themselves. Meanwhile, Xu (2019) indicates a positive correlation between social trust and financial inclusion: When trust increases by one standard deviation, financial inclusion index increases by almost 0.5.

Hypothesis 2: Technology infrastructure effect to DFCP

Digital financial consumer protection (DFCP) index is also influenced by technology infrastructure, for instance, Internet speed, spectrum Internet, Firm-level technology absorption, etc. World Bank (2018) show that Big Data can measure consumer needs, adjust and meet the diverse needs of financial customers in the digital era. Data conversion is also an important factor to protect consumer information. Other supporting researches confirmed the role of Information &

Communication Technologies (ICT) in dimensions of DFCP Index. Mishra & Bisht (2013) survey 50 poor citizens living in big cities in India point out that the development of technology equipment affects the majority of the population assessing in banking services. Mushtaq & Bruneau (2019) prove that the application of ICT in financial institutions would lead to the development of digital banks. Utilizing the secondary data collected from 54 countries, Sarma & Pais (2011) conclude that digital connection between consumers and banks had a positive effect on financial inclusion. In the regression result by Shamim (2007), the number of internet users significantly enhances financial depth.

Hypothesis 3: Institutional innovation improves DFCP

The impact of institutional innovation on DFCP has received two popular perspectives, while, some studies suggest that the increasing market power of financial agents through inventing new tools has been creating extremely monopolistic power (eg information processing technology with bigdata has easily discriminated consumers) (Jin & Wagman, 2020), others believe that institutional innovation is a significant factor for financial consumer protection in the digital age.

Our argument leans towards the second line of view. First of all, innovation promotes the process of improving the quality and characterization of the products, thus it restricts misappropriation, dynamics hacking and theft (Liu, 2015) as well as reducing transaction costs, synchronizing data, making work-based better for operators and consumers, maximizing the purchase decision, enhancing the customer experience, and saving their time. Marcia & Greta (2014) argue that the development of technology on online platforms enables consumers to increase transactional traffic. According to CGAP (2010), the new platform also enables to systematize financial consumer protection Index. This allows further research into contributing factors and solutions for financial consumer protection practices. World Bank (2012) exemplify effective enforcement of consumer protection, particularly in redress and resolution mechanisms. Pasiouras (2018) quantize the impact of financial consumer protection policies on financial intermediation costs and the influence gap in developing and developed nations is relatively significant. Mariani & Wamba (2020) convince that new big data-based technologies have contributed to creating convenience in digital financial transactions. Another interesting finding by Krafft et al. (2020) shows that with the rapid growth in customer demand (rasing environment and social concern), new business models will be established with a stronger link to their society such as firm-customer data exchange mechanism. An indirect consequence of enhancing innovation through economic growth, service diversification, quality enhancement, reducing transaction costs, available accessibility, etc. is to improve the quality of life of the underprivileged (Aghion & Howitt, 1992; Romer, 1990; Pakes & Griliches, 1980; Oya, Joyce, & Nataliya, 2011; Deaton, 2013)

Hypothesis 4: Market size (economic openness) improves DFCP

Market size is a noticeable sign reflecting the level of competitiveness. Meanwhile, financial innovation is greater in more competitive financial systems (Thakor, 2012). According to OECD (2009), competitiveness stimulates quality in financial services by reducing the anti-trust of banks know as “too big to fail” and asymmetric information issue (Jin & Wagman, 2020). Further

development from this perspective, OECD (2011) recommend that financial market should restrict the influence or support of the government, which reduces competitiveness and weakens the market. Yaseen et al. (2020) shows that the market liberalization reforms (in China) had a notable impact on the dynamics of the information environment facing investors in those capital markets. The market power theory address its own failure (including asymmetric information) and the mechanism to promote a sustainable growth have been discussed (see also Paul & Cox, 2009; Rothbard, 1977). Accordingly, the competitive pressure of the market requires firms (digital financial services) to build mutual trust with their customers through giving full and accurate information – *consumer-firm data exchange* (Krafft et al., 2020). This process can be sluggish but effective (Alkire & Ritchie, 2007). Consequently, market expansion **not only** has a direct impact on eight dimensions of DFCP index through competition **but also** is the main factor reducing asymmetric information. In that way, digital financial consumers can also enhance their self-protection capability.

Hypothesis 5: Gender discrimination in DFCP

Financial consumer protection should concern gender discrimination matter. Utilizing statistical data from the Consumer Federation of America (CFA) and Principal Component Analysis (PCA) model, Fishbein & Woodall (2006) indicate that women are much more likely to receive higher interest rates on subprime loans than men. A conflicting viewpoint by GAO (2018) review found limited evidence of gender price differences, except certain subprime loans. However, these comparisons do not take into account the effect on the differences in product brand, packaging, and other characteristics, which limits the generalizability of the results. Bucher-Koenen, Lusardi, Alessie, & van Rooij (2016) analyze survey responses from German, American, Dutch, indicating that the lack of financial knowledge is more common among women, particularly among young people when the rate of correctly answering all questions between men and women is 38% - 22%. Similar to this theoretical framework, Hsu (2015) runs a regression model from the results of the American survey, showing that financial decision-makers in the family are mainly men.

3. Research method

3.1. Data

Step 1: DFCP Index

To measure the DFCP Index, we base it on 8 dimensions [table 1]. The indicators below have been used experimentally by different sets of indicators, for example: Global Findex, Network Readiness Index (NRI), ITU Global Cybersecurity, GSMA Mobile Connectivity Index, etc. Data are used as panel data across 135 countries in the period 2014-2018. Details of the data and its source, variables used are described in the table below.

Table 2. 8 Dimensions of DFCP and its Proxy

Variable	Describe	Source
----------	----------	--------

Access	Percentage of respondents, ages 15-60+, have an account at a bank/others financial type	Global Findex database (http://datatopics.worldbank.org/financialinclusion/)
Economic interests	1. The Network Readiness Index (NRI) 2. Getting credit: Which represents the highest performance observed on the getting credit indicator across all economies included in (0-100).	https://networkreadinessindex.org/#highlight World Bank, Doing Business (http://www.doingbusiness.org/).
Product safety and liability	It is a trusted reference that measures the commitment of countries to cybersecurity at a global level	ITU Global Cybersecurity Index
Privacy and data security	Dummy variable – Personal Data Protection Policy takes place <i>note: PCA cannot aggregate Index using dummy variable, so we do not apply in our actual calculation. However, this is an important aspect to consider in further studies.</i>	https://unctad.org/en/Pages/DTL/STI_and_ICTs/ICT4D-Legislation/eCom-Data-Protection-Laws.aspx
Information and transparency	Disclosure index (0-5). The sum of a variety of existing disclosure requirements. We follow Global Survey on Consumer Protection and Financial Literacy (WB).	World Bank, Global Survey on Consumer Protection and Financial Literacy.
Education and awareness	Adult literacy (25%); School life expectancy (25%); Mean years of schooling (25%); Tertiary enrollment (25%)	GSMA Mobile Connectivity Index
Dispute resolution and redress	Dispute resolution index (0-0.5-1). We follow Global Survey on Consumer Protection and Financial Literacy (WB). (= 1) if both resolution mechanisms are available, (= 0.5) if one of the mechanisms is available, (=0) if neither of the mechanisms is available.	World Bank, Global Survey on Consumer Protection and Financial Literacy.

Participation	Generic Top-Level Domains (gTLDs) and Country Code Top-Level Domains (ccTLD) per person (20%); Online Service Index score for E-Government (20%); Mobile social media penetration (30%); Mobile apps developed per person (30%)	GSMA Connectivity Index	Mobile

Step 2: Evaluate the impact of factors on the DFCP index.

We consider four important factors that influence the DFCP index, including: (1) Education and Social Concern for the development of society (**Education & Society**); (2) Infrastructure - the availability of technology in the digital era (**Technology Infrastructure**); (3) Expansion of the market - competitive pressure of the economy (**Market size**); (4) Institution towards innovation (**Institutional Innovation**). These data are collected from the Global Competitive Index.

In terms of (1) Education & Society, the indicators include the following aspects: Level of primary education, Number of education enrollment (primary level), Government efficiency, Business impact of malaria/Tuberculosis/HIV-AIDS. (2) Technology Infrastructure includes the following aspects: Level of latest technologies, Firm-level technology absorption, FDI and technology transfer, Internet using, Fixed broadband Internet subscriptions. (3) Market size includes the following aspects: GDP, Exports as a percentage of GDP, Domestic market size index, Foreign market size index. (4) Institutional Innovation Index includes the following aspects: capacity for innovation, Quality of scientific research institutions, Company spending on R&D, University-industry collaboration in R&D, Gov't procurement of advanced tech products, Availability of scientists and engineers. Besides, the research model also controls the variable Gender gap in social media collected from the Mobile Connectivity index.

Table 3. Describe Data

		DFCP index	Education & society	Infrastructure- technology	Institution- Innovation	Market size	Gender Gap
2014	Min	-3.4545	2.5826	2.0274	2.1216	1.5495	0.0000
	Max	2.6112	6.8212	6.2182	5.7865	6.9359	100.0000
	Mean	-0.2300	5.4002	3.8782	3.3967	3.8360	70.4491
	SD	1.5300	0.9504	1.1413	0.8472	1.1456	30.6450
2015	Min	-3.3840	2.7163	2.0670	2.1056	1.7444	0.0000
	Max	2.6696	6.8865	6.3649	5.7828	6.9351	100.0000

	Mean	-0.1363	5.4690	3.9440	3.4450	3.8998	70.4491
	SD	1.5197	0.9554	1.2029	0.8580	1.1049	30.6450
2016	Min	-3.2898	2.8611	2.0543	2.2261	1.6688	0.0000
	Max	2.7881	6.8683	6.4192	5.7643	6.9778	100.0000
	Mean	-0.0234	5.4954	4.0500	3.5051	3.9804	70.4491
	SD	1.5072	0.8962	1.2219	0.8512	1.1251	30.6450
	Min	-3.1948	2.8451	1.9348	2.1567	1.6904	0.0000
2017	Max	2.8900	6.8915	6.4133	5.8024	7.0000	100.0000
	Mean	0.0917	5.5489	4.1518	3.5474	3.9296	73.0514
	SD	1.4834	0.8689	1.2274	0.8476	1.1408	28.2985
	Min	-2.9698	2.9672	1.9636	2.0782	1.5477	0.0000
2018	Max	2.9395	6.8962	6.4567	5.8212	7.0000	100.0000
	Mean	0.2981	5.5967	4.2761	3.5669	3.9964	73.4567
	SD	1.4963	0.8605	1.2500	0.8559	1.1227	28.0717
	Min	-2.9698	2.9672	1.9636	2.0782	1.5477	0.0000

Source: Author's calculation

3.2. Research model

Determining the factors affecting DFCP index is used based on the model:

$$DFCPI_{nt} = \alpha + \sum_{h=1}^4 \beta_h \cdot X_{nht} + \gamma \cdot Z_{nt} + e_{nt} + \theta_t$$

Here, DFCPI is deemed as DFCP index measured through Principal Components Analysis (PCA) method. According to OECD (2018d), PCA can summarise a set of individual indicators while preserving the maximum possible proportion of the total variation in the original data set. Largest factor loadings are assigned to the individual indicators that have the largest variation across countries, a desirable property for cross-country comparisons, as individual indicators that are similar across countries are of little interest and cannot possibly explain differences in performance. Sasan et al. (2013) added that PCA's key advantages are: (i) The alleviation of capacity requirements; (ii) Increased efficiency in a smaller aspects; (iii) Low noise sensitivity. The DFCP index is synthesized through 8 dimensions according to [Table 1]. N is 135 countries with t = 5 (2014-2018) in the sample. Other variables and their coefficients are shown in the Table [2].

Table 4. The variables in the model and its expectation

Symbol	Proxy variable	Expectation
Education & Society (X ₁)	Educational attainment and social interest.	$\beta_1 > 0$
Infrastructure – Technology (X ₂)	Represents infrastructure related to technology readiness.	$\beta_2 > 0$
Market Size (X ₃)	Market expansion and market size reflect the competitiveness of the economy.	$\beta_3 > 0$
Institution – Innovation (X ₄)	Institutions towards motivating innovations	$\beta_4 > 0$
Gender gap – Control variable (Z)	Digital financial consumer protection with gender discrimination taking place [see (Fishbein & Woodall, 2006; GAO, 2018; Hsu, 2015)]	γ
e	Error term	
θ	Latent variable	

To solve latent variables, we use the fixed - and random effect model. In particular, the study prioritizes the use of the fixed-effect model due to its advantages. Some robust and sensitive check are proceeded such as Hausman test (see Greene, 2008) described in the appendix.

We implement robust standard error via the method of Arellano (1987) for fixed-effect model and the estimator HC3 were suggested by MacKinnon & White (1985) to improve the performance in our samples (135 counties from 2014-2018 as a small sample). The suitability of this model is concluded by Long & Ervin (2000) that HC3 provides the best performance in small samples, as it gives less weight to influential observations.

4. Study results:

4.1. Digital Financial Consumer Protection Index synthesis

We use PCA model (principal component analysis) based on 8 dimensions illustrated in table [1]. The detailed results are presented in the following table.

Table 5. The proportion of variance and cumulative proportion of 8 dimensions

	PC1	PC2	PC3	PC4	PC5	PC6	PC7	PC8
Standard deviation	2.2939	2.2939	0.8224	0.8224	0.6022	0.6022	0.3798	0.3067
Proportion of Variance	0.6577	0.1069	0.0845	0.0518	0.0453	0.0239	0.0180	0.0118
Cumulative Proportion	0.6577	0.7647	0.8492	0.9010	0.9464	0.9702	0.9883	1.0000

Source: Author's calculation

Note: The result is done after controlling the scale of each dimension.

The analysis results show that 2 determinants PC1 and PC2 contribute to 75% of the total variation and all determinants (except PC2) contribute in the same direction as PC1.

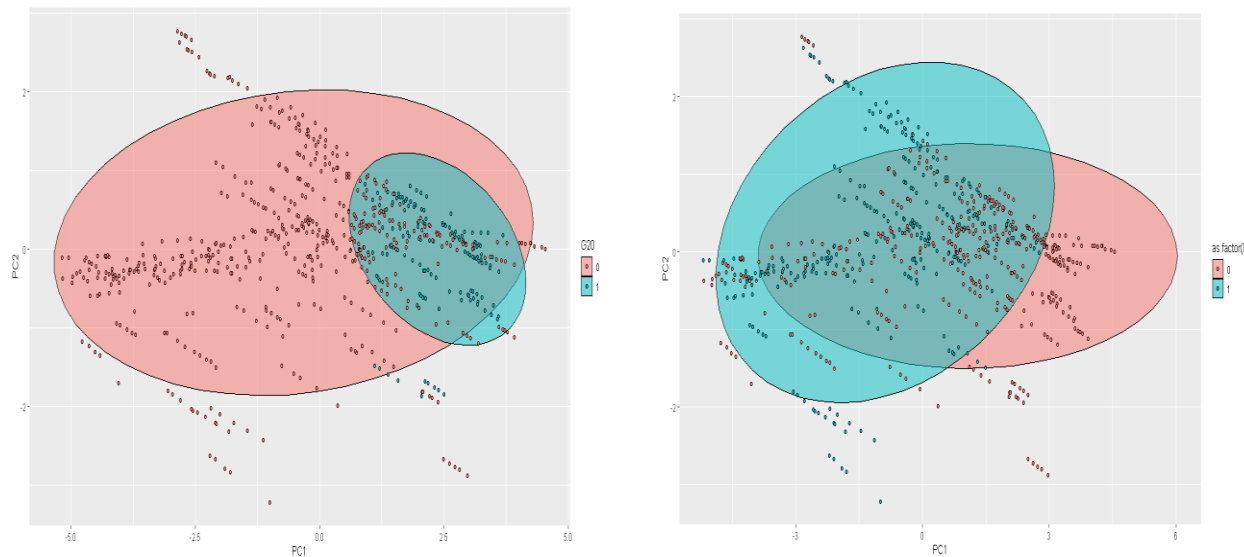
We perform the computation of the aggregated DFCP through the multiplication of each component and proportion of variance. The formula is shown below

$$\mathbf{DFCPI} = \sum_{i=1}^8 PC_i \times \text{Proportion of Variance}_i$$

To determine the validity of the DFCP index, we proceed: (1) Examining the DFCP index through several tests (for example, a t-test that assesses the DFCP index of the G20 country group comparing to the developing country group) and comparison with DFCP-related research around the world (eg Chen (2018)); (2) Examining DFCP index in each country on the world map (see figure [2]). The DFCP Index in the G20 group members is expected to be higher than that of the developing countries due to detailed guidelines on practices and policies (see (OECD, 2018a, 2018c)); (3) Examining DFCP index through relevant data sets such as financial Inclusion from World Bank or Global Findex.

We expect that recent efforts to develop and improve FCP practices World Bank (2017), DFCP index also witness an increase in the world average. The explanation of total variance according to the two most important determinants is classified into G20 group members (left) and developing nations (right) as below:

Figure 1. Total variation within G20 group members and developing nations regarding the 2 most important determinants (PC)



Source: Author's calculation

The illustration specifies that the DFCP Index of the G20 group members (left) is higher than that of the non-G20 group members and the DFCP Index of the developing country group is worse than the other (right). Moreover, the dispersion of the variation in the G20 group members is also smaller, which is reasonable because the difference in the G20 countries is smaller than that of the rest countries.

On the contrary, in the right figure, developing country groups have lower DFCP Index and wider variability than the other region. This also confirms our expectation as developing countries are in the process of improving institution, therefore, the gap among efficiency in DFCP and the development among countries is relatively significant. The T-test is described in detail in Appendix 1.

Table 6. DFCP Index of the World, G20 countries, developing countries in the period 2014-2018

	World				G20				Developing countries			
	Min	Max	Mean	Sd	Min	Max	Mean	Sd	Min	Max	Mean	Sd
2014	-3.45	2.61	-0.23	1.53	0.42	2.18	1.37	0.53	-3.11	1.35	-0.88	1.18
2015	-3.38	2.67	-0.14	1.52	0.54	2.2	1.44	0.53	-3.38	1.45	-0.8	1.2
2016	-3.29	2.79	-0.02	1.51	0.62	2.23	1.52	0.5	-3.29	1.61	-0.67	1.19
2017	-3.19	2.89	0.09	1.51	0.73	2.26	1.6	0.48	-3.05	1.77	-0.55	1.16
2018	-2.97	2.94	0.3	1.5	0.81	2.46	1.83	0.46	-2.9	1.88	-0.34	1.16

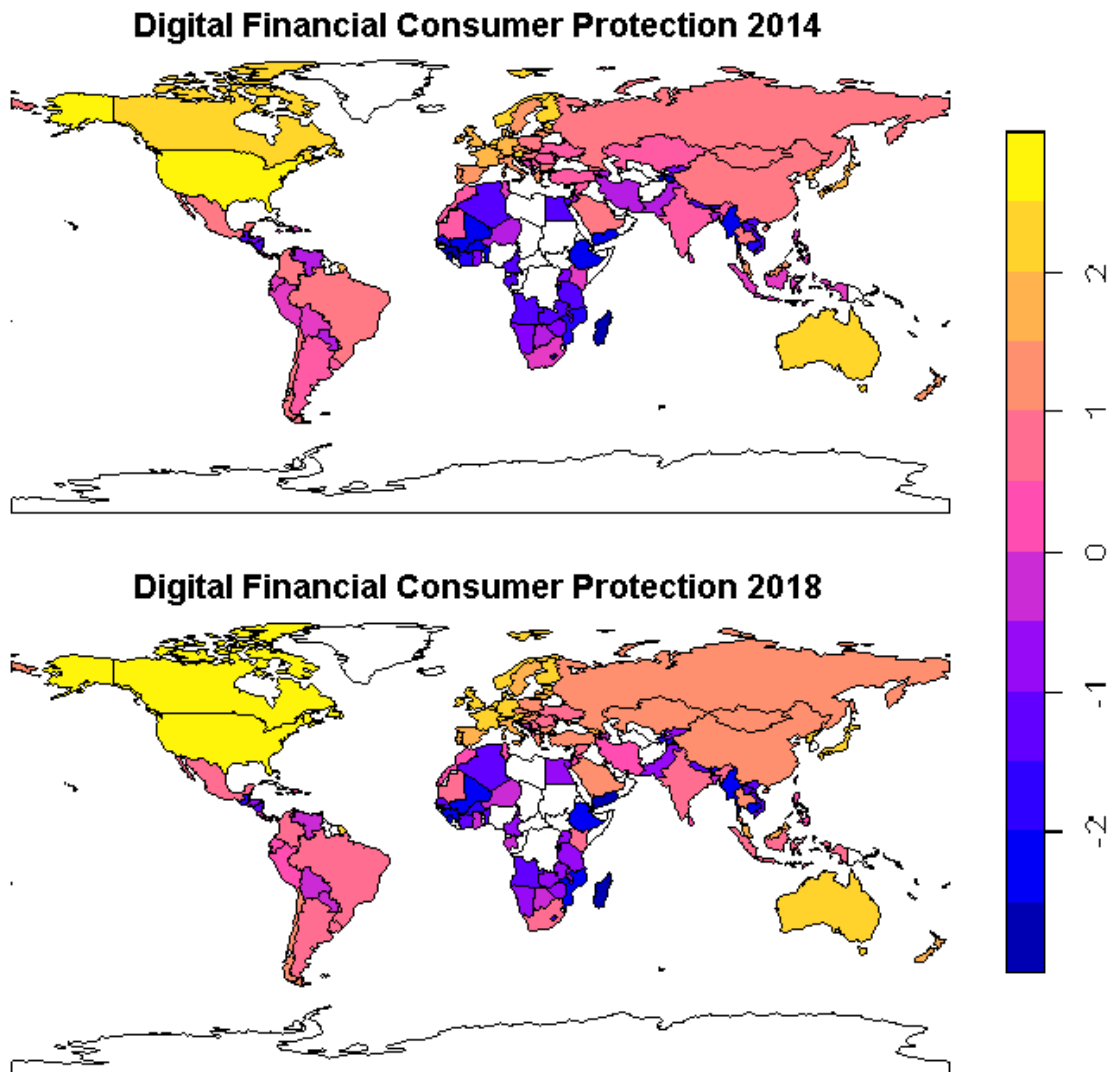
Source: Author's calculation

Note: The study shows the difference between G20 and developing countries by t-test after controlling the sample size and normal distribution assumptions [Appendix 1].

Table [6] shows that: (1) DFCP index in the period 2014-2018 have increased, especially in developing countries, on average, in the period 2014-2018 show an upward movement in growth as 58.82%; (2) While the disparity between the G20 countries tends to decrease, in developing countries and the world in general, it remains unchanged and has a tendency of increasing.

The state and movement of DFCP Index in the world in the period 2014-2018 are illustrated on the world map as shown below figure [2].

Figure 2. Digital Financial Consumer Protection Index in the world from 2014 to 2018



Source: Author's calculation

Figure [2] indicates the DFCP index and its changes in the period 2014-2018. Accordingly, dark blue to yellow shows a higher level of DFCP, and a shift in colour blocks represents an increase/decrease in DFCP.

Some regions with high DFCP Index are North America, Western Europe, Asia Pacific and Japan. This result is also consistent with research by (Chen, 2018) (Potluri, Sridhar, & Rao, 2020). Meanwhile, many countries in Africa and some ASEAN countries such as Vietnam, Lao PDR,

Cambodia and Myanmar possess low indicators (12 regions are shown in Appendix 3). This partly reflects the consequence of digital fraud in ASEAN and the immaturity of digital finance (OECD, 2018b). Moreover, according to the report “Financial Capability and Consumer Protection - A way Forward to Financial Inclusion in Africa” shows evidence that a lack of financial literacy on an individual level makes people more vulnerable (Giz, 2010).

The colour shift from 2014 to 2018 also demonstrates an improvement in the DFCP index. The most noticeable colour shift as Canada (from orange to yellow); some countries in Sub-Saharan Africa (from dark blue to purple). This confirms many recent reports on an improvement in the DFCP index (European Investment Bank, 2017).

4.2. Model results:

The study results are represented in table [7]

Table 7. Regression results

<i>Dependent variable: Digital Financial Consumer Protection Index (panel 135 countries in the 2014-2018 period)</i>						
	(1) Fixed	(2) Fixed	(3) Fixed	(4) Fixed	(5) Random	(6) Fixed
Education & Social concern	0.3143*** (0.0613)				0.2365*** (0.0399)	0.1799*** (0.0458)
Technology Infrastructure		0.6433*** (0.0394)			0.5601*** (0.0348)	0.4677*** (0.0379)
Institutional Innovation			0.6037*** (0.0667)		0.1291*** (0.0495)	0.1929*** (0.0560)
Market size				1.0755*** (0.0869)	0.4120*** (0.0410)	0.7601*** (0.0728)
Gender Gap					0.0070*** (0.0012)	0.0055*** (0.0015)
Intercept					-6.0887*** (0.2205)	
Observations	651	651	651	651	651	651

*Note: *, **, *** - statistically significant at the 10, 5, and 1%.*

Table [7] column 1-4 shows that DFCP index is influenced by the following aspects, including Education & Society, Infrastructure-Technology, Institution-Innovation and Market size in the period 2014-2018. In overall, column 5-6 examine these aspects contributing to the DFCP with the additional control gender gap in social media use. According to Fishbein & Woodall (2006) and Mohanty (2014), there is discrimination in the use of digital financial services between men and women, especially in relation to service prices and consumer rights.

First of all, education & social interest factors have a positive impact on the DFCP index (column 1,5,6). This positive relationship has abundant evidence. Recently, research by Rösner et

al. (2020) evaluated the impact of consumer protection regulations in the digital age on consumer self-protection in financial services has positive results. This study samples on 179,724 people from 28 European countries between 2006 and 2014. Another study of Xu (2019) using a sample of 21,878 observations from 47 countries demonstrates the relationship between social trust, education and financial inclusion [see more (Polat & Abdulsalam, 2014)].

Secondly, **Infrastructure - technological readiness** has a positive impact on the DFCP index (at column 2,5,6). Much relevant evidence demonstrating the relationship between technology and financial inclusion, accordingly, the study of Mishra & Bisht (2013) observe that mobile technology is an excellent tool to accelerate financial inclusion, particularly in far remote areas. Sarma & Pais (2011) shows a positive relationship between Information and Communication Technologies (ICT) and infrastructure to boost financial inclusion. Shamim (2007) finds a positive relationship between ICT and financial development. More recently, research by Mushtaq & Bruneau (2019) also indicates a positive relationship between financial development and ICT, as a result of that, encourage to reduce poverty and inequality. The study used panel data in the period 2001-2012 within 30 developing countries. Moreover, many significant standpoints related to financial consumer protection in the digital age can come through many different ways, for example, New Forms of Data Processing (World Bank, 2018). Accordingly, new forms of data processing is an essential advantage in the digital era, requiring appropriate technologies to protect financial consumers. Research also points out to many barriers, and technology readiness is one of the major ones.

Thirdly, market expansion (openness) contributes to improving the DFCP index shown in column 3,5,6. This research result is not only consistent with the neo-classical theories of competition, but also the results of modern research. Accordingly, enhancing domestic and international competitiveness will contribute to expanding consumer choices in financial services. Competitive pressure in the market will encourage product improvements, product innovations and maintain high service quality (OECD, 2011a; OECD, 2009). For example, in terms of **Access (out of 8 dimension)**, firms (digital financial services) always have a tendency to expand and renovate their financial services for profit purposes couple with enhancing corporate social responsibility (Krafft et al., 2020). Moreover, asymmetric information between customers & financial agents, which is an important cause for the need of DFCP, is also diminished in a more competitive market. The experimental evidence of asymmetric information flow dynamics is indicated by Yaseen et al. (2020). Accordingly, market expansion - enhancing competitive pressure not only improves these dimensions of the DFCP but also prevents asymmetric information, which is considered as an important cause for the need of DFCP.

Fourthly, in table [7], column 4-6 shows that a positive relationship between institutional innovation development has a positive effect on the DFCP index. Our research is contrary to speculations that innovations (in terms of technology) handicap well-being of digital financial customers because of increasing the market power to become monopolies firm through the advantaged ability to hold, access and analysis customer's personal information (Jin & Wagman, 2020). The positive relationship between institutional innovation and DFCP is not only demonstrated

by direct mechanism (restrict misappropriation, dynamics hacking and theft, reduce transaction costs, synchronize data, make work-based better for operators and consumers, improve the buyer experience, maximize purchasing decisions and save customers' time) but also indirect channel (economic growth, service diversification, quality improvement, and available access for “fragile digital consumers”.

Table 8. Research results after controlling the variance.

<i>Dependent variable: Digital Financial Consumer Protection Index (panel data with 135 countries in the 2014-2018 period)</i>		
	(7) Fixed - Arellano	(8) Fixed – HC3
Education & society	0.1799*** (0.0554)	0.1799*** (0.0566)
Infrastructure – Technology	0.4677*** (0.0425)	0.4677*** (0.0435)
Institution - Innovation	0.0425*** (0.0735)	0.1929** (0.0746)
Market size	0.7601*** (0.0836)	0.7601*** (0.0882)
Gender Gap (control variable)	0.0055 (0.0038)	0.0055 (0.0049)
Observations	651	651

*Note: *, **, *** - statistically significant at the 10, 5, and 1%.*

5. Conclusion:

In the digital age, consumers are facing more and more disadvantages in participating in financial services due to the consequence of asymmetric information, so it is necessary to take measures to improve digital financial consumer protection. Our research has partially addressed this research gap through:

Firstly, the DFCP index is measured at an international level with samples from 135 countries for the period 2014-2018. DFCP index is measured on 8 fundamental aspects (table [1]). Besides, the study also proposes an overview of DFCP index in the world map and changes throughout the period (see figure [1]).

Secondly, the study provides theoretical and empirical evidence on the factors affecting the DFCP index. In particular, the research team especially emphasizes the group of factors on technology readiness and market openness with a significant impact.

Financial consumer protection in the digital era is essential not only for social stability, market failure (asymmetric information) but also for long-term sustainable growth. To improve digital financial consumer protection, the government can intervene through several ways such as: Raising consumer awareness through fundamental guidance and encourage self-study; Improving infrastructure related to technology readiness (internet spectrum, ...) to build new platforms in digital financial consumer protection [e.g. data transformation (World Bank, 2018)]; Strengthening competitive pressure on the economy to reinforce product quality (expanding economic trade, signing bilateral - multilateral agreements, e.tc); Supporting innovate programs to enhance creativity in the market (for example: Investing in R&D research in universities).

Our research contributes to shedding light on financial agents' market power asymmetry compared to their customers. Instead of straining the firm-customer conflict, innovation propitiates it through a various mechanism, for example, firm-customer data exchange channel, accordingly, firms provide information to customers efficiently, in return their customer informs sufficiently and accurately personal data by mutual trust and profitable relationship. Furthermore, innovation contributes to improving product quality, diversifying types of services, reducing transaction costs, propitiating customer decision-making and saving their time, etc.

Interestingly, expanding market by enhancing economic competition is an important factor supporting asymmetric information restrictions, and concurrently a major reason leading to the urgency in DFCP. Moreover, there are many evidences that market expansion strongly affects 8 dimensions of DFCP. The lack of DFCP mechanisms has also led to many consequences that reduce market competitiveness, such as "winner take all" or data business (OECD, 2016a; World Bank Group, 2015). Therefore, this study is an important evidence that complements the importance of market expansion and government competitiveness enhancement for a sustainable growth.

The research once again has supplemented the evidence for policies promoting open-economic policies. In the field of data sharing, research by Potluri et al. (2020) has shown the disadvantages of data localization regimes (such as China and Russia) on the economy. Besides, enhancing digital finance education combined with technology infrastructure is an important foundation to absorb the advantages of innovation (Artificial intelligence, learning machine) and the inevitable wave of globalization in the digital age, which is the border is just a territorial concept. Finally, we have not yet considered the impact of regional factors, whereby developing countries may be at a disadvantage due to poor education levels and limited technology infrastructure.

The paper opens up further research directions: (1) Determining factors affecting DFCP in a specific regional context. For example: "Are developing country financial consumers get benefiting from globalization in the digital age?" and (2) if so, "Which levels will the economic reach expand in order to reach the optimal DFCP?" If no, (3) any conditions (education or technology readiness)

for integration are the factor that enhances DFCP; Thereby, (4) Studies can evaluate specific policies of countries in improving DFCP.

Some data limitations:

Due to the limited data related to DFCP, the study confirms the following limitations of data: **(1) Representativeness.** Of eight dimensions of the DFCP index, there are some indicators that may be more representative (than the data used in the study), however, are not used due to the incomplete statistical data (135 countries from 2014 to 2018). For example, the A4AI data is more representative in terms of the access aspect but it is only available in developing countries. Therefore, we use an equivalent data as % have an account at the bank or another type of financial institution or personally using a mobile money service (in the past 12 months) of the Global Fintex dataset; **(2) Missing data problem:** Some data are collected every 2 years or 3 years, as a result with some missing data we estimate through growth rate in period or using the most recent data in case of discrete data. These estimates are reasonable because of the absence of major shocks in the database for the 2014-2018 period.

Appendix

Appendix 1.

The distribution of DFCP Index between G20 countries and Developing countries is not extreme far from normal distribution with

$$\text{skew.2SE(G20)} = -0.347$$

$$\text{kurt.2SE(G20)} = -1.382$$

$$\text{skew.2SE(Developing countries)} = -0.877$$

$$\text{kurt.2SE(Developing countries)} = -1.377$$

T-test of DFCP Index between G20 countries and Developing countries (variance are not equal with var test - p-value < 2.2e-16) có p-value < 2.2e-16 (HA: $\text{DFCP}_{\text{G20}} > \text{DFCP}_{\text{Developing countries}}$)

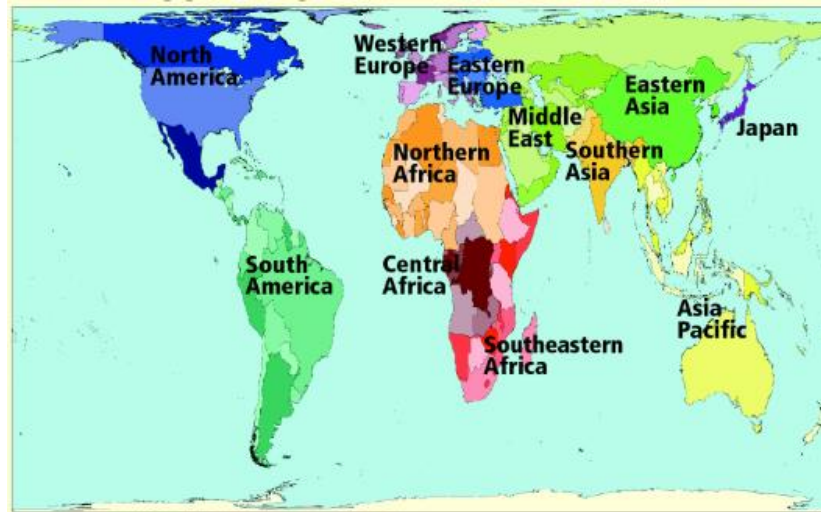
Appendix 2.

Test results of model 6 (fixed)

Test	Null Hypothesis	P-value
Testing for fixed effects	H_0 : OLS better than fixed	p-value < 2.2e-16
Hausman Test	H_0 : RANDOM better than fixed	p-value = 2.951e-12
Time-fixed effects testing	H_0 : No time-fixed effects are needed	p-value = 0.1388
Heteroskedasticity testing	H_0 : Homoskedasticity (Breusch-Pagan)	p-value = 2.714e-12

Note: Due to heteroskedasticity phenomenon, we perform robust standard error in model (7) and (8) in table [...].

Appendix 3. 12 Divided economic regions



References

- Aghion, P., & Howitt, P. (1992). A Model of Growth Through Creative Destruction. *Econometrica*, 60(2), 323-351.
- Alkire, S., & Ritchie, A. (2007). *Winning Ideas: Lessons from free-market economics*. Retrieved from WORKING PAPER NO. 6. OPHI gratefully acknowledges the support of the International Development Research Council (IDRC) for this research:
- Andreou, P. C., & Anyfantaki, S. (2020). Financial literacy and its influence on internet banking behavior. *European Management Journal*.
- Arellano, M. (1987). Computing Robust Standard Errors for Within-Groups Estimators. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 49(4), 431-434.
- Black, N., Lockett, A., Ennew, C., Winklhofer, H., & McKechnie, S. (2002). Modelling consumer choice of distribution channels: An illustration from financial services. *International Journal of Bank Marketing*, 20, 161-173.
- Bucher-Koenen, T., Lusardi, A., Alessie, R., & van Rooij, M. (2016). How financially literate are women? An overview and new insights. *NBER Working Paper No. 20793. Issued in December 2014. NBER Program(s): Economics of Aging*.
- Bunnell, L., Osei-Bryson, K.-M., & Y. Yoon, V. (2021). Development of a consumer financial goals ontology for use with FinTech applications for improving financial capability. *Expert Systems with Applications*, 165, 113843.
- Burke, M., & Fry, J. (2019). How easy is it to understand consumer finance? *Economics Letters*, 177, 1-4.
- CGAP. (2010). *Financial Assess 2010. Consultative Group to Assist the Poor*. Retrieved from

Chen, T.-J. (2018). *An International Comparison of Financial Consumer Protection* Republic of Korea.

Colangelo, G., & Maggiolino, M. (2019). From fragile to smart consumers: Shifting paradigm for the digital era. *Computer Law & Security Review*, 35, 173-181.

Cuesta-González, M. I., Paredes-Gazquez, J., Ruza, C., & Fernández-Olit, B. (2021). The relationship between vulnerable financial consumers and banking institutions. A qualitative study in Spain. *Geoforum*, 119, 163-176.

Davison, H., Watkins, T., & Wright, M. (1989). Developing New Personal Financial Products – Some Evidence of the Role of Market Research. *International Journal of Bank Marketing*, 7(1), 8-15.

Deaton, A. (2013). *The great escape: Health, wealth, and the origins of inequality*.

Durai, T., & G, S. (2019). Digital Finance And Its Impact on Financial Inclusion.

European Commission. (2018). *Consumer Markets Scoreboard: making markets work for consumers - 2018 edition*.

European Investment Bank. (2017). *Digital Financial Inclusion in sub-Saharan Africa* Retrieved from

Federation of German Consumer Organisations. (2017). *Indicators of consumer protection and empowerment in the digital world*. Markgrafenstr. 66 10969 Berlin, Germany.

Fishbein, A. J., & Woodall, P. (2006). *Women are Prime Targets for Subprime Lending: Women are Disproportionately Represented in High-Cost Mortgage Market* Retrieved from Consumer Federation of America (CFA):

Fishbein, A. J., & Woodall, P. (2006). *Women are Prime Targets for Subprime Lending: Women are Disproportionately Represented in High-Cost Mortgage Market* Retrieved from Consumer Federation of America (CFA):

GAO. (2018). *Consumer Protection: Gender-Related Price Differences for Goods and Services*. Retrieved from Washington, DC 20548:

Gathergood, J. (2012). Self-control, financial literacy and consumer overindebtedness. *J. Econ. Stud. Psychol.*, 33, 590-602.

giz. (2010). *Financial Capability and Consumer Protection – A way Forward to Financial Inclusion in Africa*. Retrieved from Accra, Ghana:

Greene, W. H. (2008). *Econometric Analysis*. Stern School of Business. Retrieved from New York:

Gummi, M., Finke, L., Pizatella-Haswell, R., & Takagi, Y. (2019). *Consumer Protection In Financial Technology Risk Unbanked And Underbanked Consumers Face In Digital Credit And The Technological And Regulatory Approaches To Mitigate Risk*. Retrieved from

- Hsu, J. W. (2015). Aging and Strategic Learning: The Impact of Spousal Incentives on Financial Literacy. *Journal of Human Resources*, 51(4), 1036-1067.
- James, H., & Jenny, W. (2016). *Customer Experiences of Using Mortgage Brokers Market Research Report prepared for the Mortgage & Finance Association of Australia*. Retrieved from Mortgage and Finance Association of Australia:
- Jin, G. Z., & Wagman, L. (2020). Big data at the crossroads of antitrust and consumer protection. *Information Economics and Policy*, 100865.
- Krafft, M., V.Kumar, Harmeling, C., Singh, S., Zhu, T., Chen, J., . . . Rosa, E. (2020). Insight is power: Understanding the terms of the consumer-firm data exchange. *Journal of Retailing*.
- Litterscheidt, R., & Streich, D. J. (2020). Financial Education and Digital Asset Management: What's in the Black Box?*. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 87, 101573.
- Liu, Y. (2015). Consumer protection in mobile payments in China: A critical analysis of Alipay's service agreement. *Computer Law & Security Review*, 31(5), 679-688.
- Long, J., & Ervin, L. (2000). Using Heteroscedasticity Consistent Standard Errors in the Linear Regression Model. *The American Statistician*, 54, 217-224.
- Lumpkin, S. (2010). Consumer Protection and Financial Innovation: A Few Basic Propositions. *OECD Journal: Financial Market Trends*, 2010/1. doi: <https://doi.org/10.1787/fmt-2010-5km7k9tp2jxv>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy and housing wealth. *J. Monetary Econ*, 54, 205-224.
- Lusardi, A., & Tufano, P. (2015). Debt literacy, financial experiences, and overindebtedness. *J. Pension Econ. Financ.*, 14, 332-368.
- MacKinnon, J., & White, H. (1985). Some Heteroskedasticity-Consistent Covariance Matrix Estimators with Improved Finite Sample Properties. *Journal of Econometrics*, 29, 305-325.
- Marcia, P., & Greta, B. (2014). *In the Fast Lane: Innovations in Digital Finance*. International Finance Corporation. Retrieved from WorldBank Group:
- Mariani, M., & Wamba, S. (2020). Exploring how consumer goods companies innovate in the digital age: The role of big data analytics companies. *Journal of Business Research*, 121, 338-352.
- Meza, D. d., & Webb, D. C. (1987). Too Much Investment: A Problem of Asymmetric Information. *The Quarterly Journal of Economics*, 102(2), 281-292.
- Mishra, V., & Bisht, S. S. (2013). Mobile banking in a developing economy: a customer-centric model for policy formulation, Telecommun. *Policy*, 37(6), 503-514.
- Mohanty, V. L. (2014). Gender & Consumer Rights: Gender Discrimination as a consumer.
- Mushtaq, R., & Bruneau, C. (2019). Microfinance, financial inclusion and ICT: Implications for poverty and inequality. *Technology in Society*, 59, 101154.

- OECD. (2009). *Competition and Financial Markets*
- OECD. (2011a). *Competition Issues in the Financial Sector*.
- OECD. (2011b). *G20 High-Level Principles On Financial Consumer Protection*. Retrieved from
- OECD. (2016a). *Big Data: Bringing Competition Policy to the Digital Era – Background Note by the Secretariat*. Retrieved from
- OECD. (2016b). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies* Retrieved from OECD, Paris:
- OECD. (2017a). *Considerations For The Application Of The G20/OECD Highlevel Principles On Financial Consumer Protection To Digital And Alternative Financial Services*. Retrieved from DAF/CMF/FCP/RD(2017)2/FINAL:
- OECD. (2017b). *G20/OECD INFE report on digitalisation, consumer protection and financial literacy. Ensuring financial education and consumer protection for all in the digital age*. Retrieved from
- OECD. (2018a). *Considerations for the Application of the G20/OECD HighLevel Principles on Financial Consumer Protection to Digital and Alternative Financial Services*. Retrieved from
- OECD. (2018b). *Financial Inclusion And Consumer Empowerment In Southeast Asia*. Retrieved from
- OECD. (2018c). *G20/OECD Policy Guidance on Financial Consumer Protection Approaches in the Digital Age*.
- OECD. (2018d). *Handbook on Constructing Composite Indicators*.
- Oya, A., Joyce, I., & Nataliya, M. (2011). *Consumer Protection Laws and Regulations in Deposit and Loan Services: A Cross-Country Analysis with a New Data Set*. Retrieved from
- NFEC. (2019). Top 3 Most Missed Questions, As of January 1, 2019. National Financial Educators Council National Financial Literacy Test Results. <https://www.financialeducatorsCouncil.org/national-financial-literacy-test/>
- Pakes, A., & Griliches, Z. (1980). Patents and R and D at the Firm Level: A First Look. *NBER Working Paper No. 561*.
- Paul, A. C., & Cox, S. (2009). *Literature and the Economics of Liberty: Spontaneous Order in Culture*. Ludwig von Mises Institute.
- Pérez-Martín, A., Pérez-Torregrosa, A., & Vaca, M. (2018). Big Data techniques to measure credit banking risk in home equity loans. *Journal of Business Research*, 89, 448-454.
- Polat, A., & Abdulsalam, A. A. (2014). Consumer Protection in Banking: Investigating the 10 High Level Principles of G20 in Saudi Arabia. *Journal of Applied Finance & Banking*, 4(3).

- Potluri, S. R., Sridhar, V., & Rao, S. (2020). Effects of data localization on digital trade: An agent-based modeling approach *Telecommunications Policy*, 44(9), 102022.
- Robert, C. M. (2013). Observations on Financial Education and Consumer Financial Protection. Life-Cycle Investing: Financial Education and Consumer Protection. *Microeconomics: Life Cycle Models & Behavioral Life Cycle Models eJournal*, 13-15.
- Romer, P. (1990). Endogenous Technological Change. *Journal of Political Economy*, 98(5), S71-102.
- Rösner, A., Haucap, J., & Heimeshoff, U. (2020). The impact of consumer protection in the digital age: Evidence from the European Union. *International Journal of Industrial Organization*, 102585.
- Rothbard, M. N. (1977). *Power and Market: Government and the Economy*.
- Rothschild, M., & Stiglitz, J. (1976). Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information. *The Quarterly Journal of Economics*, 90(4), 629-649.
- Sarma, M., & Pais, J. (2011). Financial inclusion and development. *J. Int. Dev.*, 23(5), 613-628.
- Sasan, K., Shahidan, M. A., Azizah, A. M., Mazdak, Z., & Alireza, H. (2013). An Overview of Principal Component Analysis. *Journal of Signal and Information Processing*, 4, 173-175
- Seibel, H. D. (2001). Mainstreaming Informal Financial Institutions. *Working Paper, No. 2001,6, Universität zu Köln, Arbeitsstelle für Entwicklungsländerforschung (AEF), Köln*.
- Shamim, F. (2007). The ict environment, financial sector and economic growth: a cross-country analysis. *J. Econ. Stud.*, 34(4), 352-370.
- Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit Rationing in Markets With Imperfect Information. *American Economic Review*, 71(3), 393-410
- Thakor, A. (2012). Incentives to innovate and financial crises. *Journal of Financial Economics*, 103(1), 130-148.
- Yaseen, S. A.-Y., John, T. B., & Arav, O. (2020). Liberalization and asymmetric information flow dynamics in the Chinese equity markets. *The Journal of Economic Asymmetries*, 21, e00151.
- Waller, C. J., & Lewarne, S. (1994). An expository model of credit rationing. *Journal of Macroeconomics*, 16(3), 539-545
- Williamson, O. (1979). Transaction-cost economics: The governance of contractual relations. *Journal of Law and Economics*, 22, 233-261.
- World Bank. (2012). *Good practices for financial consumer protection*. Retrieved from
- World Bank. (2014). Enterprise Surveys.
- World Bank. (2017). *Good Practices for Financial Consumer Protection*. 1818 H Street NW, Washington DC 20433.

World Bank. (2018). *Financial Consumer Protection and New Forms of Data Processing Beyond Credit Reporting*. Retrieved from the World Bank 1818 H Street NW Washington DC 20433, USA:

World Bank Group. (2015). *Digital Dividends: World Development Report 2016*. Retrieved from 19; BEUC, 'A Consumer-Driven Digital Single Market':

World Economic Forum. (2016). *The Global Information Technology Report 2016*. Retrieved from

Xu, X. (2019). Trust and Financial Inclusion: A Cross-country Study. *Finance Research Letters*, 35, 101310.

FINANCIAL CONSUMER PROTECTION IN FINANCIAL INSTITUTIONS: THE CASE OF BANKING SECTOR IN VIETNAM

Phung Thi Thu Huong, Msc., Trinh Thi Phan Lan, PhD. - University of Economics and Business – Vietnam National University

Abstract:

Consumer protection and financial literacy can contribute to better efficiency, transparency, competition, and access in retail financial markets by eliminating information asymmetries and power imbalances between financial service providers and customers. The main purpose of the study is to examine commercial banks' financial consumer protection by analyzing the principles and regulation of customer protection in Vietnam. The paper is using the findings of a 103 surveys on consumer protection regulations with different measurements like Fair and equitable dealing, disclosure and transparency, financial education and awareness, behavior and work ethic, protection against fraud, protection of privacy of information and complaints handling, existence of adequate competence. As a result, the research concludes by recommending that the financial institutions' supervisory adopt a code of conduct for consumer protection, while banks should be required to include the concept of customer protection into their operational procedures.

Keywords: *financial customer protection, banks, financial literacy, regulation, Vietnam.*

1. Introduction

Consumer protection and financial literacy can contribute to better efficiency, transparency, competition, and access in retail financial markets by eliminating information asymmetries and power imbalances between financial service providers and customers. Particularly since the start of the financial crisis in 2008, the issue of financial consumer protection has gained importance in policy debates (Mayer et al., 2014). There is a pressing need to protect consumers' interests in the current age prior to the growth of the network of financial companies, especially in the complicated emerging markets, international operations.

Among developing countries, Vietnam is an example with sustainable economic growth that led Vietnam from a poor country to a middle-income country with an average annual growth rate of 6% (Worldbank, 2021). However, the concept of customer protection is not widely adopted in many nations, particularly in Vietnam, where various governmental and non-governmental organizations perform functions such as supervisory organ and voluntary institutions. Due to numerous unique features, the Law No. 59/2010/QH12 in Protection of Consumer Right Law (2010) with amended and supplemented in Law No. 35/2018/QH14 in Protection of Consumer Right (2018) makes essentially no particular reference to issues relating to consumer protection in the banking and financial sectors. The major source of consumer protection in Vietnam is found in the Law on Protection of Consumer Rights, which includes consumer protection based on legal precedence,

however there is no specific financial consumer protection regulation, especially in the banking system. While credit institutions, securities firms, and insurance business Laws have rules to protect the rights of clients, they are still missing many detailed information and fail to supply instructions with problems. As a result, a substantial segment of the population, especially those who are financially vulnerable and rural people, are unable to obtain financial services. Moreover, until now, Vietnam still does not have institutions in place to administer consumer financial protection. The country lacks a sufficient regulatory framework for financial consumer protection, and consumer financial literacy is rather inadequate. When there is no comprehensive structure in place, customers' access to proper financial services is impeded, making it difficult to resolve concerns and making them unlikely to become victims of any fraudulent financial services.

In this study, we organize the findings in the following manner: The following section features literature reviews from many sources, including marketing, law, and economics, to review consumer protection in the financial services industry, especially in banking sectors. Section 3 presents the research method of the study. Section 4 introduces the data and discusses the result of surveys. The conclusion is presented in Section 5 as follows.

2. Literature review

The 2007 subprime loan crisis was a good example of how the market failed to serve the financial interests of its customers, with predatory lenders engaging in unfair, self-serving behavior in order to achieve commercial benefit for themselves rather than in the best interests of their customers (Mayer et al., 2014). As well as the necessity to safeguard customers, regulators are concerned because it is regarded as moral and ethical to do so (Consumer Protection on Fair Trading Law, 1992). As the markets for financial products and services get more sophisticated, the importance of protecting consumers of financial services in the banking system increases (Micklitz et al. 2010). Many countries all over the world recognized the general guideline (principles) of customer protection, which was produced by G20 nations, in order to judge the well-functioning of financial institutions (OECD, 2011). These principles are: fair and equitable dealing, transparency, financial awareness, work ethics, protection against fraud, protection privacy of information, complaints handling, competition, and third party.

There are numerous studies researched on FCP in recent times (Ahmed & Ibrahim, 2018; Bekele, 2015; Gaganis et al., 2020; Johan & Ariawan, 2021; Mikheeva & Dolkova, 2020; Mohamad & Hassan, 2019; Pasiourasa, 2018; V & M, 2019). Ahmed & Ibrahim (2018) explored the regulatory framework for consumer protection in Malaysia with legal infrastructure and typology of laws. The result showed that the different laws, rules, and supporting organizations are all needed in order to comprehensively protect consumers' financial interests in the country. Besides, Johan & Ariawan (2021) have focused on consumer protection of non-bank finance companies with the conditions from the inception of the loan to the repayment of the loan based on the existing law and regulations. In this research, Johan & Ariawan also amended to improve and update the role of regulation in protecting the consumer in the financial industry. The studies of Bekele (2015); Gaganis et al., (2020); Mikheeva & Dolkova, (2020); Mohamad & Hassan, (2019); Pasiourasa, (2018); V & M,

(2019) also mentioned the necessary of FCP in banking systems on different aspects like cost of financial intermediation, bank profit efficiency, regime, etc. These studies suggested an emergence insight on the initiatives taken particularly in the banking industry to protect the financial consumers.

Despite a considerable body of literature about legal and regulatory challenges with FCP existing in established economies, there is a lack of research focused on how FCP is comparable to emerging and developing countries, particularly in Vietnam. Mainly much research about the banking system in Vietnam is related to risk management on behalf of bank point of views (Binh & Chi, 2021; T. V. Dũng & Chí, 2021; Son, 2019; Thọ, 2018; Thọ & Thủy, 2020) These papers mainly absorbed on analyze the risks in Vietnam banking system and suggested solution to improve the effectiveness and efficiency of banks rather than investigating in aspects of customers. For further examination, H. T. T. Hiền et al., (2020) and N. T. Hiền (2017) have investigated in FCP with the experience from Canada, USA, Germany as well as the situation of financial inclusion development. These researches mainly focused on basic economy that proposed to create a Department to incharge FCP and increased financial literacy for further request. Furthermore, Cao & Hà, (2020); Dũng (2017); Hà (2020) and Tính (2016) indicated that the regulations in Vietnam did not protect the interest of customers in banking sectors, such as protecting the borrower's rights in the credit contract or when using bank cards or other services. They also found that it would be more effective and efficient if the Government had amended and improved FCP Law in detail, particularly law for customers when participating in transactions and services of the banking system in Vietnam. Consequently, it is essential to explore more about the role of FCP in Vietnam, especially in banking sector.

3. Research method

Source of Data

The study are utilized both in primary and secondary data. The sources of primary data are collected from customers of different banks in Vietnam. In order to collect the desired information the opened question has been used as the primary source of information.

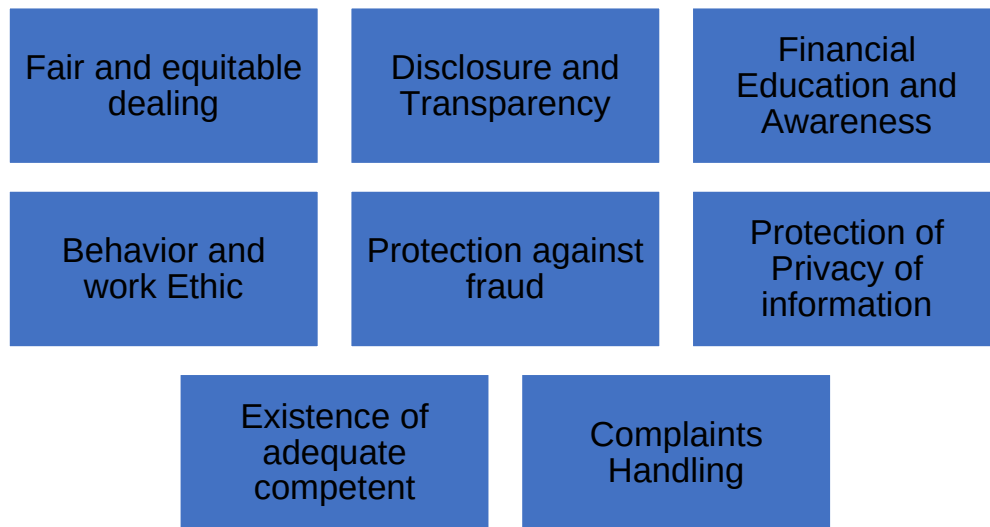
Question Development

The survey questionnaire includes two sections: In section one, we collected demographic data from respondents, such as gender, age, and major information. The other section is to measure constructs' items related to customer protection. To ensure validity of the measurement, all questions were obtained from previous studies. The time to conduct the survey lasted 2 weeks, from July 14th to July 30th, 2021.

The questionnaire utilized the five point Likert scales because it was easy and simple to understand for the respondents to rate each question. The respondents who reply agree and strongly agree implying that the practice of customer protection is acceptable in the bank, whereas the respondents who replied disagree and strongly disagree means the bank is not practicing customer protection.

For the purpose of analysis and interpretations, the questions have been categorized into eight sub-topics as below:

Figure 1: Variable on Financial Customer Protection



Sources: By Authors

Ethical Consideration

The informants had been informed that any confidential information acquired from respondents would be kept in secret unless they allow it, and not to be used for purposes other than the objective of the study. The respondents identity would not be disclosed, and proper acknowledgement have been made to their contribution to the study.

4. Result and Discussion

4.1. Demographic characteristics of the respondents

According to 103 surveys, the majority of the respondents is female (69, 6%) and the rest is male (30,1 %). The most of the respondents' age group falls in the range of 31-40 years (46.6%), followed by the age group of 18-30 years (27,2%), and the lowest frequency age group registered were the age above 50 years (3.9%).

Table 1: Demographic Information of the respondents

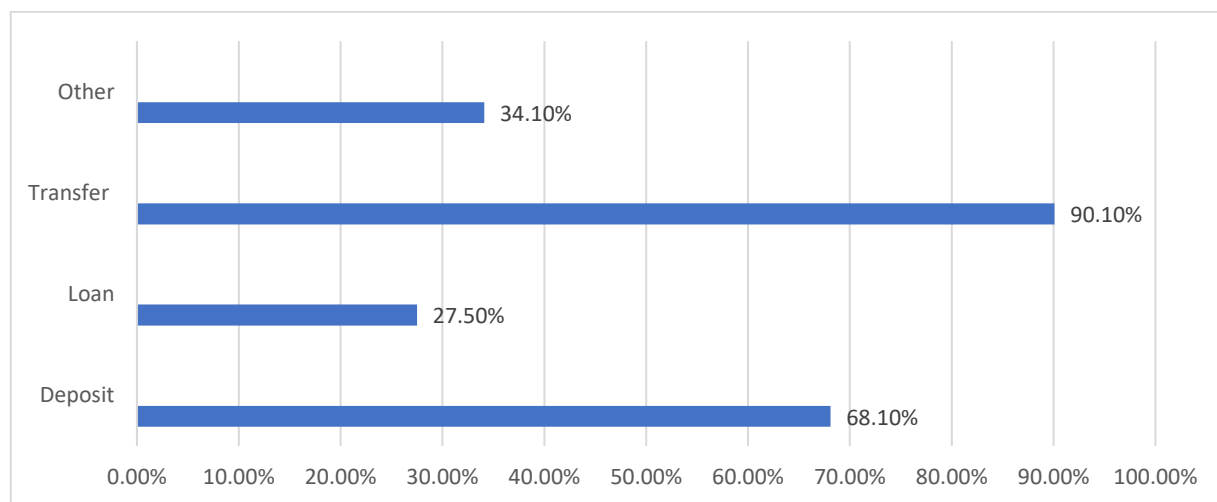
Demographic		Frequency	Percentage
Gender	Male	31	30.1%
	Female	71	69.6%
Age	18-30	28	27.2%
	31-40	48	46,6%

	41-50	23	22.3%
	Above 50	4	3.9%
Education background	Undergraduate	3	2.9%
	Bachelor	63	61.8%
	Postgraduate	37	36.3%
Days visiting the bank for services	once a week	5	4.9%
	Some times in a week	13	12.6%
	once a month	14	13.6%
	Some times in a year	71	68.9%

Sources: Survey result (2021)

As shown in Table 2, the educational backgrounds of the respondents were categorized into 3 groups. Out of total participants, 61.8 % had bachelor degree, 36.3% had master degree or above. The survey results show that the respondents do not frequently visit the bank. The number of people who visit the bank every week accounted for only 4.9%; mostly they go to the bank a few times a year (68.9%). This is also quite understandable, because the development of technology makes e-banking services develop very quickly and customers can also transact with the bank at home.

Figure 2: Bank services used by respondents



Sources: Survey result (2021)

According to statistics from the figure 2, money transfer service accounts for the largest proportion (90.1%), followed by deposit (68.1%), loan (27.5%) and other (34.1%)

4.2. Results

Fair and equitable dealing

Table 2: Fair and equitable dealing

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Dis-agree	Strongly Disagree	Total
Customers of the bank receive impartial and honest treatment from the bank.	Frequency	22	53	19	5	4	103
	Percentage	21.4%	51.5%	18.4%	4.9%	3.9%	100%
The amount of prices that the bank fixes for different services are fair.	Frequency	10	40	34	13	6	103
	Percentage	9.7%	38.8%	33%	12.6%	5.8%	100%

Sources: Survey result (2021)

As described in Table 2, two questions related to fair and equitable dealing were presented to respondents. To be more specific, the percentage of respondents who replied agreed and strongly agreed that Customers of the bank receive impartial, honest treatment at all stages of relationship they do have with the bank are respectively 21.5% and 51.5%. About 8.8% of respondents disagree and strongly disagree respectively by the type of service they get from the bank.

In the second statement of fairness of the prices that the bank fixes for its different services, the percentage of strongly agree and agree dropped to 9.7% and 38.8% respectively if compared to the first statement. About 33% of respondents reacted neutral. The remaining of the respondents disagreed and strongly disagreed with the fairness of price that the bank charges for the services were 12.6% and 5.8%.

This implies that in both statements, the majority of the answers (which means 51.5% and 38.8%) confirmed by strongly agree and agree respectively that there is fairness and equitable service dealing practice in the bank. Moreover, 3.95 and 5.8% of the total answers showed the disagreement with the statement.

Disclosure and Transparency

Information transparency is important to the banking system. From a management perspective, international banking practices (Basel II) and national central banks always set requirements on

information transparency for banks to protect consumers and avoid the risk of failure. system. From a micro perspective, increasing information transparency is very important because it helps banks easily access financial resources in the market, reduce capital mobilization costs, thereby expanding market share, increasing competitiveness (Tùng, 2020). The result of Transparency and disclosure of banks in Vietnam are as below:

Table 3: Disclosure and Transparency

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree	Total
The bank provides advice and copy for the benefits, risks, terms and conditions to customers.	Frequency	19	39	33	9	3	103
	Percentage	8.4%	37.9%	32%	6.7%	2.9%	100%
Charges of different services of the bank are kept in a transparent way.	Frequency	20	54	18	8	3	103
	Percentage	19.4%	52.4%	17.5%	7.8%	2.9%	100%
The bank has practice of notifying in advance for change made on interest rate and service charge to the customers.	Frequency	15	37	36	8	7	103
	Percentage	14.6%	35.9%	35%	7.8%	6.8%	100%
The advertising and promotional materials that the bank is applying does not mislead to the customers.	Frequency	12	42	34	11	4	103
	Percentage	11.7%	40.8%	33%	10.7%	3.9%	100%

Sources: Survey result (2021)

Table 3 consists of 4 statements which show the level of disclosure and transparency found in the bank. In all 4 statements, the respondents who chose the “neutral” option were always more than 30%, except the information about the fees.

Thus, overall, the transparency of information of Vietnamese banks has been improved, but still about half of customers do not trust the transparency of information provided by banks. This result is also similar to some previous studies of Bushman & Williams (2012) and Hương & Tùng

(2018) pointed out that Vietnam has the second lowest quality of information transparency in the sample, just ahead of Kenya.

However, more than 30% of respondents had no idea that this statement noticed that they might not have access to information or had a looker's attitude. In order for banks to become more transparent, customers must pay attention to and require transparency before receiving services.

Financial education and awareness

Table 4: Financial education and awareness

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree	Total
The bank helps customers to develop their knowledge, skills and awareness to take informed choices and effective decisions.	Frequency	9	26	41	20	7	103
	Percentage	8.7%	25.2%	39.8%	19.4%	6.8%	100%
Most customers have good understanding of the essence of customer protection.	Frequency	12	26	38	21	6	103
	Percentage	11.7%	25.2%	36.9%	20.4%	5.8%	100%

Sources: Survey result (2021)

Table 4 shows the practice of the bank providing financial education and awareness of customer protection for customers. about 25.2% and 8.7% from the first statement showed that bank help customers in creating of awareness for customers in the area of banking industry, and 25.2% and 11.7% respondents from the second statement that most customers have the concept of customer protection replied strongly agree and agree respectively. The other 39.8% and 36.9% of the total respondents indicated neutrality in the first and second statement. The remaining respondents 6.8% and 19.4% from the first statement and 5.8% and 20.4% from the second statement noted disagree and strongly disagree respectively.

Mr. André Laboul, OECD Senior Counselor, noted that improving financial education and consumer protection are important priorities in APEC (Bank Times, 2017). In the meeting, he also emphasised that it was not only about knowledge but also about skills, attitudes and behaviors because the best way for each person to increase financial awareness is to work towards all of the

above factors. From the results of the survey, it is clear that the financial education and awareness of bank customers are still at a low level and banks have to have the responsibility to improve financial education for their customers in order to protect not only customers but also the banks.

Behavior and work ethics of employees

Table 5: Behavior and work ethics of employees

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree	Total
The bank provides its services with well trained, qualified, professional and ethical employees.	Frequency	16	43	33	8	3	103
	Percentage	15.5%	41.7%	32.0%	7.8%	2.9%	100%

Sources: Survey result (2021)

As indicated in Table 5, from the total respondents 15.5% and 41.7 % assured by strongly agree and agree respectively that the bank has a practice of rendering its service with well trained, qualified, and ethical employees. The other respondent 32% noted neutral to the statement. The remaining 7.8% and 2.9% respondents disagreed and strongly disagreed with the statement respectively.

Practice of the bank in protection of customers' deposit (asset) from fraud

Table 6: Practice of the bank in protection of customers' deposit (asset) from fraud

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree	Total
Controlling system employed by the bank to protect deposit of customers from different type of fraud or misuse.	Frequency	10	56	30	3	4	103
	Percentage	9.7%	54.4%	29.1%	2.9%	3.9%	100%

Sources: Survey result (2021)

Table 6 indicated the practice of the bank protecting customers' deposits or assets from different types of fraud or misuse. Accordingly, more than half (9.7% and 54.4%) of the total respondents strongly agree and agree respectively with the statement. The other respondent 13% noted neutral or indifference to the statement.

The other 29.1% of the respondents noted indifference for the statement, and the remaining 2.9% and 3.9% of the total respondent indicated that they disagreed and strongly disagreed with the statement.

Protection of customers' privacy information

Table 7: Protection of customers' privacy information

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree	Total
The bank has tough practice of keeping secrete customers' personal and financial information.	Frequency	20	45	19	13	6	103
	Percentage	19.4%	43.7%	18.4%	12.6%	5.8%	100%

Sources: Survey result (2021)

From the above table 7, the major share of the respondents in question one is assured by strongly agree and agree respectively that the bank has a practice of keeping secret customers' personal and financial information from any kind of misuse. Accordingly, 19.4% and 43.7% of the total respondents expressed their reflections by strongly agreeing and agreeing respectively with the statement.

The other 18.4% respondents indicated neutral, and the remaining 12.6% and 5.8% of the respondents disagreed and strongly disagreed respectively to the statement.

Regarding this issue, the State Bank of Vietnam (SBV) has recently issued many legal documents on ensuring the safety of information technology activities in the industry. Along with that, commercial banks invest in many advanced security solutions such as: new generation firewalls, data loss prevention solutions, biometric authentication, payment using QR code in electronic transactions...

However, according to statistics from the Ministry of Information and Communications, in the first 10 months of 2020, the number of cyber-attacks causing incidents was 4,161 incidents, on average one day the authorities warned and handled them (Anh, 2020). Over the past time, the Ministry of Public Security has discovered hundreds of domestic and foreign cybercriminal groups that have carried out hacking activities - attacking bank accounts or cards to appropriate hundreds of millions of dollars.

On the other hand, customers also need to protect themselves. Customers need to be more careful in providing personal information, be careful when transacting on the network, not reveal

confidential information to crooks, strangers... will limit fraud. No any security system can not prevent fraud if customers are careless or accidentally reveal information about cards, login accounts, or even providing OTP to others.

Practice of customers' complaints handling mechanisms

Table 8: Practice of customers' complaints handling mechanisms

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree	Total
The bank has efficient and accessible ways handling customers' complain.	Frequency	7	42	40	9	5	103
	Percentage	6.8%	40.8%	38.8%	8.7%	4.9%	100%
There is strong and effective legal and supervisory organ that protect customers from sanction against financial frauds, abuses and errors.	Frequency	9	43	37	9	5	103
	Percentage	8.7%	41.7%	35.9%	8.7%	4.9%	100%

Sources: Survey result (2021)

As depicted from the above table 8, majority of the respondents 6.8% and 40.8% from the first statement and 8.7% and 41.7% from the second statement confirmed that the bank has efficient and accessible ways of handling customers' complain, and also has a strong and effective legal and supervisory organ in the country that protect customers from sanction against financial frauds. The other 38.8% and 35.9% respondents noted indifference for the first and second statement. Whereas, the remaining respondents (both are 4.9%) disagree and (both are 8.7%) strongly disagree for both the statements respectively.

Competition

Table 9: Competition

Statement		Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly Disagree	Total
The bank is currently found accessible in its service to its customers	Frequency	9	52	33	3	6	103
	Percentage	8.7%	50.5%	32.0%	2.9%	5.8%	100%
The current competition found in the banking sector help customer to get fair services	Frequency	18	51	24	6	4	103
	Percentage	17.5%	49.5%	23.3%	5.8%	3.9%	100%

Sources: Survey result (2021)

Data gathered from Table 9 shows matters related with competition in the banking industry that benefits customers. In the first statement, 51% and 36% of the total respondents strongly agree and agree respectively that the bank is currently easily accessible to its customers. The remaining 2.9% and 5.8 % of the respondents noted disagree and strongly disagree respectively that the statement banking service is easily accessible for customers.

In the second statement which showed the current competition found in the banking sector helps customers to get better service, 17.5% and 49.5% out of respondents strongly agree and agree with the statement respectively. The other 3% noted indifferent , and the remaining 5.8% and 3.9% replied disagree and strongly disagree with the statement.

Therefore, as noted above from both statements around 60% from the both statements assured that the current banking service found in the market is easy and accessible, furthermore, they confirm that customers are getting fair benefit from the banking sector due to the existence of competition found in the sector.

5. Recommendation and Conclusion

On the basis of the findings of the majority of respondents, it can be suggested that, there was a need on improving and development legal framework and financial knowledge environment from different aspect: Government, Financial Institutions and Customers.

For Government

- *Building a legal framework for financial consumer protection*

The financial sector is a unique sector that can influence the economy and macroeconomic policies. Therefore, the need for a legal framework for FCP in this field is really necessary. When developing the FCP Law, some important issues to keep in mind are as follows:

Firstly, there should be a regulation on complaint settlement mechanism for FCP.

Secondly, there should be regulations on the responsibility of financial service providers in the matter of keeping customer information confidential before third parties.

Thirdly, financial institutions need to make commitments on fair and equal treatment, publicity and transparency of information with all financial consumers.

- *Establishing a specialized agency for financial consumer protection*

While protecting the interests of financial consumers in Vietnam today is inextricably linked to four different government entities, respectively the State Bank, the Ministry of Industry and Trade, the Ministry of Information and Communications, and the Consumer Protection Association. However, these organizations still do not have a department that is dedicated to protecting financial consumers, and the system still does not have a particular approach to manage the work of protecting financial consumers. A further problem is that the coordination process between the authorities listed above is unclear, and because of this, it is hard to handle conflicts of interest when it comes to financial products and services. Due to the high level of specificity of the clients who bank with a bank, the risks to customers are significant. Protecting the interests of consumers in the operation of credit institutions by developing separate regulations is vital. Moreover, it is necessary to establish specialized agencies and implement a coordination mechanism among these agencies that necessitates the implementation of financial literacy and training programs to increase customers' financial capacity and financial behaviors in the future.

For Financial Institutions

- *Disclosure and transparency of information with customers*

Financial service providers need to provide financial consumers with important key information regarding the benefits, risks, and terms of a product. In particular, it is necessary to provide material information about the product, and before signing the contract, during the period when the customer uses the financial service of the provider organization, whenever there is a change, development new born, financial institutions must provide necessary and timely information to customers.

All promotional materials for financial products must be accurate, truthful, understandable, and not misleading. It is essential to have professional, qualified, and trustworthy employees in banking systems. Providing information helps customers assess the benefits and risks associated with signing a contract, ensuring that customers have measures to accept risks if signing a contract.

- *Develop an effective mechanism for receiving, managing and resolving complaints*

Financial institutions also need to research, analyze and evaluate the risks or difficulties that financial consumers may face when using their financial services products to have a plan to protect customers. The provision of financial service information by financial institutions must be clear and transparent under the management of state agencies. In particular, there should be specific regulations for transactions related to digital financial services to avoid infringing on financial consumers.

For Customers using financial services

In general, customers' protection is not a specific part of any policies and procedures implemented by commercial banks. Consequently, customers as an important role to the development of banking system, need to:

- *Protect your personal information*
- *Improve financial literacy and rights of consumers in general and financial consumers in particular*
- *Ask for specialized agency or financial advisors when having trouble in financial institutions.*

Reference

- Consumer protection on fair trading Law, (1992). <https://www.legislation.act.gov.au/a/1992-72>
- Ahmed, H., & Ibrahim, I. R. (2018). Financial Consumer Protection Regime in Malaysia: Assessment of the Legal and Regulatory Framework. *Journal of Consumer Policy*. <https://doi.org/10.1007/s10603-018-9369-0>
- Bank Times. (2017). *Giáo dục, nâng cao nhận thức tài chính là nền tảng cho tài chính toàn diện*. Bank Times. <https://thoibaonganhang.vn/giao-duc-nang-cao-nhan-thuc-tai-chinh-la-nen-tang-cho-tai-chinh-toan-dien-68204.html>, accessed on 14th July,2021
- Bekele, M. (2015). *Practices of Customer Protection in Financial Institutions: The case of selected private commercial banks*. ST. MARY'S UNIVERSITY SCHOOL OF GRADUATE STUDIES.
- Bình, Đ. T. T., & Chi, P. T. (2021). Deposit insurance and bank risks in Vietnam. *Economy & Forecast Review*, 6, 23–27.
- Bushman, R. M., & Williams, C. D. (2012). Accounting discretion, loan loss provisioning, and discipline of Banks' risk-taking. *Journal of Accounting and Economics*. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2012.04.002>
- Cao, Đ. L., & Hà, T. T. D. (2020). Protecting consumer rights when signing bank credit contracts. *National Agency For Science And Technology Information*, 43, 38–46.
- Dũng, N. T. (2017). *Pháp luật về bảo vệ quyền của bên vay trong hợp đồng tín dụng*. Tra Vinh

University.

Dũng, T. V., & Chí, L. H. (2021). Vietnamese Banking Operations: Is the Depositors an Effective Channel for Monitoring? *Asian Journal of Economics and Banking*, 181, 67–78.

Gaganis, C., Galariotis, E., Pasiouras, F., & Staikouras, C. (2020). Bank profit efficiency and financial consumer protection policies. *Journal of Business Research*. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.033>

Hà, T. T. D. (2020). Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng khi sử dụng thẻ ngân hàng. *Industry and Trade Journal*, 8, 288–293.

Hiền, H. T. T., Hạnh, Đ. T. H., & Vân, N. T. (2020). Bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong bối cảnh phát triển tài chính toàn diện tại Việt Nam. *Banking Science & Training Review*, 218, 9–19.

Hiền, N. T. (2017). Chính sách bảo vệ người tiêu dùng tài chính: Kinh nghiệm quốc tế và một vài khuyến nghị đối với Việt Nam. *Vietnam Journal of Economics and Finance*, 3, 48–55.

Hương, T. H. D., & Tùng, T. H. (2018). *Kiểm định mối quan hệ giữa minh bạch thông tin và chi phí vốn chủ sở hữu của các ngân hàng thương mại Việt Nam*.

Johan, S., & Ariawan, A. (2021). Consumer protection in financial institutions. *Legality : Jurnal Ilmiah Hukum*. <https://doi.org/10.22219/ljih.v29i2.16382>

Mayer, D., Cava, A., & Baird, C. (2014). Crime and punishment (or the lack thereof) for financial fraud in the subprime mortgage meltdown: Reasons and remedies for legal and ethical lapses. *American Business Law Journal*. <https://doi.org/10.1111/ablj.12033>

Mikhheeva, I. V., & Dolkova, E. A. (2020). BEHAVIOURAL SUPERVISION OF THE BANK OF RUSSIA IN PROTECTION OF FINANCIAL SERVICES CONSUMERS' RIGHTS. *RUDN Journal of Law*. <https://doi.org/10.22363/2313-2337-2020-24-2-314-334>

Mohamad, N. N., & Hassan, R. (2019). Financial Consumers Protection Regime in Malaysia: Main Guidelines Issued by Bank Negara Malaysia. *International Journal of Management and Applied Research*. <https://doi.org/10.18646/2056.64.19-015>

OECD. (2011). G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection. *Organisation for Economic Co-Operation and Development, October*, 1–7. www.oecd.org

Pasiouras, F. (2018). Financial consumer protection and the cost of financial intermediation: Evidence from advanced and developing economies. *Management Science*. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2585>

Son, B. T. (2019). Risks in business activities and some recommendations to improve the effectiveness of risk reduction and internal control at Vietnamese commercial banks. *Human Resource & Social Science Journal*, 7, 34–39.

Thọ, V. Đ. (2018). Diversification and risks in bank: Bad loan and stability inefficiency. *Ho Chi Minh City Open University Journal of Science*, 1, 128–140.

Thọ, V. Đ., & Thủy, T. T. T. (2020). Simultaneous impact of diversification, business performance and risk in Vietnamese commercial banks. *Industry and Trade Journal*, 19, 288–303.

Tính, Đ. Q. (2016). Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam hướng tới chuẩn mực quốc tế trong quá trình thực thi nhiệm vụ bảo vệ người gửi tiền. *Banking Review*, 3,4, 72–74.

Tùng, T. H. (2020). Nâng cao minh bạch thông tin đối với ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh gia nhập CPTPP. *Financial & Monetary Market Review*, 5. <https://thitruongtaichinhthiente.vn/nang-cao-minh-bach-thong-tin-doi-voi-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam-trong-boi-canhh-gia-nhap-cptpp-28482.html>

V, S., & M, S. (2019). A Study on Financial Consumer Protection of Commercial Banks in Virudhunagar District. *International Journal of Management Studies*. [https://doi.org/10.18843/ijms/v6i2\(3\)/05](https://doi.org/10.18843/ijms/v6i2(3)/05)

Protection of Consumer Right Law, (2010).

Protection of Consumer Right, (2018).

Worldbank. (2021). *Overview of Vietnam*. World bank.. <https://www.worldbank.org/en/country/vietnam/overview>, accessed on 9th July,2021

FINANCIAL CONSUMER PROTECTION LEGISLATION – APPROACHES AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

Lan Phuong To, PhD.⁴ - University of Economics and Business – Vietnam National University

Abstract

According to statistics of the World Bank, every year, the world has nearly 200 million new consumers entering the financial market (WB, 2020). The asymmetry of information about financial products/services between consumers and providers has put many financial consumers at a disadvantage. This imbalance is greater when the consumer's financial experience is low and the level of complexity of financial products/services increases. This leads to the case that many financial institutions, on the one hand, still ensure their customers are well served, but on the other hand, take advantage of information to make illicit profits, causing distrust in the official financial market. Therefore, implementing financial consumer protection (FCP) with appropriate regulations can prevent information asymmetry, rebuild financial consumers' confidence, encourage them to actively access to formal financial products/services and thereby promote financial inclusion. FCP is an important factor in promoting financial inclusion, especially for those with limited experience and knowledge. The research will go into the current situation of FCP in Vietnam, examine the approaches to legal FCP in order to make recommendations in the context of Vietnam's economy during and after Covid 19.

Keywords: *Consumer protection, Consumer behavior, Financial services, Financial consumers, Financial consumer protection, Financial consumer protection legislation.*

Introduction

The global financial crisis of 2007-2009 is, arguably, the most significant financial crisis to occur since the Great Crash of 1929, which led to the Great Depression. The crisis of 2007-2009 was caused by a number of factors for example flawed monetary policy, excessive and uncontrolled use of financial innovation, the proliferation of shadow banking activities and inadequate corporate governance structures within banks and other financial services firms (Avgouleas, 2009). To a large extent, it was also a manifestation of regulators' failure to maintain the overall stability of the financial system. Apart from this failure to maintain systemic stability, there were also some failures to protect consumers, for example regulators' approaches to the supervision of financial firms were not assertive enough thus resulting in a situation where a large number of borrowers are struggling to pay back mortgages as a result of irresponsible lending.

Apart from this there have been other examples of financial practitioners acting in a way that was detrimental to consumers, for example the scandals arising from the mis-selling of retail financial products such as personal pensions and endowment mortgages (Gray, 2004). Such incidents

⁴Email: phuongtl@vnu.edu.vn

illustrate how firms and practitioners in the financial services industry are able to exploit an unfair advantage they have over their consumers (investors) in terms of superior information and expertise. Such opportunistic behaviour, arguably, indicates the need for tighter regulation of financial services.

This article looks at some of the principal theories on why we intervene, in markets, to protect consumers. It also looks at how the financial crisis has led to a re-thinking of how this might be done. In so doing, it examines the regulatory philosophies that underpinned consumer protection regulation in UK financial services before the crisis, as well as the new ideas that might replace them in the new post-crisis era.

Approaches to consumer protection regulation: The government or regulator tasked with consumer protection will often have to balance the interests of consumers on the one hand with those of the sellers or suppliers on the other hand. To this extent, its approaches to consumer protection regulation will be interventionist, non-interventionist or a mixture of both. The non-interventionist and interventionist approaches to consumer protection will now be discussed in turn.

Non-interventionist approaches

Non-interventionist approaches emphasize allowing the consumers and sellers the freedom to make bargains and contracts without external interference from government or regulators. The non-interventionist approaches are promotion of competition (between the different suppliers or sellers) (Yeung, 2004) , the use of information disclosure (Howells, 2005) , the use of **caveat emptor** (McMeel and Virgo, 2001) and the reliance on private enforcement mechanisms (Polinsky and Shavell, 2000 ; Shavell, 1993 ; Van Den Bergh, 2008).

The “Chicago School” of economic thought has traditionally been a supporter of non-interventionist approaches. Their arguments are based on a deep-seated belief in the efficacy of the free market as a means of organising or allocating resources (Friedman, 1974). They are also founded on a great deal of scepticism of government intervention in economic affairs (Friedman, 1974). The argument is that in the absence of government intervention the free market functions at least as well as, and probably better than, any other type of economic arrangement (Friedman and Friedman, 2002 ; Wall, 1972). The reason for this, according to Chicagoans, is that voluntary exchange is the most efficient method of allocating resources, promoting individual choice and preserving political freedoms (Friedman and Friedman, 2002).

This belief in free markets, minimal government and the promotion of private enterprise is, in turn, founded on the proposition that human beings maximise their own self-interests and are therefore rational economic creatures (Stigler, 1982). This is known as rational choice theory. Rational choice theory is, in many ways, the foundation for the law and economics movement (Jacoby, 2000). It is based on the premise that human beings are maximisers of their satisfaction, or utility, and that when faced with a set of choices, will always pick the option that they believe maximises their satisfaction or utility (Becker, 1978; Posner, 1990). This premise is, in turn, based on the assumption that when making choices people have adequate information (to aid them in making those choices) and the ability to properly process that

information (Ogus, 1994). Consequently individual choice must be preserved, while limiting external or government interference (in individual's decision-making about their welfare) to the improvement of information flows (Ogus, 1994). Rational choice theory, therefore, seems to argue for limited, if any, regulation or other government intervention, since individuals know how to maximise their utility and are capable of doing so.

A major criticism of non-interventionist approaches arises from a significant defect of rational choice theory. This criticism can be found in the behavioural economics and psychology literature. The problem with rational choice theory is that people do not always make rational choices. Individuals can, and do, make inferior decisions with regards to their welfare-decisions that they would not have made if they had complete information, unlimited cognitive abilities and unlimited self-control (Jolls *et al.*, 1998). This arises because people often use heuristics (rules of thumb) which are aimed at making complex tasks, of assessing probabilities and predicting values, simpler, but which can sometimes lead to severe and systematic errors (Avgouleas, 2008). There is a wealth of empirical studies, in both behavioural economics and psychology, that show that the use of heuristics, such as the availability heuristic (Slovic, 2000) and the affect heuristic (Slovic *et al.*, 2004), results in cognitive biases (cognitive weaknesses) in individuals' decision-making, which, in turn, lead them to make systematic errors (Tversky and Kahneman, 1974). Some examples of cognitive biases are overconfidence (Shiller, 2000), probability neglect (Sunstein, 2005) and loss aversion (Kahneman and Tversky, 1979; Kahneman *et al.*, 1990; Kahneman and Knetsch, 1991). Individuals, thus, suffer from bounded rationality (Jolls *et al.*, 1998; Simon, 1955), bounded self-control (Frederick *et al.*, 2002; Jolls *et al.*, 1998) and the effect of framing (Camerer, 2000; Johnson *et al.*, 2000) when making choices regarding their welfare.

Interventionist approaches

Interventionist approaches to consumer protection are characterised by the greater involvement of government or regulators in the monitoring of suppliers and sellers of goods and services in a bid to protect the interests of consumers. Typical interventionist approaches include bans and regulation, altering the default rules and risk-sharing (Howells, 2005). Interventionist approaches in financial services include conduct of business regulation and product regulation.

A significant justification for interventionist approaches comes from the extensive scholarly empirical literature on the behaviour of individual consumers, which concludes that rational choice theory is a simplistic theory that has little correspondence with the real world (Jacoby, 2000; Jacoby *et al.*, 1998; Peter and Olson, 2008). Human behaviour is a complex function of many known and unknown factors, and although economic variables play an important role in our choices, there are many other variables which also play a role in our choices, for example psychological, sociological, cultural and environmental variables (Jacoby, 2000). The upshot of this is that the application of rational choice theory will not work for all markets and all consumers all of the time or in all situations (Jacoby, 2000).

Another significant justification for interventionist approaches to consumer protection is information inadequacy. Information is necessary in order for markets to function properly- for a

market to function well buyers must have enough information to help them evaluate products (Hayek, 1945), and there should be as much information available as consumers are willing to pay for in order to improve the quality of their choices (Breyer, 1982). This is, however, not always the case, for a number of reasons. The first of these reasons is that information is sometimes expensive to produce and difficult to restrict to only those who pay (Breyer, 1982), therefore there is less of an incentive to produce such information (Asch, 1988). This can lead to the production of inadequate or too little information (Sunstein, 1990), and thus constitutes an argument in favour of regulation.

The second reason is that one of the parties to a transaction may deliberately try to mislead or deceive the other party, by conveying false information or omitting important facts – the fact that individual consumers will often have incomplete information, coupled with the significant costs involved in determining the quality of a particular good or service, create favourable conditions for fraud to take place (Darby and Karni, 1973). Although there are other ways of dealing with this particular problem, for example service contracts, leasing arrangements, extensive warranties, client relationships and branding (Darby and Karni, 1973) [37], regulation should not be ruled out.

The third reason is that even if the necessary information is provided the buyer may be unable to evaluate all the characteristics of the products or services on offer, for example a layman cannot readily evaluate the competence of a doctor or lawyer (Breyer, 1982). The result of such information asymmetries between buyers and sellers (where the sellers have more knowledge about the quality of the goods on sale than the buyer) is often described as a “market for lemons” (Akerlof, 1970). In a market for lemons there is an incentive for sellers to market poor quality merchandise because the returns for good quality accrue to all sellers rather than to the individual seller (Akerlof, 1970). The market will, therefore, supply quality at inefficiently low levels (Cheffins, 1997). Although there are other ways of dealing with the market for lemons (that is, the effects of quality uncertainty) for example the use of guarantees and brand-names, there is still a strong case for licensing and other forms of regulation, in order to increase the welfare of all parties (Akerlof, 1970).

The problem of quality uncertainty is particularly relevant with regards to experience goods rather than search goods (Nelson, 1970) [40]. With search goods there is less danger the buyer will make incorrect purchase decisions because the relevant characteristics can be known prior to purchase, whereas with experience goods there is a greater likelihood of unsuitable purchases because the relevant characteristics will often only be ascertainable after purchase and use (Breyer, 1982). The problem of quality uncertainty is also relevant with regard to credence goods because it is difficult to ascertain their characteristics or their quality even after they have been used or consumed. The problem of quality uncertainty is, therefore, particularly relevant to banking and other financial services because long-term savings and investment products tend to be credence goods rather than search or experience goods. The problem of quality uncertainty thus contributes positively to the argument in favour of regulation.

The fourth reason why there might be inadequate information in a market is that the market may simply not be competitive enough to provide all the information that consumers would be willing to pay for, for example until the US government mandated disclosure, accurate information

was unavailable, to most buyers, regarding the fuel economy for cars, durability of light bulbs, nicotine content of cigarettes or care requirements for textiles (Breyer, 1982).

Having looked at the four reasons it is clear that information inadequacy poses a very strong justification for regulation. By making information more extensively available, accurate and affordable, regulation can protect buyers against the adverse consequences of information inadequacy thus encouraging the operation of healthy markets (Baldwin and Cave, 1999). To this extent regulation is a desirable thing. Morality presents another justification for interventionist approaches to consumer protection. This is because capitalism itself encourages the baser human motives such as self-interest and the desire for personal profit, while at the same time discouraging the more traditional moral virtues such as honesty, integrity, self-sacrifice and the charitable instinct (Barry, 1991). Thus, if an unregulated market is likely to produce self-serving conduct which breaches widely accepted standards of morality, then there could be an argument made for the introduction of regulation into such a market (Cheffins, 1997).

In attempting to curb conduct that breaches widely accepted standards of morality, regulation can also promote confidence in the market, since unethical or improper conduct is precisely the thing that undermines public confidence in the market (Barry, 1991; Cheffins, 1997). Morality thus provides a good justification for regulation. A further justification for interventionist approaches is paternalism. It is largely based on the weaknesses of rational choice theory. The perceived inability of individuals to make correct choices with regards to their welfare is a justification for regulation that is paternalistic in nature – such regulation is based, largely, on the belief that the market is unable to regulate itself in a particular area of social or economic activity, thus requiring government initiatives that are interventionist in nature (Avgouleas, 2005). Paternalism itself has been defined as “the interference with a person’s liberty of action justified by reasons referring exclusively to the welfare, good, happiness, needs, interests or values of the person being coerced” (Dworkin, 1971; Ogus, 2010; Van De Veer, 1986). It is a powerful justification for regulation, even when other justifications, such as externalities, are also appropriate (Ogus, 1994), and it has even been argued that, very often paternalism is inevitable (Sunstein and Thaler, 2003).

The problem with paternalism is that it is viewed by some, especially libertarians, as coercive, restrictive on choice and freedom and it blurs the boundaries of state intervention (Friedman and Friedman, 2002; Hayek, 1960; Hayek, 1973; Nozick, 1974). To overcome the criticisms of paternalism, Sunstein and Thaler have come up with the idea of libertarian paternalism (Sunstein and Thaler, 2003). They argue that arguments against paternalism are based on a false assumption (that people always make choices that are in their best interests) and misconceptions that there are viable alternatives to paternalism and that paternalism always involves coercion (O’Donoghue and Rabin, 2003; Sunstein and Thaler, 2003). Libertarian paternalism is a fairly weak and non-intrusive version of paternalism, whereby choices are not blocked but planners self-consciously attempt to move people in welfare-promoting directions (Sunstein and Thaler, 2003), thus making the regime both libertarian and paternalistic at the same time.

A good look at some of the things that paternalistic regulation has been put in place to avoid, for example under-aged smoking and drinking and the failure to wear seatbelts (Dworkin, 1971), makes it clear to us that individuals, if left to their own devices, do not always make rational decisions or welfare-maximising choices. This therefore counts as a good justification for intervention in order to ensure their welfare.

Consumer protection in the financial industry in Vietnam

FCP is vital to financial stability and financial inclusion. An effective FCP framework is a necessary condition to expand access to and use of financial services, bring practical benefits to consumers, and enable them to have sufficient information to provide financial services. make decisions to use financial services in the best and most effective way. This is one of the ways to help strengthen consumer confidence in the formal financial sector, contributing to the healthy and sustainable development of the financial market.”

Vietnam follows a market economy, socialist orientation, which means that there is state management in the economy, so the appropriate method in Vietnam in current practice is to combine both intervention and non-intervention methods. Specifically in Vietnam, the FCP currently involves four agencies, namely the State Bank of Vietnam, the Ministry of Industry and Trade, the Ministry of Information and Communications and the Consumer Protection Association. However, these agencies do not have a specialized department as well as specific management processes to perform the task of FCP. In addition, the coordination mechanism between the above agencies is not clear and lacks binding, so the handling of conflicts of interest that occurs when using financial products and services is still quite confusing.

Regarding the legal framework: Currently in Vietnam, the legal framework for consumer protection is the Consumer Protection Law in general, with no separate reference for consumers in the financial sector. Vietnam does not have a specific, separate law on consumer protection in the financial sector, while the laws or regulations on transactions in the financial sector, for example the Law on Credit Institutions 2010 have one provisions on protecting the interests of customers are also general and incomplete.

Regarding management and supervision agencies: Currently, Vietnam does not have a specialized management agency responsible for FCP. Vietnam has four agencies related to the protection of consumer interests in the financial sector, including: the State Bank of Vietnam, the Ministry of Industry and Trade, the Ministry of Information and Communications and the Consumer Protection Association use. All four agencies have the ability to participate in the consumer protection process, but these agencies do not have specialized departments as well as specific management processes to perform the task of protecting consumers consumption.

In addition, supervisory responsibilities for consumer protection issues have not been properly assigned and coordinated among these agencies. Out of six criteria to evaluate consumer protection activities in the financial sector, Vietnam currently only meets two factors: Having a complaint management agency and having customer support via a hotline. Other criteria (such as:

universalization of consumer risk programs; direct handling of complaints; receipt of complaint reports from financial institutions and control of service quality...) are all met by the countries. Others (Indonesia, Korea, Thailand, Philippines, Malaysia) apply, but have not been recorded to apply in Vietnam.

In particular, the lack of separate regulations for financial consumers as well as consumer borrowers in the Consumer Protection Law makes it difficult to protect the interests of consumers in general and consumer borrowers in particular in Vietnam is vacant. The reality of violations of consumer rights in the field of consumer credit is that the information provided to consumers is not complete, clear, accurate, even showing signs of intentionally causing confusion or fraud; information collected from consumers is used for improper purposes; consumers are harassed, threatened, their reputation and honor affected in the process of debt recovery; the reception and settlement of complaints is unprofessional and ineffective; ambiguity between formal consumer credit and “black” credit. The fact that the law does not have specific provisions for consumer shows that this group is not considered as vulnerable and requires appropriate protection regulations. In fact, financial consumers will easily encounter five groups of conflicts of interest, including: Product development risks (financial products and services do not comply with legal requirements) ; technology risks (reliability of security systems, information system failures); marketing risk (false advertising, service fees, etc.), fraud risk (transaction monitoring, credit institution staff supervision) and sales risk (wrong transaction, disclosure) customer information). Therefore, it is necessary to specialize the subject of consumers in order to have appropriate legal provisions to protect rights, especially in the context that Vietnam's economy is being heavily affected by the Covid-19 pandemic lasting from 2020 to date and possibly even longer.

Conclusion and recommendation

Consumer protection is mainly based on the legal basis of the Law on Protection of Consumer Rights, but there is no separate regulation on protection of consumer products. Meanwhile, laws in the financial fields such as the Law on Credit Institutions, the Law on Securities or the Law on Insurance Business have provisions on protecting the interests of customers but are incomplete and lack guidelines. Specifically, promptly and effectively handle complaints of financial consumers. Not to mention Vietnam currently does not have specialized organizations to centrally manage financial consumer protection.

Given that situation, the author proposes the following recommendations to improve the legal framework in the law on protection of NTDs in Vietnam as follows:

Firstly, it is necessary to raise awareness of financial consumers: The protection of financial consumers is not only the protection of individual consumers but also has very important implications for financial stability and financial inclusion. Because an effective FCP framework is a necessary condition to expand access to and use of financial services, bringing practical benefits to consumers, and enabling them to have enough information to make decisions about the best use of financial services. Only when the financial consumers is safely protected will there be confidence in the official financial sector, contributing to the healthy and sustainable development of the financial

market. The financial sector is facing major changes, which is the trend of using digital financial services. Vietnam is accelerating the implementation of financial inclusion and to successfully implement financial inclusion, financial education and consumer protection need to be one step ahead. Not only regulatory agencies, policy makers, consumer representative organizations but also financial institutions need to pay attention to the protection of financial consumers and this is evident in the Financial Strategy. comprehensive national policy to 2025 with orientation to 2030.

Second, separate regulation is needed: Previously, a survey conducted in 124 countries by the World Bank in 2018 showed that the legal framework for NTDTC protection has appeared in 118 countries. Accordingly, there are three common approaches to regulations on FCP in the world, including: Bringing consumer protection regulations into the regulations for transactions in the financial industry as in the Banking Law; include consumer protection provisions in the general consumer protection law but with specific references to consumers in the financial sector; promulgate separate, specialized laws and regulations for consumer protection in the financial sector.

According to the results of a survey in Vietnam conducted in a narrow scale on social networks, it shows that the trend of invasion of privacy, invasion of information confidentiality, even insulting the honor of financial consumers is increasing sharply, especially since the advent of consumer finance companies. A search engine on social networks shows that on average, there are nearly 100 complaints a day about being bothered by consumer finance companies and banks, such as asking for a loan, inviting to use services, even someone asking for a loan was also being called dozens of phone calls a day from a financial company, a bank. Many people also reported that they were "reprimanded" when they refused to borrow money. It is worth mentioning that the majority of these individuals who reported being bothered said they had at least once had a transaction with the financial company, the bank or its affiliate partner surname.

A survey on Google with the keyword "annoyed by financial companies" gives about 9,560,000 results. With the keyword "debt collection by terrorist financial companies" for about 2,050,000 results. This shows that customers who are financial consumers of financial companies and banks are being compromised to a high degree. While legal sanctions are not strong enough to FCP, on social networking sites, financial consumers protect themselves by offering plans to deal with annoying calls from financial companies and banks ...

Given the above situation, it is necessary to soon complete the legal framework related to the FCP, establish specialized agencies on FCP and establish a coordination mechanism between these agencies and the Department of Competition and Consumer Protection consumers and the Consumer Protection Association. Develop qualitative and quantitative criteria to assess the level of FCP in Vietnam to be able to orientate appropriate FCP solutions...

On the part of financial institutions, there should be regulations with strong sanctions on the responsibility of financial service providers in matters of confidentiality of information and assets of FCP. There is an effective mechanism for receiving, managing and settling complaints. Financial institutions also need to research, analyze and evaluate the risks or difficulties that FCP may face when using their financial services products to have appropriate customer protection plans. The

provision of financial service information by financial institutions must be clear and transparent under the management of state agencies. In particular, there should be specific regulations for transactions related to digital financial services to avoid infringing on consumers...

References

- World bank, "Financial consumer protection," *Report*, pp. <https://responsiblefinance.worldbank.org/en/responsible-finance/financial-consumer-protection>, 2020.
- Avgouleas, E, "The global financial crisis, behavioural finance and financial regulation: in search of a new orthodoxy," *Journal of Corporate Law Studies*, Vol. 9, pp. 23-59, 2009.
- Gray, J, "The legislative basis of systemic review and compensation for the mis-selling of retail financial services and products," *Statute Law Rev.*, Vol. 25, pp. 196-208, 2004.
- Yeung, K, "Securing Compliance: A Principled Approach," *Hart Publishing, Oxford*, 2004.
- Howells, G, "The potential and limits of consumer empowerment by information," *Journal of Law and Society*, Vol. 32, pp. 349-70, 2005.
- McMeel, G. and Virgo, J, "Financial Advice and Financial Products: Law and Liability," *Oxford University Press, Oxford*, 2001.
- Polinsky, A.M. and Shavell, S, "The economic theory of public enforcement of law," *Journal of Economic Literature*, Vol. 38, pp. 45-76, 2000.
- Shavell, S, "The optimal structure of law enforcement," *Journal of Law and Economics*, Vol. 36, pp. 255-87, 1993.
- Van Den Bergh, R, "Enforcement of consumer law by consumer associations," in *Faure, M. and Stephen, F.H. (Eds), Essays in the Law and Economics of Regulation: In Honour of Anthony Ogus, Intersentia, Antwerpen*, 2008.
- Friedman, M, "Schools at Chicago," *University of Chicago Magazine*, 1974.
- Friedman, M. and Friedman, R.D , "Capitalism and Freedom," *University of Chicago Press, Chicago, IL*, 2002.
- Wall, D, "'Introduction", in Wall, D. (Ed.), *Essays in Economic Development, University of Chicago Press, Chicago, IL*, 1972.
- Stigler, G, "Economists and public policy," *Regulation*, Vol. 6, pp. 13-17, 1982.
- Jacoby, J, "Is it rational to assume consumer rationality? Some consumer psychological perspectives on rational choice theory," *Roger Williams University Law Review*, Vol. 6, pp. 81-162, 2000.
- Becker, G.S, *The Economic Approach to Human Behavior*, University of Chicago Press, Chicago, IL, 1978.
- Ogus, A.I, "Regulation: Legal Form and Economic Theory," *Oxford University Press, Oxford*, 1994.

Jolls, C., Sunstein, C.R. and Thaler, R.H, "A behavioural approach to law and economics," *Stanford Law Review*, Vol. 50, pp. 1471-550, 1998.

Avgouleas, E, "Reforming investor protection regulation: the impact of cognitive biases," in Faure, M. and Stephen, F.H. (Eds), *Essays in the Law and Economics of Regulation: In Honour of Anthony Ogus*, Intersentia, Antwerpen., 2008.

Slovic, P, " Perception of Risk," *Earthscan Publications, London*, 2000.

Slovic, P., Finucane, M.L., Peters, E. and Macgregor, D.G , "Risk as analysis and risk as feelings: some thoughts about affect, reason, risk, and rationality," *Risk Analysis: An International Journal*, Vol. 24, pp. 311-22, 2004.

Tversky, A. and Kahneman, D, "Judgment under uncertainty: heuristics and biases," *Science*, Vol. 185, pp. 1124-31, 1974.

Shiller, R.J, "Measuring bubble expectations and investor confidence," *Journal of Psychology and Financial Markets*, Vol. 1, pp. 49-60, 2000.

Sunstein, C.R, "Laws of Fear: Beyond the Precautionary Principle," *Cambridge University Press, Cambridge*, 2005.

Kahneman, D. and Tversky, A., "Prospect theory: an analysis of decision under risk," *Econometrica*, Vol. 47, pp. 263-92, 1979.

Kahneman, D., Knetsch, J.L. and Thaler, R.H, "Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem," *Journal of Political Economy*, Vol. 98, pp. 1325-48, 1990.

Kahneman, D. and Knetsch, J.L, "The endowment effect, loss aversion, and status quo bias," *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 5, pp. 193-206, 1991.

Simon, H.A, "A behavioural model of rational choice," *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 69, pp. 99-118, 1955.

Frederick, S., Loewenstein, G. and O'Donoghue, T, "Time discounting and time preference: a critical review," *Journal of Economic Literature*, Vol. 40, pp. 351-401, 2002.

Camerer, C.F, "Prospect theory in the wild: evidence from the field," *Kahneman, D. And Tversky, A. (Eds), Choices, Values, and Frames*, Cambridge University Press, Cambridge, 2000.

Johnson, E.J., Hershey, J., Meszaros, J. and Kunreuther, H, "Framing, probability distortions and insurance decisions in Kahneman, E.J., Tversky, A. And Russell Sage, F. (Eds), *Choices, Values, and Frames*, Cambridge University Press, Cambridge," 2000.

Jacoby, J., Johar, G.V. and Morrin, M, "Consumer behavior: a quadrennium Review of Psychology, Vol. 49," *Annual*, pp. 319-44, 1998.

Peter, J.P. and Olson, J.C, "Consumer Behavior and Marketing Strategy," *McGraw-Hill, London*, 2008.

Hayek, F.A, "The use of knowledge in society," *American Economic Review*, Vol. 35, 1945.

Breyer, S.G, "Regulation and its Reform," *Harvard University Press, Cambridge, MA*, 1982.

Asch, P, *Consumer Safety Regulation: Putting a Price on Life and Limb*, 1988.

Sunstein, C.R, "After the Rights Revolution: Reconceiving the Regulatory State," *Harvard University Press, Cambridge, MA*, 1990.

Darby, M.R. and Karni, E, "Free competition and the optimal amount of fraud," *Journal of Law and Economics*, Vol. 16, pp. 67-88, 1973.

Akerlof, G.A, "The market for 'lemons': quality uncertainty and the market mechanism," *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 84, pp. 488-500., 1970.

Cheffins, B.R, "Company Law: Theory, Structure, and Operation," *Clarendon, Oxford*, 1997.

Nelson, P, "Information and consumer behavior," *Journal of Political Economy*, Vol. 78, pp. 311-29, 1970.

Baldwin, R. and Cave, M, *Understanding Regulation: Theory, Strategy, and Practice*, Oxford University Press, Oxford, 1999.

Barry, N.P, *The Morality of Business Enterprise*, Aberdeen University Press, Aberdeen, 1991.

Avgouleas, E, *The Mechanics and Regulation of Market Abuse: A Legal and Economic*, 2005.

Dworkin, G, "Paternalism," *Wasserstrom, R.A. (Ed.), Morality and the Law: Basic*, 1971.

Ogus, A, "The paradoxes of legal paternalism and how to resolve them," *Legal Studies*, Vol. 30, pp. 61-73, 2010.

Hayek, F.A.V, "The Constitution of Liberty," *Routledge & Kegan Paul, London*, 1960.

Hayek, F.A.V, "Law, Legislation and Liberty: A New Statement of the Liberal Principles of Justice and Political Economy," Vol. 1, *Routledge, London*, 1973.

Sunstein, C.R. and Thaler, R.H, "Libertarian paternalism is not an oxymoron," *University of Chicago Law Review*, Vol. 70, pp. 1159-202, 2003.

O'Donoghue, T. and Rabin, M., "Studying optimal paternalism, illustrated by a model of sin taxes," *American Economic Review*, Vol. 93, pp. 186-91, 2003.

REGULATORY FRAMEWORK ON CONSUMER PROTECTION FOR FINANCIAL INCLUSION IN VIETNAM

Thi Phuong Thao Le, MPP. - University of Economics and Business – Vietnam National University

Abstract

Consumer protection is recognized by policymakers, researchers, practitioners and other stakeholders as an important enabler for financial inclusion around the world. In Vietnam, as the market for consumer financial services is increasingly developed, consumer protection has become a growing concern. The study reviews the country's regulatory framework on consumer protection for financial inclusion regarding five potential problems (i) high prices, (ii) overindebtedness, (iii) post-contract exploitation, (iv) fraud, and (v) discrimination. The focuses will be on weaknesses of the framework and its effectiveness in protecting financial consumers, especially those at the base of the pyramid.

Key words: *Regulatory framework, consumer protection, financial inclusion, high and hidden prices, overindebtedness, post-contract exploitation, fraud, and discrimination, loans, deposits, low-income customers.*

Introduction

In Vietnam, the market for consumer financial services is increasingly developed. Government policies to accelerate financial inclusion, digital transformation of financial services, and the rapid development of the economy contribute to the market growth. When more people of lower-income group with less financial literacy engage in the market with increasingly sophisticated products and services, consumer protection has become a growing concern. The paper reviews Vietnamese regulatory framework in financial customer protection with the focus on vulnerable customers. Better protection of this group of customers will improve their trust on the financial system, encourage their use of financial services, and thus enhancing financial inclusion in Vietnam. Existing regulations on the five issues, namely (i) high prices, (ii) overindebtedness, (iii) post-contract exploitation, (iv) fraud, and (v) discrimination will be compared and assessed against good practices as reviewed by the World Bank (2017). Their effectiveness in protecting consumers' benefits will also be analysed. The paper will concentrate on household banking services, especially credits and deposits provided by formal credit institutions. The issues covered, however, are also relevant for insurance and SME finance.

1. High prices

Interest rate caps are often used by many countries to prevent lenders from charging high prices on loans. Interest rate caps, however, may lead to reduced credit access and quantity. Regulators may still choose to impose interest rate caps if they perceive that the benefit of lower prices is high enough to accept reduced credit access for some consumers.

Since 2010, Vietnam has liberalized lending interest rates with regulations allowing interest rates to be agreed upon by credit institutions and borrowers. According to Circular No. 12/2010/TT-NHNN dated April 14, 2010 on negotiable interest rates, lenders determine and publicly announce lending rates based on market conditions, operational costs and clients' creditworthiness. Circular No. 39/2016/TT-NHNN dated December 30, 2016 on lending activities of credit institutions and foreign bank branches replaces Circular 12 with an additional provision on lending rates stipulating that the State Bank of Vietnam shall place a cap on interest rates of short-term loans to preferred sectors and clients including agricultural sector, exporting sector, supporting sector, SMEs and hi-tech companies. Circular 39 also places limits of 10%/year for the interest rate on overdue interest payment and 150% of the contract's interest rate on overdue principal payment.

In addition, the 2005 Civil Code places a cap of 150% of the base rate announced by the State Bank of Vietnam. The 2005 Civil Code was replaced by the 2015 Civil Code with the cap of 20% per year. The Credit Institution Law and its implementing regulations issued by the State Bank of Vietnam, however, take precedence before the Civil Code if there are disputes about interest rates between the credit institutions and borrowers. Therefore, in practice, there is no interest rate caps for loans provided by credit institutions to individual borrowers, since the cap on short-term loans to individuals in preferred sectors is easily avoided by credit institutions by extending the term of loans. The interest rate cap imposed by the Civil Code is still applicable if lenders are not credit institutions. In those cases, if there are disputes between the parties involved, the benefits of lenders will be protected within the limit of the interest rate cap only.

While interest rates charged by commercial banks, people credit funds (credit unions), microfinance institutions are normally considered reasonable, lending interest rates of consumer finance companies are quite high. During the last five years, lending rates of commercial banks were around 10% per year (except for interest rates of short-term loans to preferred sectors and enterprises which are subject to interest rate caps of 4-5% per year and interest rates of credit card balances of about 20-35%). Lending interest rates of consumer finance companies are much higher at around 30-40%/year and can be as high as 70%/year. Compared to commercial banks, consumer finance companies serve higher number of lower-income customers with majority of their loans are unsecured so it requires higher costs to serve. Too high interest rates, however, create heavy financial burden for borrowers.

Another related issue is regulations on loan fees and charges to avoid hidden prices. Certain types of fees and charges are allowed and must be disclosed. Furthermore, in many countries, lenders are often required to disclose standardized interest rates in the form of annual percentage rate (APR) which includes any fees and additional costs of loans in order not to mislead borrowers about the prices charged.

In Vietnam, Circular No. 39/2016/TT-NHNN stipulates that before signing credit contracts, credit institutions must provide potential consumers with information on lending interest rates; principles, timing and formulas to determine variable interest rates (if applicable); interest rates on overdue principal balances; interest rates on overdue interest payment; interest calculation method;

and types and levels of fees and charges. If a loan's interest rate is not an annual interest rate and/or interest calculation is not based on outstanding loan balance and the term of the balance, the loan contract must specify an annual interest rate (with a 365-day year). Those fees and charges are also agreed upon between credit institutions and borrowers and must be stated in loan contracts. The types of fees and charges allowed by the Circular include (i) prepayment fees, (ii) fees for credit lines, (iii) fees for arranging syndicate loans, (iv) fees for loan withdrawal commitment from the effective date of loan contracts to the date of first withdrawal, and (v) other fees stipulated in related regulations. Furthermore, consumer finance companies are required to report to the State Bank of Vietnam their lending interest rate ranges whenever the ranges are changed as stipulated by Circular No. 43/2016/TT-NHNN on consumer lending of finance companies and Circular No. 18/2019/TT-NHNN revising some articles of Circular 43.

In addition to interest rate caps on loans, Circular No. 1729/QĐ-NHNN dated September 30, 2020 also places interest rate caps on short-term deposits. Credit institutions and foreign bank branches can only pay a maximum interest rate of 0.2%/year for VND transaction deposits and deposits with maturity of less than 01 month. As for VND deposits with maturity from 01 month to less than 06 months, the interest rate cap is 4.5%/year for people credit funds and microfinance institutions and 4.0%/year for other credit institutions and foreign bank branches.

The effectiveness of the abovementioned regulations, however, heavily depends on the financial literacy and position of borrowers. Consumers of commercial banks are typically of higher income group and have better understanding of loan terms and conditions, and thus, can make better, informed borrowing decisions. Still, they sometimes have to accept additional prices in order to be able to borrow. One notable example is that borrowers have to accept loan insurance contracts although they are not compulsory, thus increasing borrowing prices. For low-income consumers with weaker position and limited understanding of loan terms and conditions, the problems are more pronounced. Because of poor financial literacy, less access to credit, more urgent need for loans, sometimes poor and low-income consumers take expensive loans from finance companies, or even loan sharks, without full understanding of the effective high prices they have to pay. The problem is even more serious with loan applications made via online lending apps. For example, when clients apply for loans on lending apps of finance companies, they have to automatically accept loan insurance plan before they can proceed to next steps. Furthermore, credit officials of the companies only provide limited explanations on loan terms and conditions.

According to annual reports of Vietnam Competition and Consumer Authority (2018-2020), consumer requests, petitions and complaints in the field of finance, insurance and banking account for the highest proportion of the total number – 50.59% and 21.8% in 2018 and 2019, respectively. High and hidden prices are among one of the main reasons for customer petitions and complaints. The Authority, therefore, recommends that consumers should not borrow online from companies or individuals who do not clearly announce interest rates and other fees arising during the loan life or do not send credit contracts to consumers before signing so that they can understand the contracts thoroughly and make informed borrowing decisions.

2. Over-indebtedness

Countries often try to prevent over-indebtedness since it may make consumers unable to repay, causing problems for both lenders and borrowers. For low-income customers, borrowing more than they can repay often leads to undue hardship. Currently, in Vietnam, there is no regulation that directly aims at over-indebtedness. According to Garrido et. al. (2020), legal frameworks are imperative in tackling over-indebtedness with preventive measures (ex-ante tools) to contain debts at reasonable level, and reactive measures (ex-post tools) to resolve the problem of over-borrowing. Ex-ante tools are credit information systems, advice to debtors, and informal debt restructuring (including agreements to avoid insolvency). Ex-post measures for individuals and households include liquidation of assets or repayment plans in the cases of bankruptcy; and debt enforcement. Many of these measures are either absent or weak in Vietnam.

Some Asian countries such as Malaysia, Korea, Singapore etc. have public or private institutions specializing in providing credit counselling to consumers while Vietnam has not established a similar body yet (Garrido et. al. 2020). This type of institutions or other specialized financial consumer protection authorities (which Vietnam also does not have) can also offers debt restructuring programs for consumers that help them to gradually repay debt.

As for credit information system, National Credit Information Centre of Vietnam (NCIC) is the main and dominant source of credit information. According to Circular No. 03/2013/TT-NHNN on credit information activity of the State Bank of Vietnam, all credit institutions and foreign bank branches are required to provide credit information of their clients to NCIC. This regulation gives CIC a clear advantage over private credit information companies which collect information on a voluntary basis. Circular No. 16/2010/TT-NHNN guiding the implementation of Decree No. 10/2010/ND-CP on credit information activities gives the NCIC the role of supervising private credit registries. These create unlevel playing field between CIC and private credit information companies as well as potential conflict of interest when NCIC acts as both the competitor and supervisor of private registries. The government, however, recently resolve this problem by issuing Decree No. 58/2021/ND-CP in June 2021 which replaces Decree No. 10/2010/ND-CP and gives SBV the role of supervising credit information companies.

Despite these problems, Vietnam's credit information system, mainly dominated by NCIC, is considered good source of credit information. The World Bank (2020) rates the depth of Vietnam's credit information index the highest (8/8), higher than the average level of East Asia and Pacific countries (7.1/8). NCIC covers credit information of 986,000 companies and 39.6 million individuals which account for 54.8% of adult population (Le Tuan Anh, 2021). Credit institutions and foreign branches can, with a fee, utilize NCIC's credit information for creditworthiness assessment, risk management and other purposes. Credit information can only be shared with the consent of consumers. However, Decree 10 and Circular 110 guiding its implementation as well as Decree 58 do not specify a clear mechanism to implement the consent clauses (World Bank, 2015). Therefore, it is possible that consent to share information may not be emphasized during loan application process and consumers may not realize that they give the consent. The decrees also provide for one

free credit report per year for consumers. To encourage consumers to supervise their own credit information, NCIC allows them to get free credit reports many times per year. However, most of Vietnamese people, especially low-income people living in rural areas, perhaps do not even know about credit report. During 2015-2020 period, NCIC provided more than 100,000 credit reports directly to borrowers which is a small number compared with 39.6 million individuals covered by NCIC (Le Tuan Anh, 2021). Currently, nearly 200,000 people registered at NCIC's web portal which account for a small percentage of the total number of individuals that NCIC covers.

Although the coverage of NCIC's credit information is good, how the database is used to avoid the problem of over-indebtedness is not clear. Vietnam has no regulation on responsible lending requiring lenders to give alert to a potential borrower about the risks of accepting the loan as well as other borrowing opportunities before contract signing.

According to IMF (2020), ex-post measures to deal with over-indebtedness of households involve insolvency procedures, including liquidation of assets or repayment plans in the cases of bankruptcy; and debt enforcement. However, the regulatory framework for these procedures is very weak in Asian countries.

In Vietnam, there is no law or regulations on individual or household bankruptcy. There is also no effective mechanism for lenders and borrowers to discuss and reach agreements about debt resolution. The lack of regulations makes it difficult for lenders to recover their loans as well as for debtors to have a fresh start.

The World Bank (2015) lists a number of good practices in foreclosure of mortgaged or charged property, including (i) the bank should inform customers in advance of the procedures and the consequences to the customer, (2) the bank should inform customers about legal remedies and options available to them regarding the foreclosure, (3) if the proceeds from the sale of the collateral is not sufficient to fully discharge the loan, the bank should inform customer about its legal right to recover the balance, and (4) professional and legal means should be utilized by the bank to enforce the foreclosure procedures if no course assistance involved.

Vietnam's regulations on foreclose collaterals to recover debt also have shortcomings in protecting both customer and lender benefits. Circular 16/2014/TTLT- BTP-BTNMT-NHNN dated June 6, 2014 requires that lenders shall send documents to customers about the foreclosure of properties. Lenders, however, have no obligation to inform customers of legal remedies and options available to them regarding the foreclosure. While credit institutions usually inform customers about their legal right to recover the balance unpaid by the proceeds of collateral sale, a court order is normally needed when lenders want to take possession of borrowers' property. Regulations, however, do not require lenders to employ professional and legal means to enforce the foreclosure procedures. Meanwhile, it is very difficult for banks to implement foreclosure procedures to recover loans due to weak legal and institutional framework.

3. Post-contract Exploitation

According to Garz et al. (2021), many problems may arise after customers sign contracts with financial services providers. These problems include abusive debt collection, services add-ons, additional fees and charges etc. Government measures to avoid these problems involve regulations prohibiting exploitation, dispute resolution, complaint channels and market monitoring, facilitating consumer learning and agent self-regulation etc.

Good practices require that a bank, its agent or any third party should be prohibited from using abusive debt collection measures (The World Bank 2017). The loan contract should indicate if a debt collector can collect the loan on behalf of the bank. A debt collector is not allowed to contact any third party about a customer's debt without informing the party about the collector's right to do so and the type of information that the debt collector is seeking.

In Vietnam, people are protected against abusive and violent activities by the law. According to the 2013 Constitution, "Everyone shall enjoy the inviolability of the individual and the legal protection of his or her life, health, honour and dignity and is protected against torture, violence, coercion, corporal punishment or any form of treatment harming his or her body and health and offence against honour and dignity". With regards to debt collection, Decree 104/2007/NĐ-CP on debt collection business prohibits the business collection services: (a) made or through other persons performing the activities, infringement to life, health, honour, dignity, personal freedom, property rights and other rights of the debt, creditors and other private organizations concerned; (b) using information obtained from the service collection activities detrimental to creditors and debtors for the purpose other than authorized content or disclose that information for the Organization, the other individual unless otherwise specified by law; (c) performing the work, the behaviour beyond the rights recognized by law, or in excess of the range was the creditor or authorized debt; (d) represented simultaneously for both the creditor and the creditor to handle for the same debt.

In practice, however, many financial customers complain about abusive debt collection practices of creditors and debt collectors, especially of consumer finance companies and illegal loan sharks. While illegal loan sharks are well-known for their violence in collecting debts, many problems have arisen in collection of overdue loans provided by consumer finance companies during the last ten years - the period of rapid development of these companies. Many customers complain about harassment and abusive actions while collecting debts owed, or not even owed, to finance companies. Customers, and their relatives and friends receive dozens of calls every day reminding, or even threatening them, to repay debts. Debt collectors also use other abusive tactics to collect bad debts such as sending threats, harassing relatives, disclosing borrowers' debt status etc. While finance companies claim that they do not use abusive measures to recover loans, the problems lie with the fact that they commission, or even sell them, to third-party debt collectors. After selling the loans, the lenders relinquish their responsibilities for the loans, letting the collectors use abovementioned tactics to recover debts.

The debt collectors were legitimate companies registered in accordance to Decree No. 104/2007/ND-CP. While the Decree prohibited debt collection companies to "infringe upon life

health, dignity, honour, personal freedom, property rights and other civil rights of debtors, creditors, and related individuals”, abusive collection practices were still used by the companies.

Another related issue is protecting customers’ rights related to sharing their information. Similar to good practices, Decree No. 117/2018/ND-CP stipulates that credit institutions can share customer’s information with third-parties only if customers give consent in writing or in another form as agreed with customers. However, the regulation is not well enforced. For example, in the case finance companies commission or sell loans to third-party debt collectors, customers’ information will be used by the third-party without customers’ knowledge or consent.

According to Vietnam Competition and Consumer Authority (VCCA 2018, 2019), consumers’ calls to consult on consumer credit services accounted for the highest proportion of total calls that the Authority received, 50.59% and 21.8% recorded and consulted in 2008 and 2009, respectively.

BOX 1: CASE OF MISTAKEN DEBT COLLECTION WITH THREATS AND HARASSMENT

1. Enterprises under investigation

Banks, financial companies, debt collection companies, consumer lending companies and a large number of consumers.

2. Case Content

VCCA received complaints from the consumers complaining that they were not involved in borrowing money but constantly being called or texted by debt collectors to harass, threaten or force them to repay an unrelated debt; though the consumers have repeatedly informed that they did not involve in any debt of those business. In some cases, debt collectors even used the images and information of consumers and their relatives to post publicly on social networks with distorted and fabricated contents in order to pressure consumers on repaying the unrelated debts.

3. Concern on consumer protection

The activities of threatening or publicly posting images and information of consumers by some debt collected companies caused negative impacts on consumers in terms of their physical, mental health and reputation as well. Meanwhile, the consumers have faced difficulties in requesting related companies to stop their mistaken debt collection activities.

4. Investigation results

VCCA coordinated and requested related companies to solve the consumers' complaints; as well as published warning articles/notices on website. VCCA also sent information to the Banking Inspection and Supervision Agency of the State Bank to facilitate and handle.

5. Consumer recommendations

For consumers about to sign any consumer credit contract, VCCA recommends:

- i. Clearly understand basic knowledge of loan contract, for example: interest rate, loan period, provisions on early repayment, penalty of late repayment etc.
- ii. Only sign contract when understanding clearly all information mentioned in the contract.
- iii. After signing the contract, request and keep a copy of the signed contract.
- iv. When a dispute arises, priority should be given to the use of contacting ways that leaves trace (evidence) like email or post.
- v. Obtain contact information of state management agencies to request the support if necessary.
- vi. For the cases of wrong debt collection, VCCA recommends that consumers should contact the credit companies about their mistaken debt collection. In case of continuous harassment from the credit companies, consumers should contact the relevant consumer protection agencies and consumer protection associations at central and provincial levels across the country for the

Source: Vietnam Competition and Consumer Authority, Annual Report 2019

The abovementioned problems drew attentions of media, researchers, policymakers, regulators etc. and the regulation framework was revised for better protection of consumers and risk management of finance companies. Circular 18/2019/TT-NHNN dated November 2019 revised a number of articles of Circular 43/2016/TT-NHNN on consumer lending of finance companies. Notably, Circular 18 allows finance companies to remind borrowers about repayment no more than 5 times a day from 7am to 9pm. Finance companies are prohibited to contact organizations and individuals with no debt repayment obligations to them. In addition, finance companies must provide customers with draft credit contracts which specify rights and obligations of customers, measures to collect and handle debts if customers do not fulfill their obligations. Consumers must confirm that they are provided with the information as stipulated by this article before signing loan contracts. To control risk exposure, finance companies are required to gradually reduce the ratio of unsecured, higher-risk personal loans to 70% from January 2021, 60% from January 2022, 50% from January 2023, and 30% from January 2024. Furthermore, after a long debate, the National Assembly of Vietnam passed the amended Investment Law in 2020, choosing the option to ban debt collection businesses completely over improve debt collection practices. Thus, credit institutions can no longer commission or sell bad debts to third-party debt collectors.

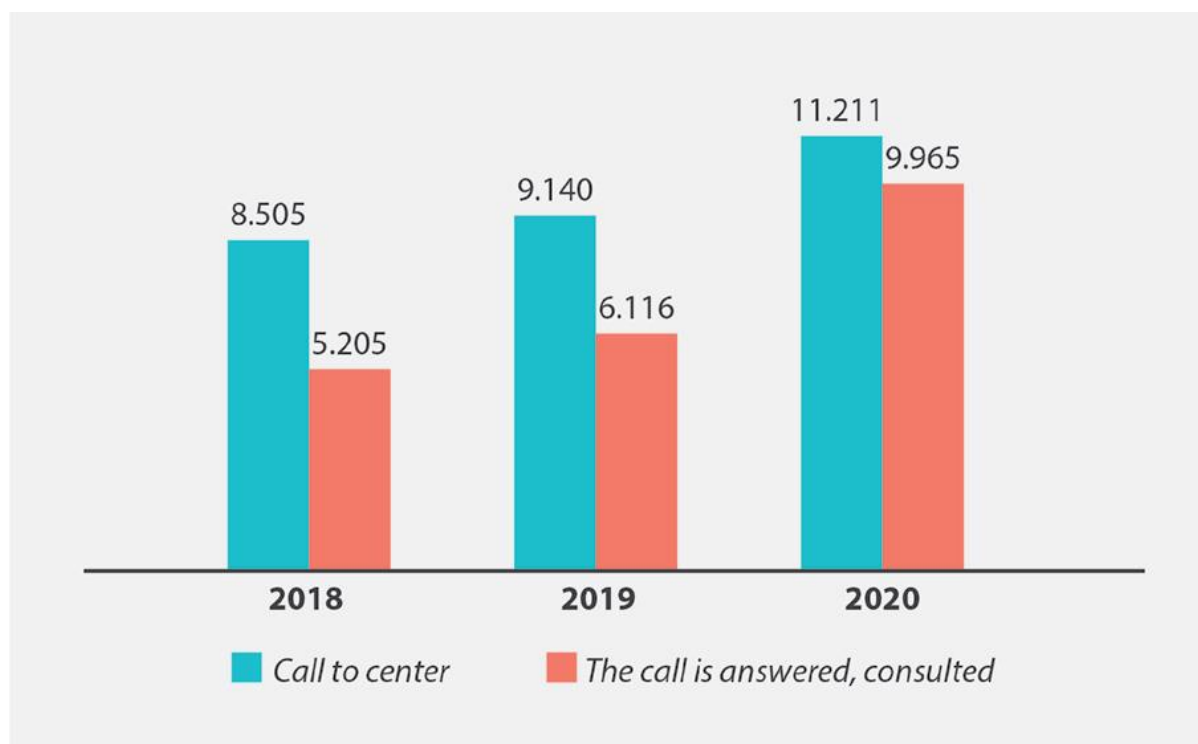
While these changes in the regulatory framework helps resolve several issues related to financial consumer protection, they also give rise to concerns about difficulties of credit institutions in collecting bad debts and increased default on loans by borrowers as well as competitiveness and ability to serve customers of finance companies. These, in turn, may lead to reduction in credit supply to retail clients, especially low-income people who normally cannot access to bank loans.

As for dispute resolution and complaints channels, the Law on Protection of Consumers' Rights stipulates that "the consumers have the right to complain and give comments to the business individuals, organisations concerning the price, quality of goods and services, manner of serving, method of transaction and other details relating to the transactions between the consumers and the business individuals, organisations". However, different from good practices, there is no regulation requiring credit institutions to have written complaints procedure; timely send complainants written acknowledgement of their receipt of complaints, regular written update on the progress of investigation of complaints, outcomes of investigation; and maintain record of all complaints. In reality, most commercial banks establish customer services centres with 24/7 hotline. These are, however, not available at smaller credit institutions.

Regarding formal dispute settlement mechanisms, the Law on Protection of Consumers' Rights specifies 04 options to resolve dispute between customers and service providers: (1) negotiation, (2) reconciliation, (3) arbitration, or (4) lawsuit. Customers and credit institutions can negotiate and mediate disputes or use commercial arbitration. They can also fill a complaint with consumer protection organizations or a lawsuit at court. There are organizations that assist consumers to resolve dispute with financial services providers, including Vietnam Competition and Consumer Authority (VCCA), Vietnam Consumers Protection Association (the former Vietnam Standards and Consumers Association). Nevertheless, only small number of financial customers in specific and customers in general fill complaints about good and services providers every year. In 2020, Vietnam

Competition and Consumer Authority received only 133 consumer requests, petitions and complaints related to the finance, insurance and banking industry, accounting for 9.3% of total number of requests, petitions and complaints sent to the Authority (VCCA 2020). The reasons may be customers' lack of awareness about their rights, limited understanding about the ways to protect their benefits, or difficulties to fill a complaint or a lawsuit.

Picture 1: Numbers of calls to VCCA's Consumer Support and Consulting Centre



Source: Vietnam Competition and Consumer Authority, 2020

4. Fraud

In the banking services industry, frauds can take many different forms and have severe impacts on customers. In Vietnam, some frauds involve internal corruption of bank employees stealing from customers or their banks. Bank employees understand the bank's internal system very well so that they can easily find loopholes in the system and exploit the loopholes to steal customer's deposits or disbursed loans. For example, they can fake customers' signature to withdraw deposits or close deposit accounts, create credit contracts without customers' knowing etc. Another common type of frauds that cause people profound distress is to help fraudulent relatives and friends by letting them use houses or apartments as collaterals to borrow from banks. When the relatives or friends fail to repay the loans, the houses or apartments will be foreclosed. With the rapid development of digital and electronic banking, many cyber frauds target people conducting online transactions by sending a link for victims to fill in a form, then their internet banking accounts will be stolen, leading to losses of customers' money.

It is very difficult to detect frauds, especially at the early stage. Once discovered, it is very hard and time-consuming for customers to recover their assets. In many cases, customers have to fill a

lawsuit at court. The Criminal Code is applicable for these cases which can take many years to resolve regardless of whether customers or credit institutions are at fault. Frauds in banking services industry are normally handled under “Article 174 – obtaining property by fraud” and “Article 175 – abusing trust to appropriate property” of the Criminal Code.

Typical interventions of the government to protect customers from frauds include strengthening internal control systems of banks and banking supervision; developing consumer complaint and dispute resolution mechanisms which are similar to section 3; educating customers etc.

5. Discrimination

Regulators are normally concerned about discrimination towards vulnerable customers such as low-income people, ethnic minorities, women etc. Discriminatory practices include lowering approval rates, charging higher fees and interest rates, discouraging from using financial providers’ services etc. (Garz et al. 2021). While discrimination based on creditworthiness is a common practice for customer selecting and risk-based pricing, the use of characteristics like race, age, gender, neighbourhood etc. in approval and price decisions are prohibited in many countries.

In Vietnam, Article 16 of the 2013 Constitution states that “All citizens are equal before the law. No one shall be discriminated against based on his or her political, civic, economic, cultural or social life”. Similarly, one of the basic principles of the 2015 Civil Code is that “Every individual or legal entity is equal and may not be discriminated against for any reason; and is equally protected by law for personal and property rights”. Thus, discrimination is prohibited by the law. There is, however, no specific regulation with respect to preventing discrimination in the banking services industry. Empirical evidence about this issue is also scant and not much is known about the actual status of discrimination in the banking industry.

Conclusion

The paper follows the framework of Garz et al. (2021) and reviews five aspects of Vietnamese regulations on financial consumer protection and its effectiveness in protecting consumers’ benefits. We find that the regulatory framework is still weak with some regulations are not yet available or not compatible with good practices. The existing regulations are also not well enforced. These expose customers, especially low-income and vulnerable consumers, to various risks which may adversely impact their welfare. However, empirical studies need to be done in order to assess the effectiveness and welfare impacts of the regulations.

References

- Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, Saniya Ansar, and Jake Hess. 2017. “The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution.” *World Bank Policy Research Working Paper*.
- IFC. 2014. “Responsible Finance in Vietnam.” IFC Vietnam

José Garrido ; Sanaa Nadeem ; Nagwa Riad ; Anjum Rosha ; Chanda M DeLong ; Nadia Rendak. 2020. Tackling Private Over-Indebtedness in Asia: Economic and Legal Aspects.” *IMF Working Paper*

Le Tuan Anh. 2021. “Consumer Protection at National Credit Information Center of Vietnam – Current Situations and Improvement Measures”. *State Bank of Vietnam’ Conference Paper*.

Nguyen Thi Hien, 2021. “Financial Consumer Protection – International Experience and Implication for Vietnam.” *State Bank of Vietnam’ Conference Paper*.

Seth Garz, Xavier Giné, Dean Karlan, Rafe Mazer, Caitlin Sanford, and Jonathan Zinman. 2021. Consumer Protection for Financial Inclusion in Low and Middle Income Countries: Bridging Regulator and Academic Perspectives”. *NBER Working Paper*

World Bank Group. 2015. “Diagnostic Review on Financial Consumer Protection and Financial Literacy in Vietnam.” Washington DC: World Bank.

World Bank Group. 2017. “Good Practices for Financial Consumer Protection.” Washington DC: World Bank.

World Bank Group. 2020. “Doing Business - Vietnam.” Washington DC: World Bank

Vietnam Competition and Consumer Authority. 2018, 2019, 2020. “Annual Report”.

Regulatory Documentation

2005. The Civil Code No. 33/2005/QH11 dated June 14, 2005

2007. Decree No. 104/2007/ND-CP dated June 14, 2007 on debt collection business

2007. Circular No. 110/2007/TT-BTC dated September 12, 2007 guiding the implementation of Decree No. 104/2007/ND-CP

2010. Law on the Credit Institutions No. 47/2010 /QH12 dated June 16, 2010

2010. The Commercial Arbitration Law No. 54/2010/QH12 dated June 17, 2010

2010. The Law on Protection of Consumers’ Rights No. 59/2010/QH12 dated November 17, 2010

2010. Decree No. 10/2010/ND-CP dated February 12, 2010 on credit information activities

2010. Circular No. 16/2010/TT-NHNN dated June 25, 2010 guiding the implementation of Decree No. 10/2010/ND-CP

2010. Circular No. 07/2010/TT-NHNN dated February 26, 2010 on negotiable interest rates for VND loans of credit institutions to customers

2011. Decree No. 99/2011/ND-CP dated October 27, 2011 guiding the implementation of the Law on Protection of Consumers’ Rights

2012. Circular No. 12/2010/TT-NHNN dated April 14, 2010 on negotiable interest rates
2013. The Constitution of the Socialist Republic of Vietnam
2013. Circular No. 03/2013/TT-NHNN dated January 28, 2013 on credit information activities of the State Bank of Vietnam
2014. Circular 16/2014/TTLT- BTP-BTNMT-NHNN dated June 6, 2014 guiding the liquidation of charged assets
2015. The Civil Code No. 91/2015/QH13 dated November 24, 2015
2015. The Criminal Code No. 100/2015/QH13 dated November 27, 2015
2016. Circular No. 43/2016/TT-NHNN dated December 30, 2016 on consumer lending of finance companies
2016. Circular No. 39/2016/TT-NHNN dated December 30, 2016 on lending transactions of credit institutions and foreign bank branches with customers
2018. Decree No. 117/2018/ND-CP dated September 11, 2018 on confidentiality and provision of client information of credit institutions and foreign bank branches
2019. Circular No. 18/2019/TT-NHNN dated November 4, 2019 amending a number of articles of Circular No. 43/2016/TT-NHNN
2020. The Investment Law 61/2020/QH14 dated June 17, 2020
2020. Circular No. 1729/QD-NHNN dated September 30, 2020 on maximum interest rates of VND short-term deposits of individuals and organizations at credit institutions and foreign banks
2020. Decision No. 1730/QD-NHNN dated October 30, 2020 on the maximum lending interest rates on VND loans of credit institutions and foreign bank branches to meet funding demand of specific sectors and enterprises as stipulated at Circular No. 39/2016/TT-NHNN dated December 30, 2016
2021. Decree No. 58/2021/ND-CP dated June 10, 2021 on providing credit information services

CLIENT PROTECTION IN MICROFINANCE: INTERNATIONAL EXPERIENCES AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM

Hoang Thi Minh Chau, Ph.D. Hoang Bao Ngoc, Msc.⁵ - Trade Union University, Hanoi, Vietnam

Abstract

Financial consumer protection has become one of the central issues worldwide. Protecting consumers from abusive practices and enabling them to make well-informed decisions on financial services not only is an important policy goal but also plays a crucial role in the sustainable development of financial sector, financial inclusion, and economic growth. As a part of this, client protection in microfinance has turn into more and more essential since microfinance clients are low-income earners and highly vulnerable. The paper aims to clarify the principles of customer protection in microfinance, present the best practices of client microfinance protection in some countries, thereby provide some implications for Vietnam.

Keywords: Microfinance; client protection, customer protection, client protection principle

1. INTRODUCTION

Over the past decade, financial client protection has become an increasing priority of both policymakers and authorities all over the world. Client protection is to implement range of solution that prevent irregularities or transactions negatively influences consumers; to empower them to exercise informed choices and select value-for-money services; provide fair access to basic services; and open avenues to address consumer interests and concerns. A consumer protection regime is key to ensuring that expanded access to financial services benefits consumers, allow them make well-informed decisions on best financial services, building trust in the formal financial sector, and contributing to sustainable development of financial markets. Because of all reasons mentioned, the global financial crisis of 2008 highlighted the essential of financial consumer protection for the long-term stability of the financial system.

Microfinance, a part of financial sector, provides financial services for low-income and poor people, for formal financial services are not available to poor people because of collateral requirements, complicated application procedures, and long admissions processing. By dint of this, microfinance is known as an effective tool that can help to reduce poverty by both promoting opportunities and facilitating empowerment (Worldbank, 2000). In general, most of microfinance clients are individuals and households living in rural areas who are vulnerable and lack of financial awareness. Client protection in microfinance is the prohibition of deceptive and unfair practices in lending and collection practices, which would seek to abuse the vulnerability of beneficiaries of the services (Buyondo, 2007).

⁵ ngochb@dhcd.edu.vn

On the other hand, previous scholars have proven that MFIs can be sustainable if they are concerned about their clients, and they can also achieve their objective of alleviating poverty even if they are not profit-oriented (Paul and Conroy, 2000). For instance, (Parveen J. , 2009) stated that by maximizing the welfare of its clients, a microfinance programme under the Islamic Bank Bangladesh could be highly sustainable in reaching the very poor of the society. Also, several previous studies have provided evidence that the failure of MFIs around the world, such as Bangladesh, 30 MFIs in Ghana and many more in Andra Pradesh in India, reflects how the issue of sustainability of MFIs can be deeply affected if they do not take care of their clients and ensure their clients' loan repayment on time (Kratovic, 2015). (Mader, 2013) argued that inefficient systems for tracking indebtedness, irrational growth expectations and lack of analysis to assess a client's ability to repay the loan are among the factors that lead to inefficiency in MFIs.

Despite the importance, matter of consumer protection and financial literacy in microfinance field has remained challenges, especially in developing countries. Client protection remains weak particularly in developing economies where the vast majority of customers do not have a clear understanding of financial contracts to engage in meaningful negotiations with financial institutions. This paper aims to clarify seven client protection principles in microfinance, analyze international experiences in some countries, and to indicate some implications for Vietnam.

2. MICROFINANCE AND CLIENTS

Microfinance refers to the financial services provided to low-income and poor individuals or households mostly living in remote areas and typically excluded from traditional banking. Most microfinance institutions (MFIs) focus on offering credit in the form of small working capital loans. Also, they provide their clients some other basic financial services including insurance, saving products and money transfers services.

(WorldVision, n.d.) indicated roles of microfinance in helping the poor as bellowed:

- **Helping them get started:** With a small loan, a savings account and some basic training, many farmers, fishers or entrepreneurs begin turning a profit. They can put money away, gaining interest. Many pay off their micro-loans quickly. As their income increases, borrowers can even hire another worker or two.
- **Empowering women:** For decades, microfinance institutions have been a key driver for women's empowerment. In 2018, 80 per cent of microfinance borrowers were women. Empowering women yields undeniable returns, for everyone in the community.
- **Protection from “loan sharks”:** Around the world, families have traditionally turned to “loan sharks” or payday lending institutions when they've needed cash for business ventures, necessities or debt. Such lenders often have exorbitantly high interest rates. They can trap borrowers in a strangle-hold of debt.

- **Building credit worthiness:** Through microfinance, borrowers can establish both collateral and a credit rating. When the time comes to expand the company and hire more workers, many business-owners are then ready for a bank loan.
- **Facing emergencies:** With microfinance, families can rebound when emergencies strike. Consider a drought, in which farmers lose their crops and can't purchase seed for the following year. With crop insurance, business loans and a savings account, they are better equipped to feed their families through the winter and plant again next year.

3.THE CLIENT PROTECTION PRINCIPLES IN MICROFINANCE

Recognizing the importance of consumer protection, the Group of Twenty (G20) set up the High-Level Principles on financial consumer protection in 2011, underscoring the importance of advancing financial consumer protection. The principles address ten priorities, as indicated in Table 1 below. Along with this, the providers, investors, donors, and support organizations that make up the microfinance community introduced the Client Protection Principles (CPPs) in 2008. The Smart Campaign was launched in 2009 to assist the microfinance industry in implementing the principles. The Campaign now has over 2,300 endorsers from 130 countries, including 700 microfinance institutions (MFIs). The Campaign is a global effort to unite microfinance leaders around a common goal: to keep clients as the driving force of the industry. At the heart of the Campaign is encouraging the endorsement and implementation of the Client Protection Principles.

The Client Protection Principles are the minimum standards that clients should expect to receive when doing business with a financial service provider. These principles were distilled from the path-breaking work by providers, international networks, and national microfinance associations to develop pro-client codes of conduct and practices. There is consensus within the financial inclusion industry that providers of financial services should adhere to these core principles:

G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection, 2011	Smart Campaign's Client Protection Principles
1. Legal, regulatory and supervisory framework	1. Appropriate product design and delivery
2. Role of oversight bodies	2. Prevention of over-indebtedness
3. Equitable and fair treatment of consumers	3. Transparency
4. Disclosure and transparency	4. Responsible pricing
5. Financial education and awareness	5. Fair and respectful treatment of clients
6. Responsible business conduct of financial services providers and authorized agents	6. Privacy of client data
7. Protection of consumer assets against fraud and misuse	7. Mechanisms for complaint resolution
8. Protection of consumer data and privacy	
9. Complaints handling and redress	
10. Competition	

Sources: G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection. 2011. OECD; Smart Campaign website

Appropriate product design and delivery

Providers will take adequate care to design products and delivery channels in such a way that they do not cause clients harm. Products and delivery channels will be designed with client characteristics taken into account.

Prevention of over-indebtedness

Providers will take adequate care in all phases of their credit process to determine that clients have the capacity to repay without becoming over-indebted. In addition, providers will implement and monitor internal systems that support prevention of overindebtedness and will foster efforts to improve market level credit risk management (such as credit information sharing).

Transparency

Providers will communicate clear, sufficient and timely information in a manner and language clients can understand so that clients can make informed decisions. The need for transparent information on pricing, terms and conditions of products is highlighted.

Responsible pricing

Pricing, terms and conditions will be set in a way that is affordable to clients while allowing for financial institutions to be sustainable. Providers will strive to provide positive real returns on deposits.

Fair and respectful treatment of clients

Financial service providers and their agents will treat their clients fairly and respectfully. They will not discriminate. Providers will ensure adequate safeguards to detect and correct corruption as well as aggressive or abusive treatment by their staff and agents, particularly during the loan sales and debt collection processes.

Privacy of client data

The privacy of individual client data will be respected in accordance with the laws and regulations of individual jurisdictions. Such data will only be used for the purposes specified at the time the information is collected or as permitted by law, unless otherwise agreed with the client.

Mechanisms for complaint resolution

Providers will have in place timely and responsive mechanisms for complaints and problem resolution for their clients and will use these mechanisms both to resolve individual problems and to improve their products and services.

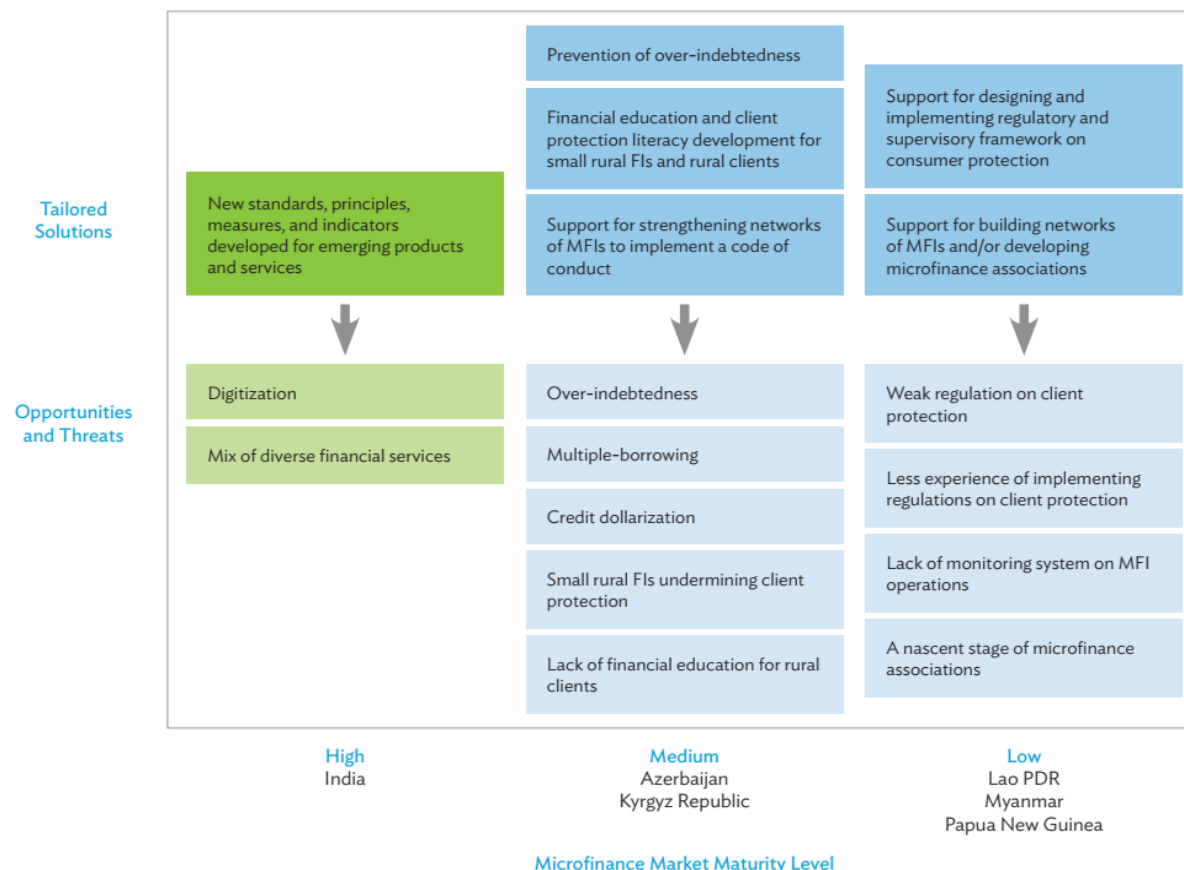
So, the client protection principle covers many dimensions of product and delivery quality, from ensuring that microfinance products will not result in further impoverishment of already poor clients to providing reliable channels for addressing client complaints. Moreover, the principles is built on a notion that is self-evident: that clients be treated with transparency, respect, and prudence. This is especially important for the vulnerable, low-income populations that make up the bulk of microfinance clients. It is a must for new clients who lack experience – those in newly penetrated

areas and young people. It is critical for clients who are served by institutions that operate in environments of limited government regulation.

4. INTERNATIONAL EXPERIENCES

Law and regulation on client protection in microfinance

The Worldbank's research in 2017, which was conducted in six countries including India, Medium Azerbaijan, Kyrgyz Republic, Lao PDR, Myanmar and Papua New Guinea showed that there were 3 levels of client protection along with market maturity as the figure below.



Source: (ADB, 2017)

Figure 1: Microfinance market Level

In India, the microfinance industry has gone through boom and bust cycles, and client protection is not only a part of regulation, but also embedded in the industry's code of conduct. In Andhra Pradesh, poor governance and low credit discipline in the microfinance industry allowed multiple borrowing among households, with high interest rates, and caused the microfinance crisis in 2010. From 2011, along with support from the Smart Campaign of Worldbank and ADB, India applied a range of solutions to help protect microfinance customers from abusive debt collection, and the Reserve Bank of India has promoted the Fair Practice Code nationally. Besides, Microfinance Institution Network (MFIN) together with Association of community finance institutions (Sa-Dhan), have developed a comprehensive Code of Conduct (CoC) which has found acceptance by MFIs and

their lending banks. The COC has detailed guidelines on client protection, interest rate disclosures, maintenance of data privacy and financial literacy and mechanism for redressing grievances. The Enforcement Committee of MFIN has been issued formal processes for investigating CoC and regulatory violations, and reporting on it to Board of Directors of MFIN. Until now, 62 MFIs have undergone COC Assessment conducted by external consulting agencies. The assessments found MFIs in broad conformity of the COC. Several of the MFIs have also been assessed against the Smart Campaign principles of client protect and social performance management.

Over-indebtedness

The matter of over-indebtedness is one of the most serious problems of the microfinance sector at the moment. This Over-indebtedness was the culprit of the deaths of 200 people in Andhra Pradesh in 2010. They took their own lives because the pressure put on them to repay their microfinance loans. It appeared that many borrowers had been able to take out loans far above their repayment capabilities. This issue exerts negative effects on not only customers but also MFIs. Therefore, one of the principles is that: “providers will take adequate care in all phases of their credit process to determine that clients have the capacity to repay without becoming over-indebted”. To implement this principle, some countries have developed over-indebtedness regulations specifically for the microfinance sector. Tanzania is one of those countries: the Microfinance Companies and Microcredit Activities Regulations (2004) states that institutions engaged in granting individual microcredits are required to conduct an appraisal of the character, payment history and payment capacity of each client. Therefore, each entity has a documented loan appraisal procedure to identify the repayment capabilities of clients.

A different research conducted in Tulaz can illustrate some best practices in microfinance client protection. MI-BOSPO is Microcredit Organization established in Tuzla in 2000. Today, MI-BOSPO is a non-banking microfinance institution that provides loans to micro and small businesses in rural and urban parts of the country. The ongoing MI-BOSPO mission is providing long-term access to financial services for low income women. It has one of the largest coverages of North-East Bosnia and Herzegovina through its 12 branch offices and 24 offices.

Transparency

In several countries, financial service providers are making efforts to disclose pricing information on products even when not required to do so by law or regulation. MFI also believe that this disclosure has helped to spark some competition.

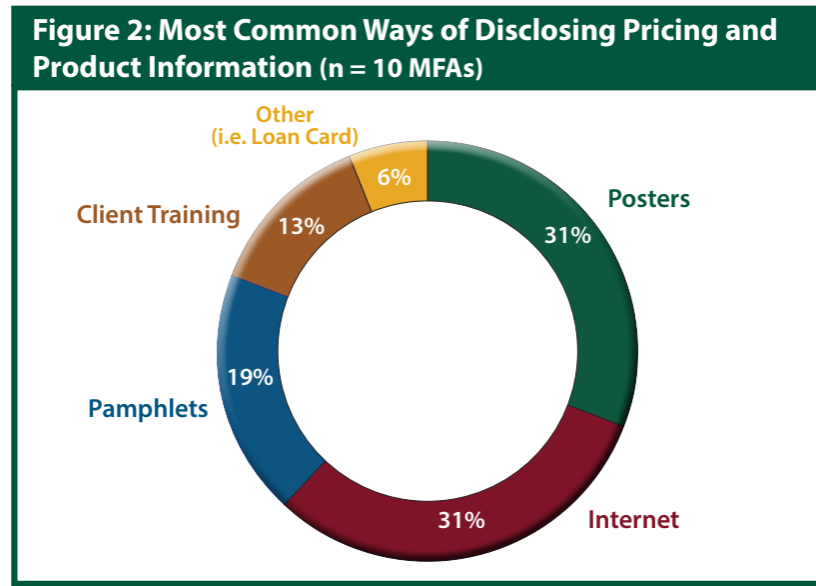
The most commonly used ways to disclose pricing are: verbal disclosures by loan officers, posters in branches, and the Internet. The Internet is more effective for sharing pricing information with stakeholders other than clients, given the typical microfinance client profile. Responding associations also noted that:

- MFIs in Pakistan, India, the Philippines, and Cambodia also present pricing information on the website of Microfinance Transparency. However, since Microfinance Transparency has ceased

operations, this information will now only act as a reference point for the countries' microfinance sector.

- Another popular method for disclosing product information in India is through a client's loan amortization card.

- Loan officers in Sri Lanka and Myanmar disclose this information in client trainings before clients sign their loan documents.



To more details, here are some strategies applied in MI-BOSPO to ensure principle of Transparency, one of client protection principle.

- Stating the effective interest rate (EIR) in all marketing materials;
- Explaining costs in cash terms, including the monthly installment payments, before the client signs the loan agreement;
- Using banks as intermediaries for loan disbursement and repayment and state clients about the fees that these banks charge; and
- Loan officers provide clients with clear and complete verbal explanations of product benefits and risks prior to sale. They explain how the MFI calculates installment payments, the consequences of late payment, and how payment will affect the loan.

Fair and Respectful Treatment of Clients

This new principle combines all the elements that address how clients are treated indirect interactions with providers. Arohan in India is a constant of this principle. By dint of implementing this principle, this MFI created their image of efficiency and professionalism and satisfied their customer.

For India's poor, waiting is a way of life. They seem to wait all time of their life from waiting at government offices, waiting for trains, waiting at banks etc. In this environment, the microfinance provider Arohan saw an opportunity to distinguish itself. "Arohan is here, must be 11am!" was their slogan. And indeed, such is the punctuality of its staff that one could literally set the watch based on their arrival. Arohan has institutionalized the notion of treating its clients with respect. The most visible of these is timeliness, which is listed as one of Arohan's core values and is included as part of staff training. It is normal for staff to arrive at the location a few minutes early, then wait until the exact appointed time before entering the meeting place or the client's place of business. That the clients react positively to such treatment is self-evident. But the benefits to Arohan go beyond a positive brand image. On-time arrival by staff is mirrored by that of the clients. Coupled with Arohan's practice of structuring its loan repayments always to be in increments of 50 rupees, its focus on timeliness substantially improves its collections efficiency. In an environment where many of its competitors spend 30-60 minutes during collections, Arohan's loan officers spend only 15. The image of efficiency and professionalism is a point of pride for the staff as well – Arohan's expectations for professionalism and timeliness aside, the positive feedback and respect they receive from clients constitute an important motivating factor in its own right.

Mechanisms for Complaint Resolution

Ensuring that clients are protected requires that the institution have in place a mechanism for handling client complaints. This is a critical feedback mechanism that lets clients resolve specific problems and share their concerns, including when they have been mistreated by a member of the MFI's staff or don't understand the terms and conditions of products.

When Fonkoze, a MFI in Haiti, was evaluating its client protection practices, its first step was to use the Smart Campaign's most popular tool – the "Getting Started Questionnaire" – to help identify its greatest gaps in client protection. The findings pointed to a lack of a client feedback mechanism as a significant issue. To a significant degree, this stems from Fonkoze's broadly distributed client network, with many of its loan officers traveling as much as two hours to clients located in remote areas. These loan officers may thus be the clients' only point of contact with Fonkoze, which places them in a position of power, along with the potential risk for abuse of clients it entails. To Fonkoze, the obvious solution was to roll out a free phone hotline that would provide a direct link to headquarters for even the most remote clients, nearly all of whom had a cell phone. Management negotiated agreements with multiple mobile providers to secure a short, easily memorable toll-free number. Finally, Fonkoze established a committee composed of senior management to review cases raised through the hotline. Rollout was marketed using Fonkoze's hierarchical network of client groups. Having first been presented during the annual meeting, the hotline was presented at regional meetings of center leaders (each center consisted of 25-50 women), then to the groups themselves. Loan officers were given business cards with the hotline number to hand out to clients, as were branch tellers. Posters were hung in branches, and center leaders were asked to relay the hotline information to the clients. An important part of these channels was to educate clients about their rights: For example, clients had a right to know their interest payments, and a right to notify the institutions if they suspected they were being improperly treated by their

loan officers. Similar communication was done for internal staff, many of whom had initial concerns that the hotline would undermine legitimate collections efforts, as clients would simply use the hotline to complain about legitimate collections. To counter this concern, it helped that the hotline was also open for internal field staff to raise concerns when traditional channels could not be used. Having been piloted in six branches over the course of six months, the hotline has already scored some successes. Among the first 300 calls, one client complained about suspected fraud by her loan officer, which was subsequently confirmed by Fonkoze; another client complained that she hadn't received a reimbursement calendar, an operational oversight that served as a reminder to update procedures. Other calls may have been prosaic but still useful, and all helped resolve important issues for the clients who called

5. IMPLICATIONS AND CONCLUSIONS

Dealing with over-indebtedness

Preventing over-indebtedness can be done through financial supervisory agency or consumer protection agency that will strictly monitor MFIs' credit activities. MFIs themselves and their associations need to build the needed expertise to deal with the technicalities that come with financial service delivery especially loan administration and the avoidance of multiple borrowing.

Improving consumer awareness and financial education

Insufficient financial literacy skills continue to impede households' understanding of financial contracts and negotiation with financial institutions. Therefore, improving consumer awareness and financial education are vital tools for promoting client protection. Financial literacy and education are concerned with skills, knowledge and information exchange which manifest in a change in behaviour.

The terms and conditions of all financial products, services and contracts need to be spelt out and explained in simple plain language.

Legal and supervisory framework

- There should be a clear legal framework and a comprehensive regulatory framework, which establish an effective regime for the protection of consumers of retail deposit and credit products and services.

- The legal framework should be developed as a result of a consultative process that involves the industry, relevant authorities, and consumer associations, and it should include provisions establishing the responsibilities, powers, and accountability.

- At a minimum, the regulatory framework should include

- i. Disclosure and transparency;
- ii. Fair treatment and business conduct;
- iii. Data protection and privacy; and
- iv. Dispute resolution mechanisms.

Format and manner of disclosure

Any advertisement, sales material, or other form of communication or disclosure by a financial service provider to a consumer (whether written, oral, or visual) should be in plain and easily understandable terms, not misleading, and should use at least the language that is prevalent in the geographic area in question. Key documents such as consumer agreements, forms, receipts, and statements (including those provided in electronic format) should be provided in a written form that can be kept or saved by the consumer.

REFERENCES

Abdulai Adams¹, D. D. (2020). Client Protection and Microfinance Regulation: Lessons from Africa. *Savings and Development*.

ADB. (2017). *Microfinance Client Protection In Asia And The Pacific: lessons from ADB–smart campaign training programs*.

Buyondo, A. (2007). Client protection and social performance of microfinance: a study of MFIs in kampala.

Group, T. W. (2017). *Good Practices for Financial Consumer Protection*.

Kratovic. (2015, April 5). *MICROCAPITAL BRIEF: thirty microfinance institutions (MFIs) close in Ghana*. Retrieved from www.microcapital.org: www.microcapital.org/microcapital-brief-thirty-microfinance-insitutions-mfis-closein-ghana/

Mader, P. (2013). Rise and fall of microfinance in India: the Andhra Pradesh crisis in perspective. *Strategic Change*, 47-66.

ManabChakraborty. (2017). Client protection in microfinance companies in India. *Indian Journal of Economics and Development*.

Nor Maisarah Bakar, R. A. (2019). Client protection and sustainable performance in microfinance institution. *International Journal of Productivity and Performance Management*.

Parveen. (2009). Sustainability issues of interest-free micro finance institutions in rural development and poverty alleviation. The Bangladesh perspective. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 112-133.

Parveen, J. (2009). Sustainability issues of interest-free micro finance institutions in rural.

Sarah Forster and Estelle Lahaye, w. H. (2011). *Implementing the Client Protection Principles in Microfinance*. CGAP.

SEEP, T. (2015). *Client Protection in Asia's Microfinance Industry*.

Worldbank. (2000). *Attacking Poverty*. New York: Oxford University Press .

WorldVision. (n.d.). Retrieved from [www.worldvision.ca: https://www.worldvision.ca/stories/economic-empowerment/microfinance-what-it-is-and-how-it-works#How%20does%20microfinance%20help%20the%20poor?](https://www.worldvision.ca/stories/economic-empowerment/microfinance-what-it-is-and-how-it-works#How%20does%20microfinance%20help%20the%20poor?)

Zaina Ahmed-Karim, J. A.-S. (2014). *Client protection in microfinance: The current state of law and regulation*.

FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL CONSUMER PROTECTION- A LITERATURE REVIEW AND SOME RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

Nguyen Dang Tue, PhD.⁶- School of Economics and Management, Hanoi University of Science and Technology

Abstract

As being the critical part in the triple of financial stability, financial consumer protection gains mounting attention of both academia and practitioners in recent years owing to the rising complexity of financial market and the growing gap between financial institutions and consumers puts consumers at disadvantage. This paper aims to dissect the problem from different angles ranging from policy makers to financial institutions and consumers. First, the concept of financial consumer protection is defined, in which four sub-categories are identified and analysed including information asymmetry, financial fraud, recourse mechanism, and personal privacy. In the following section, financial consumer vulnerability is identified as a direct consequence deriving from the problem of financial consumer protection. To alleviate financial consumer vulnerability, it should be approached from both objective and subjective sides. Specifically, it necessitates the enhancement in consumer financial literacy, and the collaboration of financial organisations. By improving level of financial literacy among consumers via financial education, it is expected that the repercussions of the four problems of financial consumer protection can be mitigated.

Keywords: *consumer protection, consumer vulnerability, financial fraud, personal privacy, financial literacy, financial education.*

1. Financial consumer protection background

Financial consumer protection gains mounting attention of both academia and practitioners in recent years. Every year, there was about 150 million new financial consumers. Most of them are from developing countries, where the importance of consumer protection is not prominent. (Rutledge, 2010). At the same time, financial innovation presented financial consumer with a large set of financial products accompanied by a huge amount of information offered by numerous financial institutions giving them more choices (Ryan et al., 2010). This greater consumer autonomy accompanied with more serious financial decisions to be made poses special concerns that consumers do not always make the rational choice (Kozup & Hogarth, 2008). Indeed, Campbell et al. (2011) found that consumers may lack the cognitive ability to optimize their financial situation if presented with all the available information that in principle is required to do so.

The global financial crisis has highlighted the importance of consumer protection as strong financial consumer protection is needed for public confidence in the financial system worldwide.

⁶ E-mail: tue.nguyendang@hust.edu.vn, nguyendangtue@gmail.com
Tel.: 0787193535 - 0869281244

Weaknesses in consumer protection and financial literacy affect developing countries like Vietnam. The country has seen rapid development of financial sectors over the last two decades and rapid income growth has provided consumers with more resources to invest. Increased competition among financial firms, combined with improvements in financial techniques and information technology, resulted in highly complex financial products and services offered to the public. Financial service contracts are difficult to comprehend and impossible to compare among service providers. Vietnam consumer lacks a history of using sophisticated financial products. For many first-time financial consumers, most of the time they would be the first of their extended families to enter a long-term financial contract such as a home mortgage loan. The low level of financial literacy widen the gap between the complexity of financial products and consumers' ability to understand what they are buying.

In this paper, the role of financial literacy and financial education in equipping consumers with necessary information to avoid being disadvantaged when participating in financial market was analysed using literature review method. The issue was clustered into concepts and dimensions of financial consumer protection and the relation between financial literacy improvement and financial consumer protection. Based on analysis findings, some recommendations were proposed for Vietnam.

2. Financial consumer protection concepts and dimensions

There are several definitions of financial consumer protection. For example, Bank of Uganda (2011) defines financial consumer protection as the fair treatment of financial services providers to their current and potential customers. However, the most comprehensive definition was proposed by World Bank (2017) in which financial consumer protection was defined as the assurance that financial consumers receive information that allows them to make informed decisions to avoid unfair and deceptive practices, have access to recourse mechanisms to resolve disputes when transactions go awry, and maintain privacy of their personal information. In this interpretation, financial consumer protection requires dealing with four aspects, namely (1) mitigation of information asymmetry; (2) financial fraud avoidance; (3) affordable and speedy recourse mechanisms and (4) personal privacy protection. To protect financial consumer, financial service should provide consumers with: (1) Transparency: by providing full, plain, adequate and comparable information about the prices, terms and conditions and inherent risks of financial products and services; (2) Choice: by ensuing fair, non-coercive and reasonable practices in the selling and advertising of financial products and services, and collection of payments; (3) Redress: by providing inexpensive and speedy mechanisms to address complaints and resolve disputes; and (4) Privacy by ensuring control over collection and access to personal financial information.

These conditions are illustrated in Figure 1.

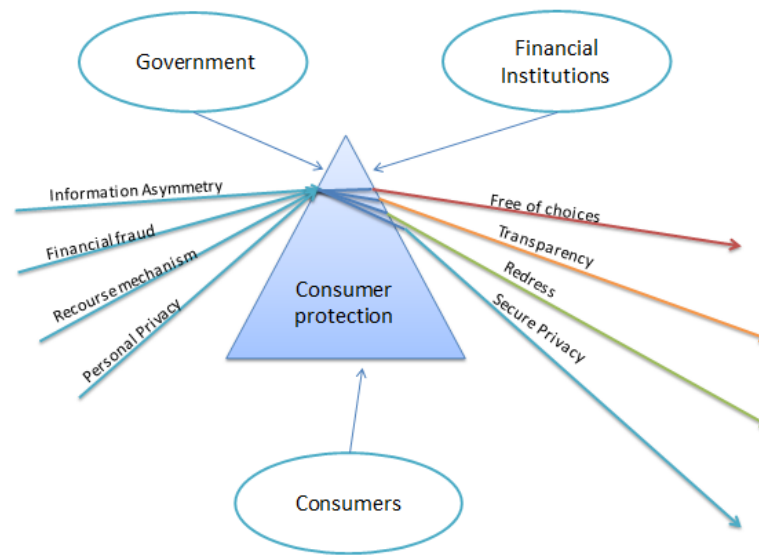


Figure 1: Financial consumer protection aspects

(Source: Adapted from World Bank, 2011)

The need for consumer protection arises from an imbalance of power, information and resources between financial consumers and their financial service providers, placing consumers at a disadvantage. Consumer protection aims to address this market failure, commonly referenced as asymmetric information (Akerlof, 1970). At the same time, digital financial services also carry new risks for financial consumers, in both mature and emerging markets. Misuse of unfamiliar or new types of products to uninformed consumers can also result in new types of fraud, often taking advantage of consumers uncertainty in the digital environment. If financial consumers are not equipped with sufficient knowledge and experience for these kinds of financial products, they would be exposed to a high probability of being defrauded. OECD (2018) asserted that a serious matter in consumer protection takes shape of the lack of data security, privacy and confidentiality; inappropriate or excessive use of digital profiling to identify potential customers and exclude unwanted groups; rapid access to costly short-term credit or essentially speculative products and other market practices that can reinforce behavioural biases. Consumer protection emphasizes the responsibility of financial institutions in processing and handling consumers. When there is no viable out-of-court mechanism in place, consumers will generally abandon their efforts to gain a satisfactory resolution of their rightful claims.

3. Financial consumer protection from financial products and services providers perspective

In many circumstances, financial consumer can be put at disadvantage due to the four aforementioned aspects which result in consumers to experience harm or to be unable to make informed decisions when participating in financial market (i.e., financial consumer vulnerability). Financial consumer vulnerability derives from both intrinsic and extrinsic causes. Four aspects in consumer protection mentioned in the previous section are extrinsic factors that influence financial consumer vulnerability which will be discussed in detail in this section.

3.1. Information asymmetry

Financial products and service providers show a more in-depth understanding of a given product and service in comparison to consumers, which leads such consumers to be in a less favourable position toward providers (Shen et al., 2016).

Cartwright (2014) classified 4 reasons why information asymmetry problems for consumers in financial markets lead to financial consumer vulnerability. First, in a perfect market, rational and well-informed consumers make consistent decisions in accordance with their preferences and so exert market discipline. Where information asymmetry exists between supplier and consumer, intervention such as mandatory disclosure may play a role in correcting the issue. While many consumers suffer from information asymmetry, those for whom that asymmetry is greatest are especially vulnerable (a.k.a. informational vulnerability). Second, in the perfect market, transactions are fully voluntary. In practice, consumers may be particularly vulnerable as a result of their greater susceptibility to pressure (a.k.a. pressure vulnerability). Third, a perfect market contains numerous players, while in practice a small number of firms may be dominant (a.k.a. supply vulnerability). Next, perfect markets are underpinned by private law, which allows consumers to hold traders to account for breaches. However, the availability of such remedies may be more apparent than real, with some consumers finding it particularly difficult to obtain redress (a.k.a. redress vulnerability).

Complex structure of financial products severely limits consumers' understanding and causes an information asymmetry. In particular, the information asymmetry occurs in two aspects. One is about financial product characteristics itself and the other is about investment preference (Han & Jang, 2013). Benston (2000) argued that information asymmetry in financial sector is not necessarily worse than in other areas while consumers have access to a wide array of financial products from competing companies. However, severe information asymmetry was observed in some of the financial products, but they are traded in the market without difficulty, and that consumers should be responsible for investment risks that arise after the contract (Han & Jang, 2013). This asymmetry often leads to consumers buying unsuitable financial products or failing to buy the suitable ones. These risks also more likely to arise in markets where consumers have little experience of using financial products and services and therefore tend to be ill-equipped to make good choices (Bank of Uganda, 2011).

3.2. Financial fraud

A wide variety of investment frauds all have one thing in common: they sell something – a company, product, or security – that either does not exist nor will not live up to the financial return being promised. Pump-and-dump scams occur when con men send out inaccurate information about a company's stock they already own. Sham reports hyping the company's profits or business prospects encourage naive investors to rush in and buy stock. When they do, the fraudster sells his shares for a large gain, depressing the price and leaving those who were defrauded with losses. Fake or dubious investment companies sell securities purportedly backed by a hot new consumer product, technology, or business opportunity. Scammers often capitalize on news events such as a natural disaster or stock market decline to create an appearance the company they are touting is real. High-

yield investment fraud is especially popular when stock- and bond-market returns and yields on certificates of deposit are low. Con men claim the securities they sell possess the impossible combination of low risk and very high returns. Advance-fee fraud refers to the situation where money is paid but the service or product is not delivered. Debt-settlement scams that purport to help struggling consumers pay off debt when fraudsters pose as mortgage experts or attorneys and offer to negotiate with the lender for an affordable payment schedule or a reduction in the debt balance but never complete the work. Insurance fraud against individuals occurs when unscrupulous insurance agents or brokers sell health, auto, home or life insurance and divert premium payments to their own bank accounts while making fictitious insurance policy documents to give victims the impression that the coverage is in effect. (Blanton, 2012).

Many financial scams use the complexity of financial products to target victims. The potential information asymmetry between consumers and product providers make consumers vulnerable to misconduct on the part of service providers, conflicts of interest and even outright fraud (Lumpkin, 2010). Areas of fraud risk in complex products include the rise of hedge (Muhtaseb & Yang, 2008), promissory notes (US SEC, 2008) and structured products (Lumpkin, 2010).

3.3. Recourse mechanism

Financial consumers generally had no clear idea of which agency to approach. In the absence of a viable alternative dispute resolution mechanism, consumers will become cynical and shy away from using financial services. Complaints from financial customers reveal what information consumers receive about their financial services and how and to what extent consumers understand the disclosure that is provided (World Bank, 2017). If complaints are not satisfactorily addressed, they undermine public confidence in the financial sector. It would be best if consumers could go to a single agency to obtain help related to financial services. Rather than asking financial consumers to navigate a maze of government agencies, one agency should ideally be tasked with the responsibility of receiving financial consumer complaints and ensuring that a response is provided, and action taken. A fast and inexpensive out-of-court mechanism—such as a financial ombudsman—is needed to resolve legal disputes about consumer financial services (Rutledge, 2010).

3.4. Personal privacy

Issue of data privacy is relevant to the problem of consumer disclosure in terms of how effectively privacy policies governing the use, collection, sharing and storage of a consumer's personal data are disclosed (OECD, 2018). The creation and rapidly increasing usage of digital data trails by firms providing digital financial services has raised the issue of consumer risks that are currently not well understood. This is particularly concerning in nascent markets where lower-income consumers are accessing services while consumer protection and data protection frameworks, regulation, and supervision are underdeveloped (Responsible Finance Forum, 2017). Cyber-security risks can facilitate consumer loss of privacy and inflict financial harm, such as identity theft. The use of non-traditional data and advanced data analytics to create proprietary algorithms for credit scoring can facilitate the extension of credit to previously unserved people but

can also lead to exclusion if data is inaccurate or the outcomes of the algorithms about different segments are not monitored carefully. (Responsible Finance Forum, 2017).

According to a survey, over 80 per cent of mobile Internet users worldwide had concerns about sharing their personal information when accessing mobile applications and services (GSMA, 2014). However, World Bank (2018) stated that while most consumers are concerned about sharing their data, a smaller proportion will check what information is required to be shared and related policies and procedures before installing an application.

World Bank (2017) proposed a framework and key recommendations for good practices for financial consumer protection that includes the enhancement and reformation in five fields including institutional structures, consumer disclosure, business practices, complaints and disputes resolution and financial literacy and education. From this perspective, a good practice for consumer protection entails the involvement of both policy makers and financial institutions in creating a transparent, fair, responsive, and secure financial environment.

4. Financial consumer protection from financial consumer perspective – the role of financial literacy

As previously mentioned, to effectively protect financial consumer, it should be approached from both side of consumers and other parties involved. Financial consumers should learn to protect themselves and become less vulnerable against financial frauds, overcome information asymmetry, use recourse mechanism, and protect their own personal financial privacy.

4.1. Financial literacy and consumption behaviour

Generally, making sensible decisions about financial products often requires considerable information on terms and conditions, not just prices. This is especially true for financial decisions that are undertaken only infrequently. But in many cases, consumers cannot efficiently generate information on their own, and the joint production of such information with other consumers, with its public good characteristics, is not easily coordinated. Some financial products are complex and difficult to grasp, particularly for financially unsophisticated investors. Klapper et al. (2013) also found that people with a higher financial literacy are more equipped to deal with negative macroeconomic effects. Lusardi et al., (2017) found that financial literacy affects financial decisions, particularly in relation to wealth management, retirement planning, credit management, and stock market participation. Bernheim & Garrett (2003) found that high school students with financial curriculum mandates and employers with financial education in the workplace enjoy higher savings. Financial literacy has also been found to have a significantly positive correlation with financial behaviours such as cash-flow management, credit management, saving, and investment (Hilgert & Hogarth, 2002). Data from Chile revealed that financial literacy and household wealth accumulation has a significantly positive relationship (Behrman et al., 2012). Research conducted by Jappelli & Padula (2013) also confirmed the positive correlation between financial literacy and savings.

Financial literacy is a necessary condition for responsible borrowing as financially literate consumers are more able to understand and assess their financial situation and the credit products on

offer by different providers. Financial literacy helps consumers understand the information and make optimal risk/return choices.

The difficulty of processing complex information may hamper financial decision making and that the latter can be improved by providing decision makers with better quality information (Altman, 2012). Financial consumers rarely understood disclosure of complex terms and conditions of credit cards, such as the application of double-cycle billing and universal default (Drew, 2013).

Financially literate respondents holding a more efficient and diversified portfolio may contribute to explain the positive effect of financial knowledge on financial assets (Fort et al., 2016). In the field of credit management, Scheriner (2004) proved that experience in and knowledge about lending could reduce the risk of bad loans. McHugh et al., (2011) discovered that people generally misunderstand the relationship between annual percentage rate and total cost of the loan. People with a lower financial literacy tend to borrow from costly payday loans (Agarwal et al., 2010), have higher cost consumer credit portfolios (Disney & Gathergood, 2013), more frequently pay monthly credit card balances when sufficient funds become available (Scholnick et al., 2013) or use high-cost borrowing and excessive debt (Lusardi & Tufano, 2009).

Consumers who are empowered with information and basic rights—and who are aware of their responsibilities—provide an important source of market discipline to the financial sector, encouraging financial institutions to compete by offering better products and services rather than by taking advantage of poorly informed consumers.

In addition, consumer protection and financial literacy help promote financial inclusion, attracting first-time consumers to access financial services and building consumers' trust in financial institutions to increase the use of retail financial services (Rutledge, 2010). Financial literacy works to ensure that retail investors have the requisite information and skill to make informed financial decisions about the purchase of investment products and services and the engagement of financial intermediaries (US Securities and Exchange Commission, 2012). Together consumer protection and financial literacy set clear rules of engagement between financial firms and their retail customers—and help narrow the knowledge gap between consumers and their financial institutions (World Bank, 2017).

4.2.Financial literacy and financial fraud

In the context of fraud victimization, financial knowledge can improve individuals' attentiveness to fraudulent practices and empower them to deter fraud. For instance, Andreou & Philip (2018) found that financially knowledgeable students have a significantly higher propensity of declining an offer to engage in a Ponzi scheme than their peers, after being solicited. Engels et al., (2019) found that the more financially knowledgeable the respondents, the more fraud they detect in their accounts. Financial knowledge enhances the financial capability of individuals by being more aware of, and better at recognizing, fraud when it transpires.

4.3.Financial literacy and financial disputes

Shen et al., (2016) examined the relationship between the level of financial dispute and how consumer handle financial disputes and found that people with a higher financial literacy were inclined to aggressively handle financial disputes, even if it may not have been the optimal method of solving the dispute. Moreover, when the level of basic advanced financial literacy increased by one unit, the probability of the level of aggression in handling financial disputes increased by 58.5%. Campbell et al. (2011) showed that the lack of cognitive understanding and financial literacy constrain consumers' decisions and their awareness of consumer protection. Those who are ill-equipped cannot properly make their claim in a financial dispute and tend to avoid financial dispute or proceed in an aggressive way.

5.Implications for financial education

Financial education can potentially be an effective form of consumer protection. A well-educated consumer will be able to understand consumer disclosures that are provided and make informed decisions. Financial education cannot substitute for regulation but can complement an effective legal and regulatory framework for financial consumer protection.

5.1.The relevance in time and place of financial education

Experience in developed countries suggests that financial education should be focused on teachable moments. To be successful, financial education needs to provide information to the right people at the right time (Drew, 2013), just in time and just enough and at the time when people are most receptive to it (Alderman, 2012). Studies in the US have found that consumers are very receptive to financial education at certain points in their lives, for example, when they first provide a mortgage for a house or apartment. Financial education is also effective for children under the age of 12 years when they need to learn about financial well-being, as well as the fact that financial health is as important as physical health.

5.2.The content of financial education

The goal of financial literacy needs to go beyond improving basic financial knowledge and skills (Huston, 2010). It should empower investors to confidently apply this knowledge and skill to their personal financial decisions and make informed choices that positively impact their financial well-being (Huston (2010), ASIC (2011)). In other words, financial consumers also need to know how to use and manage these products (Kozup & Hogarth, 2008).

Curriculum of financial education therefore should go beyond the field of traditional financial literacy that places the importance on product identification. In the curriculum of financial education for financial consumer protection, learners should be equipped with more knowledge and skills to cope with various financial situations rather than know financial products. Additionally, design of consumer protection and financial literacy measures should consider recent research findings in behavioural economics. Psychological biases may influence consumers to make choices that are neither rational nor optimal. These biases include mistaken beliefs where consumers assume that interest rate charges or penalties will not apply to them: they are over optimistic about their financial future and thus unable to forecast their future financial status accurately (Brown et al., 2003).

Individuals often over-estimate their financial capabilities, including their understanding of the concept of the time value of money and the impact of compound interest over time (Lewis, 2004). Other consumers fall victim to projection bias, that is, the prediction of personal preferences into the future (Loewenstein et al., 2003).

5.3. The coordination between different stakeholders

It is important to consider such partnerships within a resource allocation decision framework. As highlighted earlier, improving financial literacy involves numerous stakeholders and necessitates the formation of partnerships. These include partnerships between government, schools, financial institutions, unions, businesses, charities, and community groups (ASIC, 2011). These groups work across issues of financial literacy, setting strategic agendas and operationalizing financial literacy through education and training programmes to strengthen the financial literacy approach by widening reach and impact, efficiently sharing resources, and reinforcing messages and improving effectiveness by adopting a common approach. The efficiency of resource allocation decisions that correctly identifies the right people who require particular resources at a particular time can be significantly undermined by the potential wastage of resources by multiple stakeholders engaging in unnecessary replication of activities (Drew, 2013).

6. Conclusion and recommendations

From the results of this literature review, several recommendations can be drawn for Vietnam. To tackle the problem of financial consumer protection, four aspects must be considered including information asymmetry, financial fraud, recourse mechanism, and personal privacy. Information asymmetry occurs when the providers have more access to valuable information than their consumers. Four types of financial fraud include investment fraud, advance-fee fraud, insurance fraud, and tax fraud result in an ill-informed consumer being ripped off. The third dimension in financial consumer protection concerns the mechanism for consumer claim where consumer do not know who is responsible for their claims owing to the unstructured and inconsistent of dispute mechanism. As the result, consumers tend to avoid financial disputes with their providers or claim it improperly. In the last subcategory, the lack of rules or standards about data collection, usage, storage, accuracy, and sharing can create or exacerbate personal privacy risks. Furthermore, unsophisticated consumers, namely those who are lack of financial literacy, are frequently financially victimised by investment fraud. Also, their lack of privacy awareness puts them at risk when sharing their personal data.

As a recommendation for the practice of enhancing financial consumer protection, in this paper, the role of financial literacy and financial education as a self-protection mechanism was emphasized. Financial literacy gives consumers the skills to understand and evaluate the information they receive. To promote financial literacy among consumers, financial education plays a critical role. There are three key points that is integral for a good practice of financial education. First, to be successful, financial education needs to be delivered to consumers who most require it and at the time when people are most receptive to it. Second, it is necessary to come to a curriculum to help consumers gain sufficient information to make sound decisions, identify and avoid financial frauds, properly

handle financial disputes, and claim their rights, and be precarious in terms of their personal data. The joint coordination between different organisations to deliver financial education requires further attention.

References

- Agarwal, S., Driscoll, J. C., Gabaix, X., & Laibson, X. (2010). "What Is the Age of Reason? Chestnut Hill, MA: Center for Retirement Research.
- Akerlof, G. (1970). The Market for Lemons: Quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3).
- Alderman, J. (2012). Improving financial literacy, here and abroad. Retrieved 09 19, 2019, from Huffingtonpost: , http://www.huffingtonpost.com/jason-alderman/improving-financial-liter_b_1612754.html
- Altman, M. (2012). Implications of behavioural economics for financial literacy and public policy. *Journal of Socioeconomics*, 677–90.
- ASIC. (2011). National financial literacy strategy. Sidney: Australian Securities and Investment Commission.
- Bank of Uganda. (2011). Towards an Effective Framework for Financial Literacy and Financial Consumer Protection in Uganda. Bank of Uganda.
- Behrman, J., Mitchell, O., Soo, C., & Bravo, D. (2012). How financial literacy affects household wealth accumulation. *American Economic Review*, 300–304.
- Benston, G. (2000). Consumer protection as justification for regulating financial-services firms and products. *Journal of Financial Services Research*, 17(3), 277–301.
- Bernheim, D., & Garrett, D. (2003). The effects of financial education in the e: evidence from a survey of households. *Journal of Public Economics*, 1487–1519.
- Blanton, K. (2012). The rise of financial fraud. Boston: Center of Retirement Research at Boston College.
- Brown, S., Garino, G., K., T., & Price, S. (2003). Debt and financial expectations: An individual and household level analysis. Leicester: University of Leicester.
- Campbell, J. Y., Jackson, H. E., Madrian, B. C., & Tufano, P. (2011). Consumer Financial Protection. *The Journal of Economic Perspectives*, 25(1), 91-113.
- Cartwright, P. (2014). Understanding and Protecting Vulnerable Financial Consumers. New York: Springer Science.
- Disney, R., & Gathergood. (2013). Financial literacy and consumer credit portfolios. *Journal of Banking & Finance*, 2246–2254.
- Drew, J. M. (2013). Cold, warm, warmer, hot! Locating financial literacy hot spots. *Journal of Financial Services Marketing*, 18(3), 220–226.

Fort, M., Manaresi, F., & Trucchi, S. (2016). Adult financial literacy and households' financial assets the role of bank information policies. *Economic Policy*, 743–782.

GSMA. (2014). *Mobile Privacy: Consumer Research Insights and Considerations for Policymakers*. GSMA.

Han, J.-J., & Jang, J.-J. (2013). Information Asymmetry and the Financial Consumer Protection Policy. *Asian Journal of Political Science*, 21(3), 213-223.

Hilgert, M., & Hogarth, J. (2002). Financial knowledge, experience and learning preferences: preliminary results from a new survey on financial literacy. *Consumer Interest Annually*, 1–7.

Huston, S. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316.

Internal Revenue Service. (2009). *How to Choose a Tax Preparer and Avoid Preparer Fraud*. Washington, DC: Internal Revenue Service.

Jappelli, T., & Padula. (2013). Investing in financial literacy and saving decisions. *J. Bank. Finance*, 2779–2792.

Klapper, L., Lusardi, A., & Panos, G. (2013). Financial literacy and its consequences: evidence from Russia during the financial crisis. *Journal of Banking and Finance*, 3904–3923.

Kozup, J., & Hogarth, J. (2008). Financial Literacy, Public Policy, and Consumers' Self-Protection—More Questions, Fewer Answers. *The Journal of Consumer Affairs*, 42(2), 127-136.

Lewis, M. (2004). *Personal Finance Survey of High School Seniors*. Washington, DC, The Jumpstart Coalition.

Loewenstein, G., O'Donoghue, T., & Rabin, M. (2003). Projection Bias in Predicting Future Utility. *Quarterly Journal of Economics*, 118(4), 1209-1248.

Lumpkin, S. (2010). *Consumer protection and financial innovation: A few basic propositions*. New York: OECD.

Lusardi, A., & Tufano, P. (2009). Debt literacy, financial experience and over indebtedness . NBER Working Paper.

Lusardi, A., Michaud, P., & Mitchell, O. (2017). Optimal Financial Knowledge and Wealth Inequality. *Journal of Political Economy*, 431-477.

McHugh, S., Ranyard, R., & Lewis, A. (2011). Understanding and knowledge of credit cost and duration: effects on credit judgements and decisions. *Journal of Economic Psychology*, 609–620.

Muhtaseb, M., & Yang, C. (2008). Portraits of five hedge fund fraud cases. *Journal of Financial Crime*, 15(2), 179–213.

O'Connora, G. E., Newmeyerb, C. E., Wongc, N. Y., Bayuk, J. B., Cooke, L. A., Komarovaa, Y., et al. (2019). Conceptualizing the multiple dimensions of financial consumer vulnerability. *Journal of Business Research*.

OECD (2018). G20/OECD Policy Guidance on Financial Consumer Protection Approaches in the Digital Age. Financial Consumer Protection Approaches in the Digital Ages.

Responsible Finance Forum. (2017). Opportunities and Risks in Digital Financial Services: Protecting Consumer Data and Privacy. Berlin: Responsible Finance Forum.

Rutledge, S. L. (2010). Consumer Protection and Financial Literacy: Lessons from Nine Country Studies. World Bank.

Ryan, A., Trumbull, G., & Tufano, P. (2010). A brief Postwar History of US Consumer Finance.

Scheriner, M. (2004). Scoring arrears at a microlender in Bolivia. *Journal of Microfinance*, 65–88.

Scholnick, B., Massoud, & Saunders, A. (2013). The impact of wealth on financial mistakes: evidence from credit card Non-payment. *Journal of Financial Stability* , 26–37.

Shen, C.-H., Lin, S.-J., Tang, D.-P., & Hsiao, Y.-J. (2016). The relationship between financial disputes and financial literacy. *Pacific-Basin Finance Journal*, 46-65.

US SEC. (2008). Promissory notes: Promises, Problems. New York: US Securities and Exchange Commission .

US Securities and Exchange Commission . (2012). Study regarding financial literacy among investors. New York: US Securities and Exchange Commission .

World Bank. (2017). Good Practices for Financial Consumer Protection, Washington: World Bank.

World Bank. (2018). Financial Consumer Protection and New Forms of Data Processing Beyond Credit Reporting, Washington: World Bank.

PERSONAL FINANCE TRAINING FOR STUDENTS TO AVOID LOAN SHARK TRAPS

Khuc The Anh, PhD.⁷ - National Economics University, Le Dong Duy Trung, PhD. - Vietcombank

Abstract

This research focuses on assessing the issue of personal finance training for students with the aim of protecting this target group from loan shark traps. By focusing on in-depth interviews with lecturers and group interviews with students, we found that most universities do not have the personal finance subject, nor have they created environments for students to participate in many competitions. Meanwhile, although students already have a certain understanding of personal finance as well as the negative impact of loan shark, but they still intend to use it. After the discussion, the article gives some policy implications, mainly referring to the introduction of the subject into teaching as well as changing the content to fit the reality of Vietnam.

Keywords: *financial literacy, loan shark, personal finance.*

1. Introduction

During the 1980s and 1990s, a group of scholars from the Washington Concensus developed a perspective on accessing comprehensive financial and financial services, helping individuals to invest or better utilize financial services, thereby helping to promote the development of the free economy. This view offers a way to promote finance from both “supply” and “demand” sides. For the supply side, in addition to mainly developing financial institutions, there is also the process of developing financial services and self-training in the process of financial development for people (such as using a new service or introducing a training program into the school). This is to provide the human resources for these financial institutions – and it is also the way to protect consumers in the financial sector. However, in the process of providing financial services, some organizations do not “greening” but look for gaps in service provision for vulnerable groups in the “blackening” trend. For the demand side, to be able to operate in the financial market, increase exposure to information technology and increase understanding of financial services, promote access to financial services, thereby giving appropriate attitudes and behaviors towards finance and ultimately increasing personal income. The research is approached by the authors from the supply side of financial services - and specifically those who do not provide green credit but loan shark.

Loan shark is mentioned in many perspectives of authors in the world, for example Nugent (1941), Shergold (1978), Booth (1990) said that this is an underground operation, with extremely high interest rates, and directly affect the economy. These views provide mass evidences of negative impacts on the demand side – who are using the service from the provider side. In particular, for the research group on microfinance – typically Ledgerwood et al. (2013) – this is one of the problems

⁷ Email: anhkt@neu.edu.vn; 0936322828

that hinder people from accessing financial services, because the vulnerable groups in society (including students) have difficulty accessing official capital sources.

However, it is easy to see that these studies, and even some of the issues mentioned in Vietnam - considered a high underground economy - are approached mainly from the demand side. These studies only focus on (1) the poor or near-poor – by country standards; (2) rural areas. Urban areas have received little attention from researchers, because this is the most active area of credit institutions – and people's incomes are often higher. However, the reality shows that licensed credit institutions rarely give credit to students, because their income is low (55% less than 5 million/month – according to Dang (2020)), and it is difficult to prove their ability to repay the debt.

Looking back at the problem of loan shark of students: the number of university students accounts for a large proportion of the population in big cities, but the ability to manage finances is moderate, and the income from the family accounts for a high proportion. This population is in a "transitional period", so spending demand change greatly – and often, family subsidies can hardly meet the needs. Therefore, it is understandable that a large number of students have used funds from loan shark to meet urgent needs. After having published studies on financial literacy, factors affecting students' intention to use loan shark, this study continues to evaluate measures to protect this group of “financial consumers” through personal finance training.

2. Literature review and theoretical basis

2.1. Loan shark

The problem of loan shark (or predatory lending) has been studied in developed countries since the 1940s. However, there is no unified concept of loan shark in the world, due to the level of assessment and purposes of different researchers, regulatory agencies, and society.

Nugent (1941) argues that predatory lending or loan sharks have appeared in cities since the American Civil War, and in Europe since the Middle Ages. According to him, loan shark is lending in small amounts, with short loan and repayment terms, with a total cost (including interest and fees) much higher than the law allowance. Loan shark has existed for a long time, when people who need to borrow but do not have access to formal credit, maybe because of the borrower's illegal needs (such as gambling, smuggling, etc.) or because borrowers cannot access formal financial institutions due to low income, unqualified collateral.

Meanwhile, Shergold (1978) argues that loan shark is the lending of money at a rate higher than the limit prescribed by law or socially acceptable norm. This is the most important source of income for organized crime, besides gambling revenue. Booth (1990), Chin and Chin (1990) and later Morgan (2000) pointed out that loan sharking is also auctioned off by Chinese criminal organizations to select territories. This makes sense because organized crime often controls the gambling industry, and lending to gamblers or “thirsty gamblers” is an important part of these gamble places.

Engel and McCoy (2001) propose a broad concept of loan shark as a type of credit that meets at least one of the following criteria: (i) the loan does not bring benefits to the borrower; (ii) the loan

is designed to generate huge returns; (iii) fraudulent and scam loans; (iii) the loan is misleading because it is unclear and illegal, the terms are not favorable to the borrower; (iv) the loan requires the borrower to waive legal rights; (v) very high interest or total interest and interest charges, high overdue fees or heavy overdue debt settlement terms; requires installment payment or payment at the end of the period with very high value; unnecessary loan coverage terms but mostly good collection rates. Customers are mainly referred through the social network, or intentionally find loan shark creditors, and many debtors borrow to gamble or carry out illegal activities, even in developed countries like the Netherlands.

To summarize, in Vietnam, according to the Prime Minister's directive No. 12/CT-TTg, “loan shark is a form of lending, borrowing or mobilizing capital with an interest rate exceeding the legal interest rate prescribed by law, conducted by individuals, groups of people or financial service business, often associated with illegal acts of debt collection and appropriation of assets” (Prime Minister, 2019). The nature of the existence of loan shark is that the activities are carried out underground, making it difficult for ministries and agencies to manage and detect these individuals and organizations.

2.2. *Personal finance training*

Personal finance training is a part of helping to form financial literacy. Lusardi et al. (2017) or Atkinson and Messy (2012) agree that personal finance training is the process of providing financial-related knowledge in order to increase the subject's understanding of concepts of financial terms (interest rates, bonds...) and operating methods of financial institutions (banks, credit institutions,...). Thus, personal finance training will be a prerequisite for the formation of financial knowledge, thereby affecting the financial behavior and attitudes of the subject.

The role of personal finance training in consumer protection is demonstrated in many ways, including:

- *Protecting consumers from financial shortfalls that cause scams*

Lusardi and Mitchell (2014) argue that by increasing personal finance training through financial skills, attitudes and behaviors, it will contribute to increase financial protection of consumers – especially those with limited access to formal financial services (eg students – very easily tempted). Nowadays, growing financial technology requires more and more people's understanding of the operations and the way to use these technologies. Research by Servon and Kaestner (2008) shows that: People who have attended a personal finance training program continue to want more training than those who do not participate in the online page created to deal with content that doesn't meet these people's needs, and can calculate appropriate interest rates on loans and investments, thereby avoiding some of the informal credit in the market.

The above studies also show that people who lack personal finance training will be able to make financial decisions such as investing, buying and selling inaccurately. People with lower financial literacy tend to buy on credit and cannot pay off the full balance each month and end up spending more interest. This group also doesn't invest, has trouble with debt, and has a poor understanding of the terms of their mortgages or loans. More worryingly, many consumers believe

they are far more financially literate than they really are. The reality of financial fraud appears a lot in rural Vietnam (such as tontine - in many localities), low-income areas and low access to modern financial information and products (Pham Van Tam, 2020). The orientation for smart financial consumption contributes to protect financial consumers from the consequences of ignorance, through which the Government will have more appropriate and effective measurement policies. .

- *Change the habit of keeping idle money*

Personal finance training (as part of financial literacy development) has a positive relationship with financial and economic development. The population with better financial literacy is more likely to use idle money as a domestic investment; as a result, reduce dependence on foreign capital and promote faster economic growth (Yoshino et al., 2015).

The research group on microfinance also shows that when the poor or people in rural areas are trained in financial products, they will be better able to use their idle money through expansion of the savings rate, thereby aiming for reinvestment, loan reuse and poverty reduction (Ledgerwood et al., 2013). In addition, the increase in investment demand of the people will create development opportunities for the financial intermediary sector including banks, insurance, stock market, foreign exchange market,... Expansion policies and re-targeting help intermediary financial sector companies to develop new and more efficient services such as e-banking, etc. Mobilize capital more effectively from the development of intermediary financial sector creates opportunities for businesses, especially startups and small and medium enterprises, to have the opportunity to access cheaper capital. Thereby contributing to the completion of the country's financial goals.

- *Reducing the gap between rich and poor in each country*

The impact of personal finance training (in financial literacy) on the economy is shown by Lusardi et al (2017) that: people without personal finance training are often located in impoverished area, and there is a significant income gap with those with training. This result is also supported in the study of Faboyede et al (2015): People with low financial literacy have less efficient investments and expenditures, thereby having a negative impact on their income. Additionally, for emerging economies, people with high financial literacy can ensure their own standard of living, thereby effectively contributing to real economic growth and poverty reduction.

3. Research Methods

In this study, we focus on personal finance training for students to avoid the impact of loan shark, so the default approach is demand-side. We chose the research method as in-depth interviews with a group of lecturers from universities in the economic sector and group interviews with students. For in-depth interviews, because of the pandemic, we conduct online interviews on the following issues: (1) is there any financial training; (2) whether personal finance subjects are taught; (3) personal finance is required or elective, how many credits; (4) the content taught in personal finance; (5) applications in competitions on personal finance. In in-depth interviews, we usually interview for 25 to 40 minutes, after asking the interviewer's permission, the recording is saved. These recordings are un-recorded within 1 day. The total number of interviewees is 14 lecturers who are teaching at schools in economic sectors, including National Economics University, Foreign Trade University,

Academy of Finance, Banking Academy, Thuongmai University, University of Science and Technology, University of Civil Engineering, Hanoi University of Industry, University of Economics Ho Chi Minh City, DaNang University of Economics, Hue University of Economics, University of Science and Technology of Ho Chi Minh City and VNU University of Economic and Business.

For the group interview, we select students from one of the 12 schools above, but not only include economics. Because we want to observe each person, we choose Microsoft teams software. During the in-depth interview, the interviewer will turn on the camera. Questions related to (1) has the interviewer heard of loan shark?; (2) ever used and the reason for using; (3) the way in which loan shark collects debt; (4) how to calculate the interest of loan shark; (5) whether the interviewee has studied personal finance or interest-related subjects, thereby seeing the adverse effects of loan shark. Unlike in-depth interviews, for group interviews, we ***paid fees*** for participants. As a result, 22/36 invited people agreed to participate. This entire process was not recorded due to the interviewer's request. We record the results in 1 hour after finishing.

After in-depth interviews and group interviews, we completed the questionnaire and conducted student interviews. The interview results along with the data collected are shown in the following table.

4. Research result

4.1. Results from in-depth interviews

The results of the interviews with the lecturers showed that most of the schools that teach the economic sector have a finance subject. For some schools like the University of Civil Engineering, although there is no Finance - Banking major, it also integrates financial management subjects in the teaching process. However, the results on subjects related to personal finance were quite surprising:

Firstly, lecturers all agree with the importance of personal finance pillars (besides corporate finance, public finance and international finance), but most schools do not teach this subject. The number of schools teaching this subject is also limited (specifically, there are 2 schools in the North that teach this subject). We do not discuss why schools do not teach this subject in this article. The lecturers all said that some of the contents of personal finance such as calculating interest rates and general understanding of the market are added in different subjects, usually corporate finance. For some schools with in-depth training in the banking industry, it appears in a number of subjects such as commercial banking, credit operations, etc.

Secondly, the interviewee said that when teaching, only the Banking major of the National Economics University chooses this subject as a compulsory subject. The rest of the majors choose it as an elective subject, with 3 credits. The content of the course is heavily related to saving, investing, borrowing, retirement funds, or investing in high value assets (i.e. foreign curriculum). The contents of the assessment of interest rates on loans from loan shark are not much, nor are they heavily weighted. This can be seen that, the assessment of the universities on the issue of personal finance training is insignificant and not focused - at least in terms of teaching.

Thirdly, on the issue of participating in competitions. The interviewees said that competitions on personal finance are not many (many schools do not even have, or are too few compared to other competitions for students of economics). Organized personal finance competitions also do not incorporate the ideas of loan shark restrictions, but focus on the problem of investing in the form of fiction. One of the in-depth interviewees said that there is a big difference between fantasy and reality, because it doesn't mention where individuals get money to invest!

Thus, the results of the in-depth interviews show that: the lecturers think that the subject of personal finance is important, but the teaching is insignificant. The content pays little attention to the problem of loan shark, and to the issue of "defense" or protecting themselves when using financial products.

4.2. Results from the survey

After in-depth interviews, group interviews, we adjusted the questionnaire. The questionnaire was sent through the Youth Union of Vietnamese universities, then the Youth Union would send it to the Associated Organs to conduct the survey. This entire survey is done on google form. We conducted the survey within 1 month (from late June to July 2021). The total number of observations analyzed was 563, of which 156 were male. The number of survey students studying in the South is 259, the North is 304. The age group of the respondents is mainly from 18 to 22 years old who are students of Vietnamese universities. The total number of students who have studied personal finance is only 13, and comes from the National Economics University. Some students replied that the school offered this subject as an elective but did not choose it. The survey results below show part of the results:

According to the survey results out of 563 students, 376 people agree that loan shark is common among university students, accounting for 66.8% of the number of observation. The number of students think that loan shark are not common among students are only 187 people, accounting for 33.2% of the observations. Thus, from the survey, we partly see the situation of loan shark among students of Vietnamese universities.

Table 1: Descriptive statistics from the opinions of loan shark among students

	Frequency	Percentage
Disagree	187	33,2
Agree	376	66,8
Tổng	563	100

(Source: Author's calculations)

In addition, the survey results also obtained the opinion of the reason why loan shark is popular among 376 students who think that loan shark is common. It shows that more than 282 opinions saying that loan shark institutions carry out loans procedures very quickly, 321 comments that loan

shark helps to meet personal needs, 236 comments that this type of loan can be accessed by students, 82 comments that loan shark helps students to conduct businesses, 157 comments that the solicitation and invitation of loan shark institutions is a reason for students to borrow money, 99 comments that it is due to students' lack of financial understanding and the harmful effects of loan shark, and 216 said that students do not want their parents to know they have borrowed money. Thus, the reason for using loan shark is mainly because loan shark institutions can meet individual needs, the speed of loan procedures and the accessibility of students.

Table 2: Reasons why loan shark is popular among students

Reasons for using loan shark	Frequency
Quickly	282
Meet individual needs	321
Students can access	236
Serve for business purposes	82
The invitation of the loan shark institution	152
Lack of understanding	99
Do not want my parents to know	216

(Source: Author's compilation from survey)

According to the survey results, only nearly 17% of people know about the harmful effects of loan shark while the number of students know about loan shark, know how to use it and have access to large loan shark institutions.

Table 3: Reasons for not using loan shark of students

Reasons for not using loan shark	Frequency
Students know loan shark is not beneficial	95
Students do not know about loan shark loans	44
Students do not have access to loan shark providers	78

Students do not know how to get a loan	13
--	----

(Source: Author's compilation from survey)

Statistical results show that, among the students participating in the survey, the majority of them are financially literate with more than 77% of the students participating in the survey correctly answering questions about the Financial topics. For example, calculating interest rates on loans from loan shark, but not calculating flat interest. Students themselves have little opportunity to participate in competitions about finance in general and personal finance in particular.

When asked about subjects related to personal finance, most students know a part of it, such as calculating cash flow, but are not taught how to save or spend. Through in-depth interviews, many students said that in some busy cities, with many universities such as Hanoi or Ho Chi Minh City, spending less than 5 million/month can hardly meet all personal needs, especially students who do not work part-time. Therefore, living dependent on family support has made it difficult for many students when incurring unexpected expenses and cannot find a way but to borrow money from friends and relatives. Among the students who participated in the survey, most of them did not need a loan but had a lot of information about loan shark. In addition, although the majority of students are assessed as financially literate, they are often unaware of the risk that loan shark can affect their lives – i.e lack of understanding of personal finance training.

In short, it can be seen that most of the students of these schools are not allowed to study this subject. The content of the course is also focusing on the investment and use of capital, but does not mention how students can use it when facing the problem of short-term capital shortage.

5. Discuss some issues and conclusions

From the results of in-depth interviews, group interviews and surveys, some conclusions can be given as follow:

Firstly, the existence of informal credit in general and loan shark in particular is inevitable because there is not enough capital for everyone in society. Many students know the risk that loan shark can affect their lives, but still use them because they do not manage their finances effectively and consume excessively. Therefore, it is necessary to include modules related to personal finance or financial management into the curriculum (with economic sectors), and personal financial management into the clubs of the Union, the Student Union (with other schools) to help students better manage their personal finances, avoiding reckless consumption and then "cramming" into this type of risky financial service.

Secondly, it is necessary to promote the training of financial literacy for high school students because these are the subjects who are preparing to go to college, enter a new environment, and leave the arms of their parents, so they will encounter many problems, including personal financial management. They are susceptible to many fraudsters who take advantage for appropriation of property. Many new college students use loan shark because they consume a lot, since they do not have parental control, leading to running out of money; inexperienced in borrowing and hesitate to

borrow from relatives; are approached by loan sharks through advertisements about loans with low interest rates, quickly and secure, so they used loan shark and thought they could use this loan effectively to meet the personal demand and repay the loan after receiving allowance or month-end income from part-time job. Therefore, it is necessary to train in basic financial knowledge about calculating interest rates on loans, calculating flat interest to normal interest, and managing personal finances. These contents only need to be included in the multiple-choice exam, which does not need to be complicated, but requires students to explore and self-study in order to improve their financial understanding and effectively manage personal finances.

Thirdly, the content of the personal finance course also needs to be closer to the situation of Vietnamese students. These contents should be integrated in financial competitions to develop the subject and also help students have more perspectives on the financial market.

References

Atkinson, A. và F.-A. Messy (2012), *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/ International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*, OECD Publishing,

Booth, M. (1990), '[BOOK REVIEW] The triads, the Chinese criminal fraternity', *Far Eastern Economic Review*, Số 149, Trang: 35-35.

Chin, K.-l. và K.-L. Chin (1990), *Chinese subculture and criminality: Non-traditional crime groups in America*, Greenwood Press New York,

Đặng Ngọc Đức (2020), *Thực trạng và giải pháp hạn chế tín dụng đen*, Đề tài nghiên cứu khoa học được ngân hàng LienVietPostbank tài trợ, Đại học Kinh tế Quốc Dân, Hà Nội.

Engel, K. C. và P. A. McCoy (2001), 'A tale of three markets: The law and economics of predatory lending', *Tex. L. Rev.*, Số 80, Trang: 1255-1275.

Faboyede, O. S., E. Ben-Caleb, B. Oyewo và A. Faboyede (2015), 'Financial literacy education: key to poverty alleviation and national development in Nigeria', *European Journal Accounting Auditing Finance Research*, Số 3(1), Trang: 20-29.

Ledgerwood, J., J. Earne và C. Nelson (2013), *The new microfinance handbook: A financial market system perspective*, The World Bank,

Lusardi, A. và O. S. Mitchell (2014), 'The economic importance of financial literacy: Theory and evidence', *Journal of economic literature*, Số 52(1), Trang: 5-44.

Lusardi, A., P.-C. Michaud và O. S. Mitchell (2017), 'Optimal financial knowledge and wealth inequality', *Journal of Political Economy*, Số 125(2), Trang: 431-477.

Morgan, W. (2000), *Triad Societies: Triad societies in Hong Kong*, Taylor & Francis,

Nugent, R. (1941), 'The Loan-Shark Problem', *Law Contemporary Problems*, Số 8(1), Trang: 3-13.

Phạm Văn Tám (2020 of Conference), 'Khó khăn vướng mắc trong phòng, chống tội phạm và vi phạm pháp luật liên quan đến “tín dụng đen” hiện nay và kiến nghị giải pháp ', Kỷ yếu hội thảo: *Hội thảo khoa học Quốc gia*, Trường đại học Kinh tế Quốc dân.

Servon, L. J. và R. Kaestner (2008), 'Consumer financial literacy and the impact of online banking on the financial behavior of lower-income bank customers', *Journal of Consumer Affairs*, Số 42(2),Trang: 271-305.

Shergold, P. R. (1978), 'The Loan Shark: The Small Loan Business in Early Twentieth-Century Pittsburgh', *Pennsylvania History: A Journal of Mid-Atlantic Studies*, Số 45(3),Trang: 195-223.

Thủ tướng Chính phủ (2019), *Chỉ thị số 12/CT-TTg về tăng cường phòng ngừa, đấu tranh với tội phạm và vi phạm pháp luật liên quan đến hoạt động tín dụng đen*.

Yoshino, N., P. Morgan và G. Wignaraja (2015), *Financial education in Asia: Assessment and recommendations*, ADBI Working Paper 534,

RETAIL INVESTORS' TRADING BEHAVIORS AND DETERMINANTS: EVIDENCE FROM THE VIET NAM STOCK MARKET

Nguyen Thị Nhung, PhD.⁸, Tran Thi Van Anh, PhD. - University of Economics and Business –
Vietnam National University

Abstract:

The research aims to identify factors influencing retail investors' trading behavior or contrarian style in the Vietnam stock market. To be precise, the study is conducted by using a structured questionnaire from a sample of 239 prospective retail equity investors in Vietnam. And then, by using exploratory factor analysis (EFA), the research indicates that there is no evidence about the relationship between retail investors' trading behavior and 5 factors, including attitude towards investment (ATI), financial risk tolerance (FRT), herding (HER), overconfidence (OVE) and heuristics (HEU) while self-attribution (SAT) has a positive impact on retail investors' contrarian style. Besides, retail investors in the Vietnam stock market seem to follow contrarian investing rather than momentum investing.

Keywords: Financial behaviors, behavioral psychology, individual investors, investment performance.

1. Introduction

During the 25 years of establishment and development, the Vietnamese stock market has played an important role in the Vietnamese economy. The scale of Vietnam's stock market has continuously increased in terms of market capitalization, number of products traded on the market and the number of investors participating in the market. At the time of establishment of the stock market, there were only 3,000 accounts, mainly of retail investors, participating in trading on the market. According to the data of the Securities Depository Center, by the end of May 2021, the total number of investor's trading accounts in the Vietnamese stock market is 3,216, 828, of which the trading accounts of retail investors is 3,204,944 and institutional investors is 11,884.

In fact, retail investors make up a majority of Vietnam's stock market. Since retail investors are mostly amateurs, although they participate in large numbers, they have a lower degree of portfolio diversification, smaller trading size and volume compared to institutional investors. Retail investors in the Vietnamese stock market often do not have a long-term investment strategy and do not follow specific investment philosophies, so they are vulnerable and susceptible to many factors, especially psychological factors.

⁸ Email: nguyenthinhung.1684@gmail.com

In Vietnam, the impact of psychological factors on the investors in recent years is very complicated, causing negative consequences that threaten stock market stability and financial system security. Therefore, the objective of our paper is to identify factors influencing retail investors' trading behavior and their investment performance in Vietnam. To be precise, the study is conducted by using a structured questionnaire from a sample of prospective retail equity investors in Vietnam. And then, by using exploratory factor analysis (EFA), the research evaluates how much psychological factors namely financial attitude, financial risk tolerance, herding effect, overconfidence and self-attribution as well as heuristics have impact on investors' decision making as well as their investment returns. The research gives an empirical analysis on behavioral pattern of Vietnamese retail equity investors so that they can consider avoiding common mistakes made in their decisions.

Our paper made two major contributions. Firstly, we have added the literature on applying the principles of behavioral finance to explain the trading behavior of retail investors in the stock markets. Up to this point, there have not been many studies on this topic in Vietnam. Secondly, we provide scientific evidence on the main psychological factors influencing on retail investors trading behavior and their investment performance in Vietnam's Stock Market. To the best of our knowledge, this is the first study to provide systematic quantitative evidence on these correlations. Therefore, our research is a useful reference for investors to avoid mistakes when they make investment decisions. In addition, our research can also assist policy makers to make appropriate adjustments to ensure the stability of Vietnam's stock market in the future.

This paper consists of six parts. The first part is the introduction. The second part provides literature review about retail investors, their trading behavior and investment performance. The methodology and data are presented in the third part. The results are shown in part 4. The discussion is given in part 5. Some conclusions as well as some limitations of the research are found in the last part.

2. Literature review

The decline in efficiency of traditional financial theories has led to the emergence of a new financial theory called behavioral finance. This theory reduces the assumption of rationality in standard financial theory and explains that investors are really affected by their psychological tendencies. These biases are translated into their behavior so that they can make decisions below optimal. Behavioral finance is the combination of many different sciences such as finance, psychology, and sociology (Ricciardi & Simon, 2000). From a financial perspective, behavioral finance uses basic human psychological theories to explain irregularities in the financial market. According to the definition of Goldberg & Von Nitzsch (1999), finance is the theory of financial markets in which individuals act rationally within a certain framework. Thaler (1999) points out that behavioral finance is an integration of classical economics and standard financial theory and behavioral finance tries to complement standard financial theory through the inclusion of psychological factors in the decision-making process (Ritter, 2003). According to Shefrin (2001), since psychology can explore human judgment, behavior and welfare, it is also possible to provide explanations of human actions that differ from traditional economic assumptions According to Raiffa

&Raiffa (1968) and Kahneman &Tversky (1979) because individual's behavior in theory is often different from reality so that classical financial models cannot explain or predict it all financial decisions, therefore, it is necessary to apply the principles of behavioral finance.

Investor trading behavior or investment behavior is defined as how the investors judge, predict, analyze and review the procedures for decision making, which includes investment psychology, information gathering, defining and understanding, research and analysis (Slovic, 1972; Alfredo &Vicente, 2010). Investor trading behavior could affect various asset prices, including future prices, option prices, stock prices (Yang & Zhou, 2015; Gao & Yang, 2017; Le Pen & Sévi, 2017; Jena et al, 2017), stock return (Barber et al, 2009; Chen et al, 2014). This working paper focus on what investment strategies or styles they follow.

There are two kinds of investment style, including momentum investing and contrarian investing. Contrarian investing is an investment style in which investors purposefully go against prevailing market trends by selling when others are buying and buying when most investors are selling. Contrarian investors believe that people who say the market is going up do so only when they are fully invested and have no further purchasing power. At this point, the market is at a peak. So, when people predict a downturn, they have already sold out, and the market can only go up at this point. In fact, a decision-making process is based on making choices that result in the optimal level of benefit or utility for an individual. A rational behavior should analyze and evaluate information comprehensively to succeed in their investment activities. To be precise, they usually take information and historical data into account before making decisions on investment. In terms of trading frequency, rational investors don't have an optimal trading times per week but decide to buy or sell stocks based on what they predict about securities' price movements. Opposed to contrarian investing, momentum investing exploits a tendency for a stock's prior returns and prior news about its earnings to predict future returns. According to Phansatan et al (2012) individual investors tend to be contrarians in several developing and developed markets while momentum investing mostly belongs to institutional investors.

The type of investors might lead to different trading behavior, which results to differences in trading/investment performance. Retail investors differ from institutional investors by way of their investment size, resources, access to research, and professional advice (Bhattacharya et al., 2012). S. Phansatan et al. (2012) note that foreign and institutional investors tend to be better informed and financially sophisticated, whereas individual investors can be subject to psychological biases which limit their trading performance. Individual traders are generally found to have relatively poorer trading performance in comparison with institutional investors (Barber & Odean, 2000; Kamessaka et al, 2003; Keniel et al, 2005). Moreover, retail investors are strongly influenced by several rational and irrational factors while making decisions related to where and when to invest (Seth et al., 2020) so that it may leads to irrational decisions or prediction errors (Barber & Odean, 2000) and poorer investment performance. Individual investors also have a strong preference for selling stocks that have increased in value since bought (winners) relative to stocks that have decreased in value since bought (losers). This behavior is called the “disposition effect” by Shefrin & Statman (1985).

In terms of factors affecting retail investors' trading behaviors, a number of studies have listed behavioral factors influencing trading investors' behavior and his/her investment performance. Each study focuses on analyzing the impact of a number of factors affecting different investors on different markets. After conducting an overview of studies on the factors influencing the trading behavior and investment performance of individual investors, we focus on considering the main factors, namely financial attitude, financial risk tolerance, herding effect, overconfidence, and self-contribution.

Financial attitude influences the trading behavior of retail investors (M. Talwar et al, 2021). Financial attitude is a psychological inclination, which manifests when individuals evaluate the well-established practices of financial management with varying degrees of acceptance or non-acceptance (Parrotta & Johnson, 1998). Shim et al. (2009) describe financial attitude as an expression of the individuals' underlying knowledge of finance and their ability to manage decisions related to financial dealings. Financial attitude can serve as a metric of individuals' financial knowledge, which can then be improved through education. If investors are lack of financial literacy (Lusardi & Mitchell, 2007), they maybe do not approach information on financial markets and may fall prey to behavioral biases (Kahneman et al, 1991) and trade too much (Barber & Odean, 2000), which in turn leads to sub-optimal financial decision making (Campbell, 2006, Goetzmann & Kumar, 2008) and low investment performance. Therefore, it is critical to examine the attitude of retail investors because their financial attitude (Grable & Lytton, 1998), along with their trading behavior and knowledge (Joo & Grable, 2004 can effect on their investment performance in particular and financial well-being in general (Falahati et al., 2012).

Financial risk tolerance is the second factor, which may affect the trading behavior of retail investors. Financial risk tolerance refers to an individual's willingness to accept the negative changes in the investment performance or an adverse outcome that is different from the expected one (Brable & Lytton, 1999). It is commonly defined as the maximum amount of volatility one is willing to accept when making a financial decision (Sulaiman, 2012). Financial risk tolerance is one among the factors that determine the risky behaviors of an individual. The high financial risk tolerance is in general a prerequisite for getting higher investment performance (Yao & Hanna, 2005; Yao & Wang, 2011). However, there is a possibility that an individual's wealth may decrease if he makes bad financial decisions (Grable et al., 2008). Many factors may influence financial risk tolerance such as demographic, social, environmental and psychological factors. However, there is a consensus among practitioners that demographic factors could be used to differentiate and classify retail investors (M.Kannadhasa, 2015). The demographic features of individual investors may be listed such as age, gender, marital status, occupation, income, experience, level of education, time horizon, liquidity needs, portfolio size, investment knowledge and attitude toward price fluctuations (Sulaiman, 2012).

The third factor affecting investor's trading behavior and investment performance is herding behavior or herding effect. It is a term indicating that investors and fund managers can adopt a risky investment strategy in the market without collecting sufficient information just because many other investors do so (Bikhchandani & Sharma, 2000).

In financial market herding effect occur when investors mimic the behavior of other investors or make investment decisions based on the views, judgments, or actions of others. An investor may have a good reason for having a herding behavior. For example, financial market analysts may consider the opinion of the majority because in this way they can avoid the risk of damage to their reputation. However, many investors copy the behavior of other investors in an unreasonable and sometimes completely irrational way. In particular, when they are caught up in behaviors that often occur when the stock market is at an advantageous stage, showing that the stock price is at their expected level, or when they are panicked in the face of an undervalued stock price. Sometimes, social conventions or customs also play a role in the appearance of herding behavior (Spyrou, 2013).

Individual investors often show the herding behavior when making transactions on the stock market (Barber & Odean, 2009) and that affects their investment performance. Such behavior occurs when investors ignore their personal beliefs and act on the opinions and feelings of other investors through social interactions (Redhead, 2008). The herding effect among investors is a common psychological behavior that arises because of many fluctuations and changes in short-term trends that often take place in financial markets (Lakonishok et al, 1992; Chang et al, 2000; Hwang & Salmon, 2004; Demirer et al, 2010; Yao et al, 2014; Galarotis et al, 2015; Economu et al, 2016; Bensaïda, 2017; Kabir & Shakur, 2018).

Herding behavior exists in both institutional investors and individual investors as well as in both developed financial markets and emerging financial markets (Méli & Roger, 2013; Barber et al, 2009; Balcilar et al, 2013; Rahman et al, 2015). Jamshidinavid et al. (2012) point out that herding psychology is more common in less confident individual investors. Women are generally less confident investors than men (Barber & Odean, 2001; Salem, 2019), so they are often strongly affected by herding behavior, or in other words, female investors tend to imitate the actions of other investors when making investment decisions, especially in emerging market (Lin, 2011; Choi, 2013).

Overconfidence is another factor affecting investors' trading behavior as well as investment performance. Overconfidence is a state in which people tend to think they are better than they actually are (Trivers, 1991). An overconfident investor often sees himself better than other investors; he appreciates himself more than others value him and often exaggerates his own understanding. This behavior may lead overconfident investors to make trading more frequently than other investors (Wang, 1998; Glaser & Weber, 2007; Liu & Du, 2016). Investors who show excessive confidence in their trading behavior often assume that they can get greater profits during booms in the financial markets because of their skills, when they fail, they simply assume it is bad luck. The greater the investor's overconfidence, the higher the risk because they rarely diversify their portfolios and focus only on securities that they think they are familiar with without further reference on the appropriate views of other investors (Campbell et al, 2004; Lichtenstein et al, 1982).

Barber & Odean (2001) question why investors tend to overestimate their skills and knowledge. The results show that the number of transactions made by male investors is about 45% higher than that of female investors. However, the study also shows that in practice, regular transactions reduce the net profit of investors. For male investors, the net profit decline due to regular trading is 2.65%

annually while this ratio is 1.72% for female investors. The authors also supported the previous research results of Daniel et al. (1998) confirming that the market was ineffective due to excessive investor confidence.

Overconfidence may depend on many factors including individual characteristics such as investment experience, gender, level of education (Mishra A., Mary J. Metilda, 2015) and cultural differences. For example, Vissing-Jorgensen (2004) uses wealth and investor experience as proxies for investor sophistication, who has weaker irrational behavior. Overconfidence is shown in the research of Bikas et al. (2013) when they find that most of small investors believe that they have enough knowledge and experience in investing. Graham et al (2009) try to assess how this psychological manifestation determines trading frequency. The researchers have built an empirical model to find out what factors affect the capacity of investors. They find that investors who feel competent can conduct transactions more often and tend to have a more diversified portfolio. Male investors or investors with higher levels of education and a larger portfolio tend to consider them more knowledgeable, more capable than women or investors, who have smaller portfolios and lower levels of education. As a result, overconfident investors are more likely to consider themselves to be more competent and more likely to conduct transactions (Graham et al, 2009; Liu & Du, 2016).

Overconfidence and self-attribution bias are mutually reinforcing as self-attribution leads individuals to become more overconfident and vice versa (Billett & Qian, 2008; Miha et al, 2015). The self-attribution bias refers to the tendency to credit oneself and one's own abilities excessively with preceded successes and blame others or external factors for failures (Campbell & Sedikides, 1999; Zuckerman, 1979). The self-attribution bias can be divided into two components. While self-enhancement bias refers to acknowledging success, self-protective bias means abdicating responsibility for failures.

In financial decision-making, self-attribution can have material impacts on investor's trading behaviors (Gervais & Odean, 2001; Hilary & Menzly, 2006). Choi et al. (2017) examine whether overconfidence coupled with a self-attribution bias affects the investment decisions of top corporate managers. They find that overconfidence intensified by managerial self-attribution exacerbates the stickiness of investment-cash flow sensitivity (Choi & Liu, 2017). Czaja and Röder (2020) investigate the self-attribution bias among nonprofessional traders and find that one component of the self-attribution bias, the self-enhancement bias, leads to future underperformance. They also find evidence showing that overconfidence resulting from biased self-enhancement as a possible driver (Czaja, 2020).

Heuristics are the strategies derived from previous experiences with similar problems. There are three heuristics, including anchoring and adjustment, representativeness and availability. Anchoring and adjustment arise out of people's tendency to estimate by starting from an initial guess and then adjusting the initial guess to arrive at the final estimate. Representativeness refers to people's tendency to consider a characteristic to be the presentative of the whole of the phenomenon regardless of whether the said characteristic related to the phenomenon or not. And availability refers to the tendency to rely on already available information.

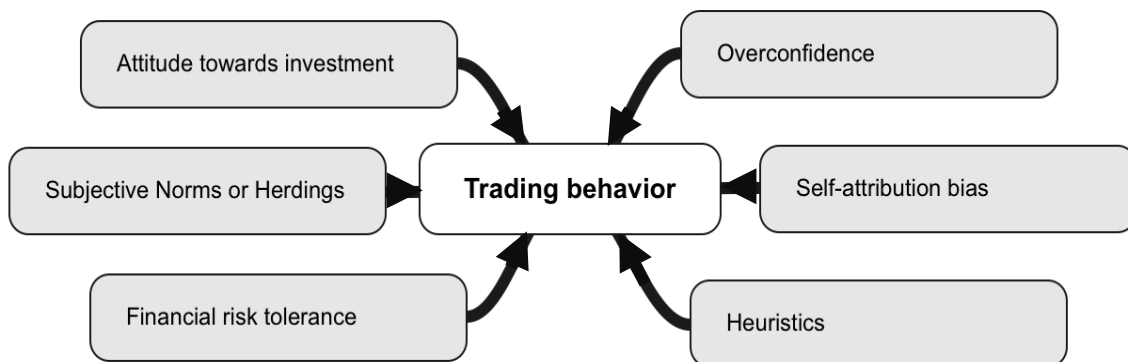
3. Methodology

3.1. Research design

By considering retail investors as financial consumers, this working paper uses different theories related to consumers' behaviors to investigate factors influencing retail investors' trading behavior and investment performance. Firstly, from the perspective of the theory of planned behavior (TPB), attitude towards investment and subjective norms or herding effects are the major concepts and explanations of investment behaviors. Secondly, the prospect theory formulated in 1979 and further developed in 1992 by Tversky & Kahneman (1992) shows that financial risk tolerance is also an important determinant of trading behaviors (or contrarian investing). Finally, behavioral finance theories indicate that individuals are significantly affected by psychological factors such as cognitive biases in their decision making, rather than being rational and wealth-maximizing (Forbes, 2009). In other words, retail investors employ biases and heuristics in their decisions to invest or not, and how much to invest. In terms of biases, overconfidence and self-attribution are taken into account while heuristics include anchoring and adjustment, representativeness and availability.

It can be obviously seen that six factors, including: attitude towards investments, subjective norms or herding, financial risk tolerance, overconfidence, self-attribution bias and heuristics are investigated in the direct relationship with retail investors' trading behaviors on the Vietnam stock market. The research design is summarized in the figure 1 as below.

Figure 1: Research design



Source: Authors

3.2. Data collection and data analysis

Data are gathered by conducting online survey which includes two main parts, including respondent profile and survey content. The first one asks interviewees to give general information about their individual demographics like education, income, occupation and experience. The second part have 42 questions in total.

In order to make sure that questions are comprehensible to the respondents as well as the fact that there is no bias, this survey was initially sent to some authors' friends, colleagues and relatives who are working in finance field to check. Based on their feedbacks, all questions were carefully revised and shortened before posting on social media (Facebook and Gmail). Besides online surveys,

the research is also supported by brokers who are working in some securities firms in Vietnam to deliver them to their individual clients.

Data collection was carried out from the beginning of July until 19th July 2021. As the data collection phase was coming to an end, the researchers had successfully received a total of 1250 respondents. There are 239 valid responses which is totally appropriate to exploratory factor analysis (EFA).

There are 06 hypothesis to verify, as follows:

- Hypothesis 1 : Attitude towards investment (ATI) has an impact on retail investors' trading behavior (TRB) on the Vietnam stock market.
- Hypothesis 2 : Herding (HER) has an impact on retail investors' trading behavior (TRB) on the Vietnam stock market.
- Hypothesis 3 : Financial risk tolerance (FRT) has an impact on retail investors' trading behavior (TRB) on the Vietnam stock market.
- Hypothesis 4 : Overconfidence (OVE) has an impact on retail investors' trading behavior (TRB) on the Vietnam stock market.
- Hypothesis 5 : Self-attribution (SAT) has an impact on retail investors' trading behavior (TRB) on the Vietnam stock market.
- Hypothesis 6 : Heuristics (HEU) has an impact on retail investors' trading behavior (TRB) on the Vietnam stock market.

To complete the research objective, the article uses the exploratory factor analysis (EFA) in SPSS with 4 distinct steps.

First of all, data have to be examined by Cronbach' Alpha in SPSS. Cronbach' Alpha is considered to be a measure of scale reliability (Amit, 2010). A reliability coefficient of 0.60 is considered "acceptable". Simultaneously, data must have Corrected Item-Total Correlation equal or bigger than 0.3. In particular, in case the previous condition is satisfied but Cronbach Alpha if Item Deleted is bigger than Cronbach' Alpha, data should be verified carefully.

Secondly, after testing Cronbach's Alpha in SPSS, the research only keeps appropriate factors by removing unsuitable variables from data. Suitable variables are introduced in SPSS to test EFA. Analysis results can be interpreted as bellow: (i) The Kaiser Meyer Olkin (KMO) measuring the sampling adequacy should be close than 0.5 for a satisfactory factor analysis to proceed; (ii) Bartlett's test is another indication of the strength of the relationship among variables. This ratio should be less than 0.05 to reject the null hypothesis. In other words, correlation matrix is not an identity matrix; (iii) Eigenvalue actually reflects the number of extracted factors whose sum should be equal to number of items which are subjected to factor analysis. Factors with Eigenvalue bigger than 1 will be kept in analysis model. Total Variance Explained bigger than 50% indicate the appropriateness of EFA model.

Factor Loading indicates the correlation between the observation variable and the factor. The higher the factor loading is, the greater the correlation between the observation variable and the factor is and vice versa. Because of sample of 96, the authors use factor loading of 0.5.

Thidly, the research computes variables in appropriate groups before correlation analysis. Correlation is a bivariate analysis that measures the strength of association between two variables and the direction of the relationship. In terms of the strength of relationship, the value of the correlation coefficient varies between +1 and -1. In this research, the authors use Pearson correlation to measure the degree of the relationship between linearly related variables.

Last not but least, the regression analysis is used in order to estimate the relationship between a dependent variable and 7 independent variables. This analysis allows to determine which is the most important independent variable that has the highest impact on the firms' decision-making of choosing bank.

4. Research Results

4.1. Descriptive Statistics about respondents

Table 1 shows statistics about retail investors in Vietnam. Of 9239 respondents, 123 (51.46%) of them are women and the remaining 48.54% are men. 81.59% of the respondents are Millennials (21-34), followed by 17.15% of X Generation (35-49). The remaining rate (1.26%) are Z Generation in the age from 15 to 20. The majority of the respondents completed bachelor's degree (69.87%) and postgraduate (28.45%). 1.68% of them completed high school or less.

For occupation status, a total of 173 (72.38%) of the respondents are employed in the area of finance, banking and assurance while 25.52% are involved in other fields and 2.09% are unemployed. In terms of respondents' marital status, most of them (60.67%) are single or divorced while only 94 got married (39.33%). Concerning respondents' income, total of 93 respondents (38.91%) receives from 10 million dong to 20 million dong per month, followed by 30.96% respondents having monthly income from 20 million dong to 40 million dong. 18.41% of respondents have monthly earnings less than 10 million dong. Only 11.72% respondents earn more than 40 million dong per month.

Regarding investment activities, a majority of retail investors (63.60%) have invested on the Vietnam Stock Market for 2 years, followed by 19.25% respondents having from 2 to 4 years of investment experience. Only 41 respondents have experienced more than 4 years on the stock market. Moreover, 44.77% respondents said that their invested capital is from 100 million dong to 500 million dong while 33.47% respondents reserve less than 100 million dong for their investment portfolio. A total of 32 respondents have invested amount from 1 to 5 billion dong but only 4 people has a portfolio of more than 5 billion dong.

Table 1: Demographic profile of retail investors

Gender		Marital Status	
	Coun t Percent		Coun t Percent

Man	116	48.54%	Married	94	39.33%
Woman	123	51.46%	Unmarried	145	60.67%
Total	239	100.00%	Total	239	100.00%

Age			Monthly Income		
	Coun t	Percent		Coun t	Percent
15 - 20	3	1.26%	Less than 10 million dong	44	18.41%
21 - 34	195	81.59%	From 10 million dong to 20 million dong	93	38.91%
35 - 49	41	17.15%	From 20 million dong to 40 million dong	74	30.96%
50 - 64	0	0.00%	From 40 million dong to 60 million dong	14	5.86%
Over 64	0	0.00%	More than 60 million dong	14	5.86%
Total	239	100.00%	Total	239	100.00%

Level of Education			Working field		
	Coun t	Percent		Coun t	Percent
Less than high school	2	0.84%	Area of finance, banking and assurance	173	72.38%
High school	2	0.84%	Other fields	61	25.52%
Bachelor's Degree	167	69.87%	Unemployed	5	2.09%
Postgraduate	68	28.45%	Retired	0	0.00%
Total	239	100.00%	Total	239	100.00%

Years of investment experience			Invested capital		
	Coun t	Percent		Coun t	Percent
Less than 2 years	152	63.60%	Less than 100 million dong	80	33.47%
From 2 to 4 years	46	19.25%	From 100 million dong to 500 million dong	107	44.77%
From 4 to 6 years	15	6.28%	From 5 million dong to 1 billion dong	16	6.69%
From 7 to 9 years	18	7.53%	From 1 to 5 billion dong	32	13.39%
More than 10 years	8	3.35%	More than 5 billion dong	4	1.67%

Total	239	100.00 %	Total	239	100.00 %
-------	-----	-------------	-------	-----	-------------

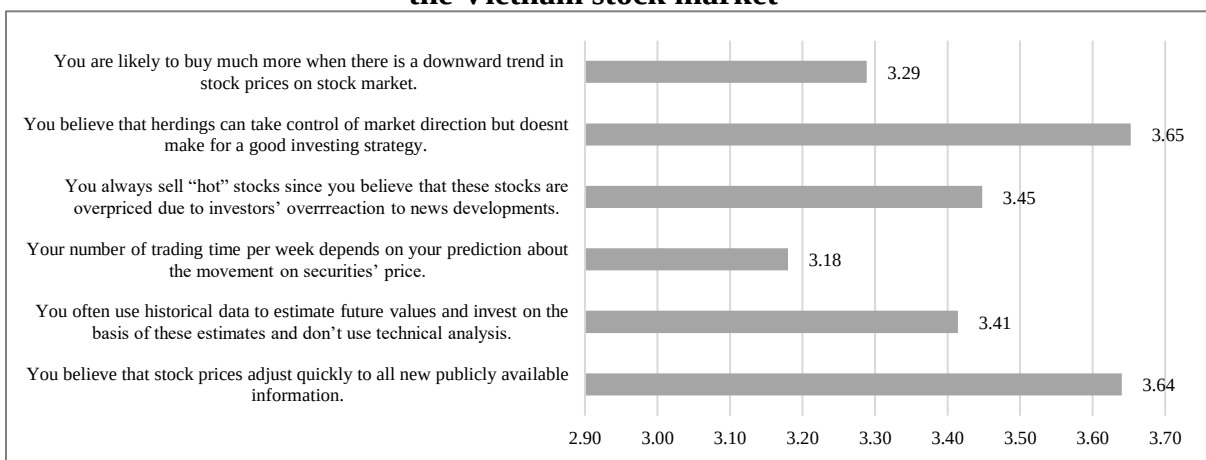
Source: Authors

4.2. Empirical Results

- Overview about retail investors' trading behavior in the Vietnam stock market

Figure 2 shows survey results about retail investors' trading behavior in the Vietnam stock market. On average, all respondents choose scores more than 3 for explaining their agreement about statements given in an online survey. In other words, retail investors in the Vietnam stock market seem to follow contrarian investing.

Figure 2: Survey results about retail investors' trading behavior in the Vietnam stock market



Source: Survey results

- Determinants of retail investors' trading behavior in the Vietnam stock market

Cronbach's Alpha is executed in SPSS for groups of factors related to ATI, FRT, HER, HEU, OVE, SAT and TRB. the research shows that four groups of factors, including ATI, FRT, HEU, OVE are inappropriate since a reliability coefficient is smaller than 0.60 while the remaining groups of factors are higher than 0.60. However, only HER1, HER2, HER 3, SAT1, SAT2, TRB2, TR3, TR4 are kept for the next steps because their corrected Item-total correlation are equal or bigger than 0.3 while HER4, TRB1, TRB5, TRB6 are removed because of corrected Item-total correlation of less than 0.3.

Then, all appropriate factors are introduced in SPSS to test Exploratory Factor Analysis (EFA).

Table 2: KMO and Bartlett's Test for independent variables

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.698
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	352.114
	Df	10
	Sig.	<.001

Source: Exploratory Factor Analysis (EFA) extracted in SPSS

Table 2 shows the Kaiser Meyer Olkin (KMO) measuring the sampling adequacy of 0.698 bigger than 0.5 and less than 1.0. Moreover, Bartlett's Test of Sphericity Sig is less than 0.05. This means that it is possible to proceed a satisfactory factor analysis. In addition, total initial Eigenvalues of 73.657% (bigger than 50%) and total extraction sums of squared loadings of 1.156 (bigger than 1) indicates the appropriateness of EFA model for independent variables [Table 3].

Table 3: Total Variance Explained for independent variables

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1	2.527	50.546	50.546	2.527	50.546	50.546	2.233
2	1.156	23.110	73.657	1.156	23.110	73.657	1.450
3	.538	10.756	84.413				
4	.485	9.701	94.114				
5	.294	5.886	100.000				

Source: Exploratory Factor Analysis (EFA) extracted in SPSS

Table 4 shows that there are two groups of independent factors, including HER and SAT.

Table 4: Rotated Component Matrix for independent variables

	Component	
	1	2
HER2	.901	
HER3	.841	
HER1	.775	
SAT2		.901
SAT1		.754

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 3 iterations.

Source: Exploratory Factor Analysis (EFA) extracted in SPSS

Similarly, tables from 5 to 7 indicate that TRB is reliable for the next steps.

Table 5: KMO and Bartlett's Test for the dependent variable

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.594
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	84.506
	df	3
	Sig.	<.001

Source: Exploratory Factor Analysis (EFA) extracted in SPSS

Table 6: Total Variance Explained for the dependent variable

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.687	56.235	56.235	1.687	56.235	56.235
2	.785	26.166	82.401			
3	.528	17.599	100.000			

Source: Exploratory Factor Analysis (EFA) extracted in SPSS

Table 7: Rotated Component Matrix for the dependent variable

	Component
	1
TRB3	.829
TRB2	.719
TRB4	.695

Source: Exploratory Factor Analysis (EFA) extracted in SPSS

Table 8 shows that Sig of SAT and TRB (<0.001) is smaller than 0.05, leading to the conclusion that there is a linear relationship between SAT and TRB. By contrast, Sig of TRB and HER are 0.805, bigger than 0.05. This means that there is no linear relationship between these two variables. In theory, HER should be removed. However, considering their important role and impacts on retail investors' trading behavior, research decide to keep these variables in the next regression analysis.

Table 8: Correlations

		TRB	HER	SAT
TRB	Pearson Correlation	1	-.016	.345**
	Sig. (2-tailed)		.805	<.001
	N	239	239	239
HER	Pearson Correlation	-.016	1	.161*
	Sig. (2-tailed)	.805		.013
	N	239	239	239
SAT	Pearson Correlation	.345**	.161*	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.013	
	N	239	239	239

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Source: Correlation Analysis extracted in SPSS

Table 9 figures that adjusted R Square of 0.125 means that 02 independent variables (including HER and SAT) have an impact on a change of 12,5% in dependent factor. 87,5% of change in dependent factor come from random or other variables, which has never been mentioned. And Durbin-Watson of 2.332 indicate positive autocorrelation.

Table 9: Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.353a	.125	.117	.73185	2.332

a. Predictors: (Constant), HER, SAT

b. Dependent Variable: TRB

Source: Correlation Analysis extracted in SPSS

Table 10 shows clearly that only SAT has a positive impact on TRB since sig is smaller than 0.05 and standardized coefficients is 0.357. This shows a very significant impact of self-attribution on retail investors' contrarian style. In other words, only the hypothesis 5 is accepted while other 5 hypothesis are rejected.

Table 10: Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.192	.262		8.361	<.001		
	SAT	.330	.057	.357	5.791	<.001	.974	1.027
	HER	-.066	.055	-.074	-1.192	.234	.974	1.027

Source: Correlation Analysis extracted in SPSS

5. Discussions and conclusions

Firstly, the research results indicate that retail investors in the Vietnam stock market seem to follow contrarian investing. This is totally supported by Phansatan et al (2012) when they show that individual investors tend to be contrarians in several developing and developed markets while momentum investing mostly belongs to institutional investors. Moreover, instead of exploiting a tendency for a stock's prior returns and prior news about its earnings to predict future returns, retail investors in the Vietnam stock market purposefully go against prevailing market trends by selling when others are buying and buying when most investors are selling. They also believe that people who say the market is going up do so only when they are fully invested and have no further purchasing power.

Secondly, the research shows that psychological factor called self-attribution has a positive impact on retail investors' contrarian investing in the Vietnam stock market. According to Mishra & Metilda (2015), self-attribution is a cognitive phenomenon by which people tend to attribute success

to innate aspects such as talent and foresight, and attribute failures to situational factors. Mishra & Metilda (2015) mention two motives for self-attribution. The first one is the self-enhancing motivation which helps individuals protect their self-esteem by creating causal explanations that serve to make them feel better. The second one is the self-presentation motivations which refers to the drive to convey a desired image to others. There are two types of self-attribution, including self-enhancing bias and self-protecting bias. The former refers to the tendency of people to claim an irrational degree of credit for their success. The latter refers to the irrational denial of responsibility for failure. An investor who is susceptible to the self-attribution bias would attribute the rise in the value of an investment that is purchased to his/her being investment or business savvy and to bad luck or some external factor if it comes down in value.

However, the limitation of this study is related to data. Firstly, this working paper use initial data collected from the beginning of July 2021 to 19 July 2021 with only 239 responses, compared to 3,204,944 of total trading accounts of retail investors in the Vietnam stock market. That's why, this research result cannot fully manifest retail investors' psychology and behavior. Secondly, the research used EFA as a main research method for determining factors influencing retail investors' trading behavior on the Vietnam stock market, instead of Structural equation modelling (SEM) or network analysis used by other studies. Therefore, there is a need for further follow-up studies with a richer sample of data collected from retail investors in Vietnam as well as more modern and appropriate research methods like SEM or network analysis.

Acknowledgment

This research is funded by Vietnam National Foundation for Science and Technology Development (NAFOSTED) under grant number **502.99-2020.02**

Reference

Ackert, L. F., & Deaves, R. (2010). *Behavioral finance: Psychology, decision-making, and markets*. Mason, USA: South-Western Cengage Learning, .

Alfredo Martin Oliver, Vicente Salas-Fumas. (2010). *I.T. Investment and Intangibles: Evidence from Banks*. SSRN Working Paper Series.

B. M. Barber, T Oden. (2000). Trading Is Hazardous to Your Wealth: The Common Stock Investment Performance of Individual Investors. *THE JOURNAL OF FINANCE*.

Balcilar, M., Demirer, R., & Hammoudeh, S. (2013). Investor herds and regime-switching: Evidence from Gulf Arab stock markets. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 23, 295-321.

Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *A Quarterly Journal of Economics*, 2, 261-292.

Barber, B. M., Odean, T., & Zhu, N. (2009). Do retail trades move markets? *Review of Financial Studies*, 22(1), 151-186.

- Barber, B. M., Odean, T., & Zhu, N. (2009). Do retail trades move markets? . *Review of Financial Studies*, 22(1), 151–186.
- Barber, B., Lee, Y.T., Liu, Y.J., Odean, T. (2004). *Who gains from trade? Evidence from Taiwan. Working Paper*. University of California, and National Chengchi University.
- Barber, B., Odean, T. (2000). Trading is hazardous to your wealth: the common stock investment performance of individual investors. *Journal of Finance* 55,, 773–806.
- Barber, B., Odean, T.& Zhu, N. (2009). Systematic noise. *Journal of Financial Markets*, 12(4), 547-569.
- Bensaïda, A. (2017). Herding effect on idiosyncratic volatility in U.S. industries.(c), . *Finance Research Letters* 23 (c) , 121-13.
- Bhattacharya, U., Hackethal, A., Kaesler, S., Loos, B., Meyer, S.,. (2012). Is unbiased financial advice to retail investors sufficient? Answers from a large field study. *Rev. Financ. Stud.* 25 (4), 975–1032. .
- Bikas, E. v. (2013). Behavioural Finance: The Emergence and Development Trends. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 82 , 870-876.
- Bikhchandani, S., Sharma, S. (2000). *Herd behavior in financial markets. IMF Staff Pap.* 47 (3), 279–310. Washington. D.C: IMF.
- Billett,T.,& Qian, Y. (2008). Are overconfident CEOs born or made? Evidence of self-attribution bias from frequent acquirers. *Management Science*, 54, 1037–1051.
- Campbell, J. Y. (2006). Household finance. *The Journal of Finance*, 61(4), 1553–1604.
- Campbell, W. K., & Sedikides, C. . (1999). Self-threat magnifies the self-serving bias: A meta-analytic integration . *Review of General Psychology*, 3(1), 23–43. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.3.1.23>.
- Campbell, W. K., Goodie, A. S., & Foster, J. D. (2004). Narcissism, confidence, and risk attitude. *The Journal of Behavioral Decision Making*, Vol. 17, 297-311.
- Czaja, D. F. (2020). Self-attribution bias and overconfidence among nonprofessional traders. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 78, 186-198.
- Chang, E. C., Cheng, J. W., A. Khorana. (2000). An examination of herd behavior in equity markets: An international perspective. *Journal of Banking & Finance* 24(10), 1651–1679.
- Chen, Z., Lin, W. T., Ma, C., & Tsai, S. (2014). Liquidity provisions by individual investor trading prior to dividend announcements: Evidence from Taiwan. *The North American Journal of Economics and Finance*, 28,, 358–374.
- Choi, S. (2013). *Herding Among Local Individual Investors* . Ulsan, Korea: The School of Technology Management, Ulsan National Institute for Science and Technology (UNIST).

- Daniel, K., Hirshleifer, D., & Subrahmanyam, A. (1998). Investor psychology and security market under and over reactions. *The Journal of Finance*, 53(6), 1839-1885.
- Demirer, R., Kutun, A. M., C. Chen. (2010). Do investors herd in emerging stock markets?: Evidence from the Taiwanese market. *Journal of Economic Behavior & Organization* 76(2), 283-295.
- Economou, F., Katsikas, E., G. Vickers. (2016). Testing for herding in the Athens Stock Exchange during the crisis period. *Finance Research Letters* 18(1), 334 - 341.
- Falahati, L., Sabri, M.F., Paim, L.H.,. (2012). Assessment a model of financial satisfaction predictors: examining the mediate effect of financial behaviour and financial strain. *World Appl. Sci. J.* 20 (2),, 190–197.
- Galariotis, E. C., Rong, W., and S. I. Spyrou. (2015). Herding on fundamental information: A comparative study. *Journal of Banking & Finance* 50(1), 589-598.
- Gao, B., & Yang, C. (2017). Investor trading behavior and sentiment in futures markets. *Emerging Markets Finance and Trade* (just-accepted).
- Gervais, S., & Odean, T. (2001). Learning to be overconfident. *Review of Financial Studies*, 14, 1-27.
- Glaser, M., Weber, M. (2007). Overconfidence and trading volume. *Geneva Risk Insur. Rev.* 32, 1-36.
- Goetzmann, N., Kumar,A. (2008). Equity portfolio diversification. *Review of Finance*, 12(3), 433–463.
- Goldberg, J.,& Von Nitzsch, R. (1999). *Behavioural finance*. John Willey & Sons.
- Grable, J. E., & Roszkowski, M. J. (2008). The influence of mood on the willingness to take financial risks. . *Journal of Risk Research*, 11(7), 905–923.
- Grable, J., & Lytton, R. H. (1999). Financial risk tolerance revisited: the development of a risk assessment instrument. *Financial Services Review*, 8(3),, 163–181.
- Grable, J.E., Lytton, R.H. (1998). Investor risk tolerance: testing the efficacy of demographics as differentiating and classifying factors. *Financ. Counsel. Plann.* 9 (1), , 61–73.
- Graham, J.R., Harvey, C.R., & Huang, H. (2009). Investor competence, trading frequency and home bias. *Management Science*, 55(7), 1094-1106.
- Hilary, G., & Menzly, . (2006). Does past success lead analysts to become overconfident? . *Management Science*, 52,, 489–500.
- Hwang, S.,M. Salmon. (2004). Market stress and herding. . *Journal of Empirical Finance* 11(4), 585-616.

- Jamshidinavid, B., Chavoshani, M., & Amiri, S. . (2012). The Impact of Demographic and Psychological Characteristics on the Investment Prejudices in Tehran Stock. *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(5), , 41-53.
- Jasman, T., Zamri A. (2016). *Borsa Istanbul Review*. Retrieved from , 10.1016/j.bir.2016.01.001,
- Jena, S. K., Tiwari, A. K., Roubaud, D., & Shahbaz, M. (2017). Index futures volatility and trading activity: Measuring causality at a multiple horizon. *Finance Research Letters*.
- Joo, S., Grable, J.E. (2004). An exploratory framework of the determinants of financial satisfaction. *J. Fam. Econ. Issues* 25 (1), 162–171.
- Kabir, M.,S. Shakur. (2018). Regime-dependent herding behavior in Asian and Latin American stock markets. *Pacific-Basin Finance Journal* 47(1), 60-78.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 163-192.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 193–206.
- Kamesaka, A., Nofsinger, J.R., Kawakita, H. (2003). Investment patterns and performance of investor groups in Japan., 1–22. *Pacific-Basin Finance Journal* 11, 1-22.
- Kaniel, R., Saar, G., Titman, S. (2005). , 2005. Individual investor trading and stock returns. *Journal of Finance* 63, , 273–310.
- Lakonishok, J., Shleifer, A., R. Vishny, 1992. (1992). The impact of institutional trading on stock prices. *Journal of Financial Economics* 32(1), 23–43.
- Le Pen, Y., & Sévi, B. (2017). Futures trading and the excess co-movement of commodity prices. *Review of Finance*, 22(1), , 381–418.
- Lichtenstein, S., B. Fischhoff, L. D. Philips. (1982). Calibration of probabilities: The state of art to 1980. In D. K. (Ed), *Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biase*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lin, H. W. (2011). Elucidating rational investment decisions and behavioral biases: Evidence from thTaiwanese stock market. *African Journal of Business Management*, 5(5), 1630-1641.
- Liu, H., S. Du. (2016). Can an overconfident insider coexist with a representativeness heuristic insider. *Economic Modelling* 54, 170–177.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. . *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 205–224.
- M.Kannadhasa. (2015). Retail investors’ financial risk tolerance and their risk-taking behaviour: The role of demographics as differentiating and classifying factors. *IIMB Management Review* 27, 175–184.

Mackay, C. (1841). *Extraordinary Popular Delusions and the Madness of Crowds*. London: Richard Bentley.

Manish Talwara, Shalini Talwarb, Puneet Kaurc,d, Naliniprava Tripathye, Amandeep Dhird. (2021). Has financial attitude impacted the trading activity of retail investors during the COVID-19 pandemic? . *Journal of Retailing and Consumer Services* 58.

Merli, M., & Roger, T. (2013). What drives the herding behavior of individual investors? *Finance*, 34(3), 67-104.

Mishra A., Mary J. Metilda. (2015). A study on the impact of investment experience, gender, and level of education on overconfidence and self-attribution bias. *IIMB Management Review* 27, 228–239.

Parrotta, J.L., Johnson, P.J., . (1998). The impact of financial attitudes and knowledge on financial management and satisfaction of recently married individuals. *Financ. Counsel. Plann.* 9 (2), 59–75.

Paul Moon Sub Choi, Chune Young Chung, Chang Liu, . (2017). Self-attribution of overconfident CEOs and asymmetric investment cash flow sensitivity . *The North American Journal of Economics and Finance* 46.

Rahman, M. A., Chowdhury, S. S. H., & Sadique, M. S. (2015). Herding where retail investors dominate trading: The case of Saudi Arabia. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 57, 46-60.

Raiffa, H., & Raiffa, H. . (1968). *Decision analysis: Introductory lectures on choices under uncertainty*. MA: Addison-Wesley.

Redhead, K. (2008). *Personal finance and investments: a behavioural finance perspective*. Oxford and New York: Routledge.

Ricciardi, V., & Simon, H.K. (2000). What is behavioural finance? *usiness, Education and Technology Journal*, 2(2), 1-9.

Ritter, J. R. (2003). Behavioural finance. *Pacific-Basin Finance Journal*, 11(4), 429-437.

Salem, R. (2019). Examining the Investment Behavior of Arab Women in the Stock Market. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2019.03.001>. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2019.03.001>

Seth, H., Talwar, S., Bhatia, A., Saxena, A., Dhir, A.,. (2020). Consumer resistance and inertia of retail investors: development of the resistance adoption inertia continuance (RAIC) framework. *J. Retailing Consum. Serv.* 55 <https://doi.org/10.1016/j.jretco>.

Shefrin, H. (2001). *Behavioural corporate finance*. Retrieved September 24, 2019, from <http://bbs.cenet.org.cn/UploadImages/20055612105669608.pdf>

Shefrin, H. (2007). *Behavioral corporate finance: Decisions that create value*. New York, USA: McGraw-Hill/Irwin, .

- Shefrin, H. M., & Statman, M. S. (1985). The disposition to sell winners too early and ride losers too long: Theory and evidence. *Journal of Finance*, 40, 777–790.
- Shim, S., Xiao, J.J., Barber, B.L., Lyons, A.C.,. (2009). Pathways to life success: a conceptual model of financial well-being for young adults. *J. Appl. Dev. Psychol.* 30,, 708-723.
- Slovic, P. (1972). Psychological Study of Human Judgment: Implications for Investment Decision Making. *Journal of Finance* , 27 (4), 779-799.
- Smith, A. (1759). *The theory of moral sentiments*. London: A. Millar.
- Spyrou, M. (2013). Herding in financial markets: a review of the literature. In M. Spyrou, *Review of Behavioral Finance*, Bd. 5 (pp. 175-194).
- Sulaiman, E. K. (2012). An Empirical Analysis of Financial Risk Tolerance and Demographic Features of Individual Investors. *Procedia Economics and Finance* 2 , 109 – 115.
- Suwipa Phansatan a, John G. Powell b, Suparatana Tanthanongsakkun c, Sirimon Treepongkaruna. (2012). Investor type trading behavior and trade performance: Evidence from the Thai stock market. *Pacific-Basin Finance Journal* 20 , 1-23.
- Toma, F.-M. (2015). Behavioral biases of the in vestment decisions of Romanian investorson the Bucharest Stock Exchange. *Procedia Economics and Finance* 32, 200-207.
- Thaler, R. H. (1999). The end of behavioural finance. *Financial Analyst Journal*, 55(6), 12 17., 12-17.
- Trivers, R. (1991). Man and beast revisited. In R. &. Robinson, *Deceit and self-deception*. Washington, DC: Smithsonian.
- Vissing-Jorgensen, A. (2003). Perspectives on behavioral finance: does irrationality disappear with wealth?Evidence from expectations and actions. . *NBER Macroeconomics Annual 2003*, Vol.18.
- Wang, F. (1998). Strategic trading, asymmetric information and heterogeneous prior beliefs. *J. Financ. Mark.* 1, 321–352.
- Yang, C., & Zhou, L. (2015). Investor trading behavior, investor sentiment and asset prices. *The North American Journal of Economics and Finance*, 34, 42–62.
- Yao, J., C. Ma, W. He. (2014). Investor herding behaviour of Chinese stock market. *International Review of Economics & Finance* 29(1), 12-29.
- Yao,R., Sharpe,D.L., Wang,F. (2011). Decomposing the age effect on risk tolerance. *The Journal of Socio-Economics*, 40(6), 879– 887.
- Yao,R.,&Hanna,S.D. (2005). The effect or gender and marital status on financial risk tolerance. *Journal of Personal Finance*,4(1), 66– 85.
- Zuckerman, M. (1979). Attribution of success and failure revisited, on The motivational bias is alive and well in attribution theory. . *Journal of Personality*, 47(2), 245–287. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1979.tb00202>.

EFFECT OF MARKET SENTIMENT ON STOCK RETURNS

Lan Phuong To, PhD⁹, Cao Thi Thuy Trang - University of Economics and Business – Vietnam
National University

Abstract

The stock market is affected by many factors. No single factor can affect the stock market. Instead, many factors come together to form an overall investment environment and impact the stock market. In the market, the psychology of investors always greatly affects the stability of the market, especially for the stock market, the impact of psychological factors is always very complicated, making the stock market always has a very high potential for instability, which is a key factor causing market panics, making the implementation of macroeconomic policies always face many difficulties. The results are contrary to the expected goals.

For Vietnam, the impact of psychological factors on the market in recent years has been very complicated, causing bad consequences, threatening macroeconomic instability, and financial security is not guaranteed. This fact requires serious studies on the influence of investors' psychology on the stock market in Vietnam and investors must understand all the factors that can cause influence the stock market to make effective investment decisions.

Keywords: Market sentiment, investor sentiment, behavioral finance, stock returns, Vietnam stock market..

INTRODUCTION

The mainstay of traditional finance is the Efficient Market Hypothesis (EMH), which states that all information to a business is immediately reflected in stock prices, and all investors are smart and capable the same information and cannot pass the market. However, the assumptions of traditional finance have failed to explain the unusual, not "reasonable" phenomena that occur in reality in the market such as the January Effect, the day of the week effect, or the bubbles. Asset bubbles leads to stock market crash, etc... Behavioral finance was created to fill the fundamental gaps of traditional finance with the assumption that financial asset prices are not always constant motivated by reasonable expectations of future profits, by the fact that people in general, and market participants in particular, are emotional beings, not just rational ones. Their investment decisions depend not only on qualitative factors according to the generalized model, but also on personal emotions or market movements. These factors have led to different decisions in the market causing stock prices to continuously rise and fall.

In addition, the Capital Asset Pricing Model (CAPM) believes that the only factor affecting the expected return of a stock investment is the market risk premium and the sensitivity of that stock to

⁹Email: phuongtl@vnu.edu.vn

the general market movements is beta. The CAPM model has been criticized by scholars in the traditional and behavioral finance schools. In fact, psychological factors have an impact on investment returns, however, these psychological factors are difficult to quantify to research because psychology is a qualitative factor. So, the urgent question is, is there a way to quantify the psychological index? And how to fully assess the psychological factors affecting investment returns in the most comparable and general way? Do the effects of psychology have the same level of impact over a long period of time in the history of Vietnam's stock market, or do they differ through each development cycle?

From the above urgent questions, the research focuses on quantifying and building a load factor representing the psychological factor by the method of principal component analysis (PCA) and then equity the impact of the above factor on the economic benefits return on investments through the capital asset pricing model CAPM.

LITERATURE REVIEW

Currently, there is a lot of research on behavioral finance, including psychological factors. The research mainly focuses on analyzing and evaluating the impact of psychological factors on the returns of stocks on the stock market. Specifically:

Market psychology, also known as "investor psychology", is not always based on fundamentals, it is a branch of behavioral finance that uses results from models financial models and investor sentiment to measure and assess the impact of sentiment on price movements and expected returns of financial assets.

➤ Indicators measuring psychological factors in the stock market

Huang et al (2013) propose to construct a new market sentiment index aligned to predict stock market aggregates, based on the six variables used by Baker and Wurgler (2006) and by using The Pool Least Square (PLS) method of Kelly and Pruitt (2013). The results of the research prove that investor sentiment has greater predictive power than macro variables for the stock market in general. In economic terms, market sentiment's ability to predict returns comes from investors' biased beliefs about future cash flows rather than discount rates. Therefore, the use of market sentiment is necessary in financial markets and the research has contributed in part to the position of behavioral finance.

In the Taiwan stock market, the participants are mostly individual investors and only 5% of the participants are institutional investors (Huang and Yang, 2001) so it is really important to pay attention to the question of whether market sentiment affects stock returns. Lee's research (2018) answered this question by looking for indicators and measures that predict investor sentiment based on two approaches: One is an indicator of investor behavior measured by using proxy variables (such as short-term, long-term rates of return; average profit ratios, sales ratios, and price-earnings ratios) and other measured investor sentiment using proxy variables (investor sentiment index BW, consumer confidence index and market volatility index). The results show that the factors (BW sentiment index, consumer confidence index and VIX) are significantly related to price and have significant explanatory significance for average stock returns in the market. These factors are

important determinants in predicting stock returns in the Taiwan stock market.

➤ *The impact of psychological factors (psychological index) on stock returns*

Obviously, the impact of investor psychology factors in different approaches have a certain influence on stock returns. Apergis and Rehman (2018) by collecting data on all S&P 500 companies according to daily statistics, from 1995-2015 and 1-year US Treasury bond yields in the same period. , and use the investor sentiment setting variables from Baker and Wurgler (2006) in the residuals from the CAPM model. The results from the empirical test show that investor sentiment has a significant influence on stock returns according to the traditional CAPM model. The implication of this finding is that seeing the role of investment psychology in classical financial theory can lead to an imperfect picture of asset valuations or of having a single factor influencing stock profits.

Also derived from the psychological factors of investors, by quantitative method, Nguyen Ngoc Tu Van (2018) uses the weighted regression model EGLS to analyze the impact of investor psychology on the price index. stocks through panel datasets of 5 countries in Southeast Asia for the period 2009-2017 including: (1) VN-Index of Vietnam, (2) JCI of Indonesia, (3) FTSE KLCI of Malaysia, (4) PSEI of the Philippines and SET of Thailand. In which, the consumer confidence factor represents investor sentiment, an indicator designed to measure the level of optimism (Sum, 2012) that consumers feel about the overall state of their products economy and their personal financial situation. The research results show that the consumer confidence index is a representative factor for investor sentiment and has an impact and function to predict the stock market price index in the future.

Researching and building a set of market sentiment indexes to measure the reaction of the stock market, Phan Thi Nha Truc (2019) uses the component analysis (PCA) method based on the variables that make up the psychology of the stock market. investor BW (2006); Next, the least squares method is used to determine the correlation between the market sentiment index variable and the component variables to perform hypothesis testing. Factors affecting investor sentiment include: the number of transactions as measured by revenue, dividend premium, transactions of closed-end fund certificates, the number of shares issued for the first time, the number of shares new. The research shows the relationship between investor sentiment and information related to new issuance, dividend information, investment fund information and trading volume, market liquidity. The author has introduced the BW market sentiment index calculation model into Vietnam, however, the author only stops at building the model without assessing the impact of the market sentiment index on stock price fluctuations shares in the stock market.

Psychology in finance and behavioral finance - cognitive influence on investor behavior

➤ *Overconfidence, sensation seeking and overtrading*

The poor investment performance of investors is partly due to poor choices in buying and selling this stock and when [to buy and sell] (Hvidkjaer, 2008). Another reason mentioned is overtrading. Instead of holding onto the shares they own, investors tend to sell and buy too often, which incurs unnecessary costs in the form of commissions, fees, and taxes.

➤ *Underreaction, Overreaction and Price Change Rate Index*

When a company announces its pre-tax profit last quarter, the stock price rises if the news exceeds expectations, or the stock price falls if pre-tax profits fall. While this is consistent with the efficient market hypothesis, actual observations report the opposite, that stock prices in the case of an increase in corporate earnings before tax tend to continue to rise and in case [pre-tax profit] continues to decline in the following weeks. This anomaly is known as the post-earnings drop in stock prices (Bernald & Thomas, 1989).

Barberis, Shleifer & Vishny (1998) argue that, because investors are conservatively biased (Slovic & Lichtenstein, 1971), they have considered new information relative to their previous beliefs and thus initial response was low when the pre-tax profit announcement was received. In the weeks following the announcement, the effects of the news were gradually recognized among investors buying (or selling) the stock, causing the stock price to "drift" slowly toward its underlying present value. share. However, if a pre-tax earnings announcement is in the same direction as previous announcements, investors may over-interpret this as a trend and thus over-react to the news. (De Bondt & Thaler, 1985). Overreactions are more commonly observed within the first 15 minutes following the announcement of pre-tax profits, although the results of sharp price changes tend to return partially within hours (Patell & Wolfson, 1984).

➤ *Diversification is not enough*

To avoid unnecessary risks, investors are advised not to "put all their eggs in one basket". The reason why the risk distribution recommendation should be related to the variability of returns: it is more likely that companies in the same industry (or country) perform worse at the same time than companies in different industries (countries) (Markowitz, 1952). However, investors often do not diversify enough. Some investors may mistakenly believe that any multi-asset portfolio will be diversified (Goetxmann & Kumar, 2008) and thus use the primitive diversification heuristic that includes many stocks (or stock funds) in their portfolio without considering a variant partnership. This was shown in a research by Hedesstrom, Svedsater and Garling (2009), in which the majority of risk-averse test participants chose a portfolio of specialized funds over a single fund good variety which is actually the least risky option.

➤ *Emotional impact*

Emotions arising from the evaluation of specific investment options can be used as decision signals. "Experience effect" predicts having a good (bad) feeling about something that causes people to over-associate with positive (or negative) attributes and thus choose stocks (or not stocks at all). Furthermore, only emotional forecasting can influence investment behavior. Summers and Duxbury (2012) suggest that investors' reluctance to sell stocks that have declined in value, as shown in this decision, is due to their desire to avoid the feeling of regret associated with creating the loss. These are consistent with the "ostrich effect," which refers to the observation that investors during their time in the stock market seem to have a tendency to "bury their heads in the sand."

➤ *Social influence*

In many areas of social life, people often follow others when making decisions. Social influence is either normative or informative (Deutsch & Gerard, 1955). In the case, people conform to external social pressures or internal social norms; in other cases, the motive is to obtain and use the information of others. When a group of investors follow each other to buy (or sell) the same stock, this is called a herd. Information leadership, or an “information layer,” arises when investors ignore their “private” information and instead imitate the choices of other investors because they believe that the Others will have better information.

Psychological factors (shown by the market sentiment index)

Market Sentiment - This term can be understood in a broad sense and it is used in very different contexts by academic researchers, financial analysts and even the media (Barberis et al., 1998; Kent et al., 1998; Welch and Qiu, 2004; Brown and Cliff, 2004; Baker and Wurgler, 2007). Academic articles by academics and from corporations operating in the financial sector (such as Merrill Lynch), financial newspapers (CNN) or the American Association of Individual Investors (American Association of Individual Investors). Investors (AAII), Investor Sentiment (Investor Sentiment) can also be called by different names as Market Sentiment or Investor Attention. In general, it means the common attitude of investors when predicting the price development of the market. This attitude is the accumulation of a variety of fundamental and technical factors, including price history, economic reports, seasonal factors, economic events, or is derived from the investor's own personality. On the other hand, some authors may consider investor sentiment as a tendency to measure investors' reactions by signals from noisy information in the market instead of official information; on the other hand, the same term is used to refer to investors' optimism or pessimism. Another definition would be as emotional, which is defined as investors' aversion to risk (Brad and Terrance, 2013).

➤ Methods of measuring market sentiment

Market psychology is a topic that connects outcomes from behavioral finance, assessing the impact of investor sentiment on financial markets, and the fundamentals of asset pricing (Barberis et al. associates, 1998; Barberis and Thaler, 2003; Barker and Wurger, 2007). Scholars argue that investors' behavioral patterns have a significant impact on stock market returns. Up to the present time, there are five main methods of measuring market sentiment known in the scientific literature: (i) estimation based on fundamental market indicators, (ii) index survey-based sentiment, (iii) market sentiment data from specialized online sources (news analysis), (iv) Internet search behavior, and (v) non-economic factors.

RESEARCH HYPOTHESIS

Hypothesis: Psychological factors (SENT) have an impact on stock returns (R_i) of listed companies on the Vietnamese stock market in each stock market cycle.

RESEARCH DATA

122 companies are listed on the Ho Chi Minh City Stock Exchange (HOSE) and the Hanoi Stock Exchange (HNX). These companies have been listed and traded since January 2009 or earlier and fully traded and not delisted since during the research period.

Research period

The research period is the Vietnamese stock market from 2009 to 2019, going through 3 cycles and 2019 is the beginning of the sixth cycle. This research selects 3 research periods, which are three stock cycles (cycles II, IV, V), in which phase 3 is the extension of the fifth cycle until the end of 2019.

#INSERT TABLE 1

RESEARCH RESULTS

The State Securities Commission was established on November 28, 1996 and on July 28, 2000, Vietnam's stock market officially came into operation, with the representative index being VN Index with base value is 100 points. So far, after nearly 20 years of operation, the investment channel in the stock market has proven to be the most effective investment channel, achieving an average return of 12.5%/year.

INSERT FIGURE 1

Vietnam's stock market has grown strongly in size, continuously improved its structure, contributed to perfecting the market economy institution and promoted international integration, becoming an important capital channel importance of the economy. Vietnam's stock market currently has two stock exchanges (HOSE): HOSE and HNX. Derivatives stock market, born in 2017, is an effective investment and risk prevention channel. Thus, the structure of the stock market including: stock market, bond market and derivatives market has been realized in Vietnam and is constantly developing.

Thus, it can be said that after nearly 20 years, Vietnam's stock market has not only developed rapidly in terms of "quantity", but also has markedly improved in terms of "quality". Vietnam's stock market is increasingly affirming its role and position in the economy, being an important capital mobilization channel for investment in socio-economic development.

Results of the analysis of psychological load factor (SENT)

INSERT TABLE 2

In each research period, the data constituting the psychological index has changed sharply, in which period 3 is the outstanding growth, which is consistent with the reality of Vietnam's stock market. In terms of scale, it is the growth of the number of initial public offering (NIPO) shares that grow steadily over each period as shown by the number of issues. Basically, the change of the above factors has proven to be significant in part to reflect market sentiment and market sentiment will change over time for each period (stock market cycle, stock market cycle, etc.).

Correlation between variables

➤ *Period 1*

#INSERT TABLE 3

The variable number of shares traded (TURN) has a negative relationship with the number of

shares first issued to the market (NIPO) and the number of additional shares issued (S). In addition, the correlation between the initial public offering (NIPO) variable and the initial public offering (RIPO) yield has the largest correlation, about 40.56%. However, in general, the linear relationship of 5 variables in period 1 is not strong (less than 60%), consistent with the condition of principal component analysis.

➤ *Period 2*

The variable number of shares traded (TURN) has a negative correlation with the variable dividend compensation (PDND), the remaining variables have a positive relationship with each other. In general, all variables have low correlation, consistent with the conditions of principal component analysis (PCA) and there is no autocorrelation between independent variables. However, the correlation coefficient between the variable NIPO - the number of shares issued for the first time and the variable RIPO - the yield of shares issued for the first time to the market is very high, almost equal to 1, which can be explained in the following reasons. In the second period from 2012 to 2014, the number of new shares issued for the first time to the market is very small, specifically, only April 2014 and September 2014 have new shares first issued, the rest of the month NIPO is equal to 0. When the number of shares initially issued to the market (NIPO) = 0 leads to the yield on the initial public offering (RIPO) also = 0. Therefore, the correlation coefficient of the NIPO variable and the RIPO variable in period 2 is so high (approximately 1).

➤ *Period 3*

In period 3, the correlation between variables is generally not significant. The correlation between the number of shares traded (TURN) and the number of initial public offerings (NIPO) is 24.53% and is also the highest. In addition, the pairs with negative correlation are dividend premium (PDND) and initial stock yield (RIPO); yield of shares issued for the first time and number of additional shares issued (S); yield of initial shares (RIPO) and number of shares traded (TURN). Therefore, the linear relationship of the variables is suitable for the condition of principal component analysis.

Result of main component analysis 5 factors (PCA)

➤ *Result of eigenvalue selection*

#INSERT TABLE 4

In all 3 periods, the main components 1 and 2 of all three research periods have eigenvalues greater than 1. Specifically, in phase 1, the eigenvalues of components 1, 2 and 3, respectively are 1,695,1,299 and 1,004, these three components account for the cumulative 80% of the variance. In period 2, the eigenvalues of components 1 and 2 are 2,180 and 1,107, respectively, which account for the cumulative 65.74% of the variance. The eigenvalues of components 1 and 2 in period 3 are 1,475 and 1,187, respectively, which account for the cumulative 53.25% of the variance. The higher the cumulative percentage of variance, the better it is that the new variable retains information from the original variables without losing its significance. However, in all 3 periods principal component 1 has a higher cumulative percentage of variance than the cumulative percentage of principal

component 2. This means principal component 1 (referred to as PC1) interpret the data results of the original variables better. Therefore, choosing the main component 1 (PC1) in all 3 periods is to represent the market sentiment index for each research period.

➤ *Result of eigenvector*

#INSERT TABLE 5

Eigenvector of the components in each principal component (PC) reflects the variance vector value of each variable for that principal component. It can be understood that, each principal component is an axis in the space of the linear association between variables. Main component 1 (PC1) was chosen to represent the market sentiment index at each period. Therefore, for the main component 1 (PC1), the load vector value 1 is selected as the coefficients corresponding to the research variables that make up the market sentiment index.

➤ *Inspection of the suitability of the model SENT 5 factors*

#INSERT TABLE 6

According to the analysis results, the KMO coefficients of all three research periods are less than 0.5, so it is not suitable for PCA analysis. Based on each KMO coefficient of each component, it is necessary to remove the variable with low KMO coefficient because it does not fit the data set. However, with some variables significant significance can be kept ($KMO > 0.3$). Therefore, the research removed the research variable with the lowest KMO coefficient in each period and then performed a new principal component analysis according to 4 factors.

#INSERT TABLE 7

Result of main component analysis 4 factors (PCA)

➤ *Result of eigenvalue selection*

#INSERT TABLE 8

With 4 variables/components, using PCA analysis on Stata, the results obtained are 4 main components (Principal Component) which are ranked in order of decreasing eigenvalues and have independent relationships with each other. For PC, eigenvalues ≥ 1 are considered suitable for representing variables. Principal component 1 in all 3 periods has the highest percentage of cumulative variance. This means that principal component 1 (referred to as PC1) explains the data results of the original variables better. Therefore, choosing the main component 1 (PC1) in all 3 periods is to represent the market sentiment index for each research period.

➤ *Result of eigenvector*

#INSERT TABLE 9

In period 1, the RIPO variable has the strongest effect on PC1 while the variable S has a negligible effect (the S variable has the strongest effect on PC2). The other two variables TURN and PDND have a rather high correlation at PC1 (48.41% and 55.45%), respectively.

In period 2, variables NIPO and RIPO have the strongest and positive impact on PC1 (equivalent to 66.01%) while variable S has the smallest effect (13.41%). This effect is reversed for PC2, while NIPO and RIPO have a negative effect on PC and the effect of S is the largest, followed by TURN.

In period 3, there is a fairly uniform level of impact among the variables, showing the dominance of each variable on PC in order of NIPO, TURN, S and PDND, respectively.

The vector relationship of variables for PC is shown through the loading plot chart for each period as follows:

#INSERT FIGURE 2,3,4

Thus, looking at the graph, we can see a clear explanation of the relationship of each component variable with respect to principal components 1 and 2. In Figure 2, all variables are located on the positive axis of PC1 and the variables. RIPO TURN and PNDN are closer to the axis than S, the opposite is true for PC2. In Figure 3, the two variables NIPO and RIPO are closest to each other and close to the axis, showing that these two variables have the strongest impact on PC; while the variable S and TURN tend to be located quite far and further away from PC2. In Figure 4, the variable S is closest to the axis, but the value is not large compared to the two variables NIPO and TURN. While the PNDN variable is closer to the second axis and has the smallest impact on PC1.

#INSERT FIGURE 5,6,7

Considering the three periods, the linear trend among the variables in the second period is strongest, with only a few outliers such as Sep-2013 or Oct-2013. The linear trend of the third period is less strong, and the last period 1 is quite discrete, but basically, they show a linear trend in all three research periods.

➤ *Inspection of the suitability of the model SENT 4 factors*

INSERT TABLE 10

The KMO test results show that the average KMO coefficient of all three periods is greater than 0.5, the KMO coefficients of the component variables have relatively good values (greater than 0.3). Therefore, the dataset is suitable for PCA analysis.

Results of the construction of the Market Sentiment Index

Based on the PCA principal component analysis, it can be concluded that the market sentiment index is affected by 4 factors out of 5 factors according to the research of Baker and Wurgler (2006) when applied in the Vietnamese market. Male. Moreover, the impact of the factors in each period is different. From the PCA analysis, the first principal of all components has an eigenvalue greater than 1 and explains the high total variance extracted for the entire data set. Therefore, the market sentiment index in the Vietnamese stock market is expressed by the value of the first principal component when analyzing the PCA for each period.

The market sentiment index had the strongest impact in mid-2014, when the market was

gradually recovering, and positive sentiment prevailed over the market. The most negative impact of market sentiment lies in the early years of 2009 and 2019, with the SENT index approximately negative 2 (-2).

The results of the impact of psychological factors on stock returns through CAPM

Correlation analysis among the variables in the model

#INSERT TABLE 11

Through three research periods over a period of 11 years, it can be seen that the average values of the stock risk premium and market risk indicators tend to decrease, and at the same time the narrowing of the deviations benchmarks show that RIRF and RMRF tend to be less volatile over time. Besides, the minimum value of CAPM variables (RIRF and RMRF) increased, confirming a positive sign in the stock market when investing in this market showed signs of being safer. However, in the period 2, the maximum (maximum) values at RIRF and RMRF are the smallest, showing that this period the investment in the market is not as explosive as the previous two periods. The average value of SMB and HML fluctuates not much in all 3 periods. The standard deviation of SMB fluctuates strongly at period 1 which is a remarkable point in descriptive statistical analysis.

DISCUSSION

Comment on load factor SENT

Based on the results of the PCA, it can be concluded that psychological factors exist in all three research periods and can be measured through research variables.

In period 1, the SENT index is influenced by 4 factors: Yield of shares first issued to the market, Number of additional shares issued, Number of shares traded and Dividend premium.

In period 2, the market sentiment index is measured by 4 variables: Number of shares issued for the first time to the market, Yield of shares issued for the first time to the market, Number of additional shares issued and Number of shares traded.

In period 3, the market sentiment index is measured by 4 variables: Number of shares issued for the first time to the market, Number of additional shares issued, Number of shares traded and dividend premium.

Comments on the impact of psychological factors on stock investment returns on the Vietnamese stock market

Through the analysis of psychological factors and the impact model of SENT on investment returns of all three periods, it can be concluded that the market sentiment index is statistically significant for both models valuation is CAPM.

Through the analysis results, it can be said that the results of the models are an extension of the traditional CAPM when it is proved that the psychological factor (SENT) has an impact on return on investment (R_i). Beta coefficient (which determines the sensitivity of stock returns to market volatility) tends to decrease in three periods. Thus, when looking at the results of model analysis by

panel data for 122 companies observed during the 11-year research period (2009-2019), it can be concluded: at period1, the coefficient The beta of 122 research companies is close to the market beta coefficient, proving that the coverage of the observed objects is close to covering the entire stock market. This analysis result is consistent with the data selection condition of the research. In the 2nd and 3rd periods, the beta coefficient is strongly reduced, proving that the observed objects gradually have a smaller and narrower impact compared to the stock market for the following years. This is a normal phenomenon and is consistent with the laws of market movement. More and more large-scale companies are listed, and liquidity will be concentrated in prominent and large-cap companies. Since the launch of the VN100 index, it can be seen that there has been a significant decrease in the number of 122 companies observed in the above index. Therefore, along with the ability to cover the market, the coefficient of determination of the model also tends to decrease.

INSERT TABLE 18

Thus, through the results of analysis and assessment of the impact of psychological factors on stock investment returns through the valuation model, it can be summarized as follows:

- ✓ Firstly, the market has psychological factors and has the impact of psychology (expressed through psychological factors) on the return of stock investment.
- ✓ Second, psychological factors have different effects on stock valuation in three different periods, which is caused by the narrowing of the size and the strength of the market of the observed subjects.
- ✓ Third, psychological factors have a positive impact on large companies. This is shown through period 1 and period 2 when companies' ability to cover the market is high. Besides, market sentiment negatively affects small companies. This is reflected in the third phase when the ability to cover the market of the companies under the research shrinks with the number of companies on the VN100 list decreasing sharply over the years (since 2015 there are 54 companies in the VN100 list). By 2019 there are 35 companies on the VN100 list).

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Recommendations for the development of Vietnam's stock market through the results of research on psychological factors affecting the return of stock investment

Through the results of quantitative analysis throughout the research, it can be confirmed that the Vietnamese stock market has psychological factors, and psychological factors have a clear impact on the return on investment in stocks on the stock exchange. deal. Therefore, this proves that investors in the Vietnamese stock market are irrational, just as the Vietnamese stock market is imperfect. This implies that the explanation of decisions in the investment process of investors cannot be based on standard financial theories but must be based on theories of behavioral finance. Thus, from the evidence that is clearly confirmed on the model and the theory from the development on the Vietnamese stock market, the research makes some recommendations to develop the Vietnamese stock market for the parties. related, including: (i) Individual investors and (ii) Policy

recommendations to develop a high-class and integrity stock market system.

Recommendations for individual investors

Choose the right valuation method

The first prerequisite when participating is that individual investors must improve their understanding of the stock market to equip themselves with basic knowledge before investing. In addition, it is necessary to improve the ability to analyze, evaluate and build an investment philosophy to avoid the situation of investment following the crowd.

Controlling emotional factors in investing

All individual investors need to pay attention and identify their own psychological factors when participating in investment. Market sentiment is a factor that affects stock prices. The behavior of stock investors is influenced by emotional factors. Therefore, in order to be successful in the stock market, besides equipping with standard financial knowledge, investors need to have understanding of behavioral finance or emotional finance. to control emotions in their investment decision-making process, as well as being able to identify deviant emotional factors that are common in the market such as:

- Avoid “overconfidence”: Overconfidence in investment behavior is also the main cause of bubbles in the stock market and the risk incurred by investors will be high..
- Avoiding the “allocation effect”: Investors have a psychological tendency to dislike losses, leading to often selling stocks that are rising rather than selling stocks that are falling.
- Avoiding “deviant dependence on reference price”: Investors should avoid being too dependent on a reference price or when forecasting market trends too much focus on historical movements will lead to mistakes in making investment decisions.

Enhancing the financial literacy of individual investors

Constantly improving knowledge from practical lessons and past experiences is the most important factor to help individual investors succeed in the stock market. Individual investors need to develop an investment philosophy to avoid the phenomenon of crowd investing.

Policy recommendations

The research clearly demonstrated the impact of psychological factors on the stock market. Therefore, it is absolutely necessary for the Government and competent parties to recognize and promptly implement reasonable policies to develop the stock market. Therefore:

Completing the legal framework in the financial sector, ensuring the agreement between financial regulations and other relevant regulations.

When a legal corridor is completed, many benefits will be achieved. Investors, especially individual investors, will increase their confidence in a healthy and developed market, reduce irrational decisions that come from lack of information, or fake news, and even current events. price

object of some objects in the market. The stock market develops and will positively affect all economic sectors in society.

Establish an agency to protect individual investors and enhance transparency on the Vietnamese stock market

- Decentralizing supervision activities to the Stock Exchanges, the State Securities Commission only supervises trading members.
- Separation of direct supervision to monitor compliance with legal regulations and indirect supervision of unfair transactions.

Renovating the policy of price fluctuation range and short selling policy

In the long term, remove the price fluctuation range and perform a market circuit breaker if there is a strong fluctuation. This solution will prevent deviations in investors' behavior, forcing them to consider and analyze carefully before making decisions. Besides, according to each market movement and cycle, different circuit breaker amplitude can be applied for each market period.

Continue to widely inform policies

It is necessary to establish different communication channels so that the Government can capture investor sentiment at different times through surveys and surveys so that it can collect and promptly reflect changes in sentiment investors' management, thereby implementing appropriate policies to regulate the market.

Strengthening market supervision to identify complex psychological trends that may cause bad developments in financial markets.

It is necessary to improve the capacity of supervisory staff and modernize the technical and technological infrastructure, especially the application of market management software, thereby, contributing to further improving the quality of the company forecaster

REFERENCES

- Alan Kraus, Robert H Litzenberger ,(1976), “Skewness Preference and the Valuation of Risk Assets”, *Journal of Finance*, vol. 31, pp. 1085-1100.
- Apergis & Rehman, (2018), “Is CAPM a Behavioral Model? Estimating Sentiments from Rationalism”, *Journal of Behavioral Finance*, vol. 19, pp. 442- 449.
- Baker & Wugler, (2007), “Investor Sentiment in the Stock Market”, *Journal Of Economic Perspectives*, vol. 21, pp. 129-152.
- Baker, Wurgler & Yuan, (2009), “Global, Local, and Contagious Investor Sentiment”, *Journal of Financial Economics*, vol. 104, pp. 272-287.
- Barberis & Thaler, (2003), “A survey of behavioral finance”, *Handbook of the Economics of Finance*, pp.1-78.
- Basu, (1977), “Investment performance of common stocks in relation to their price-earnings ratios: A test of the efficient market hypothesis”, *Journal of Finance*, vol. 32, pp. 663-682.
- Burcu Dinçergök, (2018), “Financing of working capital requirement and profitability: evidence from Borsa Istanbul chemical, petroleum, rubber, and plastic sector”, *Financial Management from an Emerging Market Perspective*, pp.175-187.
- Byrne & Brooks, (2008), “Behavioral Finance: Theories and Evidence”, *Research Foundation Literature Reviews*, Vol 3.
- Chaudhuri & Smiles, (2004), “ Stock market and aggregate economic activity: evidence from Australia”, *Applied Financial Economics*, vol. 14, pp. 121-129.
- Chen, Roll & Ross, (1986), “Economic forces and the stock market”, *The Journal of Business*, vol. 59, pp. 383-403.
- Dimitrios Tsoukalas, (2003), “Macroeconomic factors and stock prices in the emerging Cypriot equity market”, *Managerial Finance*, vol. 29, pp. 87-92.
- Fama, (1970), “Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work”, *The Journal of Finance*, vol. 25, pp. 383-417.
- Fama & French, (1992), “The cross-section of expected stock returns”, *Journal of Finance*, vol. 27, pp. 427-765.
- Hirshliefer & Teoh, (2003), “Herding Behavior in Futures Market: An Empirical Analysis from India”, *Theoretical Economics Letters*, Vol.7.
- Hirshliefer & Teoh, (2009), “Driven to Distraction: Extraneous Events and Underreaction to Earnings News”, *Journal of Finance*, vol. 64, pp. 2289-2325.
- Huang, Yang & Sheng, (2013), “An Empirical Study of the Effect of Investor Sentiment on Returns of Different Industries”, *Mathematical Problems in Engineering*, vol. 45, pp. 1-11.
- Ibrahim, (1999), “Macroeconomic Variables and Stock Prices in Malaysia: An Empirical Analysis”, *Asian Economic Journal*, vol. 13, pp. 219-231.
- Kelly & Pruitt, (2013), “Market Expectations in the Cross-Section of Present Values”,

Journal of Finance, vol. 68, pp. 1721-1756.

Mahmood & Dinniah, (2007), “Stock Returns and Macroeconomic Influences: Evidence from the Six Asian-Pacific Countries”, *Financial Economics and Futures Market Research Paper*, pp. 1-21.

Maysami & Koh, (2000), “A Vector Error Correction Model of the Singapore Stock Market”, *International Review of Economics and Finance*, vol. 9, pp. 79- 96.

Mian & Sankaraguruswamy, (2012), “Investor Sentiment and Stock Market Response to Earnings News”, *The Accounting Review*, vol. 87, pp. 1357-1384.

Mukherjee & Naka, (1995), “ Dynamic Relations between Macroeconomic Variables and the Japanese Stock Market: An Application of a Vector Error Correction Model”, *Journal of Financial Research*, vol. 18, pp. 222-237.

Nguyen Ngoc Tu Van (2018). Impact of investor sentiment on ASEAN stock price index. *Review of Finance*.

Oprea & Brad, (2014), “Investor Sentiment and Stock Returns: Evidence from Romania”, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 4, pp. 23-29.

Pandey & Sehgal, (2019), “Investor Sentiment and its Role in Asset Pricing: An Empirical Study for India”, *IIMB Management Review*, vol. 31, pp. 127-144.

Phan Thi Nha Truc (2019). Building a sentiment index to measure factors affecting investor sentiment in Vietnam, *Review of Finance*.

APPENDICES

Table 1. Analysis periods

Period	Cycle	Start		End		Trend
		<i>Time</i>	<i>Bottom point</i>	<i>Time</i>	<i>Bottom point</i>	
2009-2011	III	23/02/2009	244.02	1/2/2012	350	Increase
2012-2014	IV	1/2/2012	350	22/12/2014	537.54	Increase
2015-2019	V	22/12/2014	537.54	24/12/2018	908.56	Increase

Source: Author

Table 2. Descriptive statistics of variables representing psychological indicators by period

Name		NIPO	RIPO	S	TURN	PDND
Obs	<i>Period 1</i>	36	36	36	36	36

	<i>Period 2</i>	36	36	36	36	36
	<i>Period 3</i>	60	60	60	60	60
Mean	<i>Period 1</i>	9.266	0.350	0.009	0.123	0.381
	<i>Period 2</i>	3.083	0.003	0.004	0.070	0.215
	<i>Period 3</i>	31.861	1.05	0.003	0.057	0.300
Std.Dev	<i>Period 1</i>	16.453	0.784	0.012	0.097	0.338
	<i>Period 2</i>	18.425	0.017	0.005	0.026	0.228
	<i>Period 3</i>	31.098	4.291	0.004	0.017	0.334
Min	<i>Period 1</i>	0.000	0.000	0.000	0.027	-0.526
	<i>Period 2</i>	0.000	0.000	0.000	0.022	-0.144
	<i>Period 3</i>	0.000	-1.000	0.000	0.028	-0.367
Max	<i>Period 1</i>	72.993	3.594	0.048	0.363	1.040
	<i>Period 2</i>	100.56	0.100	0.02	0.132	0.753
	<i>Period 3</i>	465.73	29.000	0.025	0.096	1.112

Table 3. Correlation between the variables

Period	Variable	NIPO	RIPO	S	TURN	PDND
<i>Period 1</i> (2009-2011)	NIPO	1.000				
	RIPO	0.046	1.000			
	S	0.070	0.043	1.000		
	TURN	-0.144	0.353	-0.209	1.000	1.000
	PDND	0.076	0.396	0.180	0.096	
<i>Period 2</i>	NIPO	1.000				
	RIPO	1.000	1.000			
	S	0.083	0.086	1.000		

(2012-2014)	TURN	0.277	0.277	0.137	1.000	1.000
	PDND	0.111	0.112	0.149	-0.005	
<i>Period 3</i> (2015-2019)	NIPO	1.000				1.000
	RIPO	0.212	1.000			
	S	0.245	-0.031	1.000		
	TURN	0.245	-0.076	0.100	1.000	
	PDND	0.126	-0.127	0.045	0.145	

Table 4: Results eigenvalues 5 factors each period

Period	Component	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Period 1	Comp1	1.695	0.396	0.339	0.339
	Comp2	1.299	0.295	0.260	0.599
	Comp3	1.004	0.332	0.201	0.800
	Comp4	0.671	0.341	0.134	0.934
	Comp5	0.331		0.066	1.000
Period 2	Comp1	2.180	1.073	0.436	0.436
	Comp2	1.107	0.146	0.221	0.657
	Comp3	0.961	0.208	0.192	0.850
	Comp4	0.753	0.753	0.151	1.000
Period 3	Comp1	1.475	0.288	0.295	0.295
	Comp2	1.187	0.261	0.238	0.533
	Comp3	0.926	0.090	0.185	0.718
	Comp4	0.836	0.261	0.167	0.885
	Comp5	0.575		0.115	1.000

Table 5: Results eigenvector 5 factors each period

Period	Component	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Period 1	Comp1	1.695	0.396	0.339	0.339
	Comp2	1.299	0.295	0.260	0.599
	Comp3	1.004	0.332	0.201	0.800
	Comp4	0.671	0.341	0.134	0.934
	Comp5	0.331		0.066	1.000
Period 2	Comp1	2.180	1.073	0.436	0.436
	Comp2	1.107	0.146	0.221	0.657
	Comp3	0.961	0.208	0.192	0.850
	Comp4	0.753	0.753	0.151	1.000
Period 3	Comp1	1.475	0.288	0.295	0.295
	Comp2	1.187	0.261	0.238	0.533
	Comp3	0.926	0.090	0.185	0.718
	Comp4	0.836	0.261	0.167	0.885
	Comp5	0.575		0.115	1.000

Table 6: KMO results 5 factors each period

Variable	KMO		
	<i>Period 1</i>	<i>Period 2</i>	<i>Period 3</i>
NIPO	0.343	0.497	0.477
RIPO	0.427	0.497	0.38
S	0.508	0.349	0.529
TURN	0.350	0.906	0.546
PDND	0.514	0.187	0.545

Chung	0.411	0.492	0.486
-------	-------	-------	-------

Table 7: Result of removing variable

Period	Variable	Components for the 4-factor PCA
Period 1	NIPO	RIPO, S, TURN, PDND
Period 2	PDND	NIPO, RIPO, S, TURN
Period n 3	RIPO	NIPO, S, TURN, PDND

Table 8: Results eigenvalues 4 factors each period

Period	Component	Eigenvalue	Difference	Proportion	Cumulative
Period 1	Comp1	1.581	0.348	0.395	0.395
	Comp2	1.233	0.559	0.308	0.704
	Comp3	0.674	0.162	0.169	0.872
	Comp4	0.512		0.128	1.000
Period 2	Comp1	2.156	1.127	0.539	0.539
	Comp2	1.029	0.214	0.257	0.796
	Comp3	0.815	0.815	0.204	1.000
	Comp4	0.000		0.000	1.000
Period 3	Comp1	1.473	0.492	0.368	0.368
	Comp2	0.981	0.135	0.245	0.614
	Comp3	0.846	0.147	0.212	0.825
	Comp4	0.700		0.175	1.000

Table 9: Results eigenvector 4 factors each period

Period	Variable	Comp1	Comp2	Comp3	Comp4
--------	----------	-------	-------	-------	-------

Period 1	RIPO	0.6752	0.0047	0.0599	-0.7352
	S	0.0473	0.7633	0.6365	0.1002
	TURN	0.4841	-0.5202	0.5117	0.4829
	PDND	0.5545	0.3832	-0.574	0.465
Period 2	NIPO	0.6602	-0.1926	-0.1643	
	RIPO	0.6601	-0.1931	-0.1643	
	S	0.1341	0.8673	-0.4795	
	TURN	0.3323	0.4165	0.8462	
Period 3	NIPO	0.6105	-0.1918	-0.1087	-0.7607
	S	0.462	-0.619	0.4324	0.4652
	TURN	0.5271	0.2656	-0.669	0.4517
	PDND	0.3687	0.7138	0.5947	0.0309

Table 10: KMO results 4 factors each period

Biến	KMO		
	<i>Period 1</i>	<i>Period 2</i>	<i>Period 3</i>
NIPO	.	0.516	0.562
RIPO	0.519	0.516	.
S	0.473	0.45	0.575
TURN	0.503	0.913	0.594
PDND	0.54	.	0.638
Chung	0.515	0.532	0.581

Market sentiment index over time

<i>Period 1:</i>	$SENT1 = 0.675RIPO + 0.047S + 0.484TURN + 0.555PDND$
<i>Period 2:</i>	$SENT2 = 0.660NIPO + 0.660RIPO + 0.134S + 0.332TURN$
<i>Period 3:</i>	$SENT3 = 0.611NIPO + 0.462S + 0.527TURN + 0.369PDND$

Table 11. Matrix of correlation coefficients between variables in the research model

		RMRF	SENT
Period 1	RMRF	1	
	SENT	0.4836	1
	ECON	0.0673	0.1814
Period 2	RMRF	1	
	SENT	-0.1068	1
	ECON	0.1045	-0.0903
Period 3	RMRF	1	
	SENT	0.0194	1
	ECON	0.0908	-0.1595

The model of the impact of psychological factors on stock returns through CAPM

<i>Period 1:</i>	$R_i = R_f + 1.028(R_m - R_f) + 0.011SENT$
<i>Period 2:</i>	$R_i = R_f + 0.828(R_m - R_f) + 0.011SENT$
<i>Period 3:</i>	$R_i = R_f + 0.439(R_m - R_f) - 0.006SENT$

Table 12: Results of regression analysis method POLS

Period	RIRF	Coef.	S.E	t	P>t	R-Squared
Period 1	RMRF	1.028	0.021	48.78	0.000	0.4575
	SENT	0.011	0.002	6.83	0.000	
Period 2	RMRF	0.828	0.033	25.43	0.000	0.1373
	SENT	0.011	0.002	9.37	0.000	
Period 3	RMRF	0.439	0.027	16.16	0.000	0.0356
	SENT	-0.006	0.001	-5.3	0.000	

Table 13: Inspection of the suitability of the model by POLS

	Multicollinearity			Heteroskedasticity		Autocorrelation	
	SENT	RMRF	MEAN	Chi2	P-value	F (1,121)	Prob > F
Period 1	1.34	1.31	1.23	186.31	0.000	0.093	0.762
Period 2	1.02	1.02	1.02	60.82	0.000	3.403	0.068
Period 3	1.03	1	1.02	2.000	0.9914	2.209	0.140

Table 14. FEM result

Period	RIRF	Coef.	S.E	t	P> t	F(3,n-5)	Prob >F
Period 1	RMRF	1.028	0.021	48.63	0.000	1225.48	0.000
	SENT	0.011	0.002	6.81	0.000		
	_CONS	0.002	0.003	0.89	0.374		
Period 2	RMRF	0.828	0.032	25.32	0.000		
	SENT	0.011	0.001	9.33	0.000		

	_CONS	-0.001	0.003	-0.47	0.638	230.84	0.000
Period 3	RMRF	0.439	0.027	16.13	0.000	89.64	0.000
	SENT	-0.005	0.001	-5.29	0.000		
	_CONS	-0.03	0.002	-17.64	0.000		

Table 15: REM result

	RIRF	Coef.	S.E	Z	P> z	Wald chi	Prob
Period 1	RMRF	1.028	0.021	48.78	0.000	3699.99	0.000
	SENT	0.011	0.002	6.83	0.000		
	_CONS	0.002	0.003	0.89	0.372		
Period 2	RMRF	0.828	0.326	25.43	0.000	698.47	0.000
	SENT	0.011	0.001	9.37	0.000		
	_CONS	-0.001	0.003	-0.47	0.000		
Period 3	RMRF	0.439	0.027	16.16	0.000	269.95	0.000
	SENT	-0.006	0.001	-5.30	0.000		
	_CONS	-0.03	0.002	-17.67	0.000		

Table 16. Hausman result (choose REM or FEM)

Period	Variable	FEM	REM	S,E	Chi2	Prob
		(b)	(B)	(V_b - V_B)		
Period 1	RMRF	1.028	1.028	0.002	0.000	1.000
	SENT	0.011	0.011	0.000		
Period 2	RMRF	0.828	0.828	0.003	0.000	1.000
	SENT	0.011	0.011	0.000		

Period 3	RMRF	0.439	0.439	0.002	0.000	1.000
	SENT	-0.006	-0.006	0.000		

Table 17. REM test

	Kiểm định phương sai sai số thay đổi		Kiểm định tự tương quan	
	Chi2	P-value	F (1,121)	Prob > F
Period 1	0.000	1.000	0.093	0.7615
Period 2	0.000	1.000	3.403	0.068
Period 3	0.000	1.000	2.209	0.140

Table 18: Number of companies in 122 companies researched in the VN100 index period 1 from 2015 to 2019

Year	2015	2016	2017	2018	2019
Number of companies in VN100	54	49	40	38	35

Source: HNX&HOSE

Figure 1: VN Index and trading volume of Vietnam's stock market since its establishment 2000-2019

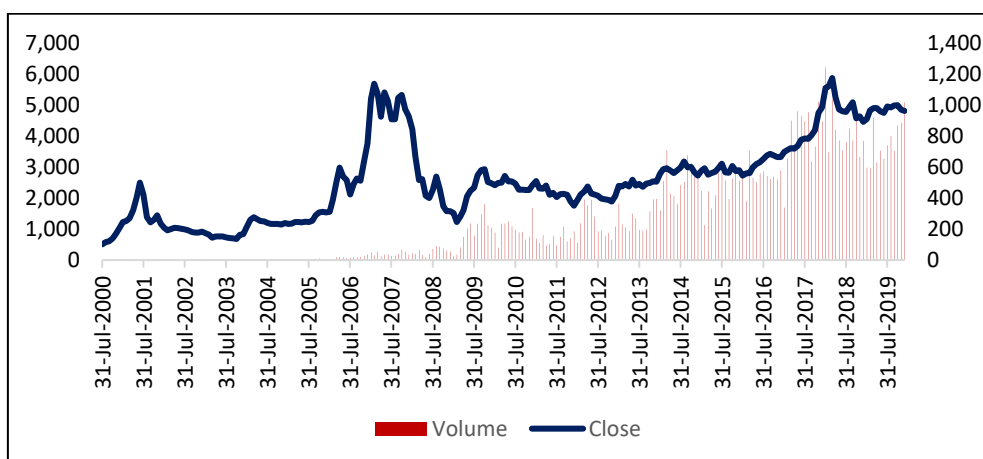


Figure 2: Relationship between eigenvector of variables for PC1 and PC2 period 1

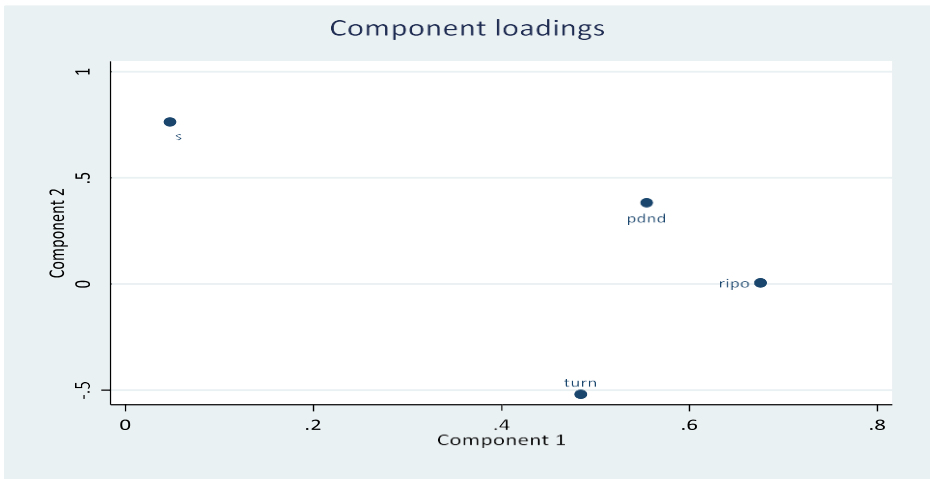


Figure 3: Relationship between eigenvector of variables for PC1 and PC2 period 2

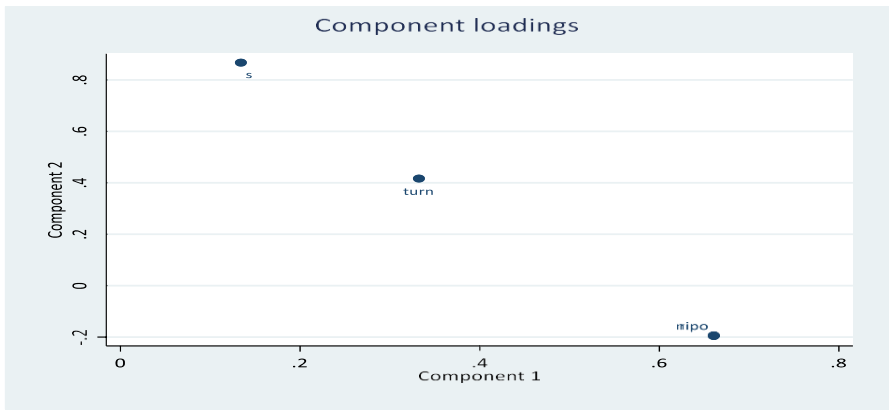


Figure 4: Relationship between eigenvector of variables for PC1 and PC2 period 3

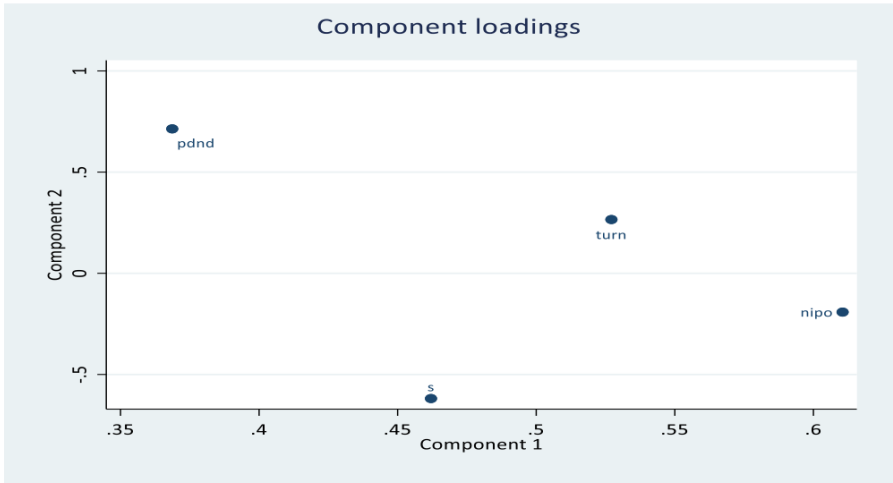


Figure 5: Distribution of the data set period 1

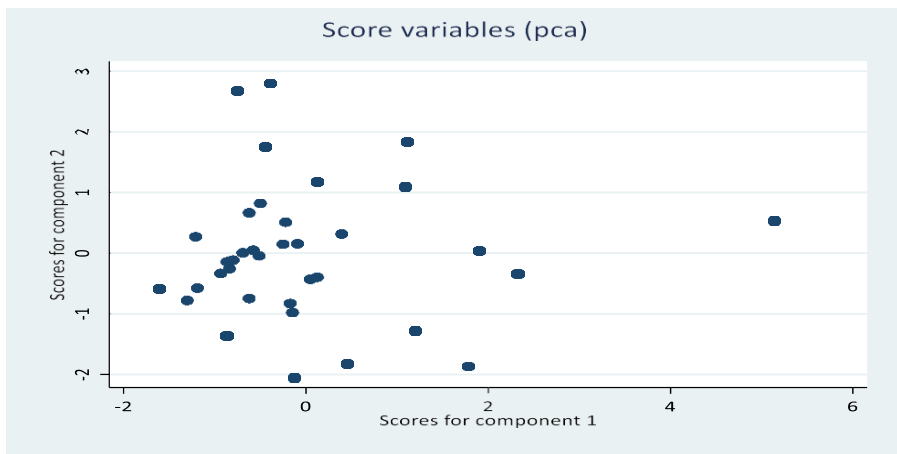


Figure 6: Distribution of the data set period 2

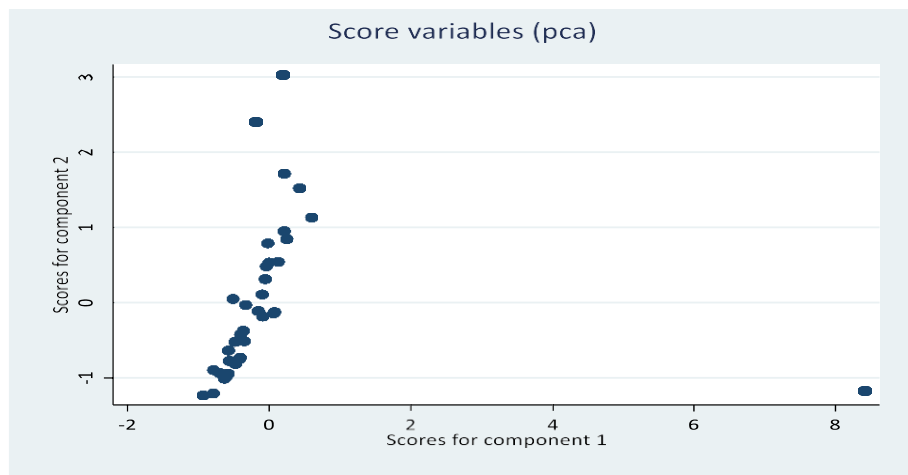


Figure 7: Distribution of the data set period 3

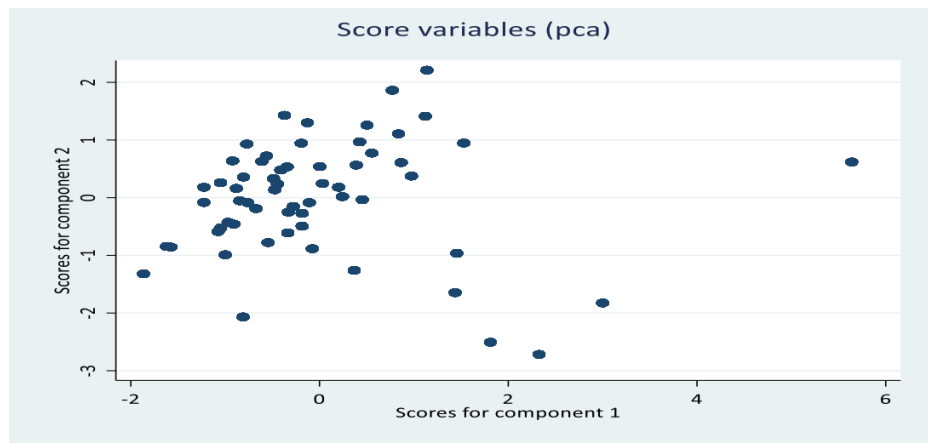
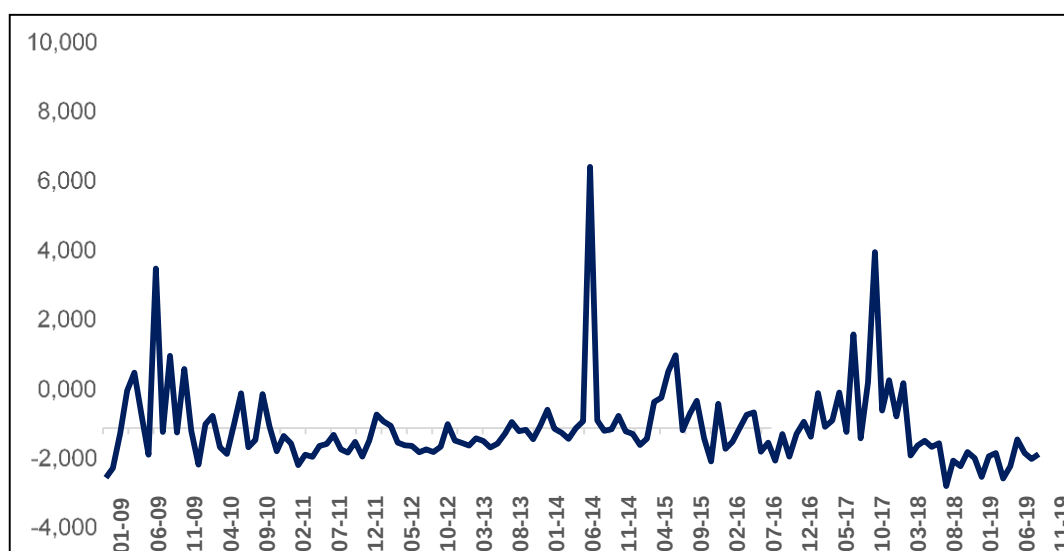


Figure 8: Graph depicting movements of the SENT index



BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH - TỪ GÓC ĐỘ CỦA TỔ CHỨC BẢO HIỂM TIỀN GỬI

ThS Phan Thị Thanh Bình, Đào Thùy Linh - Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam

Tóm tắt

Hiện nay, tại Việt Nam chưa có các quy định riêng bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Nhóm đối tượng này thực tế gặp phải rất nhiều rủi ro không được bảo vệ. Nguyên nhân chính là do mức độ nhận thức và phổ cập giáo dục tài chính còn thấp, thông tin về sản phẩm, dịch vụ tài chính chưa minh bạch và chưa có cơ chế bảo vệ pháp lý chính thức dẫn đến tình trạng bị lừa đảo khi sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính, tình trạng tín dụng đen, cho vay nặng lãi vẫn còn phổ biến.

Trong bối cảnh đó, tổ chức bảo hiểm tiền gửi đã thể hiện vai trò của mình trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền thông qua việc thực hiện các chức năng, nhiệm vụ chính như điều chỉnh hạn mức trả tiền bảo hiểm, giám sát, kiểm tra tổ chức thành viên để kịp thời phát hiện những yếu kém, sai phạm trong quá trình hoạt động, tham gia vào quá trình xử lý các tổ chức yếu kém và đặc biệt là tuyên truyền, phổ biến chính sách bảo hiểm tiền gửi đến người gửi tiền nhằm ngăn chặn những rủi ro có thể xảy đến đối với người gửi tiền. Bài viết nghiên cứu kinh nghiệm của một số tổ chức bảo hiểm tiền gửi trên thế giới trong việc bảo vệ người gửi tiền nói riêng và bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói chung. Từ đó, đề xuất những giải pháp và định hướng chính sách để tăng cường vai trò của tổ chức BHTG đối với bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam.

Từ khóa: *bảo vệ người tiêu dùng tài chính, bảo hiểm tiền gửi, bảo vệ người gửi tiền, tài chính toàn diện*

Abstract

The financial consumers in Vietnam are now facing many unprotected risks given the fact that there are no specialized regulations on protecting financial consumers. The main causes can be named as the low level of awareness and financial literacy, the lack of transparency of the information on financial products and services, the absence of official legal protection mechanism and the increasing popularity of “black credit” or usury in financial market.

In that context, the deposit insurer has played its role in protecting the legitimate rights and interests of depositors through the implementation of its key functions and duties such as adjustment of deposit insurance coverage; supervision and examination of the member institutions to promptly detect weaknesses and violations in the operation process; participation in the handling of weak institutions; deposit insurance reimbursement; and especially dissemination of deposit insurance policies to depositors in order to protect them against the risks. However, the role of the deposit insurer in Vietnam is still limited.

This paper studies the context of financial consumers protection in Vietnam focusing on the depositors; experiences of the deposit insurers in some countries in protecting depositors in particular and financial consumers in general. Based on the studies, I will make policy recommendations to enhance the role of the Deposit Insurance of Vietnam in protecting financial consumers in Vietnam.

Keyword: *financial consumer protection, deposit insurance, depositor protection, financial inclusion*

1. Tổng quan về bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam

Một khung khổ bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả là cơ sở để tăng cường cả việc tiếp cận và sử dụng dịch vụ tài chính, nâng cao chất lượng dịch vụ tài chính và hỗ trợ hơn nữa sự phát triển của hệ thống tài chính đối với nền kinh tế quốc gia (WB, 2015). Tại Việt Nam, khu vực tài chính đang phát triển với một tốc độ rất nhanh. Năm 2019, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Việt Nam đạt 261,9 tỷ USD¹⁰. Tổng tài sản thị trường tài chính chiếm khoảng 213,1% GDP, gấp 2 lần quy mô nền kinh tế. Thị trường vốn được mở rộng và thu hẹp khoảng cách so với quy mô tín dụng ngân hàng. Năm 2019, quy mô thị trường chứng khoán chiếm 111% GDP và quy mô tín dụng ngân hàng chiếm 132,8% GDP¹¹. Hàng loạt sản phẩm, dịch vụ tài chính được giới thiệu ra thị trường, và kéo theo đó là sự gia tăng số lượng người tiêu dùng tài chính. Khung pháp lý duy nhất để bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam là Luật Bảo vệ người tiêu dùng. Tuy nhiên, Luật này chỉ quy định về việc bảo vệ người tiêu dùng nói chung, không có quy định riêng để bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Tại Việt Nam cũng chưa có một cơ quan quản lý chuyên trách nào chịu trách nhiệm riêng bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Việt Nam có 5 cơ quan liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, bao gồm: Ngân hàng Nhà nước (NHNN) quản lý trong lĩnh vực ngân hàng, Bộ Tài chính quản lý lĩnh vực chứng khoán và bảo hiểm, Bộ Công Thương, Bộ Thông tin – Truyền thông và Hiệp hội Bảo vệ người tiêu dùng chịu trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng nói chung. Cả 5 cơ quan này đều có khả năng tham gia vào quá trình bảo vệ người tiêu dùng, nhưng các cơ quan này đều chưa có các bộ phận chuyên trách cũng như các quy trình quản lý cụ thể để thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng, chưa có cơ chế phối hợp để xử lý các xung đột lợi ích xảy ra khi sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính.

Bên cạnh đó, việc thiếu quy định pháp lý liên quan đến việc minh bạch và công bố thông tin sản phẩm, dịch vụ tài chính cũng khiến người tiêu dùng gặp phải nhiều rủi ro bị lạm dụng và lừa đảo trong các hợp đồng dịch vụ tài chính bằng cách không công bố hoặc mô tả không minh bạch về phí, hoa hồng hay các loại hình phạt; không công bố các xung đột lợi ích (quyền lợi của người tiêu dùng và hoa hồng của người bán dịch vụ); sai sót trong hoạt động bán hàng do nhân viên thiếu thận trọng, thiếu năng lực hoặc không được đào tạo; lạm dụng thu nợ, tịch thu hay xử lý tài sản bảo đảm; quảng cáo gây hiểu lầm... Ngoài việc bổ sung các quy định nhằm tăng cường minh bạch và công bố thông tin đối với các sản phẩm, dịch vụ tài chính, thì một giải pháp quan trọng khác là nâng cao hiểu biết tài chính của người tiêu dùng.

Theo Báo cáo Global Findex 2017, Việt Nam có tỷ lệ phổ cập tài chính còn tương đối thấp so với các quốc gia trong khu vực và trong nhóm các quốc gia cùng mức thu nhập. Cụ thể, chỉ có 21% dân số trên 15 tuổi có vay tiền từ tổ chức tài chính hoặc sử dụng thẻ tín dụng, trong khi chỉ 30% người dân trên 15 tuổi có tài khoản tại một tổ chức tài chính, con số này tại các quốc gia Đông Á và Thái Bình Dương là 70,3% và nhóm các quốc gia thu nhập dưới trung bình là 56,1%.

¹⁰ <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=VN>.

¹¹ Dự thảo Chiến lược phát triển Thị trường Tài chính giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn 2030, Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia

Như vậy, có tới 70% thanh niên và người trưởng thành tại Việt Nam không có tài khoản ngân hàng. Tỷ lệ phụ nữ có tài khoản ngân hàng còn thấp, chỉ chiếm 30,4%. Người trưởng thành sống tại vùng nông thôn có tài khoản ngân hàng chiếm 25,2%.

Bảng 1: Tài chính toàn diện tại Việt Nam (so với trung bình khu vực và cùng nhóm thu nhập)

Đơn vị: %

	Việt Nam	Đông Á và Thái Bình Dương	Nhóm Thu nhập dưới trung bình
Có tài khoản tại một tổ chức tài chính	30,0	70,3	56,1
Vay tiền tại một tổ chức tài chính hoặc sử dụng thẻ tín dụng	21,7	21,5	9,8
Phụ nữ có tài khoản ngân hàng	30,4	67,9	53,0
Người trưởng thành sống tại vùng nông thôn có tài khoản ngân hàng	25,2	68,8	57,6

Nguồn: Global Findex 2017, World Bank (Số liệu tính trên dân số độ tuổi trên 15)

Hiện tại chưa có khảo sát quốc gia về năng lực và hiểu biết tài chính của người dân, do vậy vẫn thiếu thông tin về hiểu biết, kỹ năng, thái độ và hành vi tài chính của người tiêu dùng, tuy nhiên những năng lực này được hiểu là vẫn còn yếu kém đối với phần đông dân số. Một bộ phận dân số sống tại các thành thị, thành phố lớn hoặc người trẻ có hiểu biết và sử dụng dịch vụ tài chính rất thành thạo, ngược lại tại các vùng nông thôn, hoặc vùng sâu vùng xa, người dân rất thiếu thông tin và khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính cũng khó khăn hơn.

Tại Việt Nam, hiện chưa có nhiều các chương trình giáo dục tài chính hiệu quả, chủ yếu vẫn là kết hợp giữa các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và tổ chức xã hội dưới các hình thức trực tuyến, thông qua mạng xã hội hoặc các buổi đào tạo trực tiếp. Các phương thức giáo dục tài chính khác thông qua phương tiện thông tin đại chúng, hoặc các đoạn phim ngắn, chương trình gameshow truyền hình cũng là một cách hiệu quả để thu hút sự chú ý và nâng cao hiểu biết tài chính của người dân. Tuy nhiên, để những chương trình giáo dục tài chính này có hiệu quả thì cần gắn liền với chiến lược giáo dục tài chính và không thể thiếu vai trò của những nhà quản lý và xây dựng chính sách.

Thực tế cho thấy, sự thiếu hiểu biết của người tiêu dùng, khó khăn trong việc tiếp cận dịch vụ tài chính, sự thiếu đa dạng đối với các sản phẩm, dịch vụ tài chính phù hợp và thủ tục cho vay rắc rối, kém linh hoạt khiến tình trạng tín dụng đen hay cho vay nặng lãi tại Việt Nam vẫn còn phổ biến. Tín dụng đen được hiểu là việc áp đặt các điều khoản cho vay không công bằng và lạm dụng đối với người đi vay, khoản vay này có các điều khoản và điều kiện gây tổn hại cho người

vay (GAO, 2004; FDIC, 2006)¹². Tại Việt Nam, tín dụng đen là hình thức cho vay nặng lãi, hay là hoạt động cho vay, đi vay hoặc huy động vốn với lãi suất vượt quá mức lãi suất pháp luật quy định (từ 100% đến 300%, thậm chí lên đến 700%/năm đối với khoản tiền ở thời điểm vay), được thực hiện bởi các cá nhân, nhóm người hoặc tổ chức kinh doanh dịch vụ tài chính, thường gắn với các hành vi đòi nợ, chiếm đoạt tài sản trái pháp luật.

Số liệu nghiên cứu năm 2013 của Viện Nghiên cứu và Quản lý kinh tế Trung ương cho thấy, các khoản vay tín dụng đen chiếm khoảng 30% tổng tín dụng thực do hệ thống ngân hàng cung cấp, tức vào khoảng 50 tỷ USD. Báo cáo của Trung tâm Nghiên cứu thuộc ngân hàng BIDV năm 2018 cũng ghi nhận: Năm 2018 quy mô tín dụng phi chính thức tại Việt Nam hiện nay tương đương khoảng 15-20% tổng tín dụng của nền kinh tế; trong đó, quy mô tín dụng đen chiếm khoảng 30-35% tổng tín dụng phi chính thức, tương đương 6-8% tổng dư nợ nền kinh tế, khoảng 450-550 ngàn tỷ đồng. Quy mô tuy không lớn nhưng rủi ro và hệ lụy của “tín dụng đen” rất cao cho cả phía người cho vay (khó thu hồi nợ), người đi vay (lãi suất cao, có nguy cơ vỡ nợ) và rủi ro về mặt pháp lý (rất khó giải quyết) (Cán Văn Lực, 2019), gây ảnh hưởng lớn đến uy tín và môi trường tài chính quốc gia.

2. Tổng quan về tổ chức bảo hiểm tiền gửi tại Việt Nam và vai trò bảo vệ người tiêu dùng tài chính của tổ chức BHTG tại Việt Nam

Tại Việt Nam, hệ thống ngân hàng vẫn là nguồn cung ứng vốn chính của nền kinh tế, do vậy người gửi tiền là một thành phần rất quan trọng đối với hệ thống tài chính Việt Nam. Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) được thành lập với sứ mệnh bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần vào sự ổn định, phát triển lành mạnh của hệ thống tài chính quốc gia. Tính đến cuối năm 2020, BHTGVN đã bảo vệ hơn 6,1 triệu tỷ đồng tiền gửi của người gửi tiền tại 1.282 tổ chức tham gia BHTG. BHTGVN bảo vệ người gửi tiền thông qua việc thực hiện các chức năng, nhiệm vụ chính như điều chỉnh hạn mức trả tiền bảo hiểm, giám sát, kiểm tra tổ chức thành viên để kịp thời phát hiện những yếu kém, sai phạm trong quá trình hoạt động, tham gia vào quá trình xử lý các tổ chức yếu kém, chi trả tiền gửi được bảo hiểm và đặc biệt là tuyên truyền, phổ biến chính sách bảo hiểm tiền gửi đến người gửi tiền nhằm ngăn chặn những rủi ro có thể xảy đến đối với người gửi tiền.

Điều chỉnh hạn mức trả tiền bảo hiểm

Hạn mức trả tiền bảo hiểm là công cụ cốt lõi để bảo vệ người gửi tiền và gìn giữ niềm tin của người gửi tiền vào hệ thống ngân hàng. Từ khi thành lập tới nay, BHTGVN đã trải qua 2 lần thay đổi hạn mức: từ 30 triệu VNĐ lên 50 triệu VNĐ vào năm 2005, và từ 50 triệu VNĐ lên 75 triệu VNĐ vào năm 2017. Theo tính toán của BHTGVN, với hạn mức 75 triệu VNĐ hiện tại sẽ bảo hiểm toàn bộ được cho 87% người gửi tiền, tỷ lệ này vẫn còn khá thấp so với khuyến cáo của Hiệp hội BHTG quốc tế (IADI) là hạn mức BHTG nên bảo vệ toàn bộ từ 90-95% người gửi tiền. Do đó, BHTGVN đang đề xuất tăng hạn mức BHTG lên 125 triệu VNĐ, với hạn mức này khoảng 90,94% người gửi tiền sẽ được bảo hiểm toàn bộ, phù hợp với thông lệ quốc tế. Trong thực tế, khi xảy ra sự cố tại TCTD, việc phần lớn người gửi tiền được bảo vệ toàn bộ sẽ giúp đảm bảo niềm tin của người dân vào hệ thống tài chính, từ đó giảm rủi ro rút tiền hàng loạt, điều này càng

¹² Tín dụng đen tại Việt Nam có ý nghĩa tương tự như thuật ngữ Predatory lending, được dùng để chỉ những hành vi trái đạo đức do các tổ chức cho vay thực hiện có tính chất bất công, lừa đảo hoặc gian lận.

quan trọng ở vùng nông thôn nơi người dân không có nhiều thông tin, thiếu hiểu biết tài chính và thường phản ứng thái quá với tin tức tiêu cực.

Giám sát, kiểm tra tổ chức thành viên

BHTGVN thực hiện giám sát đối với 100% các tổ chức tham gia BHTG, tổng hợp, phân tích và xử lý thông tin nhằm phát hiện và kiến nghị NHNN xử lý kịp thời những vi phạm quy định về an toàn hoạt động ngân hàng, rủi ro gây mất an toàn trong hệ thống ngân hàng. Đối với 29 Quỹ tín dụng nhân dân (QTDND) có vi phạm nghiêm trọng bị đặt dưới tình trạng kiểm soát đặc biệt (KSDB), BHTGVN thực hiện giám sát chuyên sâu. Báo cáo giám sát của BHTGVN đã hỗ trợ hiệu quả cho NHNN trong công tác quản lý, giám sát các TCTD.

Để đảm bảo các TCTD tuân thủ các quy định pháp luật về BHTG, ngăn ngừa hiện tượng gian lận, trục lợi BHTG, BHTGVN đã tiến hành kiểm tra tại chỗ đối với 380 tổ chức tham gia BHTG trong năm 2020, trong đó kiểm tra 18 QTDND theo chỉ đạo của Thống đốc NHNN. Nội dung kiểm tra bao gồm: kiểm tra hiện trạng hồ sơ pháp lý về BHTG; kiểm tra việc niêm yết chứng nhận tham gia BHTG; kiểm tra việc chấp hành chế độ thông tin báo cáo; kiểm tra việc tính và nộp phí. Bên cạnh đó, thực hiện kiểm tra chuyên sâu về tiền gửi được bảo hiểm đối với các quỹ tín dụng nhân dân xếp nhóm 4, nhóm 5 theo kết quả phân loại hoạt động giám sát.

Tham gia vào quá trình xử lý các TCTD yếu kém

Theo Luật BHTG, BHTGVN tham gia vào quá trình KSDB đối với tổ chức tham gia BHTG theo quy định của NHNN, thực hiện giám sát, kiểm tra tình hình biến động của tiền gửi được bảo hiểm để tham mưu cho Ban Lãnh đạo xử lý các tình huống phát sinh đối với TCTD bị KSDB.

Bên cạnh đó, Luật sửa đổi bổ sung Luật các TCTD 2017 quy định BHTGVN được sử dụng nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi để mua trái phiếu dài hạn của TCTD hỗ trợ trong quá trình cơ cấu lại TCTD bị KSDB và BHTGVN được sử dụng nguồn vốn từ Quỹ dự phòng nghiệp vụ để cho vay đặc biệt theo phương án phục hồi đã được phê duyệt, theo chỉ định của NHNN.

Tính đến 31/12/2020, tổng tài sản của BHTGVN đạt trên 70 nghìn tỷ đồng, trong đó Quỹ dự phòng nghiệp vụ là trên 61 nghìn tỷ đồng. Việc BHTGVN tham gia sâu hơn vào quá trình tái cơ cấu TCTD yếu kém sẽ giúp làm lành mạnh hệ thống tài chính và qua đó bảo vệ được người tiêu dùng tài chính nói chung và người gửi tiền nói riêng.

Chi trả tiền gửi được bảo hiểm

Chức năng chi trả tiền gửi được bảo hiểm cho người gửi tiền khi xảy ra đổ vỡ là chức năng quan trọng nhất thể hiện vai trò của tổ chức BHTG trong việc bảo vệ người gửi tiền. Từ khi thành lập đến nay, BHTGVN đã chi trả cho người gửi tiền tại 39 Quỹ tín dụng nhân dân với số tiền 26,8 tỷ đồng. Những năm gần đây, dù không phát sinh nghĩa vụ chi trả tiền bảo hiểm, BHTGVN vẫn theo dõi sát quá trình thực hiện xử lý pháp nhân đối với các tổ chức tham gia BHTG bị kiểm soát đặc biệt, đồng thời chủ động xây dựng phương án chi trả tiền bảo hiểm. Bên cạnh đó, BHTGVN cũng vận hành chương trình mô phỏng chi trả trên phần mềm đối với ngân hàng thương mại để chuẩn bị tốt cho việc triển khai chi trả khi phát sinh nghĩa vụ trả tiền bảo hiểm.

Nâng cao nhận thức công chúng về BHTG

BHTGVN đã chú trọng tuyên truyền về chính sách BHTG thông qua các sự kiện tuyên truyền, hội thảo chuyên đề, cuộc thi online với sự tham gia, đón nhận tích cực của công chúng,

của người gửi tiền ở vùng sâu, vùng xa, cán bộ làm việc tại các tổ chức tham gia bảo hiểm tiền gửi, sinh viên các trường đại học... Các phương tiện truyền thông được BHTGVN lựa chọn là các kênh truyền hình trung ương và địa phương, các báo và tạp chí lớn có uy tín. Bên cạnh đó, BHTGVN đã hợp tác với hệ thống VNPost để triển khai tuyên truyền trên địa bàn 09 tỉnh qua các tấm áp phích dán tại 1.416 bưu cục, bưu điện văn hóa xã, thiết kế tờ thông tin hạn mức BHTG để cung cấp cho người dân những thông tin chính thống về chính sách và hạn mức BHTG hiện tại.

Những năm gần đây, BHTGVN đã chủ động tuyên truyền về chính sách BHTG tới sinh viên các trường đại học, cao đẳng, từ đó góp phần nâng cao hiểu biết tài chính tại Việt Nam, đây là nhóm sẽ trở thành người tiêu dùng tài chính trong tương lai. Do vậy, trang bị kiến thức tài chính cho đối tượng này sẽ góp phần giúp họ có thể sáng suốt lựa chọn sản phẩm tài chính để đầu tư, tránh được rủi ro lừa đảo, gian lận.

3. Kinh nghiệm quốc tế về vai trò của tổ chức BHTG đối với bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Tại nhiều tổ chức BHTG trên thế giới, bảo vệ người tiêu dùng tài chính đã được xác định là một nội dung quan trọng trong chiến lược phát triển của tổ chức. Trong bài viết này, người viết sẽ nghiên cứu những kinh nghiệm của Tổng công ty BHTG Hoa Kỳ và Philippines trong việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói chung và người gửi tiền nói riêng.

3.1 Tổng công ty BHTG Hoa Kỳ (FDIC)

Tại Mỹ, việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính được quy định rất rõ ràng và chặt chẽ trong Đạo luật Dodd-Frank Cải cách và bảo vệ người tiêu dùng phố Wall năm 2010. Cơ quan chịu trách nhiệm chính cho việc này là Cục bảo vệ người tiêu dùng tài chính (CFPB), nhiệm vụ của CFPB bao gồm:

- Loại bỏ các hành vi gian lận, lừa đảo hoặc lạm dụng bằng cách thiết lập các quy tắc, giám sát các công ty và thực thi pháp luật
- Thực thi luật cấm phân biệt đối xử trong lĩnh vực tài chính tiêu dùng
- Nhận khiếu nại của người tiêu dùng
- Tăng cường giáo dục tài chính
- Nghiên cứu trải nghiệm của người tiêu dùng khi sử dụng các sản phẩm tài chính
- Giám sát thị trường tài chính để tìm những rủi ro mới đối với người tiêu dùng

Với tư cách là tổ chức bảo hiểm tiền gửi cũng như cơ quan giám sát các định chế tài chính tại Mỹ, không chỉ hướng đến riêng đối tượng người gửi tiền, FDIC cung cấp thông tin và tài nguyên để giáo dục và bảo vệ người tiêu dùng, thúc đẩy tài chính toàn diện, và kết nối người tiêu dùng với tài nguyên tài chính trong cộng đồng của họ. Để bảo vệ người tiêu dùng tài chính, FDIC đã thực hiện ba nhóm mục tiêu chính sau:

a. Kết nối với người tiêu dùng

Người tiêu dùng nếu cần bất kỳ sự trợ giúp nào có thể liên hệ với FDIC thông qua tổng đài hỗ trợ hoặc gửi yêu cầu, khiếu nại hoặc câu hỏi trực tuyến trên website của FDIC hoặc xem xét

mục các câu hỏi thường gặp. Tính đến 31/12/2020, Tổng đài của FDIC đã nhận được 141.607 cuộc gọi, trong đó 27.417 cuộc liên quan đến bảo hiểm tiền gửi. Ngoài các cuộc gọi hỏi về số tiền được bảo hiểm, FDIC cũng nhận được 1.472 yêu cầu bằng văn bản từ người tiêu dùng và nhân viên ngân hàng, 99% những yêu cầu này được phản hồi trong vòng 2 tuần, theo đúng chính sách của FDIC.

b. Bảo vệ người tiêu dùng

FDIC cung cấp chương trình giáo dục tài chính Money Smart giúp người dân ở mọi lứa tuổi nâng cao hiểu biết tài chính và sử dụng tài chính một cách thông minh. Money Smart được ra mắt lần đầu tiên từ năm 2001 và đã chứng minh là một chương trình thành công, đem lại nhiều kết quả tích cực. Bên cạnh đó, FDIC còn thực hiện FDIC Podcast, một chương trình radio nhằm mục đích cung cấp kiến thức về tài chính cá nhân, các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng và kiến thức về tài chính ngân hàng...

Một phần quan trọng trong sứ mệnh BHTG của FDIC là bảo đảm nhân viên ngân hàng và người tiêu dùng tiếp cận được với những thông tin chính xác về quy định của FDIC đối với tiền gửi được bảo hiểm. FDIC có một chương trình tiếp cận giáo dục BHTG bao gồm các hội thảo cho cán bộ ngân hàng, một công cụ tính toán số tiền được bảo hiểm, và các nguồn tài nguyên khác trên website hướng tới đối tượng là cán bộ ngân hàng và người tiêu dùng. Ví dụ, người tiêu dùng và nhân viên ngân hàng có thể dùng công cụ BankFind để xác minh một website có thực sự được điều hành bởi một ngân hàng thành viên của FDIC hay không. Trong năm 2020, FDIC đã tổ chức 4 cuộc hội nghị điện đàm cho cán bộ ngân hàng về tiền gửi được bảo hiểm với 4.855 người tham dự tại 1.872 ngân hàng. FDIC cũng cung cấp các video đào tạo về BHTG trên website và kênh Youtube chính thức của tổ chức.

c. Kết nối các cộng đồng

FDIC thúc đẩy tài chính toàn diện để xây dựng và củng cố mối liên hệ tích cực giữa tổ chức tài chính được bảo hiểm và người tiêu dùng, người gửi tiền, doanh nghiệp nhỏ và các cộng đồng. Để hỗ trợ thực hiện mục tiêu thúc đẩy sự tiếp cận tới nhiều sản phẩm ngân hàng có trách nhiệm và bền vững, đáp ứng nhu cầu tài chính của người tiêu dùng, FDIC đã:

- Thực hiện nghiên cứu việc sử dụng dịch vụ tài chính của người tiêu dùng, chiến lược, sản phẩm và dịch vụ ngân hàng để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng có thu nhập thấp;
- Hỗ trợ ngân hàng nghiên cứu các cơ hội đưa ra sản phẩm và dịch vụ mới có triển vọng hỗ trợ, mở rộng và giữ người tiêu dùng tham gia vào hệ thống ngân hàng;
- Hỗ trợ quan hệ đối tác để thúc đẩy người tiêu dùng tiếp cận và sử dụng dịch vụ ngân hàng;
- Tăng cường giáo dục và hiểu biết tài chính;
- Thúc đẩy quan hệ đối tác để hỗ trợ phát triển cộng đồng và doanh nghiệp nhỏ.

Tính đến hết năm 2020, FDIC đã tổ chức hơn 122 sự kiện, tạo cơ hội cho các đối tác cùng hợp tác để tìm cách tăng khả năng tiếp cận của người tiêu dùng tới dịch vụ tài khoản và tín dụng của các ngân hàng được FDIC bảo vệ; cơ hội để tiết kiệm và cải thiện lịch sử tín dụng; và các sáng kiến để tăng cường năng lực tài chính của các nhà cung cấp dịch vụ cộng đồng trực tiếp

phục vụ đối tượng người tiêu dùng có thu nhập thấp và trung bình cũng như doanh nghiệp nhỏ. Bên cạnh đó, FDIC cũng chia sẻ tài nguyên để khuyến khích các ngân hàng và trường học cùng hợp tác để cải thiện kỹ năng và kinh nghiệm tài chính của giới trẻ. Các chương trình giáo dục tài chính và tiết kiệm tại trường học giúp giới trẻ được tiếp cận với dịch vụ tài chính từ khi còn nhỏ, giúp thanh thiếu niên học cách quản lý tiền bạc hiệu quả hơn. Các chương trình tiết kiệm của thanh thiếu niên không chỉ khuyến khích phát triển thói quen tiết kiệm ở độ tuổi mới lớn mà qua đó còn có khả năng thúc đẩy tài chính toàn diện cho cả gia đình.

3.2 Tổng công ty BHTG Hàn Quốc (KDIC)

Cơ sở pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Hàn Quốc bao gồm Luật mới về bảo vệ người tiêu dùng tài chính đã được Quốc hội Hàn Quốc thông qua vào tháng 3/2020 nhằm bảo vệ người tiêu dùng khỏi việc bị lừa đảo hoặc các hành vi bán hàng gian lận của các công ty tài chính, đồng thời tăng cường quyền lợi của người tiêu dùng và trao quyền cho người tiêu dùng để có thể đưa ra những quyết định sáng suốt về đầu tư và quản lý tài sản của họ.

Bảo vệ người tiêu dùng tài chính cũng là một trong 4 mục tiêu chiến lược trong trung và dài hạn của KDIC, với nhiệm vụ chiến lược và kế hoạch hành động cụ thể.

Bảng 2: Mục tiêu Bảo vệ người tiêu dùng tài chính hướng tới tài chính toàn diện

Mục tiêu chiến lược	Nhiệm vụ chiến lược	Kế hoạch hành động cụ thể
Bảo vệ người tiêu dùng tài chính hướng tới tài chính toàn diện	Cải thiện dịch vụ bảo vệ người gửi tiền	Mở rộng phạm vi bảo hiểm để tăng cường bảo vệ người gửi tiền
		Thực hiện xử lý và chi trả tiền bảo hiểm một cách nhanh chóng và hiệu quả
		Thúc đẩy hợp tác giữa các tổ chức liên quan để chi trả yêu cầu bảo hiểm không thu hồi được
	Tăng cường hỗ trợ những đối tượng yếu thế về mặt tài chính	Tạo điều kiện tái cơ cấu nợ đối với những đối tượng nghèo và hỗ trợ phục hồi tài chính
		Thúc đẩy các nỗ lực công chúng và giáo dục tài chính cho những đối tượng yếu thế về tài chính
	Khắc phục thiệt hại cho người tiêu dùng tài chính	Xây dựng một nền tảng hỗ trợ cho những tổn thất do việc chuyển tiền nhầm
		Tăng cường bảo vệ người tiêu dùng tài chính thông qua ngăn chặn lừa đảo

Nguồn: Báo cáo thường niên KDIC 2019

KDIC đã đạt được những thành công nhất định trong việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính, những kết quả nổi bật có thể kể đến như:

a. Giáo dục tài chính cho những đối tượng khó khăn về tài chính

KDIC cung cấp giáo dục tài chính cho những đối tượng là người tiêu dùng tài chính trong tương lai (học sinh tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông) và những người khó khăn về tài chính (người già, tiểu thương, gia đình đa văn hóa...). Trong năm 2019, KDIC đã mở lớp giáo dục tài chính cho tổng cộng 36.846 người, tăng 23,2% so với năm 2018. Đặc biệt, giáo dục tài chính cho các đối tượng người tìm việc lớn tuổi, người khuyết tật và trẻ em địa phương đã tăng đột biến lần lượt là 120,5%, 67,9% và 49,9%, góp phần nâng cao hiểu biết tài chính cho các đối tượng khó khăn về tài chính.

Để tăng hiệu quả giáo dục tài chính, KDIC đã điều chỉnh chương trình giáo dục cho phù hợp với từng đối tượng tham gia bằng cách lồng ghép các buổi biểu diễn ảo thuật, video và trò chơi đối với trẻ em; phát triển học liệu riêng cho người khuyết tật. KDIC cũng đưa ra một loạt các chương trình giáo dục tài chính vừa lý thú và nhiều thông tin để đáp ứng nhu cầu tăng cao về phương pháp học tập trải nghiệm, bao gồm vừa học vừa chơi, tham quan KDIC và các hội trại tài chính.

b. Mở rộng lợi ích của việc tư vấn pháp lý miễn phí

KDIC cung cấp dịch vụ tư vấn pháp lý miễn phí, hợp tác với các tổ chức phúc lợi xã hội để bảo vệ những người yếu thế trong xã hội khỏi tổn thất tài chính, bảo vệ quyền và lợi ích của họ. Trong năm 2019, 10 buổi tư vấn (41 trường hợp) đã được thực hiện cho người cao tuổi để góp phần giải quyết các vướng mắc pháp lý liên quan đến việc thừa kế và lập di chúc; 3 buổi tư vấn (6 trường hợp) đã được cung cấp cho các thành viên gia đình đa văn hóa, để khắc phục các cản trở do rào cản ngôn ngữ và hệ thống luật pháp Hàn Quốc.

c. Kiểm tra việc tuân thủ yêu cầu của KDIC đối với Cơ chế Thông báo, Giải thích và Xác nhận hạn mức BHTG

Tại Hàn Quốc, Luật BHTG Hàn Quốc sửa đổi năm 2016 quy định tổ chức tham gia BHTG phải nêu rõ sản phẩm tài chính được bảo hiểm trong các sách hướng dẫn, tờ rơi, quảng cáo sao cho khách hàng được đảm bảo đã hiểu về sản phẩm tài chính trước khi lựa chọn đầu tư để tránh rủi ro bị lừa đảo. Sau sự đổ vỡ của một loạt ngân hàng tiết kiệm do thiếu hiểu biết về hệ thống BHTG, KDIC nỗ lực bảo vệ người gửi tiền khỏi thiệt hại, đặc biệt là các đối tượng dễ bị tổn thương, người gửi tiền nhỏ lẻ ở vùng nông thôn thông qua Cơ chế Thông báo, Giải thích và Xác nhận hạn mức BHTG. Năm 2019, KDIC đã thực hiện kiểm tra 1.000 chi nhánh của tổ chức được bảo hiểm về việc tuân thủ quy định công bố thông tin nói trên.

d. Nâng cao nhận thức công chúng về hệ thống BHTG

Để nâng cao nhận thức của cộng đồng về KDIC và BHTG, một loạt các phương tiện truyền truyền đã được sử dụng bao gồm truyền hình, in hình quảng cáo, truyền thông mạng xã hội trên Kakaotalk, Instagram, cũng như linh vật của KDIC. Dựa vào khảo sát, KDIC hướng đến vào nhóm đối tượng ít hiểu biết về tài chính như sinh viên độ tuổi 20 và người già trên 60 tuổi. Theo kết quả khảo sát năm 2019, 92,8% công chúng có nhận thức về KDIC, tăng 1,8% so với năm 2018, nhận thức về hệ thống BHTG tăng 1% lên mức 95%. Nhận thức về các sản phẩm đầu tư không đủ điều kiện BHTG tăng 3,1% so với năm 2018 lên mức 88,2%. Đây là những con số khá cao thể hiện sự thành công của chiến dịch nâng cao nhận thức công chúng của KDIC.

3.3 Tổng công ty BHTG Philippines (PDIC)

Philippines đang đề xuất thông qua Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính (FCPA) có hiệu lực với tất cả các sản phẩm và dịch vụ tài chính được cung cấp bởi bất kỳ định chế tài chính nào, bao gồm: tiết kiệm; tín dụng, bảo hiểm, sản phẩm được cung cấp bởi tổ chức bảo vệ sức khỏe, đầu tư, chuyển tiền, và các sản phẩm và dịch vụ tài chính kỹ thuật số. Nếu FCPA được thông qua thì Philippines sẽ có một cơ chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính toàn diện, tạo điều kiện cho giáo dục tài chính, quản trị điều hành tốt, giám sát hiệu quả và tài chính toàn diện được phát huy.

Tổ chức BHTG tại Philippines là PDIC, nhiệm vụ quan trọng hàng đầu của PDIC là bảo vệ tiền gửi của người gửi tiền, và mọi quyết định, hành động, chương trình của PDIC đều hướng tới mục tiêu chung này.

a. Tăng cường tiếp cận công chúng

PDIC đã cải thiện và đổi mới việc truyền thông đến công chúng thông qua việc tăng khả năng tiếp cận của công chúng với thông tin BHTG bằng việc mở cửa Trung tâm Hỗ trợ Cộng đồng (PAC), đưa vào sử dụng mạng xã hội Facebook và Twitter, hỗ trợ người gửi tiền qua Tổng đài (Call center). Nhận thức được tầm quan trọng của các điểm tiếp cận với công chúng, PDIC đã xây dựng một Hệ thống xử lý khách hàng để quản lý các truy vấn, yêu cầu và khiếu nại (QRC) của người gửi tiền. Tính đến cuối 2019, tổng cộng 49.256 QRC nhận được thông qua Call center, PAC và các kênh khác như email, thư và bài đăng trên Facebook đã được xử lý phản hồi/xác nhận và chuyển đến các đơn vị của PDIC để xử lý trong vòng 3 ngày kể từ khi tiếp nhận.

b. Nâng cao hiểu biết tài chính

Chương trình giáo dục tài chính “Be a Wise Saver – BAWS - Người tiết kiệm thông thái” là chương trình giáo dục tài chính hàng đầu và đã được triển khai từ năm 2009 của PDIC. Năm 2016, PDIC đã hợp tác với Ủy ban ngôn ngữ Philippines (KWF) để dịch các tài liệu thông tin liên quan của chương trình này sang các ngôn ngữ chính của Philippine để tăng cường sức lan tỏa của chương trình và khiến nó gần gũi, dễ hiểu hơn đối với các đối tượng liên quan. Mục tiêu của BAWS giúp các cá nhân có thể đưa ra những quyết định tài chính sáng suốt thông qua việc giảng dạy *7 Thói quen của một Người tiết kiệm thông thái*, cung cấp cho họ những thông tin cần thiết và hiểu biết sâu sắc về thực hành tiết kiệm và hoạt động ngân hàng, từ đó sáng suốt hơn để tránh các hành vi gian lận và lừa đảo tài chính. Tính đến năm 2019, khoảng 5.000 người là sinh viên các trường đại học hoặc cán bộ đã được tiếp cận với các khóa đào tạo tài chính của chương trình này tại 3 thành phố Metro Manila, Davao và Iloilo.

c. Nâng cao nhận thức công chúng về BHTG và PDIC

Trong năm 2019, PDIC đã thực hiện một cuộc Khảo sát Nhận thức công chúng lần đầu tiên với 1.500 đối tượng khảo sát được lựa chọn ngẫu nhiên trên cả nước. Khảo sát cho thấy 90% người được khảo sát đã từng nghe, đọc, hoặc thấy thông tin về PDIC, 15,6% trong số đó có thể liên hệ PDIC với vai trò bảo vệ người gửi tiền. Nguồn thông tin chính từ ngân hàng, TV, báo, đài, website/truyền thông xã hội. Dựa trên kết quả khảo sát, PDIC đã xây dựng Kế hoạch truyền thông chiến lược (SCP) như một hướng dẫn tổng thể về cách PDIC truyền thông nội bộ và bên ngoài. SCP cũng xác định một số chương trình và hành động PDIC cần thực hiện như: Tuần lễ Bảo vệ và nâng cao nhận thức người gửi tiền vào tháng 6, Tuần lễ Hiểu biết về Kinh tế và tài chính vào tháng 11, tăng cường quảng cáo và truyền thông, chiến dịch truyền thông xã hội, sử

dụng công nghệ phù hợp trong truyền thông... để giúp công chúng hiểu được vai trò của PDIC trong việc bảo vệ người gửi tiền và giữ ổn định tài chính.

4. Tăng cường vai trò của tổ chức BHTG đối với bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Dựa trên thông lệ và kinh nghiệm quốc tế, tác giả đề xuất một số giải pháp bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói chung và nâng cao vai trò của tổ chức BHTG trong việc bảo vệ người gửi tiền nói riêng tại Việt Nam như sau:

(i) Thiết lập khung pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng tài chính bao gồm Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính và các văn bản hướng dẫn kèm theo. Trong đó quy định rõ trách nhiệm của các tổ chức cung cấp sản phẩm, dịch vụ tài chính phải công khai minh bạch thông tin về sản phẩm, dịch vụ; cam kết đối xử công bằng, bình đẳng với tất cả người tiêu dùng; bảo vệ thông tin cá nhân của người tiêu dùng; nhà cung cấp dịch vụ tài chính phải có cơ chế giải quyết, xử lý khiếu nại cho người tiêu dùng.

(ii) Thành lập cơ quan chuyên trách bảo vệ người tiêu dùng tài chính, cơ quan này cần có thẩm quyền nhất định, hoạt động khách quan và độc lập, có đủ quyền lực, nguồn lực và năng lực trong việc giám sát và chịu trách nhiệm đề xuất các chính sách về bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Ngoài ra, cần có cơ chế phối hợp giữa các cơ quan liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tài chính khi xảy ra các xung đột lợi ích trong quá trình sử dụng dịch vụ tài chính.

(iii) Tăng cường giáo dục tài chính, nâng cao nhận thức và hiểu biết của công chúng về các sản phẩm dịch vụ tài chính, qua đó giảm thiểu rủi ro bị thiệt hại về tài chính trong quá trình sử dụng dịch vụ, và giúp người dân có thể đưa ra những quyết định tài chính một cách sáng suốt.

(iv) Riêng với tổ chức BHTG, để bảo vệ tốt hơn quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, ngoài việc tiếp tục triển khai hiệu quả những chức năng, nhiệm vụ được quy định thì tổ chức BHTG cần tăng cường hơn nữa các biện pháp tiếp cận người gửi tiền thông qua website hoặc các trang mạng xã hội như Facebook, Instagram, thiết lập một hotline hỗ trợ trực tiếp và nhanh chóng cho người gửi tiền. Tăng cường giáo dục tài chính với các đối tượng người tiêu dùng tài chính tiềm năng trong tương lai như học sinh ở mọi lứa tuổi (tiểu học, trung học) và sinh viên tại các trường đại học. Nâng cao nhận thức công chúng về BHTG nhất là với những đối tượng yếu thế trong xã hội và có ít hiểu biết về mặt tài chính như người già, người khuyết tật, người dân ở vùng sâu vùng xa...

Tài liệu tham khảo:

Federal Deposit Insurance Corporation (2006), *Challenges and FDIC efforts related to predatory lending. Report by the Office of Inspector General*, 550 17th Street NW, Washington, DC 20429, USA.

Federal Deposit Insurance Corporation (2021), *Annual Report 2020*, 550 17th Street NW, Washington, DC 20429, USA.

Global Findex Database (2017), truy cập ngày 14/6/2021, tại <https://globalfindex.worldbank.org>.

Hien, H.T.T., & Van, N.T. (2020), Bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp, *Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ*, Số 13.

Huong, D.T.T., & Chi, V.M. (2019), Đánh giá giải pháp ngăn chặn tín dụng đen thời gian qua và một số khuyến nghị, *Tạp chí Ngân hàng*, Số 23.

Luc, C.V. (2019), Ứng xử phù hợp tín dụng phi chính thức, *Tạp chí Tài chính Online*, truy cập ngày 14/06/2021, tại <https://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/ung-xu-phu-hop-tin-dung-phi-chinh-thuc-302065.html>.

Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia (2021), *Dự thảo Chiến lược phát triển thị trường tài chính 2021-2025, tầm nhìn đến 2030*, Hà Nội, Việt Nam.

Philippine Deposit Insurance Corporation (2020), *Annual Report 2019*, Manila, Philippines.

U.S. Government Accountability Office (2004), *Consumer protection: Federal and state agencies face challenges in combating predatory lending*. Report 04-280.

World Bank (2017), *Good practices for Financial Consumer Protection*, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA.

World Bank Data (2021), *GDP (Current US\$-Vietnam)*, truy cập ngày 14/06/2021, tại <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=VN>.

World Bank Group (2015), *Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy – Vietnam, Finance and Markets Global Practice-Volume 1*, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA.

www.fdic.gov

www.pdic.gov.ph

BẢO VỆ QUYỀN LỢI NGƯỜI GỬI TIỀN TẠI TỔ CHỨC TÍN DỤNG THEO PHÁP LUẬT BẢO HIỂM TIỀN GỬI Ở VIỆT NAM VÀ MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI

TS. Phạm Thị Thuý Liễu, TS. Hồ Thị Hải¹³ - Trường Đại học Vinh

Tóm tắt:

Trong xu thế phát triển mạnh của các loại hình dịch vụ tài chính, đặc biệt là tài chính cá nhân hiện nay thì vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính có ý nghĩa hết sức quan trọng. Bởi lẽ, chỉ khi người tiêu dùng tài chính được bảo vệ an toàn thì mới có niềm tin vào khu vực tài chính chính thức, đóng góp vào sự phát triển lành mạnh, bền vững của thị trường tài chính. Trong các cơ chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại các ngân hàng, bảo hiểm tiền gửi là một phương thức ra đời sớm và có những hiệu quả nhất định. Bài viết nghiên cứu về những vấn đề liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tài chính thông qua cơ chế bảo vệ quyền lợi người gửi tiền tại các tổ chức tín dụng bằng phương thức bảo hiểm tiền gửi trên cơ sở đánh giá thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật ở Việt Nam; so sánh đối chiếu với một số quốc gia trên thế giới. Từ đó, tác giả đề xuất một số giải pháp, kiến nghị nhằm hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật bảo hiểm tiền gửi về bảo vệ quyền lợi người gửi tiền tại các tổ chức tín dụng ở Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: Người tiêu dùng tài chính, Người gửi tiền; Tổ chức tín dụng; Bảo hiểm tiền gửi.

Abstract:

With recent rapid development of financial services, especially personal financial services, the need to protect financial customers' interest becomes critical. Customers' trust in financial services is the root of a healthy and stable financial market. Deposit insurance is one of the earliest and most effective tools to protect depositors in financial and credit institutions. The study focuses on the protection of depositor through assessment of current state of law and enforcement in Vietnam related to protection of depositors and deposit insurance in financial and credit institutions. The study also compares current state of law and enforcement of Vietnam with some other nations' states. The author proposes new solutions to improve the effectiveness of law and enforcement of law related to protection of depositor and deposit insurance in financial and credit institutions in Vietnam today.

Keywords: Financial Consumers, Depositors; Credit institutions; Deposit insurance.

ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong các nghiệp vụ ngân hàng thì huy động vốn từ tiền gửi của khách hàng luôn là nghiệp vụ quan trọng, ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của các tổ chức tín dụng (TCTD). Khách hàng - người gửi tiền được hiểu một cách đơn giản là cá nhân hoặc tổ chức sở hữu có nhu cầu thực hiện việc gửi tiền vào TCTD nhằm đáp ứng các mục đích của mình. Về bản chất, người gửi

¹³ Email: phamthuylieu@gmail.com và hothihaikt31c@gmail.com
Điện thoại: 0983529456; 0976715872

tiền chính là người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, theo đó người gửi tiền là chủ thể sử dụng dịch vụ gửi giữ tài sản của TCTD không phải vì mục đích cung cấp lại để tìm kiếm lợi nhuận. Trong quan hệ gửi tiền, tình trạng bất cân xứng về thông tin giữa người gửi tiền và TCTD diễn ra khá phổ biến khi người gửi tiền thường không nắm rõ quy định pháp luật và cơ chế hoạt động của TCTD. Trong khi đó, TCTD có trình độ hiểu biết pháp luật, nắm giữ đầy đủ thông tin nên có đủ cơ chế bảo vệ mình, có kinh nghiệm khi xảy ra trường hợp tranh chấp với khách hàng. Bên cạnh đó, khác với hoạt động vay tiền tại TCTD, khách hàng cần tài sản bảo đảm cho khoản vay của mình để chứng minh năng lực tài chính và khả năng trả nợ. Trong khi đó, trong hoạt động nhận tiền gửi, người gửi tiền không nắm giữ tài sản bảo đảm của TCTD, do đó khi xảy ra tranh chấp hoặc rủi ro thì người gửi tiền dễ rơi vào vị thế yếu hơn so với TCTD. Ngoài ra, quan hệ nhận tiền gửi giữa TCTD và người gửi tiền thường không được ghi nhận trong các hợp đồng cụ thể và chặt chẽ. Trên thực tế, khi khách hàng có nhu cầu gửi tiền, họ sẽ đến quầy giao dịch, điền thông tin trên mẫu biểu có sẵn của TCTD. Sau khi hoàn thành thủ tục, khách hàng sẽ nhận được sổ tiết kiệm/thẻ tiết kiệm, được coi như một hình thức ghi nhận giao dịch gửi tiền giữa người gửi tiền và TCTD. Như vậy, đa số người gửi tiền không được đàm phán, thương thảo các điều khoản có lợi cho mình mà phải thực hiện theo các điều khoản có sẵn của TCTD, trong khi đó các điều khoản này thông thường chủ yếu bảo vệ quyền lợi cho TCTD.

Từ những luận điểm trên cho thấy, người gửi tiền luôn có những bất lợi pháp lý hơn so với TCTD, do đó việc xây dựng và áp dụng các phương thức bảo vệ quyền lợi người gửi tiền tại các TCTD luôn là vấn đề quan trọng trong hoạt động tài chính, ngân hàng hiện nay.

1. Bảo hiểm tiền gửi – Phương thức hữu hiệu bảo vệ quyền lợi người gửi tiền tại các tổ chức tín dụng

Dưới góc độ quan hệ gửi giữ tài sản, đa số người gửi tiền quan tâm đến nhóm quyền về bảo vệ, bảo đảm an toàn tiền gửi của mình tại TCTD. Các phương thức để đảm bảo an toàn cho tiền gửi, bảo vệ quyền lợi cho người gửi tiền tại TCTD bao gồm:

- *Áp dụng chính sách lãi suất*, do mục tiêu quan trọng nhất của các ngân hàng trung ương của các quốc gia trên thế giới là ổn định giá trị đồng tiền của quốc gia, trong đó lãi suất là một trong các công cụ để thực hiện chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương. Lãi suất huy động tại các TCTD là một bộ phận của lãi suất, cũng là công cụ chính để các ngân hàng tạo lợi thế cạnh tranh trong nghiệp vụ huy động của mình. Ở một số quốc gia, trong đó có Việt Nam áp dụng chính sách quản lý trần lãi suất huy động nhằm ngăn chặn cuộc chạy đua về lãi suất của các ngân hàng và giảm lãi suất cho vay trên thị trường.

- *Dự trữ bắt buộc*, là số tiền mà các TCTD phải duy trì trên tài khoản thanh toán tại ngân hàng trung ương. Dự trữ bắt buộc được xác định trên cơ sở số dư tiền gửi huy động bình quân của từng loại tiền gửi phải dự trữ bắt buộc tại Hội sở chính và các chi nhánh của TCTD trong kỳ xác định dự trữ bắt buộc và tỷ lệ dự trữ bắt buộc tương ứng được ngân hàng trung ương xác định trong từng thời kỳ.

- *Cung cấp và bảo mật thông tin*, đây là chính sách các TCTD phải công khai các dịch vụ và chế độ ưu đãi với người gửi tiền nhưng đồng thời phải bảo vệ và giữ bí mật những thông tin về khách hàng.

- *Bảo hiểm tiền gửi (BHTG)*, là cam kết công khai của tổ chức bảo hiểm tiền gửi về việc sẽ hoàn trả một phần hoặc toàn bộ tiền gửi (bao gồm cả gốc và lãi) cho người gửi tiền tại các tổ chức tín dụng có tham gia bảo hiểm tiền gửi khi tổ chức này bị mất khả năng thanh toán hoặc chấm dứt hoạt động.

Trong các phương thức kể trên, BHTG là phương thức được thực hiện bởi định chế tài chính độc lập. Lịch sử phát triển ngân hàng trên thế giới cho thấy hoạt động BHTG công khai được thực hiện từ rất sớm tại Mỹ vào năm 1829 nhằm đối phó với tình trạng đổ vỡ mang tính chất định kỳ của các ngân hàng vào thế kỷ XIX. Hoạt động này nằm trong chương trình bảo hiểm trách nhiệm ngân hàng nói chung và mục đích của nó là bảo vệ cộng đồng khi có ngân hàng đổ bể và bảo vệ người gửi tiền cá thể, người giữ các công cụ huy động tiền gửi cá thể.

Hiện nay, trên thế giới có khoảng hơn 100 quốc gia thành lập hệ thống BHTG với các mô hình hoạt động khác nhau¹⁴. BHTG được xem như là một phương thức hữu hiệu bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền bởi mục tiêu của BHTG là bảo vệ người gửi tiền, mà trên hết là những người gửi tiền nhỏ, ít hiểu biết về tài chính. BHTG có vai trò quan trọng trong việc bảo vệ người gửi tiền, nâng cao niềm tin của công chúng đối với hệ thống tài chính, ngân hàng. Vì thế, việc sử dụng công cụ BHTG là vấn đề được nhiều Chính phủ quan tâm, theo đó hầu hết các Chính phủ đều tìm cách sử dụng BHTG như là một công cụ tài chính hữu hiệu để bảo vệ người gửi tiền trước nguy cơ phá sản của TCTD.

2. Thực trạng pháp luật và thực tiễn thực hiện pháp luật bảo hiểm tiền gửi Việt Nam và một số quốc gia trên thế giới về cơ chế bảo vệ quyền lợi người gửi tiền tại các tổ chức tín dụng

2.1. Tổ chức bảo hiểm tiền gửi

Trên thế giới, hệ thống BHTG được cấu trúc theo nhiều hình thức khác nhau, tổ chức BHTG có thể là cơ quan nhà nước thuộc Chính phủ hoặc doanh nghiệp nhà nước độc lập, hoặc có thể là một tổ chức do các ngân hàng thương mại góp vốn thành lập và quản lý hoặc là một đơn vị thuộc NHTW hoặc cơ quan giám sát. Ví dụ: Theo khảo sát tại 79 hệ thống BHTG thì có 70 tổ chức là pháp nhân độc lập (trong đó có 53 tổ chức thuộc chính phủ hoặc doanh nghiệp nhà nước, 17 tổ chức do các ngân hàng góp vốn thành lập) và có 9 tổ chức là đơn vị trực thuộc NHTW, cơ quan chính phủ hoặc cơ quan có thẩm quyền. Hầu hết các tổ chức BHTG đều được cấu trúc là thể chế độc lập thuộc chính phủ hoặc doanh nghiệp thuộc sở hữu nhà nước. Mặc dù mô hình tổ chức này đòi hỏi được đầu tư nhiều hơn các mô hình khác nhưng cho phép tổ chức BHTG thực hiện nhiệm vụ được giao một cách hiệu quả và bảo vệ tốt nhất quyền lợi của người gửi tiền. Mô hình tổ chức khác cho cơ quan BHTG là tổ chức phi lợi nhuận do các ngân hàng góp vốn thành lập (ví dụ: Pháp, Brazil, Argentina...). Mặc dù là tổ chức do các ngân hàng góp vốn và thành lập nhưng thông thường nhiệm vụ của các tổ chức này cũng được quy định trong luật¹⁵.

Ở Việt Nam, BHTG Việt Nam (BHTGVN) là tổ chức tài chính nhà nước được giao thực hiện chính sách công về BHTG, hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận, thực hiện chính sách BHTG nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự ổn định

¹⁴ Ngô Quang Huy (2020), Pháp luật về bảo hiểm tiền gửi từ thực tiễn bảo hiểm tiền gửi Việt Nam, Luận án tiến sĩ, Tr.29

¹⁵ Ủy ban thường vụ Quốc hội, Viện nghiên cứu lập pháp, Trung tâm thông tin khoa học. 2009. Kinh nghiệm quốc tế về tổ chức bảo hiểm tiền gửi hiệu quả.

của hệ thống các TCTD, bảo đảm sự phát triển an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng. Với vai trò là góp phần duy trì sự ổn định của hệ thống các TCTD; sự ổn định về chính trị, an ninh và trật tự xã hội, tiền đề cho ổn định và phát triển kinh tế.

2.2 Loại tiền gửi, phí bảo hiểm tiền gửi, hạn mức tiền gửi được bảo hiểm

- Về loại tiền gửi được bảo hiểm:

Pháp luật về BHTG của Việt Nam quy định tiền gửi được bảo hiểm là tiền gửi bằng đồng Việt Nam của cá nhân gửi tại tổ chức tham gia BHTG dưới hình thức tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm, chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, tín phiếu và các hình thức tiền gửi khác theo quy định của Luật các tổ chức tín dụng. Quy định về tiền gửi được bảo hiểm là cơ sở pháp lý để triển khai việc chi trả, qua đó bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền một cách hiệu quả, minh bạch và thống nhất.

Việc quy định người gửi tiền nào hay loại tiền gửi nào được bảo hiểm phụ thuộc vào chính sách của từng hệ thống BHTG. Một số hệ thống BHTG trên thế giới chỉ quan tâm tới loại tiền gửi được bảo hiểm mà không quan tâm người gửi tiền nào được bảo hiểm. Hầu hết các hệ thống BHTG trên thế giới đều không BHTG của các cơ quan chính phủ, tiền gửi bất hợp pháp, tiền gửi của các tổ chức tài chính, các công ty lớn và tiền gửi của người trong nội bộ của các ngân hàng tham gia BHTG vì họ cho rằng đây đều là những đối tượng có khả năng tiếp cận và nắm được thông tin về tình hình hoạt động và quản lý của các tổ chức mà họ gửi tiền. Ví dụ: Hàn Quốc nêu rõ sự hợp tác đa phương chặt chẽ giữa các tổ chức trong mạng an toàn tài chính “Chính phủ Hàn Quốc và các cơ quan giám sát tài chính phải thông báo cho KDIC những diễn biến chính như việc tạm ngừng hoạt động, thu hồi giấy phép của tổ chức tài chính...”. Hay trong cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu vừa qua, sự ra đời của Luật cải cách phố Wall và bảo vệ người tiêu dùng tài chính (Dodd-Frank) đã cho FDIC quyền xử lý một số tổ chức tài chính phi ngân hàng. Mô hình hoạt động của tổ chức BHTG giảm thiểu rủi ro tại Mỹ được xem là rất thành công¹⁶.

Để tránh những cách hiểu không thống nhất về loại tiền gửi được bảo hiểm, đa số các hệ thống BHTG thường chỉ ra những loại tiền gửi không được bảo hiểm. Thông thường các quốc gia không bảo hiểm đối với các loại tiền gửi sau: Tiền gửi ngoại tệ; Tiền gửi liên ngân hàng; Chứng chỉ tiền gửi không ghi danh. Bên cạnh đó, một số hệ thống BHTG thường nêu cụ thể tiền gửi trên loại tài khoản tiền gửi nào được bảo hiểm trong đó có bao gồm cả tiền gửi ký quỹ, ký cược của cá nhân và tiền gửi trên tài khoản đồng chủ tài khoản. Quy định như vậy sẽ thuận lợi cho việc triển khai thực hiện, đặc biệt là trong giai đoạn hoạt động ngân hàng đang phát triển, ra đời nhiều hình thức huy động mới, chưa thể định danh tại thời điểm qui định về tiền gửi được bảo hiểm. Hơn nữa, đối với tiền gửi cá nhân trên tài khoản đồng chủ tài khoản cần có qui định cụ thể về hạn mức chi trả cho người gửi tiền trong trường hợp này.

- Về phí bảo hiểm tiền gửi:

Phí BHTG là khoản tiền mà tổ chức tham gia BHTG phải nộp cho tổ chức BHTG để bảo hiểm cho tiền gửi của người gửi tiền tại tổ chức tham gia BHTG. Mục đích của thu phí là để hình thành nguồn quỹ có sẵn giúp xử lý kịp thời đổ vỡ TCTD và thực hiện mục tiêu bảo vệ người gửi tiền. Hiện nay, trên thế giới có hai hệ thống phí BHTG được áp dụng là hệ thống phí đồng hạng

¹⁶ Ủy ban thường vụ Quốc hội, Viện nghiên cứu lập pháp, Trung tâm thông tin khoa học. 2009. Kinh nghiệm quốc tế về tổ chức bảo hiểm tiền gửi hiệu quả.

và hệ thống phí trên cơ sở rủi ro (phí phân biệt). Ở một số quốc gia, mức phí đồng hạng phần lớn được áp dụng trong giai đoạn đầu thành lập, nhưng sau một thời gian ngắn hoạt động khi tổ chức BHTG tích lũy đủ nguồn vốn quỹ mục tiêu, kinh nghiệm và có khả năng đánh giá, xếp loại các tổ chức tham gia BHTG một cách phù hợp thì sẽ tổ chức thu phí theo mức độ rủi ro, ví dụ: Canada, Bồ Đào Nha, Ba Lan, Mỹ, Đài Loan, Thụy Điển, Singapore... hoặc một số quốc gia, dựa trên xếp hạng phí của tổ chức BHTG, ngân hàng tự tính phí và trả cho tổ chức BHTG trong thời hạn theo quy định của pháp luật. Phương pháp thu phí đồng hạng bộc lộ một số bất cập, như: mang tính “cào bằng”, không khuyến khích, thúc đẩy cạnh tranh giữa các tổ chức nhận tiền gửi, không đảm bảo nguyên tắc thị trường (TCTD nào rủi ro cao thì phải đóng phí cao và ngược lại). Điều đó sẽ dẫn tới hệ quả không đảm bảo công bằng giữa các TCTD, không tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh giữa các TCTD và không tạo động lực cho các TCTD cố gắng nỗ lực cải thiện hoạt động và nâng cao tính minh bạch cho tổ chức và tăng cường khả năng thích nghi cũng như cạnh tranh trên thị trường...¹⁷

Ở Việt Nam, Luật BHTG năm 2012 không quy định khung phí và mức phí cứng mà quy định mức phí cụ thể đối với các tổ chức tham gia BHTG dựa trên cơ sở kết quả đánh giá rủi ro và phân loại của các tổ chức này. Tuy nhiên, thực tiễn BHTGVN vẫn đang áp dụng mức phí đồng hạng đối với các tổ chức tham gia BHTG, theo đó mức phí đồng hạng được áp dụng đối với tất cả các tổ chức tham gia BHTG là 0,15% trên tổng số dư tiền gửi bình quân của các loại tiền gửi được bảo hiểm tại tổ chức tham gia BHTG. Việc tổ chức BHTGVN vẫn đang tiếp tục áp dụng mức phí đồng hạng đã bộc lộ những hạn chế và không đảm bảo đúng quy luật thị trường là tổ chức nào hoạt động rủi ro cao thì phải đóng phí nhiều và ngược lại; đồng thời không đảm bảo tính công bằng và không khuyến khích các tổ chức tham gia BHTG tích cực cải thiện và hoạt động an toàn lành mạnh để được hưởng mức phí BHTG thấp. Có thể nói, áp dụng cách tính phí đồng hạng như hiện nay, BHTGVN chỉ quan sát được số dư tiền gửi bình quân chứ không đánh giá được tiềm lực tài chính cũng như nguy cơ có thể xảy ra rủi ro trong quá trình hoạt động của từng tổ chức mà điều này trên thực tế có khoảng cách rất lớn giữa các chủ thể tài chính khác nhau. Với sự phát triển của hệ thống ngân hàng Việt Nam về cả số lượng lẫn chất lượng trong thời gian vừa qua thì áp dụng phương pháp tính và thu phí đồng hạng như hiện nay là không còn phù hợp. Xu hướng trên thế giới chuyển đổi từ mô hình phí đồng hạng sang mô hình phí theo mức độ rủi ro (phí phân biệt) đã được áp dụng ở nhiều quốc gia, đó là kinh nghiệm để Việt Nam cho phép tổ chức BHTGVN xây dựng kế hoạch để lựa chọn mô hình này.

2.3. Cơ chế hoạt động bảo hiểm tiền gửi nhằm bảo vệ quyền lợi người gửi tiền

- Về tổ chức tham gia BHTG

BHTG ở Việt Nam được áp dụng bắt buộc đối với TCTD và tổ chức không phải là TCTD được thực hiện một số hoạt động ngân hàng để bảo đảm quyền lợi của người gửi tiền. Theo Điều 6, Luật BHTG năm 2012 và Điều 4, Nghị định số 68/2013/NĐ-CP ngày 28/6/2013 của Chính phủ thì tổ chức tham gia BHTG là các TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài được nhận tiền gửi của cá nhân, bao gồm: Ngân hàng thương mại Nhà nước, Ngân hàng thương mại cổ phần, Ngân hàng liên doanh, Chi nhánh ngân hàng nước ngoài hoạt động tại Việt Nam, Quỹ tín dụng nhân dân và các tổ chức nhận tiền gửi khác theo quy định của pháp luật.

¹⁷ Ủy ban thường vụ Quốc hội, Viện nghiên cứu lập pháp, Trung tâm thông tin khoa học. 2009. Kinh nghiệm quốc tế về tổ chức bảo hiểm tiền gửi hiệu quả.

Các tổ chức tham gia BHTG trước khi nhận tiền gửi của khách hàng phải nộp hồ sơ tham gia BHTG cho tổ chức BHTG Việt Nam, trên cơ sở đó BHTGVN sẽ tiến hành thẩm định hồ sơ; trường hợp hồ sơ tham gia BHTG đủ điều kiện thì tổ chức tham gia BHTG sẽ được cấp chứng nhận BHTG. Bên cạnh đó, tổ chức tham gia BHTG “phải niêm yết công khai bản sao Chứng nhận tham gia BHTG tại tất cả các điểm giao dịch có nhận tiền gửi” để chứng minh tổ chức nhận tiền gửi đã tham gia BHTG và được bảo hiểm cho các khoản tiền gửi theo quy định của pháp luật.

- Về người được BHTG:

Ở Việt Nam, khoản 2 Điều 4 Luật BHTG năm 2012 đã quy định: “Người được bảo hiểm tiền gửi là cá nhân có tiền gửi được bảo hiểm tại tổ chức tham gia bảo hiểm tiền gửi”. Như vậy, Luật BHTG năm 2012 quy định chỉ bảo hiểm cho tiền gửi của người gửi tiền là cá nhân mà không bảo hiểm cho tiền gửi của hộ gia đình, tổ hợp tác, doanh nghiệp. Sở dĩ như vậy là bởi vì việc bảo hiểm cho tiền gửi của tổ chức không phù hợp với mục tiêu bảo vệ người gửi tiền nhỏ lẻ, thiếu thông tin; đồng thời tiền gửi của tổ chức thường mang tính luân chuyển cao, chủ yếu nhằm mục đích thanh toán chứ không nhằm mục đích gửi tiền tiết kiệm. Với quy định này thì chính sách BHTG hướng tới mục tiêu bảo vệ đối tượng người gửi tiền là cá nhân, bởi lẽ đối tượng này tuy chiếm đa số nhưng số dư tiền gửi là thấp nên không tạo ra áp lực lớn cho việc chi trả của tổ chức BHTG đối với người gửi tiền.

Quyền lợi người gửi tiền được đảm bảo thông qua các hoạt động nghiệp vụ của BHTGVN như kiểm tra, giám sát định kỳ tháng, quý, năm đối với tổ chức tham gia BHTG Việt Nam. Thông qua đó có thể phát hiện sớm các vi phạm quy định về BHTG và an toàn trong hoạt động ngân hàng để báo cáo, kiến nghị Ngân hàng Nhà nước xử lý kịp thời. Ngoài ra, trong tiến trình thúc đẩy tái cơ cấu các TCTD và xử lý nợ xấu, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật các TCTD năm 2017 đã giao nhiệm vụ cho BHTGVN tham gia sâu, rộng hơn vào quá trình tái cơ cấu các TCTD. Nhiệm vụ này bao gồm mua trái phiếu dài hạn của TCTD hỗ trợ TCTD được kiểm soát đặc biệt; cho vay đặc biệt đối với TCTD được kiểm soát đặc biệt; phối hợp với BKS đặc biệt và các cơ quan có liên quan đánh giá phương án phục hồi QTDND, tổ chức tài chính vi mô được kiểm soát đặc biệt.

Hiện nay, BHTGVN đang bảo vệ hơn 5 triệu tỷ đồng tiền gửi bằng VNĐ của cá nhân tại gần 1.300 tổ chức tham gia BHTG trên toàn quốc, bao gồm: NHTM, chi nhánh ngân hàng nước ngoài, Ngân hàng HTX, QTDND và tổ chức tài chính vi mô¹⁸. BHTG là quy định bắt buộc đối với các TCTD nhận tiền gửi, tuy nhiên, người gửi tiền không phải nộp phí BHTG, phí này do tổ chức nhận tiền gửi đóng cho BHTGVN theo quy định. Khi tổ chức tham gia BHTG bị đổ vỡ, phá sản, quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền luôn được bảo đảm. BHTGVN thay mặt Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam thực hiện chi trả cho người gửi tiền trong hạn mức BHTG. Hạn mức BHTG được xác định trên cơ sở năng lực tài chính của tổ chức BHTG, thực trạng tình hình kinh tế vĩ mô ở Việt Nam, quy mô tiền gửi và thông lệ quốc tế.

- Về thời hạn chi trả

¹⁸ Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam, Chiến lược phát triển Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2025, Tài liệu tham khảo xây dựng.

Phần lớn pháp luật các nước quy định cụ thể khung thời gian tối đa tổ chức BHTG phải thực hiện việc chi trả nhưng chi tiết có sự khác nhau. Đài Loan không quy định cụ thể ngày chi trả nhưng có khuyến nghị chi trả trong 3 ngày kể từ khi xảy ra đổ vỡ. Khung thời gian chi trả từ nhanh nhất có thể ở Mỹ (trước ngày làm việc đầu tiên của tuần kế tiếp sau tuyên bố đóng cửa vào thứ sáu tuần trước), rất nhanh ở Đài Loan (3 ngày làm việc), rất kịp thời ở Canada (tối đa 14 ngày hoàn tất chi trả đầy đủ và 5 ngày để chi trả tạm thời một phần) hay Hồng Kông (14 ngày), Nga (13 ngày), Mexico (7 ngày), đến không chậm hơn 6 tháng (Bahamas) và rất lâu (1 năm) ở Đức hay Thổ Nhĩ Kỳ. Tại Anh, thời gian chi trả chậm nhất 90 ngày được rút xuống 20 ngày làm việc kể từ 1/1/2011 sau vụ đổ vỡ Northern Rock và mục tiêu chi trả mới được đặt ra là 7 ngày làm việc.¹⁹

Ở Việt Nam, thời hạn chi trả bảo hiểm là 60 ngày, kể từ thời điểm phát sinh nghĩa vụ trả tiền bảo hiểm, BHTGVN có trách nhiệm trả tiền bảo hiểm cho người được BHTG. Số tiền gửi của người gửi tiền được bảo hiểm bao gồm cả tiền gốc và lãi vượt quá hạn mức trả tiền bảo hiểm thì phần vượt quá sẽ được giải quyết trong quá trình xử lý tài sản của tổ chức tham gia BHTG theo quy định của pháp luật. Trong quá trình thực hiện chi trả, thời gian thực tế trung bình là 30 ngày kể từ ngày phát sinh nghĩa vụ chi trả tiền gửi được bảo hiểm. Tuy nhiên, thực tế đến thời điểm hiện nay BHTGVN mới chỉ thực hiện chi trả cho các QTDND với quy mô nhỏ chứ chưa có Ngân hàng thương mại nào ở Việt Nam xảy ra đổ vỡ, mất khả năng thanh toán dẫn đến việc BHTGVN phải thực hiện chi trả; quá trình giải quyết chưa có ý kiến phản ánh gì về thủ tục chi trả, do vậy thời gian theo quy định hiện nay là tương đối phù hợp.

- Về hạn mức chi trả bảo hiểm.

Chi trả là chức năng cơ bản của mọi hệ thống BHTG, nội dung này được quy định cụ thể trong luật BHTG của các nước, từ trách nhiệm và nghĩa vụ chi trả của tổ chức BHTG đến thời hạn thực hiện nghĩa vụ chi trả, yêu cầu chi trả, hình thức, quy trình, loại tiền, tiếp cận thông tin phục vụ chi trả... Nhìn chung, pháp luật các nước đều quy định đến vấn đề này, trong đó nhấn mạnh việc chi trả BHTG là trách nhiệm của tổ chức BHTG, ngoại trừ một số ít trường hợp như Đức, không có bất kỳ chính sách nào quy định nghĩa vụ chi trả cho người gửi tiền bởi lẽ nó chỉ bảo vệ cho các tổ chức thành viên khỏi nguy cơ phá sản và thanh lý... Có thể nói, chính sách hạn mức trả tiền bảo hiểm được coi là công cụ cốt lõi để thực hiện chính sách BHTG, nó có tác động rất lớn đến sự ổn định của hệ thống tài chính - ngân hàng thông qua yếu tố kỷ luật thị trường. Hạn mức trả tiền bảo hiểm phù hợp phải đồng thời thỏa mãn hai yếu tố: (i) Hạn mức phải đủ cao để bảo vệ đại đa số người gửi tiền, đặc biệt là những người gửi tiền nhỏ, hiểu biết hạn chế; (ii) Hạn mức phải đủ thấp để những người gửi tiền lớn không chạy theo các hành vi rủi ro, chạy đua tìm kiếm ngân hàng trả lãi suất cao nhất mặc dù bản thân người gửi tiền biết ngân hàng đó có rủi ro cao hơn.

Theo thông lệ quốc tế và khuyến nghị của Hiệp hội BHTG quốc tế, hạn mức trả tiền bảo hiểm nên có giới hạn, đáng tin cậy và bảo hiểm được cho phần lớn người gửi tiền, nhưng phải bảo đảm có một tỷ lệ đáng kể giá trị tiền gửi tuân theo kỷ luật thị trường. Về hình thức, thời hạn và cách thức chi trả BHTG, pháp luật các nước đều quy định khá chi tiết và linh hoạt. Chẳng hạn, tại Mỹ, tăng hạn mức từ \$100.000 lên \$250.000 là một biện pháp cải cách chính sách BHTG quan

¹⁹ Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (2008), Vai trò của tổ chức bảo hiểm tiền gửi Việt Nam trong việc bảo vệ người gửi tiền và đảm bảo an sinh xã hội, Chuyên đề nghiên cứu chuyên sâu.

trọng, đáp ứng tốt nhất những yêu cầu của người gửi tiền. Hình thức chi trả được quy định linh hoạt trong luật BHTG. Luật công ty BHTG Canada và Đài Loan cho phép tổ chức BHTG chi trả trực tiếp bằng tiền mặt, chuyển nhượng, chuyển khoản... Tổ chức BHTG tại Canada được tự quyết định thực hiện chi trả hơn một lần. Gần đây, Luật BHTG sửa đổi của Philippines (Luật công số 10846) có hiệu lực vào tháng 5/2016 nêu rõ: “Người gửi tiền sẽ nhanh chóng nhận được tiền chi trả khi xảy ra đổ vỡ ngân hàng” bằng tiền mặt hoặc chuyển khoản vì Tổng công ty BHTG Philippines (PDIC) có thể thực hiện chi trả mà chưa cần trừ ngay nợ của người gửi tiền. PDIC đảm bảo chi trả kịp thời cho người gửi tiền căn cứ trên chứng từ tiền gửi chứ không chỉ theo hồ sơ của ngân hàng²⁰.

Pháp luật Việt Nam hiện hành quy định số tiền gửi tối đa mà tổ chức BHTG trả cho tất cả các khoản tiền gửi được bảo hiểm của một người gửi tiền tại một tổ chức tham gia BHTG khi phát sinh nghĩa vụ trả tiền bảo hiểm là 75 triệu đồng Việt Nam (theo Quyết định số 21/2017/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ). Với hạn mức này, BHTGVN có khả năng bảo vệ phần lớn người gửi tiền, khá gần với khuyến nghị của Hiệp hội BHTG quốc tế. Phần vượt hạn mức, người gửi tiền sẽ được nhận trong quá trình xử lý tổ chức tham gia BHTG.

Đến nay, BHTGVN đã chi trả cho 1.828 người gửi tiền tại 39 quỹ tín dụng nhân dân, với tổng số tiền 26.778 triệu đồng. Việc chi trả tiền gửi được bảo hiểm cho người gửi tiền kịp thời, đúng quy định, góp phần nâng cao niềm tin công chúng đối với hệ thống tài chính, ngân hàng. Người gửi tiền còn được BHTGVN bảo vệ gián tiếp gắn với “vòng đời” của tổ chức tham gia BHTG từ lúc được thành lập cho đến khi rút khỏi thị trường thông qua các nghiệp vụ BHTG khác nhằm góp phần bảo đảm an toàn hoạt động ngân hàng.

Tuy nhiên, so với các quốc gia trên thế giới, hạn mức chi trả của BHTGVN vẫn còn thấp. Theo số liệu thống kê, năm 2018, hạn mức BHTG (theo đô la Mỹ) của Việt Nam thấp thứ 5/18 tổ chức BHTG trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương tham gia trả lời khảo sát, chỉ cao hơn Ấn Độ, Bangladesh, Pakistan và Cộng hòa Kyrgyz. Tỷ lệ người gửi tiền được bảo hiểm toàn bộ trên tổng số người gửi tiền được bảo hiểm tại Việt Nam cũng thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực như Thái Lan (99,83%), Mông Cổ (99,80%), Đài Loan (98,30%), Malaysia (98,00%), Singapore (91,00%). Ngoài ra, theo kết quả khảo sát, hạn mức BHTG trên thế giới dao động ở mức từ dưới 1.000 đô la Mỹ đến 300.000 đô la Mỹ. Một số tổ chức BHTG áp dụng bảo hiểm toàn bộ. Tính đến hết năm 2018, hạn mức BHTG trung bình là 70.000 đô la Mỹ cho mỗi cá nhân tại mỗi tổ chức tín dụng và đã tăng đáng kể trong vòng 10 năm trở lại đây. Việt Nam nằm trong số những nước có hạn mức BHTG thấp nhất thế giới (thấp thứ 15/113 tổ chức trên thế giới tham gia trả lời khảo sát).²¹

Như vậy có thể thấy, hạn mức trả tiền bảo hiểm tại Việt Nam hiện nay là tương đối thấp. Điều này phần nào sẽ ảnh hưởng đến niềm tin của người gửi tiền. Vì vậy, để củng cố niềm tin của người gửi tiền vào chính sách BHTG nói riêng và hệ thống tài chính ngân hàng nói chung, từ đó thu hút tiền gửi của người dân, BHTGVN nên xem xét đề xuất Ngân hàng Nhà nước trình Thủ tướng Chính phủ nâng hạn mức trả tiền bảo hiểm từ 75 triệu đồng lên 125 triệu đồng, tương đương 2 lần GDP bình quân đầu người thì quỹ dự phòng nghiệp vụ của Bảo hiểm tiền gửi Việt

²⁰ Ủy ban thường vụ Quốc hội, Viện nghiên cứu lập pháp, Trung tâm thông tin khoa học (2009), Kinh nghiệm quốc tế về tổ chức bảo hiểm tiền gửi hiệu quả

²¹ Ủy ban thường vụ Quốc hội, Viện nghiên cứu lập pháp, Trung tâm thông tin khoa học (2009), Kinh nghiệm quốc tế về tổ chức bảo hiểm tiền gửi hiệu quả

Nam có đủ khả năng để đảm bảo chi trả tiền gửi cho 100% QTDND và tỷ lệ này mới tăng lên mức 90,94%, nằm trong khoảng khuyến nghị của IADI.

3. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả của BHTG trong việc bảo vệ quyền lợi người gửi tiền tại TCTD

Thứ nhất, sửa đổi, bổ sung những nội dung tại Luật BHTG nhằm hoàn thiện cơ sở pháp lý để bảo vệ tốt hơn quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền.

Trong quá trình tham gia kiểm soát đặc biệt tại tổ chức tham gia BHTG (đặc biệt là ở một số QTDND), BHTGVN gặp một số trường hợp gian lận, giả mạo hồ sơ, tài liệu, giấy tờ để được chi trả tiền bảo hiểm; chia, tách một khoản tiền gửi trên hạn mức thành nhiều khoản tiền gửi của nhiều người để được nhận tiền bảo hiểm nhiều hơn... Việc kiểm soát và ngăn chặn hành vi gian lận để nhằm “trục lợi” tiền BHTG của BHTGVN trong trường hợp chia, tách, chuyển quyền sở hữu sổ tiết kiệm gặp khó khăn do chưa có quy định về vấn đề này. Do vậy, để hạn chế hành vi gian lận nhằm “trục lợi” BHTG, bảo vệ tốt nhất quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền cũng như của tổ chức BHTG thì nội dung về gian lận nhằm “trục lợi” BHTG cần được quy định tại văn bản pháp lý cao nhất điều chỉnh về hoạt động BHTG là Luật BHTG.

Bên cạnh đó, để đáp ứng việc chi trả ngay trong trường hợp BHTGVN phải chi trả cho các tổ chức tham gia BHTG có quy mô lớn hoặc phát sinh nghĩa vụ trả tiền bảo hiểm tại nhiều tổ chức tham gia BHTG cùng lúc, thì việc BHTGVN chỉ tiếp nhận hồ sơ theo nguyên tắc có hoàn trả từ ngân sách nhà nước theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ hoặc vay của các TCTD, tổ chức khác có bảo lãnh của Chính phủ chưa đủ mạnh để thực hiện hiệu quả chính sách BHTG. Trong trường hợp này, BHTGVN cần thêm các nguồn hỗ trợ khác để đảm bảo khả năng chi trả, góp phần bảo vệ tốt hơn.

Thứ hai, nâng cao vai trò của BHTGVN trong việc tái cấu trúc các TCTD yếu kém. Theo quy định hiện hành của pháp luật, BHTGVN được tham gia vào quá trình cơ cấu lại các TCTD yếu kém, trước mắt tập trung đối với hệ thống QTDND, tổ chức tài chính vi mô, cũng như bảo vệ quyền lợi của cá nhân gửi tiền với giải pháp hỗ trợ là tăng cường năng lực tài chính cho BHTG Việt Nam. Luật BHTG sửa đổi, bổ sung cần theo hướng để BHTGVN có vai trò độc lập hơn trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền và kiểm soát rủi ro của các TCTD; tăng cường năng lực tài chính cho BHTG Việt Nam; giúp Chính phủ sử dụng hiệu quả nguồn lực từ BHTG vào việc thực hiện nhiệm vụ cơ cấu lại TCTD yếu kém, gắn liền với xử lý nợ xấu; nâng cao hạn mức chi trả BHTG phù hợp với yêu cầu thực tế, qua đó nâng cao niềm tin của người gửi tiền vào hệ thống các TCTD.

Thứ ba, tuyên truyền, phổ biến pháp luật về BHTG đến các chủ thể của quan hệ nhận tiền gửi. Truyền thông là một nhân tố thiết yếu trong hoạt động của tổ chức BHTG. Chiến lược truyền thông, các quy trình thông tin đến công chúng, hay đơn giản như thông cáo báo chí, các thông báo chính thức kịp thời đến người gửi tiền có thể đảm bảo họ có hiểu biết đúng đắn và yên tâm gửi tiền tại các TCTD. Trái lại, việc thông tin không rõ ràng, minh bạch trong trường hợp xảy ra đổ vỡ hoặc có nguy cơ khủng hoảng hệ thống có thể khiến công chúng nhầm lẫn, mơ hồ và do đó, có thể khiến tình trạng này trầm trọng hơn. Trong giai đoạn ổn định, tổ chức BHTGVN cần đảm bảo rằng thông tin về các vấn đề cơ bản như hạn mức, quỹ BHTG, quy trình chi trả được công bố công khai, rộng rãi. Chính sách truyền thông về BHTG có thể được triển khai thông qua

các chương trình quảng bá, các phương tiện truyền thông đại chúng, giáo dục tài chính... sao cho phù hợp với đối tượng mục tiêu của tổ chức BHTG.

KẾT LUẬN

Bảo vệ quyền lợi người gửi tiền tại tổ chức tín dụng là hoạt động quan trọng chính sách phát triển kinh tế xã hội của mỗi quốc gia, giúp ổn định nền tài chính và định hướng phát triển. Trong bài viết, nhóm tác giả đã làm rõ các nội dung về người tiêu dùng, người tiêu dùng tài chính, người gửi tiền trong quan hệ gửi tiền để phân tích địa vị pháp lý của người gửi tiền và các phương thức đảm bảo an toàn, bảo vệ cho người gửi tiền. Bài viết đã phân tích vai trò của tổ chức Bảo hiểm tiền gửi, cơ chế chính sách và quy định của pháp luật trong việc bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền ở Việt Nam. Thông qua việc nghiên cứu thực trạng hoạt động của tổ chức bảo hiểm tiền gửi Việt Nam có sự đối sánh với quy định pháp luật và thực trạng của một số quốc gia trên thế giới để từ đó đưa những nhận định, đánh giá về quy định của pháp luật Việt Nam cũng như thực trạng pháp luật trong việc bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam, *Chiến lược phát triển Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2025*, Tài liệu tham khảo xây dựng.

TS. Nguyễn Đức Kiên, 2017, *Nâng cao vai trò của tổ chức bảo hiểm tiền gửi trong quá trình tái cơ cấu các tổ chức tín dụng*, số 36 Bản tin của Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam

Ngô Quang Huy, 2020, *Pháp luật về bảo hiểm tiền gửi từ thực tiễn bảo hiểm tiền gửi Việt Nam*, Luận án tiến sĩ.

Quốc hội, 2012, *Luật Bảo hiểm tiền gửi*.

Quốc hội, 2010, *Luật các tổ chức tín dụng 2010, sửa đổi bổ sung 2017*.

Ủy ban thường vụ Quốc hội, Viện nghiên cứu lập pháp, Trung tâm thông tin khoa học. 2009. *Kinh nghiệm quốc tế về tổ chức bảo hiểm tiền gửi hiệu quả*.

Website: <http://www.div.gov.vn>

Website: <http://poi.htu.edu.vn/ngghien-cuu/quan-diem-ve-khai-niem-nguoi-tieu-dung-theo-cach-tiep-can-cua-mot-so-he-thong-phap-luat-tren-the-gioi.html>

Website: <https://tapchitaichinh.vn/bao-hiem/han-muc-bao-hiem-cua-viet-nam-so-voi-cac-nuoc-tren-the-gioi-324424.html>

BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH – MỘT SỐ THÔNG LỆ QUỐC TẾ VÀ LIÊN HỆ THỰC TIỄN VIỆT NAM

PGS.TS. Nguyễn Đắc Hưng²² - Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên

Tóm tắt:

*Vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính, trở thành thông lệ từ lâu ở các nền kinh tế phát triển trên thế giới, là câu chuyện bình thường trong cuộc sống hàng ngày tại nhiều quốc gia khác trên thế giới. Đặc biệt là, kể từ sau cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008, cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ số hóa, một trong những ưu tiên của rất nhiều chính phủ là bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong sử dụng các dịch vụ tài chính. Tuy nhiên, bảo vệ người tiêu dùng tài chính mới chỉ thường xuyên được đề cập đến trên nhiều diễn đàn, mới thực sự được quan tâm ở Việt Nam trong một số năm gần đây. Việt Nam cũng không thể nằm ngoài xu hướng này khi thực hiện các cam kết trong AEC, WTO, EVFTA và các FTA khác. Song thực tiễn, sự chuyển động của các cơ quan chức năng và nhiều định chế tài chính về **bảo vệ người tiêu dùng tài chính** tại Việt Nam hiện nay vẫn còn chậm. Bài viết tập trung phân tích làm rõ các nội dung này.*

Từ khóa: bảo vệ, người tiêu dùng tài chính, quan điểm

Abstract

The issue of financial consumer protection, which has become a long-standing practice in developed economies around the world, is a normal story in everyday life in many other countries around the world. Especially, since the global financial crisis in 2008, along with the rapid development of digital technology, one of the priorities of many governments is to protect the interests of consumers in use financial services. However, financial consumer protection has only been frequently mentioned on many forums, only to be really interested in Vietnam in recent years. Vietnam cannot stay out of this trend when implementing commitments in AEC, WTO, EVFTA and other FTAs. However, in practice, the movement of the authorities and many financial institutions to protect financial consumers in Vietnam is still slow. The article focuses on analyzing and clarifying these contents.

Keywords: protection, financial consumers, opinion

Giới thiệu nghiên cứu

Bảo vệ người tiêu dùng tài chính đó là thực hiện các biện pháp quy định pháp lý đồng bộ, rõ ràng, minh bạch về trách nhiệm, nghĩa vụ, quyền lợi của các bên có liên quan trong thực hiện các giao dịch tài chính. Tuy nhiên, đứng trên góc độ an toàn của nền kinh tế và góc độ thực tiễn của các nền kinh tế đang phát triển, hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng như Việt Nam, người tiêu dùng tài chính rất đa dạng và có mức độ chênh lệch rất lớn về nhận thức. Phần đông người dân

²² ĐT 0912755306

(Thông tin tham khảo: Nguyên Phó Tổng BT Tạp chí Ngân hàng – Ngân hàng Nhà nước Việt Nam – 118 Khuất Duy Tiến – Thanh Xuân – Hà Nội)

thường ở thế bị động, do thế chủ động của bên cung cấp dịch vụ tài chính, do hạn chế về hiểu biết về thao tác sử dụng nghiệp vụ dịch vụ tài chính của người sử dụng dịch vụ tài chính, nhất là người yếu thế, do các đối tượng khác lợi dụng sự bất cập về nắm bắt các quy định, chậm cập nhật công nghệ giao dịch, lỗ hổng của các quy định hiện hành, nên cần có các biện pháp tổng thể bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tài chính.

Vậy bảo vệ người tiêu dùng tài chính được hiểu hay được diễn đạt như thế nào? Bản chất của nó ra sao, có những mục tiêu cụ thể như thế nào và nguyên tắc gì? Thực trạng vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính ở Việt Nam hiện nay ra sao, cần có những khuyến nghị gì? Đây là vấn đề có tính cấp bách đang đặt ra trong thực tiễn Việt Nam. Nghiên cứu về chủ đề này có ý nghĩa thiết thực với mục đích chung đảm bảo phát triển bền vững nền kinh tế.

Nội dung nghiên cứu

1. Cơ sở lý thuyết của nghiên cứu

Bài viết cho rằng, **Người tiêu dùng tài chính**, tiếng Anh đó là **Financial Consumer**, là các cá nhân hoặc tổ chức sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính trên thị trường tài chính.

Bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong tiếng Anh được gọi là **Financial Consumer Protection**. Có nhiều khái niệm, định nghĩa và cách hiểu khác nhau về nội dung này. Có ý kiến cho rằng, đó là việc ngăn chặn các tổ chức tài chính thực hiện các hành vi gian lận, trái luật hoặc hưởng lợi bất hợp pháp từ các giao dịch với cá nhân hoặc tổ chức tài chính khác. *Jame Callon (2018)*

Theo tổ chức OECD, Bảo vệ người tiêu dùng tài chính đó là những người xây dựng chính sách, các quan chức nhà nước cùng hành động, cung cấp các hướng dẫn, bác biện pháp bảo vệ và hỗ trợ người tiêu dùng tài chính trong các giao dịch tài chính. *OECD (2021)*

Các ngân hàng, tổ chức tín dụng, các tổ chức tài chính cá nhân khác có liên quan xây dựng các nền tảng pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính, hướng dẫn người tiêu dùng tài chính hiểu biết pháp luật và tự mình bảo vệ mình, bảo vệ sức khỏe tài chính trong tương lai. *FINDLAW (2021)*

Một cách diễn đạt khác, bảo vệ người tiêu dùng tài chính đó là việc một hệ thống luật pháp và tổ chức của Chính phủ, của Nhà nước được thiết lập để đảm bảo quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng tài chính; cũng như người tiêu dùng tài chính có đầy đủ kiến thức, kỹ năng, sự hiểu biết để tự bảo vệ chính mình khi sử dụng các dịch vụ tài chính. *Hội đồng Thanh toán châu Âu (2021)*

Tác giả bài viết cho rằng, bảo vệ người tiêu dùng tài chính được hiểu là việc một hệ thống luật pháp phù hợp, hiệu quả; một hệ thống tổ chức được Quốc hội, hay Chính phủ, Bộ Tài chính hay Ngân hàng Trung ương, thiết lập để đảm bảo quyền lợi hợp pháp của người tiêu dùng tài chính, cũng như đảm bảo giao dịch tài chính an toàn, ổn định; cạnh tranh công bằng, thông tin sản phẩm dịch vụ tài chính minh bạch trên thị trường tài chính; Đồng thời, ngăn chặn các tổ chức tài chính thực hiện các hành vi gian lận, trái luật hoặc hưởng lợi bất hợp pháp từ các giao dịch với cá nhân hoặc tổ chức tài chính khác.

2. Vai trò của bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Theo thống kê của Ngân hàng Thế giới (WB), trước năm 2010, mỗi năm thế giới có gần 150 triệu người tiêu dùng mới tham gia vào thị trường dịch vụ tài chính. Tuy nhiên trong 10 năm gần đây, với sự phổ cập của điện thoại di động trên toàn thế giới, sự phát triển dịch vụ thanh toán thông qua quét mã QR tại Trung Quốc cũng như hàng loạt nước khác, sự phát triển của dịch vụ Mobile Money tại trên 90 quốc gia trên toàn cầu, sự phát triển của công nghệ ngân hàng số... càng làm cho số lượng người sử dụng dịch vụ tài chính tăng nhanh trong các năm gần đây, đạt bình quân 180 triệu người tiêu dùng mới mỗi năm. Bên cạnh đó, tần suất và quy mô giá trị mỗi giao dịch tài chính cũng tăng nhanh. Cùng với các ngân hàng, tổ chức trung gian thanh toán, tổ chức tài chính vi mô, cung cấp các dịch vụ tài chính, thì các tổ chức trung gian tài chính, các công ty công nghệ cũng tham gia trực tiếp vào thị trường dịch vụ tài chính cho người tiêu dùng. VNBA (2021)

Sự phát triển mạnh mẽ của thị trường dịch vụ tài chính và số lượng khách hàng tiêu dùng các dịch vụ tài chính ngày càng thường xuyên và trở thành thói quen trong hoạt động kinh doanh, trong đời sống sinh hoạt hàng ngày, theo đó, sự mất cân đối thông tin về sản phẩm dịch vụ tài chính giữa người tiêu dùng và tổ chức cung ứng, thao tác chưa thuận thực của người tiêu dùng khi sử dụng dịch vụ tài chính tiện ích dựa trên công nghệ số, thiếu ổn định trong hoạt động cả mạng Internet và các thiết bị kèm theo, những rủi ro về tấn công mạng,... đã và đang tiếp tục đặt ra cho nhiều người tiêu dùng tài chính vào thế bất lợi. Sự mất cân đối này càng lớn khi kinh nghiệm sử dụng dịch vụ tài chính của người tiêu dùng thấp và mức độ phức tạp của các sản phẩm dịch vụ tài chính. Điều này dẫn đến trường hợp, nhiều tổ chức tài chính, tổ chức trung gian thanh toán, ví điện tử,... một mặt vẫn đảm bảo khách hàng tiêu dùng thấp được phục vụ tốt, nhưng mặt khác đã lợi dụng lợi thế thông tin để kiếm lời bất chính, để lộ thông tin cho bên thứ ba hay cố tình cung cấp thông tin cá nhân cho bên thứ ba, gây mất niềm tin vào thị trường tài chính chính thức, ảnh hưởng lớn đến tính bảo mật thông tin, an toàn thông tin cá nhân của người tiêu dùng tài chính.

Do đó, trong cuộc cách mạng 4.0 hiện nay, cùng với sự phát triển của thương mại điện tử, dịch vụ điện tử, tiền điện tử, sự phát triển của các sản phẩm tài chính phái sinh và dịch vụ tài chính tiện ích,... thực hiện bảo vệ người tiêu dùng tài chính với những quy định phù hợp, hiệu quả, có thể ngăn chặn sự mất cân đối thông tin, bảo vệ quyền lợi khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính, gây dựng lại niềm tin cho người tiêu dùng tài chính, khuyến khích họ chủ động tiếp cận đến các sản phẩm dịch vụ tài chính chính thức và qua đó thúc đẩy tài chính toàn diện, phát triển bền vững thị trường dịch vụ tài chính, bền vững các định chế tài chính,... đang trở nên hết sức cần thiết và có tính cấp bách ở trên thế giới, trong đó có Việt Nam.

3. Một số nguyên tắc bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Theo mục tiêu và định hướng để bảo vệ quyền lợi chính đáng, hợp pháp người tiêu dùng dịch vụ tài chính trong bối cảnh toàn cầu hóa và công nghệ số đang diễn ra mạnh mẽ hiện nay, cần đảm bảo các nguyên tắc cơ bản sau đây:

Một là, các ngân hàng, tổ chức trung gian tài chính, tổ chức tài chính vi mô, tổ chức trung gian thanh toán, các công ty công nghệ cũng tham gia trực tiếp vào thị trường dịch vụ tài chính cần phải đảm bảo thật sự minh bạch về các điều khoản, điều kiện sử dụng dịch vụ tài chính, phí và quyền lợi của người tiêu dùng, đặc biệt đối với khách hàng lần đầu tiên sử dụng dịch vụ tài

chính, từ đó khách hàng tiêu dùng có thể đưa ra quyết định dựa trên cơ sở được thông tin đầy đủ, dễ hiểu, tránh những ngộ nhận hoặc hiểu lầm không đáng có.

Hai là, các tổ chức tham gia trực tiếp vào thị trường dịch vụ tài chính nói trên còn phải đảm bảo thực sự minh bạch về trách nhiệm, nghĩa vụ đối với các giao dịch trái phép, giao dịch gian lận, tấn công mạng và rủi ro do nhà cung cấp gây ra, bởi vì không như các sản phẩm dịch vụ truyền thống thường kèm theo yêu cầu kiểm soát chặt chẽ về mặt chứng từ để bảo vệ khách hàng, ngày càng có nhiều sản phẩm dịch vụ tài chính tiện tích dựa trên công nghệ hiện đại, nếu không tuân thủ các yêu cầu lưu vết giao dịch, hoặc xác định khách hàng có thể bị lạm dụng gây thất thoát.

Ba là, các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính cần thường xuyên đưa ra các biện pháp phù hợp, hiệu quả, hỗ trợ khách hàng tiêu dùng và giải quyết khiếu nại kịp thời, thiện chí, khi họ cần phản ánh những vấn đề phát sinh trong giao dịch tài chính. Cơ chế này rất quan trọng để bảo vệ khách hàng tiêu dùng tài chính tránh khỏi những nhà cung ứng dịch vụ yếu kém và chất lượng dịch vụ thấp, tạo lòng tin cho họ.

Bốn là, chủ động, tự giác và thường xuyên đưa ra các biện pháp hữu hiệu, bảo vệ thông tin, dữ liệu cá nhân của khách hàng tiêu dùng tài chính. Bảo vệ khách hàng tránh khỏi bị truy thu trái phép từ tài khoản giao dịch của họ, như bị chủ nợ xiết nợ, hoặc các khoản truy thu khác.

4. Các nhóm rủi ro xung đột lợi ích trong giao dịch mà người tiêu dùng tài chính thường gặp phải và cần được bảo vệ

Theo Công ty Tài chính quốc tế (IFC), người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính sẽ dễ dàng gặp phải 5 nhóm rủi ro xung đột lợi ích, bao gồm: VNBA (2021)

i) Rủi ro về phát triển sản phẩm, bao gồm: sản phẩm, dịch vụ tài chính không tuân thủ các yêu cầu pháp lý; thiếu các hướng dẫn đầy đủ, dễ hiểu, minh bạch cho người tiêu dùng tài chính sử dụng.

ii) Rủi ro về công nghệ, đó là, độ tin cậy của hệ thống bảo mật, lỗi hệ thống thông tin, dễ bị rò rỉ thông tin cá nhân, bị Hacker tấn công;

iii) Rủi ro tiếp thị: quảng cáo sai sự thật, các mức thu phí dịch vụ trùng lặp và không hợp lý...;

iv) Rủi ro gian lận trong giao dịch: giám sát giao dịch của tổ chức cung ứng thiếu hiệu quả, không có cơ chế giám sát nhân viên TCTD để xảy ra rủi ro đạo đức, đẩy rủi ro giao dịch về phía khách hàng;

v) Rủi ro bán hàng: giao dịch nhầm, lộ thông tin khách hàng, thiếu chính sách giải quyết khiếu nại kịp thời và hiệu quả... VNBA (2021)

Chính vì các rủi ro nói trên, nên việc đặc thù hóa đối tượng “người tiêu dùng tài chính” là cần thiết đặc ra để có các quy định pháp lý bảo vệ quyền lợi phù hợp với yêu cầu thực tiễn.

5. Khái quát thông lệ quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính

Các sản phẩm và dịch vụ tài chính hiện nay rất đa dạng, từ ngân hàng, bảo hiểm, công ty chứng khoán, quỹ đầu tư đến các sản phẩm thanh toán điện tử, đầu tư tài chính phái sinh khác. Hệ thống tài chính, ngân hàng ở bất kỳ quốc gia nào cũng là huyết mạch của nền kinh tế, hoạt

động dựa trên số đông người tiêu dùng sử dụng, tham gia, với điều kiện khách hàng tiêu dùng dịch vụ tài chính có niềm tin ở hệ thống tài chính. Chính vì thế, để có được sự tin tưởng của người tiêu dùng, việc bảo vệ quyền lợi của họ là rất quan trọng ở các thị trường tài chính phát triển, hay những nơi muốn phát triển một thị trường tài chính lành mạnh, đảm bảo dịch vụ tài chính cho mọi người (financial inclusion).

Từ năm 2012, WB đã chia sẻ những kinh nghiệm tốt trong việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Những kinh nghiệm đó đã giúp ích rất nhiều cho việc hoạch định chính sách của nhiều Chính phủ trên thế giới. Việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dịch vụ tài chính thường được thể hiện qua một số khía cạnh chủ yếu như sau: trước tiên, cần có một khung pháp lý và giám sát cũng như các chế tài thực hiện hiệu quả. Khảo sát gần đây nhất (2017) của WB cho biết, 38% các nước có thu nhập cao có luật bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính riêng, 85% trong số này có quy định bảo vệ người tiêu dùng trong các luật chuyên ngành (ví dụ như luật ngân hàng). VNBA (2021)

Đi vào cụ thể của các quy định pháp lý, các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính phải có nghĩa vụ cung cấp thông tin minh bạch cho người tiêu dùng. Theo đó, tối thiểu các tài liệu quảng cáo, tài liệu bán hàng, các thông tin về điều khoản, điều kiện giao dịch phải được chấp bút đơn giản, rõ ràng, dễ hiểu. Nhiều nước có quy định đối với các khoản vay tín dụng, người đi vay phải được biết trước các thông tin chính như lãi suất, nợ gốc, lãi trả định kỳ, lãi suất áp dụng và số lãi phải trả khi quá hạn... Một ví dụ khác khá phổ biến là việc chuyển tiền quốc tế. Nhiều ngân hàng đưa ra mức phí chuyển tiền rất thấp, có khi miễn phí, nhưng lại tự ý áp tỷ giá hối đoái theo hướng bất lợi cho khách hàng, thành ra tổng chi phí cuối cùng lại cao hơn những nhà cung cấp khác.

Nghĩa vụ cung cấp thông tin còn buộc trách nhiệm các tổ chức tài chính phải cung cấp định kỳ miễn phí tình trạng tài khoản hoặc hợp đồng của khách hàng qua các hình thức khác nhau như e-mail, tin nhắn SMS, tài liệu giấy. Khi có một sự thay đổi về tình trạng của tài khoản hay hợp đồng, khách hàng phải được cập nhật tức thời. Hiện nay, nhiều ngân hàng đã cung cấp dịch vụ bảo mật hai lớp, sử dụng mã xác thực qua tin nhắn để thực hiện các giao dịch trực tuyến.

Quyền lợi của người tiêu dùng dịch vụ tài chính còn buộc các tổ chức tài chính đối xử bình đẳng trong việc soạn thảo các điều khoản, điều kiện vì bên cung cấp là người chấp bút, sự bất cân xứng thông tin trong trường hợp này thường bất lợi hơn cho khách hàng. Không những thế, nếu có xung đột về lợi ích hay xâm phạm tài sản của khách hàng do nhân viên hay người đại diện của tổ chức tài chính làm, thì phải ưu tiên quyền lợi của khách hàng, vì bản thân nhân viên hay người đại diện chính là tổ chức tài chính đó. Yêu cầu bình đẳng trong việc cung cấp dịch vụ đang là mối quan tâm của quốc tế, trong xu hướng tài chính cho mọi người, nhằm hạn chế tình trạng phân biệt đối xử, không cung cấp dịch vụ cho người nghèo, yếu thế trong xã hội.

Các tổ chức tài chính còn phải đảm bảo an toàn cho thông tin cá nhân và tài sản của khách hàng, đặc biệt khi quá trình số hóa đang diễn ra nhanh chóng. Rủi ro bị tin tặc tấn công là rất lớn và những thiệt hại của khách hàng là trách nhiệm của tổ chức tài chính cung cấp dịch vụ. Ngay cả trong trường hợp tổ chức tài chính bị mất khả năng thanh toán thì người tiêu dùng vẫn được bảo vệ ở một mức đảm bảo tối thiểu.

Cuối cùng, quyền lợi của người tiêu dùng dịch vụ tài chính được thể hiện trong việc giải quyết các tranh chấp phát sinh. Thường thì sẽ có quy trình giải quyết khiếu nại nội bộ qua trung tâm dịch vụ khách hàng. Nếu không ổn thỏa, sẽ chuyển sang các hình thức trung gian hòa giải

khác trước khi vụ việc được xử lý ở tòa án. Ở nhiều nước, mô hình trọng tài hay trung gian hòa giải khá là phổ biến khi có những tranh chấp phát sinh trong lĩnh vực tài chính, vì các bên đều biết rằng, nếu chính thức tranh chấp tại tòa thì chi phí sẽ rất lớn.

6. Khái quát thực trạng bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam

6.1. Thực trạng biện pháp bảo vệ người tiêu dùng tài chính và môi trường pháp lý có liên quan

Theo kết quả khảo sát của Công ty Tài chính quốc tế (IFC) ở 6 quốc gia khu vực châu Á, bao gồm: Indonesia, Hàn Quốc, Thái Lan, Philippines, Malaysia và Việt Nam, thì hiện nay hoạt động bảo vệ người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính ở Việt Nam được đánh giá là khá sơ sài. *Jame Callon (2018)*

Theo IFC, có 6 tiêu chí để đánh giá hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, như: phổ cập các chương trình về rủi ro tiêu dùng; xử lý trực tiếp khiếu nại; nhận báo cáo khiếu nại từ các tổ chức tài chính, kiểm soát chất lượng phục vụ, hỗ trợ khách hàng tiêu dùng dịch vụ tài chính,...; thì Việt Nam hiện chỉ đáp ứng được 2 yếu tố là: có cơ quan quản lý khiếu nại và có hỗ trợ khách hàng tiêu dùng tài chính khiếu nại bằng đường dây nóng, hay gửi email, do chính các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính thực hiện. Các tiêu chí khác đều được các quốc gia khác áp dụng, nhưng chưa ghi nhận có áp dụng tại Việt Nam. *Jame Callon (2018)*

Cho đến nay chính vì Việt Nam vẫn chưa có hoặc chưa cụ thể hóa các quy định về hoạt động giám sát từ xa trong giao dịch tài chính, chưa áp dụng các mô hình tăng cường sử dụng các nghiên cứu, khảo sát tập trung về khiếu nại tiêu dùng tài chính, chưa trang bị các trang web cho khách hàng tư vấn, tham khảo một cách đầy đủ, rõ ràng, minh bạch về các dịch vụ tài chính cũng như những giao dịch cần thiết... Do đó, hình thức giám sát cơ chế bảo vệ người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính tại Việt Nam hiện nay được coi là khá bị động, chưa kịp thời và chưa hiệu quả.

Về mặt pháp lý, hiện nay tất cả các quốc gia được IFC khảo sát đều đã có những đơn vị chuyên trách quản lý tập trung đối với việc bảo vệ người tiêu dùng lĩnh vực tài chính. Tại Hàn Quốc, Thái Lan, Philippines công việc này được giao cho “Trung tâm bảo vệ người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính” do Ngân hàng Trung ương các quốc gia đó thành lập. Tại Indonesia cả Ngân hàng Trung ương và Cơ quan giám sát độc lập của nước này cùng phối hợp quản lý việc sử dụng các sản phẩm – dịch vụ tài chính. Tuy nhiên, tại Việt Nam chưa có vụ, cục hoặc phòng độc lập nào của các cơ quan trung ương trực tiếp phụ trách lĩnh vực này. *Jame Callon (2018)*

Tại Việt Nam, việc bảo vệ người tiêu dùng hiện nay chủ yếu dựa trên pháp lý là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (năm 2010). Tuy nhiên, ngay cả trong luật này cũng không có các quy định tách riêng người tiêu dùng sản phẩm dịch vụ tài chính với các đối tượng người tiêu dùng khác. Do luật chưa có các quy định tách bạch rõ ràng, nên hiện nay chưa có một cơ quan chuyên trách chịu trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính.

6.2. Thực trạng cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dịch vụ tài chính

Hiện nay có các cơ quan liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, bao gồm:

1) NHNN, mà trực tiếp là Cơ quan Thanh tra giám sát ngân hàng tại Trung ương; bên cạnh đó là Phòng thanh tra giám sát NH tại các chi nhánh NHNN tỉnh, thành phố. Cơ quan thanh tra giám sát NH chỉ giải quyết các đơn khiếu nại liên quan đến giao dịch tài chính thuộc lĩnh vực ngân hàng, mà đơn đó phải có đủ điều kiện giải quyết theo quy định của pháp luật. Thường là các đơn khiếu nại đó sau khi khách hàng đã gửi khiếu nại trực tiếp tại TCTD nhưng chưa đáp ứng được yêu cầu. Tuy nhiên cũng có nhiều đơn khiếu nại được Cơ quan thanh tra giám sát NH gửi lại chính TCTD để giải quyết, trả lời theo thẩm quyền. Đến nay chưa có một điều tra, tổng hợp nào tỷ lệ có bao nhiêu đơn của khách hàng gửi đến các ngân hàng, đến Thanh tra giám sát NHNN đã được giải quyết, bao nhiêu đơn không được giải quyết. Theo nhận định của tác giả bài biết hầu hết đơn khiếu nại của người tiêu dùng tài chính không được Cơ quan thanh tra giám sát ngân hàng giải quyết.

Có rất nhiều nguyên nhân của tình trạng đơn khiếu nại của người tiêu dùng tài chính không được giải quyết: i) đùn đẩy trách nhiệm, đơn được chuyển đi chuyển lại giữa NHNN và các TCTD; giữa NHNN Trung ương và chi nhánh NHNN tỉnh, thành phố; ii) Tình trạng quá tải của Cơ quan thanh tra giám sát NH, đơn quá nhiều, cán bộ có hạn, nên họ chỉ tập trung giải quyết các vụ việc thanh tra lớn, có ảnh hưởng lớn; iii) ranh giới đơn đủ điều kiện giải quyết và không đủ điều kiện giải quyết rất mong manh và nhiều khi mang tính chủ quan lập luận của cơ quan tiếp nhận đơn; iv) người tiêu dùng tài chính không có đủ kiến thức và hiểu biết cần thiết để viết đơn và trình bày các căn cứ trong đơn; iv) TCTC nói chung và NHTM nói riêng phớt lờ đơn khiếu nại của người tiêu dùng tài chính để bảo vệ quyền lợi của TCTD, trừ khi bị đưa lên phương tiện thông tin đại chúng.

2) Bộ Công thương, Bộ Thông tin – Truyền thông, Bộ Tài chính, Bộ Công an, Ủy ban chứng khoán nhà nước, đây là các cơ quan quản lý nhà nước về chuyên ngành. Nên tương tự, các cơ quan này chỉ giải quyết các khiếu nại đủ điều kiện giải quyết theo quy định của pháp luật, hoặc chuyển đến các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính giải quyết, chuyển đến NHNN (Cơ quan thanh tra giám sát ngân hàng). Bộ Công an chỉ vào cuộc khi có dấu hiệu rõ ràng của phạm tội công nghệ cao, có dấu hiệu rõ ràng vi phạm hình sự, bị đưa lên dư luận rộng rãi trên phương tiện thông tin đại chúng và là những vụ việc lớn.

3) Hội Bảo vệ người tiêu dùng: không có chức năng thanh tra, kiểm tra, chỉ có tính chất tư vấn, chuyển đơn, đưa ra quan điểm, ý kiến. Một số vụ việc liên quan đến quyền lợi người tiêu dùng tài chính được xem xét khi dư luận lên tiếng, bị đưa lên các phương tiện thông tin đại chúng.

Tất cả các cơ quan, tổ chức nói trên đều có khả năng tham gia vào quá trình bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Tuy nhiên các cơ quan này đều chưa có các bộ phận chuyên trách cũng như các quy trình quản lý cụ thể để thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Ngoài ra, cơ chế phối hợp giữa các cơ quan kể trên cũng chưa rõ ràng và thiếu ràng buộc vì vậy việc xử lý các xung đột lợi ích xảy ra khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính vẫn khá lúng túng.

6.3. Thực trạng người tiêu dùng tài chính được trang bị hiểu biết để tự mình bảo vệ chính mình

Người tiêu dùng tài chính chưa có đầy đủ nhận thức, hiểu biết để tự bảo vệ chính mình. Đây cũng là nguyên nhân của Việt Nam cũng như nhiều nước ở châu Á mà IFC khảo sát đưa ra đánh giá tiêu chí đầu tiên trong 6 tiêu chí, đó là phổ cập các chương trình về rủi ro tiêu dùng tài chính chưa được quan tâm.

Vấn đề nổi lên đối với Việt Nam đó là người tiêu dùng tài chính chưa tự mình bảo vệ được chính mình. Một thực trạng rõ ràng là, một tỷ lệ nhất định nguồ tiêu dùng tài chính bị lôi kéo vào các sản giao dịch ngoại hối, sản giao dịch tiền ảo, tín dụng đen, vay đảo nợ, vay nóng, vay tài chính tiêu dùng với lãi suất cao, giao sổ đỏ đất đai cho các chủ vay nợ, ký giấy tờ vay nợ nhiều sơ hở,.. do thiếu hiểu biết về các giao dịch này, nên bị lợi dụng, lừa đảo.

Trong các giao dịch tài chính điện tử hiện nay không ít người cung cấp mật khẩu, các dữ liệu cá nhân, bị dẫn dắt vào các đường link, trang web lừa đảo cũng có nguyên nhân quan trọng là thiếu hiểu biết về giao dịch tài chính.

Một thực trạng khác, đó là các vụ khiếu nại, tố cáo, giải quyết tranh chấp giữa ngân hàng và khách hàng cũng có tỷ lệ lớn đó là người tiêu dùng tài chính thiếu hiểu biết, nên nhân viên ngân hàng, cán bộ ngân hàng cấu kết với một số phần tử khác thực hiện các giao dịch lừa đảo.

Song nguyên nhân tựu chung của các nguyên nhân nói trên đó là giáo dục tài chính toàn diện hiện nay ở Việt Nam còn quá kém, có quá nhiều bất cập nên họ không tự bảo vệ được chính mình. Nhìn chung giáo dục tài chính mới chỉ được hệ thống ngân hàng chủ động tuyên truyền, quảng bá, phổ cập theo nhiệm vụ của ngành, công việc kinh doanh của các NHTM, nặng về giới thiệu tiện ích, quảng cáo thu hút khách hàng, chưa chú trọng đến cung cấp đầy đủ các thông tin, kiến thức cho họ bảo vệ quyền lợi chính họ.

Giáo dục tài chính toàn diện chưa được coi là một chương trình quan trọng của quốc gia, thu hút được sự quan tâm, chủ động phối hợp một cách tự giác của các bộ ngành và UBND các tỉnh, thành phố, để nâng cao trình độ dân trí về dịch vụ tài chính. Cho đến nay các bộ ngành có liên quan và UBND các tỉnh, thành phố cũng chưa có chương trình hành động cụ thể, chưa có chỉ đạo cụ thể thực hiện có hiệu quả Quyết định số 149/QĐ-TTg, ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ ban hành về việc phê duyệt Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, giúp cho người dân nâng cao kỹ năng bảo vệ mình khi tiêu dùng dịch vụ tài chính.

Nội dung giáo dục tài chính toàn diện mới chỉ được thể hiện trong các môn học chuyên ngành về tài chính, tiền tệ tại các trường đại học, cao đẳng, chưa trở thành một nội dung cụ thể; một bài giảng riêng, một tiết học chuyên sâu được giáo dục, giảng dạy thường xuyên, có tính chính thống trong tất cả các bậc đào tạo đại học, cao đẳng, dạy nghề. Nhìn nhận rộng hơn, giáo dục tiếp cận tài chính toàn diện cũng chưa được thiết kế thành một số tiết, hay một bài giảng trong Giáo dục lý luận chính trị, bồi dưỡng quản lý hành chính nhà nước trong hệ thống trường lý luận chính trị, quản lý hành chính các cấp; giáo dục phổ thông, ít ra là ở bậc trung học cơ sở. Người được đào tạo trong các hệ thống nhà trường này chưa được giới thiệu cụ thể về tài chính toàn diện, về các dịch vụ tài chính điện tử, dịch vụ ngân hàng dựa trên nền tảng công nghệ số, các hành vi lừa đảo, các biện pháp bảo vệ chính mình. Đây là một bất cập lớn nhất trong giáo dục tài chính toàn diện ở Việt Nam hiện nay nhằm nâng cao năng lực người tiêu dùng tài chính bảo vệ chính mình.

6.4. Thực trạng giải quyết của cơ quan pháp luật trong bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tài chính

Để làm rõ thực trạng này, bài viết xin nêu ra 2 vụ án điển hình sau đây:

Thứ nhất, vụ việc bị rút mất tiền gửi tiết kiệm tại Eximbank. Đầu năm 2018, Cơ quan cảnh sát điều tra đã xác định Eximbank chi nhánh TP Hồ Chí Minh là bị hại trong vụ án Lừa đảo chiếm đoạt tài sản mà ông Lê Nguyễn Hưng (nguyên phó Giám đốc Eximbank chi nhánh TP Hồ Chí Minh) đã lập chứng từ giả mạo, chiếm đoạt số tiền hơn 245 tỷ đồng trong các tài khoản tiết kiệm của bà Chu Thị Bình. Bà Bình được xác định là người có quyền và nghĩa vụ liên quan nên NH phải có trách nhiệm thực hiện quyền và nghĩa vụ theo quy định.

Như vậy, trong hơn 1 năm qua (tính đến đầu tháng 3/2021), lãnh đạo cao nhất của Eximbank luôn khẳng định sẽ đảm bảo quyền lợi cho khách khi có thông báo từ cơ quan điều tra, nhưng khi cơ quan điều tra có kết luận thì lại nói chờ ra tòa. Vụ việc này sau đó đã được Tòa án giải quyết và quyền lợi người tiêu dùng được bảo vệ, tuy nhiên kéo rất dài và khách hàng bị thiệt hại về lãi suất. *Tieudung (2021)*

Vụ thứ hai cũng liên quan đến tiền gửi tiết kiệm. Giữa năm 2018, khách hàng đến VietABank chi nhánh Đông Đô (ở đường Lê Văn Lương, Hà Nội) được Nguyễn Thị Hà Thành đón tiếp. Thấy người phụ nữ này thoải mái ra vào quầy giao dịch, phòng Giám đốc và được nhân viên ngân hàng tôn trọng, khách hàng nghĩ Thành là sếp ở VietABank. Vụ việc đã được cơ quan chức năng khởi tố, trong đó có 1 cán bộ ngân hàng. *Sputniknews (2021)*

Trên đây là 2 vụ việc điển hình, còn trong thực tiễn có rất nhiều vụ việc khác liên quan đến khách hàng gửi tiền tiết kiệm, sử dụng thẻ tín dụng, vay tài chính tiêu dùng và tín dụng tiêu dùng, thanh toán,... bị thiệt hại, mà người tiêu dùng tài chính không được pháp luật bảo vệ kịp thời. Từ thực trạng nói trên cho thấy, chính ngân hàng không thiết lập đủ các hàng rào kỹ thuật, quy định giao dịch chặt chẽ, kiểm soát nội bộ hiệu quả để bảo vệ quyền lợi của khách hàng, của người giao dịch tài chính.

Khuyến nghị giải pháp

Một là, việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dịch vụ tài chính khi không thể trông chờ vào sự tự giác, chủ động của các tổ chức tài chính thì trách nhiệm phải thuộc về các nhà hoạch định chính sách, các cơ quan quản lý có liên quan, các tổ chức dân sự đại diện cho người tiêu dùng, và cuối cùng là chính bản thân từng người tiêu dùng. Vì vậy các cơ quan quản lý nhà nước cần ban hành, tham mưu ban hành quy định cụ thể về bảo vệ người tiêu dùng tài chính, cần thành lập bộ phận chuyên trách giải quyết khiếu nại liên quan vực này với các quy trình cụ thể, rõ ràng.

Hai là, NHNN thúc đẩy tiến độ tái cơ cấu các Công ty tài chính, công ty cho thuê tài chính, quản lý chặt chẽ các công ty tài chính tiêu dùng và rà soát lại các quy định hoạt động, định quản lý các công ty dịch vụ thẻ, các trung gian thanh toán, ví điện tử. Trên cơ sở đó tạo điều kiện cho các công ty, tổ chức này đóng góp tốt hơn, có hiệu quả hơn trong việc thực hiện chính sách tài chính, chính sách tiền tệ thúc đẩy phát triển kinh tế tư nhân, cũng như phát triển bền vững chính các công ty này thuộc kinh tế tư nhân.

Thực tiễn hiện nay một số Công ty cho thuê tài chính không phát triển được do đặc thù nền kinh tế Việt Nam và doanh nghiệp Việt Nam. Tiến độ tái cơ cấu Công ty tài chính còn chậm. Đặc biệt là các công ty tài chính tiêu dùng đang có 2 bất cập lớn: *Thứ nhất*, chạy theo doanh số cho vay, chiếm lĩnh thị phần, tăng dư nợ nên cơ chế ràng buộc thiếu chặt chẽ, lãi suất cho vay cao, gấp 2-4 lần lãi suất cho vay của Ngân hàng thương mại, rủi ro cao. *Thứ hai*, công tác thu hồi nợ thời gian qua đã biến tướng nên cần phải chấn chỉnh đảm bảo an ninh xã hội. Nguyên tắc vay nợ

“ai vay người đó trả”, nên không được nhắc nợ, đòi nợ cá nhân không có nghĩa vụ trả nợ, hay các hành vi hăm dọa, hù dọa, quấy nhiễu. Vì vậy cần phải (i) Bắt buộc các Công ty tài chính tiêu dùng xây dựng chuẩn hóa quy trình đánh giá cho vay nhằm ra quyết định cho vay dựa trên khả năng trả nợ và ý chí trả nợ của người vay; (ii) Các công ty tài chính phải xây dựng quy trình thu hồi nợ đảm bảo phù hợp với các quy định pháp luật; (iii) bảo vệ hình ảnh và thương hiệu của hệ thống ngân hàng, công ty tài chính.

Ba là, NHNN cần hoàn các quy định về quản lý các tổ chức tín dụng phi ngân hàng. Quy mô hoạt động của các TCTD PNH Việt Nam còn khá hạn chế. Các TCTD PNH cung cấp tín dụng chủ yếu dựa trên nguồn vốn là các khoản vay ngắn hạn từ các NHTM. Với cơ cấu nguồn vốn như vậy rất dễ bị tổn thương, đặc biệt là khi các TCTD PNH phụ thuộc quá nhiều vào nguồn vốn này. Rủi ro sẽ càng gia tăng khi TCTD PNH tham gia vào các giao dịch tài chính phức tạp. Khi đó, rủi ro hệ thống thể hiện trên cả 2 phương diện: một là sự đổ vỡ của TCTD PNH, hai là mất vốn của NHTM. Từ đó có thể ảnh hưởng lên an toàn hệ thống, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của thị trường tài chính. Các thị trường cho thuê tài chính, bao thanh toán và tín dụng tiêu dùng vẫn còn nhiều dư địa để phát triển. Cần tách biệt giữa hai nhóm đối tượng quản lý là TCTD PNH và NHTM.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Hiệp hội Ngân hàng châu Âu (2011), *Các nguyên tắc hướng dẫn thực hiện*; truy cập tại: <http://www.ebf-fbe.eu/index.php?page=guiding-principles>; Thời gian truy cập: từ ngày 8 đến ngày 10/7/2021

Hội đồng Thanh toán châu Âu (2021): *Khuôn khổ pháp lý về Thanh toán thẻ chung trong khu vực thanh toán chung bằng đồng Euro*. Truy cập tại <http://www.europeanpaymentscouncil.eu>; Thời gian truy cập: từ ngày 8 đến ngày 10/7/2021

FINDLAW (2021): truy cập tại: <https://www.findlaw.com/consumer/credit-banking-finance.html>; Thời gian truy cập: từ ngày 8 đến ngày 10/7/2021

Jame Callon (2018): “Bảo vệ người tiêu dùng sử dụng dịch vụ tài chính”; truy cập tại: <https://vietnamfinance.vn/bao-ve-nguoi-tieu-dung-su-dung-dich-vu-tai-chinh-20180503145023393.htm>; Thời gian truy cập: từ ngày 8 đến ngày 10/7/2021

OECD (2021): Truy cập tại: <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/financialconsumerprotection.htm>; Thời gian truy cập: từ ngày 8 đến ngày 10/7/2021

Tieudung (2021): truy cập tại: <https://giadinhvaphapluat.vn/vu-mat-245-ty-tiet-kiem-tai-eximbank-quan-diem-cua-nguoi-lien-quan-p58876.html>; Thời gian truy cập: từ ngày 8 đến ngày 10/7/2021

Sputniknews (2021): truy cập tại: <https://vn.sputniknews.com/business/201812296841548-vu-lua-dao-tai-ngan-hang-viet-a-bank-khoi-to-bi-can-bat-tam-giam-nguyen-thi-ha-thanh/>

VNBA (2021): truy cập tại: <http://vnba.org.vn>, tại các mục: Nghiên cứu trao đổi, Thị trường tài chính; Thời gian truy cập: từ ngày 8 đến ngày 10/7/2021;

Quốc hội (2010), *Luật Bảo vệ người quyền lợi người tiêu dùng năm 2010*.

Quốc hội (2010), *Luật Các tổ chức tín dụng năm 2010*.

KHUNG PHÁP LÝ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH: KINH NGHIỆM TỪ NHẬT BẢN VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

ThS Đinh Thị Quỳnh Anh, TS. Trịnh Thị Phan Lan - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội,
Phạm Thị Ngọc Trang - University of Marketing and Distribution Sciences

Tóm tắt

Bảo vệ người tiêu dùng tài chính là một nhiệm vụ cấp thiết và quan trọng hiện tại. Đây là tiền đề để xây dựng một thị trường tài chính lành mạnh, trật tự và công bằng, thúc đẩy sự tăng trưởng bền vững của thị trường về lâu dài. Tầm quan trọng của vấn đề này cũng được nhiều tổ chức quốc tế khẳng định cũng như xây dựng khung pháp lý và khung giám sát thúc đẩy các quốc gia xây dựng những quy định và cơ chế riêng để bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Dựa trên khung chính sách chung đó, Nhật là một trong những quốc gia tiên phong và đạt được một số thành tựu nhất định với Luật kinh doanh các sản phẩm tài chính; Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính cùng với những quy định riêng về bảo vệ người tiêu dùng tài chính ở các lĩnh vực cụ thể như Luật Ngân hàng; Luật kinh doanh bảo hiểm;....Tuy nhiên, tại Việt Nam, những công cụ bảo vệ người tiêu dùng tài chính còn chung chung và chưa rõ ràng, cũng chưa hiệu quả. Vì vậy, bài nghiên cứu trình bày cái nhìn khách quan về thực trạng bảo vệ người tiêu dùng tài chính trên thế giới, lấy dẫn chứng Nhật và thực tế tại Việt Nam. Từ đó, bài nghiên cứu đưa ra những liên hệ và giải pháp cho vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam.

Từ khóa : Bảo vệ người tiêu dùng tài chính, dịch vụ tài chính

Abstract:

Currently, Financial consumer protection is one of urgent and important tasks. This is the premise to build a fair, orderly, and transparent financial market, as well as to contribute towards the long-term growth of the market. The importance role also has been confirmed by many international organizations. Following that, the legal and regulatory framework that encourages countries to develop their own regulations and mechanisms to safeguard consumers in the financial marketplace also has been built. Based on the framework, Japan is a pioneer country that enables gaining achievements with The Financial Instruments Sales Law (金融商品販売法), The Financial Instruments and Exchange Act (金融商品取引法) and many other provisions on Financial Consumer Protection in specific areas such as The Banking Act, Insurance Business Act, etc. However, in Vietnam, Financial consumer protection tools are still generic, unclear, and ineffective. Therefore, the paper presents the current situation of financial consumer protection in the world, in Japan and in Vietnam. Based on that, this paper assesses connections and proposes solutions to improve the financial consumer protection in Vietnam.

Keywords: Financial consumer protection, financial services

1. Đặt vấn đề

Trong những thập kỷ qua, các chính sách bảo vệ người tiêu dùng tài chính đã thu hút rất nhiều sự quan tâm của các nhà lãnh đạo trên toàn thế giới. Theo Hội nghị nghị Thượng đỉnh G20

(2011), những chính sách bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính sẽ được đưa vào khung pháp lý và khung giám sát. Bên cạnh đó, báo cáo của Ngân hàng Thế giới (WB) (2012) và Nghị viện Châu Âu (2014) cho rằng việc bảo vệ người tiêu dùng hạn chế trong các bộ phận của khu vực tài chính đã thúc đẩy cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, trong khi những cải tiến trong bảo vệ người tiêu dùng là cần thiết để cải thiện hiệu quả, cạnh tranh. Do đó, Tổ chức Hợp tác phát triển kinh tế (OECD) đã ban hành các Nguyên tắc cấp cao về bảo vệ tiêu dùng tài chính (2012), phương pháp tiếp cận chính sách bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số: Bảo vệ tài sản, dữ liệu và quyền riêng tư của người tiêu dùng (2020). Năm 2017, WB đã ban hành Các thông lệ tốt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Ở các quốc gia phát triển, những vấn đề về bảo vệ người tiêu dùng tài chính được hình thành và phát triển từ sớm và chú trọng hơn. Ví dụ điển hình là đất nước Nhật. Ở các quốc gia đang phát triển thì xảy ra điều ngược lại. Tại Việt Nam, vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính còn khá mới mẻ và còn nhiều mặt hạn chế. Sự bùng nổ trong việc tạo và sử dụng dữ liệu kết hợp với sức mạnh điện toán, khả năng xử lý và phân tích được nâng cao đáng kể bằng cách sử dụng phân tích dữ liệu và khoa học máy (trí tuệ nhân tạo) đã cho phép quá trình cung cấp dịch vụ tài chính liên tục đổi mới và phát triển mạnh mẽ. Do đó, bài viết trình bày kinh nghiệm và hiện trạng của vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính trên thế giới, Nhật và Việt Nam. Từ đó, đề xuất các giải pháp để nâng cao hiệu quả bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam.

2. Kinh nghiệm của Nhật về bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính

2.1. Khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính tại Nhật

Đặc điểm cơ bản của thị trường tài chính là rủi ro luôn đi kèm các giao dịch tài chính và sự bất cân xứng về thông tin giữa các bên tham gia giao dịch, nhất là người tiêu dùng dịch vụ tài chính thường ít chuyên môn về tài chính hơn so với các nhà cung cấp dịch vụ này (ngân hàng, công ty bảo hiểm, công ty chứng khoán,...) và hiện nay các hợp đồng dựa vào thuyết minh của các công ty tài chính đang có xu hướng tăng lên. Hơn nữa, do sự chênh lệch về kiến thức và thông tin giữa các bên nên khi tranh chấp xảy ra, người tiêu dùng thường ở trạng thái bất lợi hơn. Do đó, để tạo ra một thị trường tài chính lành mạnh và tăng trưởng bền vững, cần có những cơ chế cụ thể điều tiết sự bất cân xứng trên.

Tại Nhật, bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính là đối sách được các cơ quan quản lý tài chính đưa ra dựa trên khoảng cách thông tin giữa nhà cung cấp và người tiêu dùng, nhằm kiểm tra, giám sát các giao dịch trên thị trường tài chính. Cụ thể, nguyên lý cốt lõi đó là xoay quanh “Các biện pháp hành chính cải thiện môi trường giao dịch nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các quyết định hợp lý của người tiêu dùng và yêu cầu các nhà cung cấp dịch vụ tài chính thực hiện hợp đồng một cách công chính”. Điều 3 của Luật Thành lập Cơ quan Dịch vụ Tài chính quy định rằng “bảo vệ người gửi tiền, chủ sở hữu hợp đồng, nhà đầu tư chứng khoán và các đối tượng tương đương khác” là một trong những nhiệm vụ của Cơ quan Dịch vụ Tài chính. Điển hình là Luật thị trường và Dịch vụ Tài chính, Luật ngân hàng, các đạo luật liên quan đến những hình thức kinh doanh tài chính khác cũng hướng tới việc thiết định cơ chế bảo vệ người tiêu dùng.

Thêm vào đó, qua những vụ bê bối và tranh chấp trên thị trường tài chính như các ngân hàng lớn phá sản, gian lận biên thủ quỹ hưu trí, gian lận chuyển nhượng,...những thiếu sót và khiếm khuyết trong hệ thống tài chính của Nhật dẫn đến rủi ro lớn cho người tiêu dùng được các cơ quan có thẩm quyền lần lượt nhìn nhận, đánh giá và đưa ra những quy định cụ thể cũng như

các đạo luật có tính pháp lý điều chỉnh các vấn đề liên quan. Năm 2000, Luật kinh doanh các sản phẩm tài chính được ban hành, đặt dấu mốc quan trọng cho cơ sở pháp lý bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Cùng với sự phát triển của Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính năm 2006, khung pháp lý dần hình thành và liên tục được sửa đổi, bổ sung. Đến nay, những luật liên quan đến Bảo vệ người tiêu dùng Nhật vẫn luôn dựa trên tình huống thực tế, liên tục được rà soát và sửa đổi (Bảng 1).

Bảng 1: Hệ thống pháp luật bảo vệ người dùng trong lĩnh vực tài chính tại Nhật

Năm	Những sự kiện và dấu mốc quan trọng	Những sửa đổi lớn để bảo vệ người tiêu dùng
1996	○ Ý tưởng cải cách hệ thống tài chính (Cải cách thị trường chứng khoán - Big Bang phiên bản Nhật)	○ Sửa đổi Luật Bảo hiểm tiền gửi (đưa vào những tiền lệ đặc thù để bảo vệ các khoản tiền gửi, v.v.)
1997	○ Báo cáo của Ủy ban Điều tra Hệ thống Tài chính / Báo cáo của Hội đồng Giao dịch Chứng khoán	
1998	○ Ban cố vấn về dòng tài chính mới – chỉnh lý các vấn đề ○ Thành lập Cơ quan Giám sát Tài chính ○ Thành lập Ủy ban Tái thiết Tài chính	
1999	● Vấn đề cho vay công thương	◎ Sửa đổi Luật Kinh doanh cho vay tiền, v.v. (Giảm lãi suất tối đa, tăng cường quy định hành vi, v.v.)
2000	● Phá sản trong kinh doanh chứng khoán phía Nam (thiết định khoản bồi thường do Quỹ Bảo vệ Nhà đầu tư Nhật thực hiện) ○ Báo cáo của Hội đồng tài chính "Khuôn khổ tài chính mới thế kỷ 21" ○ Thành lập Cơ quan Dịch vụ Tài chính (Cơ quan Giám sát Tài chính Tích hợp và Cục Kế hoạch Tài chính Bộ Tài chính) ○ Thành lập Hội đồng liên lạc và điều phối các vấn đề tài chính	○ Luật kinh doanh các sản phẩm tài chính ○ Sửa đổi Luật Bảo hiểm tiền gửi (mở rộng các biện pháp đặc biệt để bảo vệ đầy đủ các khoản tiền gửi, v.v.) ◎ Luật Đầu tư sửa đổi, v.v. (Giảm lãi suất tối đa đặc biệt đối với người cho vay tiền thông thường)
2001	○ Ủy ban tái thiết tài chính bị bãi bỏ	
2002	○ Xây dựng Hội đồng Liên lạc và Điều phối tranh chấp Tài chính “Mô hình Hỗ trợ Giải quyết Khiếu nại / Tranh chấp trong các công ty đoàn thể Tài chính / các tổ chức tự chủ tài	○ Sửa đổi Luật Bảo hiểm tiền gửi (Đã đưa ra biện pháp bảo vệ đầy đủ đối với các khoản tiền gửi để thanh toán (các biện pháp vĩnh viễn))

	chính”	
2003	• Vấn đề giao dịch ký quỹ ngoại hối • Ngân hàng Ashikaga phá sản (Bảo vệ đầy đủ các khoản tiền gửi bằng cách quản lý khủng hoảng đặc biệt)	© Sửa đổi Luật kinh doanh cho vay tiền, v.v. (Luật cho vay tiền)
2004	• Vấn đề thiệt hại do gian lận chuyển nhượng • Thiệt hại do thẻ giả / thẻ bị đánh cắp ○ Chương trình cải cách tài chính	○ Sửa đổi Luật Giao dịch Hợp đồng tương lai (tăng cường các quy định về giao dịch ký quỹ ngoại hối) © Sửa đổi Đạo luật Kinh doanh Cho vay Tiền (Quy định về khoản vay thế chấp lương hưu bất hợp pháp)
2005	• Các vấn đề về luật thương mại cổ phần tư nhân • Nhiều vấn đề về đơn xen nhiễu khoản nợ • Không thanh toán bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm phi nhân thọ ○ Phòng tư vấn sử dụng dịch vụ tài chính được thành lập	○ Sửa đổi Luật Kinh doanh Bảo hiểm (Đưa ra các quy tắc bảo vệ chủ hợp đồng trong trường hợp các bên chưa có luật căn cứ) © Luật bảo vệ người gửi tiền khỏi vấn nạn thẻ giả / trộm cắp
2006		○ Sửa đổi Luật Chứng khoán và Giao dịch (Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính, Luật đầu tư Dịch vụ) ○ Sửa đổi Luật Kinh doanh cho vay tiền, v.v. (Điều chỉnh hoạt động kinh doanh cho vay tiền, ngăn chặn cho vay nặng lãi, tối ưu hóa hệ thống lãi suất, v.v.)
2007	○ Kế hoạch củng cố thị trường	© Luật giảm nhẹ thiệt hại do gian lận chuyển nhượng
2008	○ Ngân hàng Lehman Brothers phá sản và khủng hoảng tài chính toàn cầu • Bảo hiểm nhân thọ Yamato phá sản	
2009	• Các vấn đề về quản lý tiền chính phủ, chẳng hạn như trái phiếu của chính quyền địa phương ○ Thành lập Cơ quan hỗ trợ Người tiêu dùng / Ủy ban Người tiêu dùng	○ Sửa đổi Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính, v.v. (Phát triển hệ thống ADR tài chính) ○ Luật tạo thuận lợi tài chính cho DNVVN (nỗ lực thay đổi các điều kiện cho vay, v.v.)
2010	• Vấn đề bán các công cụ phái sinh ngoại hối cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, v.v. • Ngân hàng Incubator Bank of	○ Sửa đổi đặc biệt về Luật Phục hồi chức năng (Mở rộng phạm vi tiến hành thủ tục phá sản của cơ quan có thẩm quyền)

	Japan phá sản (phát sinh vấn đề bảo vệ tiền gửi ban đầu) ○ Kế hoạch hành động tài chính	
2011	○ Trộn động đất ở Đông Nhật	○ Sửa đổi Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính (vô hiệu dân sự đối với việc bán vốn cổ phần tư nhân của các công ty chưa đăng ký)
2012	● Các vấn đề quản lý tài sản hưu trí theo cổ vấn đầu tư AIJ ● Marudai Securities phá sản (thiết định khoản bồi thường do Quỹ Bảo vệ Nhà đầu tư Nhật thực hiện)	
2013	● Sự cố mất mát tài sản do MRI International ○ Cuộc họp của các chuyên gia về tái sinh thị trường tài chính / vốn “Các đề xuất để phục hồi thị trường tài chính / vốn”	○ Sửa đổi Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính (xem xét các quy định về quản lý tài sản)
2014	● Các vấn đề thiệt hại do quỹ nghiệp vụ gây ra ○ Cuộc họp của các chuyên gia về tái tạo thị trường tài chính / vốn “Các vấn đề cần tập trung vào việc hồi sinh thị trường tài chính / vốn (Khuyến nghị)”	○ Sửa đổi Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính, v.v. (Xem xét các quy định đối với nhà phân phối quỹ) ○ Luật kinh doanh bảo hiểm sửa đổi (thiết lập các quy tắc cơ bản trong hoạt động chào bán bảo hiểm)
2015	○ Hội ý tại cuộc họp của các chuyên gia về tái sinh thị trường tài chính / thị trường vốn	○ Sửa đổi Đạo luật trao đổi và công cụ tài chính (xem xét hệ thống quỹ chuyên nghiệp)

Nguồn: Fujī kazuya (2015)

(Ghi chú: Dấu ● là các đạo luật có đề cập tới vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính)

Văn bản pháp lý mới nhất về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính là Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính mới được Quốc hội Nhật thông qua tại kỳ họp tháng 3 năm 2020 dự kiến có hiệu lực năm 2021. Luật trực tiếp điều chỉnh vấn đề bảo vệ người tiêu dùng và đưa tầm quan trọng của vấn đề này lên một tầm cao mới. Đồng thời, Luật này cũng tích hợp các điều khoản liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng đang phân tán trong từng lĩnh vực tài chính, thêm mới những quy định chưa có trong luật Bảo hiểm hiện hành, chẳng hạn như chuyển đổi trách nhiệm chứng minh đối với những thiệt hại liên quan đến trách nhiệm giải trình, và những quy định cao hơn về bảo vệ người tiêu dùng tài chính như tăng mức phạt, tăng tiền phạt đối với nhà cung cấp dịch vụ tài chính khi vi phạm,...Do Luật này mới đưa vào dự thảo nên nhóm tác giả sẽ phân tích khung pháp lý dựa trên Luật có tầm ảnh hưởng nhất hiện tại - Luật kinh doanh các sản phẩm tài chính.

2.2. Những vấn đề quan trọng của Khung pháp lý liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính tại Nhật

Hạt nhân của Khung pháp lý liên quan đến Bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính tại Nhật là Luật kinh doanh các sản phẩm tài chính. Hiện nay, Luật kinh doanh các sản phẩm tài chính dựa trên 3 nhiệm vụ chính (1) Nghĩa vụ giải thích các đề mục quan trọng, (2) Yêu cầu bồi thường thiệt hại, (3) Công khai chào bán.

Nghĩa vụ giải thích các đề mục quan trọng	Yêu cầu bồi thường thiệt hại	Công khai chào bán
•Biến động thị trường, tỷ giá hối đoái, chứng khoán liên quan, v.v. •Những thay đổi trong tình trạng kinh doanh hoặc tài sản của các nhà phân phối sản phẩm tài chính và công ty phát hành trái phiếu doanh nghiệp •Giới hạn về thời gian thực hiện quyền đối với các sản phẩm tài chính và giới hạn về thời gian hủy bỏ	•Quyền chứng minh thiệt hại thuộc về người tiêu dùng •Nếu chứng minh được, nhà phân phối sản phẩm tài chính có nghĩa vụ bồi hoàn theo luật	•Chào mời phải thích hợp với kiến thức, kinh nghiệm và tài sản của đối tượng được hướng đến •Phương pháp, địa điểm, thời gian chào mời phải hợp lý, v.v.

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Cục Dịch vụ thông tin Ngân hàng Nhật

Luật quy định rằng khi nhà phân phối bán một sản phẩm tài chính, họ phải chào mời công khai và giải thích đúng mức cho người tiêu dùng những vấn đề quan trọng như rủi ro mà sản phẩm đó có cũng như nguy cơ mất vốn gốc và các yếu tố liên quan. Nếu người tiêu dùng bị thiệt hại do không lý giải được những vấn đề quan trọng nêu ở nghĩa vụ trên, thì người bán sản phẩm tài chính phải bồi thường thiệt hại. Ngoài ra, việc chào mời phải công khai và phù hợp với đối tượng được hướng đến.

Ngoài các Luật có tính pháp lý đưa ra để bảo vệ người tiêu dùng, Nhật cũng đưa ra những văn bản hướng dẫn, thành lập các cơ quan tư vấn và cung cấp thông tin để hỗ trợ kiến thức cho người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Một số lưu ý khi mua các sản phẩm tài chính được gợi ý như sau:

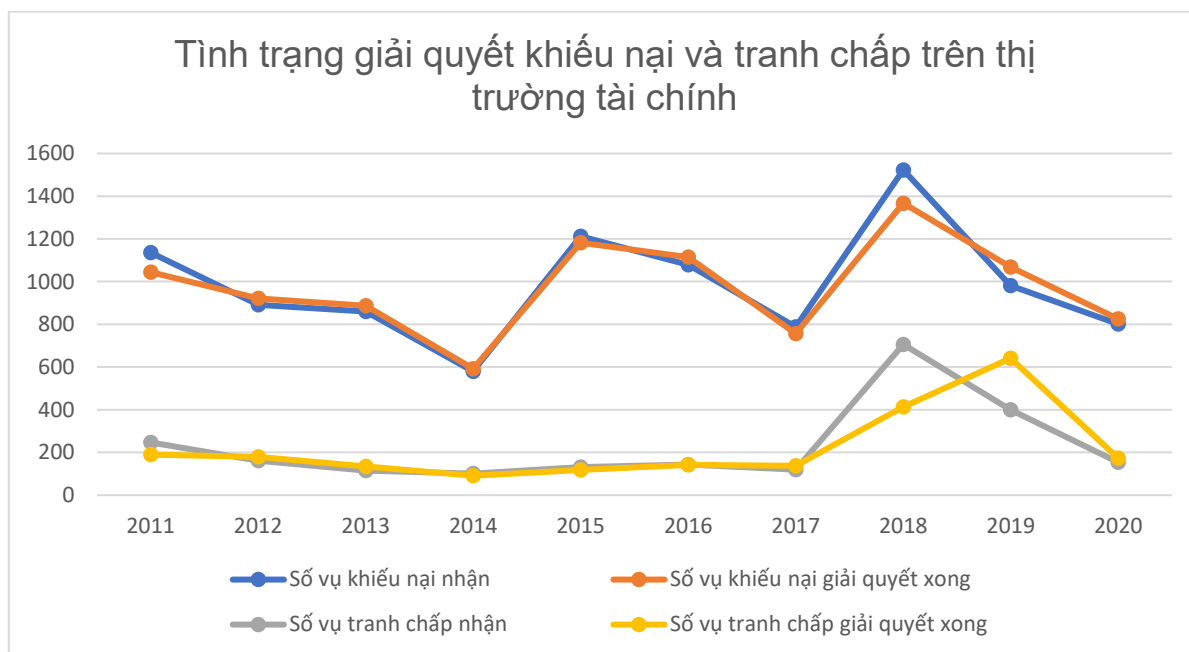
- + Bạn đã nhận được lời giải thích về những điều quan trọng của sản phẩm tài chính mà bạn sắp mua chưa?
- + Bạn đã hiểu hết lời giải thích từ công ty chào bán chưa? Đối với các câu hỏi và điều khoản tài chính mà bạn không hiểu, hãy đặt câu hỏi cho đến khi bạn hài lòng và hiểu chúng.
- + Bạn có biết chi phí mua và bán, trong trường hợp hủy trước hạn và các chi phí liên quan sẽ như thế nào không?
- + Bạn phải giữ tài liệu giới thiệu sản phẩm tài chính và hướng dẫn cho đến khi kết thúc hợp đồng.
- + Điều kiện kinh doanh của nhà phân phối sản phẩm tài chính có an toàn không?

+ Bạn đã kiểm tra chính sách chào mời từ các nhà phân phối khác với sản phẩm tài chính tương tự chưa?

Khi có vấn đề xảy ra, tổ chức giải quyết tranh chấp được chỉ định của ADR (Trung tâm tư vấn sản phẩm chứng khoán và tài chính), quây khiếu nại / tư vấn của từng tổ chức tài chính / tổ chức tài chính, Trung tâm Vấn đề Người tiêu dùng Nhật, Trung tâm Vấn đề Người tiêu dùng Quốc gia, v.v. sẽ cung cấp những tư vấn cho người tiêu dùng cũng như hướng dẫn khiếu nại và các thủ tục giải trình có liên quan.

Biểu đồ: Tình trạng giải quyết khiếu nại và tranh chấp trên thị trường tài chính

Đơn vị: số vụ



Nguồn: Tác giả tổng hợp từ báo cáo của Trung tâm tư vấn sản phẩm chứng khoán và tài chính Nhật ADR

Trung tâm tư vấn sản phẩm chứng khoán và tài chính là một mắt xích quan trọng trong việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Nhật. Tổ chức này cung cấp cho người tiêu dùng những hướng dẫn, trang bị kiến thức liên quan đến sản phẩm tài chính và giải quyết những tranh chấp khiếu nại phát sinh. Đồng thời, ADR cũng tổng hợp báo cáo, giải quyết, công khai những tiền lệ và liên tục cập nhật thông tin để hỗ trợ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Tỷ lệ giải quyết tranh chấp khiếu nại của ADR đang ở mức khá cao, từ 89.29% (năm 2011) đến 98.76% (năm 2020). Dựa trên cơ sở dữ liệu về nội dung tranh chấp khiếu nại, các bất cập trong cơ chế giải quyết hiện có, cũng như các vấn đề còn tồn đọng, v.v. của ADR, các nhà tham vấn luật và Chính phủ có cơ sở thực tế để tham khảo khi ban hành, sửa đổi và bổ sung những điều luật liên quan.

Tóm lại, Nhật đã có khung pháp lý thống nhất về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Đồng thời, cũng có cơ quan chuyên trách giải quyết những vấn đề tranh chấp và khiếu nại liên quan. Bên cạnh việc xây dựng hệ thống thông tin công khai, việc giáo dục, nâng cao nhận thức của bản thân người tiêu dùng dịch vụ cũng được chú trọng. Các nhân tố liên quan phối hợp, chia sẻ thông tin để không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ và đảm bảo tính công khai, minh bạch, an toàn của thị trường.

3. Thực trạng bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính tại Việt Nam và giải pháp

Thực trạng bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính tại Việt Nam

Về khung pháp lý:

Tại Việt Nam, khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010. Đây là quy định về bảo vệ người tiêu dùng nói chung, chưa có tham chiếu cho sản phẩm tài chính. Cụ thể đối tượng hàng hóa dịch vụ điều chỉnh đa phần là những hàng hóa nếu phát sinh lỗi, hư hại hoặc những vấn đề không tương xứng, có thể trực tiếp nhìn thấy và đánh giá được. Nhưng sản phẩm tài chính có đặc điểm riêng là tính rủi ro và thông tin không cân xứng, những vấn đề này rất khó đánh giá. Vì vậy cần có điều luật cụ thể điều chỉnh. Bên cạnh đó, các luật/ quy định về giao dịch trong lĩnh vực tài chính, ví dụ Luật Quảng cáo năm 2012 có quy định người tiêu dùng có quyền từ chối tiếp nhận quảng cáo, được nắm bắt các thông tin chính xác, bồi thường thiệt hại nếu sản phẩm quảng cáo không tương ứng. Luật Các tổ chức tín dụng 2010 cũng chỉ có Điều 10 quy định về việc bảo vệ quyền lợi của khách hàng, nhưng nhìn chung là chưa đầy đủ.

Bảng 2: các văn bản, quy định liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam

Năm	Văn bản luật/ quy định liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng	Có vấn đề liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính
2010	Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010	X
2010	Luật Các tổ chức tín dụng	•
2011	Nghị định 99/2011/NĐ-CP hướng dẫn Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng	X
2012	Luật Quảng cáo	X
2013	Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương trở thành thành viên của mạng lưới thực thi và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (ICPEN)	X
2015	Quyết định số 1035/QĐ-TTg về Ngày Quyền của người tiêu dùng Việt Nam	X
2015	Chỉ thị 15/CT-BCT năm 2015 về đẩy mạnh công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do Bộ Công Thương ban hành	X
2018	Văn bản hợp nhất 43/VBHN-VPQH năm 2018 hợp nhất Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng do Văn phòng Quốc hội ban hành	X

2020	Kế hoạch số 8674/KH-BCT của Bộ Công thương liên quan đến quyền của người tiêu dùng	X
------	--	---

Nguồn: Tác giả tổng hợp dựa trên Thư viện Pháp luật Việt Nam

(*Ghi chú: Dấu ● là các đạo luật có đề cập tới vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính*

Dấu X là không có đề cập đến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính)

Về cơ quan quản lý, giám sát:

Hiện tại Việt Nam chưa có cơ quan chuyên trách chịu trách nhiệm riêng trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tài chính cũng như cơ quan có thẩm quyền đứng ra giải quyết các tranh chấp/ khiếu nại liên quan. Tại Việt Nam, 4 cơ quan liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, bao gồm: Ngân hàng Nhà nước (NHNN), Bộ Công Thương, Bộ Thông tin – Truyền thông và Hội Bảo vệ người tiêu dùng. Cả 4 cơ quan này đều có khả năng tham gia vào quá trình bảo vệ người tiêu dùng, nhưng các cơ quan này đều chưa có các bộ phận chuyên trách cũng như các quy trình quản lý cụ thể. Bên cạnh đó, 4 cơ quan cũng không phân biệt trách nhiệm rạch ròi và lĩnh vực cụ thể trong công tác bảo vệ người tiêu dùng đặc biệt là người tiêu dùng tài chính.

Ngoài ra, trách nhiệm giám sát đối với các vấn đề bảo vệ người tiêu dùng chưa có sự phân công và phối hợp giữa hợp lý giữa những cơ quan này. Theo Thạch Bình (2018), hoạt động bảo vệ người tiêu dùng tài chính ở Việt Nam được đánh giá là khá sơ sài. Cụ thể, trong 6 tiêu chí để đánh giá hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính thì Việt Nam hiện chỉ đáp ứng được 2 yếu tố là: có cơ quan quản lý khiếu nại và có hỗ trợ khách hàng bằng đường dây nóng. Các tiêu chí khác (như: phổ cập các chương trình về rủi ro tiêu dùng; xử lý trực tiếp khiếu nại; nhận báo cáo khiếu nại từ các tổ chức tài chính và kiểm soát chất lượng phục vụ...) đều được các quốc gia khác (Indonesia, Hàn Quốc, Thái Lan, Philippines, Malaysia) áp dụng, nhưng chưa ghi nhận có áp dụng tại Việt Nam.

Một số giải pháp về bảo vệ người tiêu dùng tài chính

(1) Xây dựng khung pháp lý cụ thể liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Từ tổng hợp bảng các văn bản, quy định, sự kiện lớn liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tại Việt Nam, ta thấy hầu như chưa có quy định cụ thể cho vấn đề này. Các điều khoản ở mức chung chung, khó áp dụng lên sản phẩm đặc thù như dịch vụ tài chính. Do sự không rõ ràng của luật, bên có kiến thức chuyên sâu về tài chính hơn có nhiều cách để lý giải và lách luật. Điều này làm người tiêu dùng tài chính vốn đã bất lợi lại càng bất lợi hơn. Do đó việc xây dựng khung pháp lý đầy đủ, chi tiết là điều hết sức cấp thiết hiện tại.

Mặt khác, trong quá trình tham vấn và xây dựng luật, không chỉ chú trọng ý kiến của các cố vấn, chuyên gia, mà cũng cần nhìn ở góc độ của người tiêu dùng tài chính, nhất là góc độ của những người mới, người có chuyên môn chưa sâu ở lĩnh vực này. Vì đây là những đối tượng dễ bị tổn hại nhất mà các bộ luật hoặc quy định bảo vệ người tiêu dùng nên hướng đến.

(2) Gắn trách nhiệm lên cơ quan cụ thể, song song với đó là có cơ chế hỗ trợ, giám sát hợp lý

Như đã phân tích ở trên, việc nhiều cơ quan liên quan nhưng chưa có một cơ quan nào gánh trách nhiệm cụ thể liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tài chính là việc rất bất cập. Ví dụ khi có sự cố phát sinh hoặc những va chạm, tranh chấp xảy ra trên thị trường,...quá trình giải quyết sẽ không nhanh chóng và hiệu quả do chính người tiêu dùng cũng không biết nên liên hệ với cơ quan nào, làm thủ tục như thế nào. Thêm vào đó, các cơ quan chưa có cơ chế hợp tác thống nhất ở lĩnh vực này dẫn đến nguồn dữ liệu không được cập nhật và công khai. Chẳng hạn như mặc dù sự việc đã có tiền lệ, nhưng quá trình tìm kiếm, chia sẻ thông tin vẫn còn hạn chế. Nhìn từ kinh nghiệm của Nhật tại mắt xích liên kết Trung tâm tư vấn sản phẩm chứng khoán và tài chính ADR, có thể thấy rằng việc tổng hợp và công khai thông tin là rất quan trọng. Cụ thể ADR đã thông qua quá trình giải quyết tranh chấp/ khiếu nại phát sinh mà xây dựng nên hệ thống thông tin tham vấn cho người tiêu dùng. Đồng thời, cũng từ cơ sở dữ liệu những tranh chấp/ khiếu nại chưa xử lý được mà cải cách và sửa đổi luật cho phù hợp với tình hình thực tế. Vì vậy, hệ thống pháp luật liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tài chính ở Nhật không ngừng hoàn thiện và có tính thực tiễn cao.

(3) Xây dựng các cổng thông tin giáo dục về tài chính

Việc nâng cao nhận thức của người tiêu dùng là rất quan trọng. Nếu người tiêu dùng không có đủ kiến thức và những hiểu biết liên quan, họ sẽ khó có thể giao dịch trên thị trường tài chính hoặc giao dịch thất bại dẫn đến mất niềm tin vào thị trường. Kéo theo hệ lụy đó là thị trường tài chính khó mà tăng trưởng được. Việc giáo dục này cũng cần thông tin và cơ sở dữ liệu thực tế. Vì vậy, nếu chúng ta cũng xây dựng được quy trình hướng dẫn và thu thập thông tin như ở kiến nghị số 2 trường hợp của Nhật, thì người tiêu dùng cũng tiện lợi hơn trong việc tiếp nhận thông tin. Ví dụ như người tiêu dùng có thể tự tra cứu và nắm được những rủi ro phát sinh, những công ty thuyết minh sai lệch gây nhầm lẫn cho khách hàng hoặc là khi cần khiếu nại thì quy trình như thế nào,...

Tại Nhật, các tổ chức “gần” người dân nhất như ủy ban nhân dân phường/ huyện,...cũng có những kênh thông tin riêng để giáo dục người tiêu dùng tài chính. Ví dụ như họ đăng những hướng dẫn chi tiết về thủ tục khởi kiện khi phát sinh sự cố, những lưu ý khi mua các sản phẩm tài chính được gợi ý ở phần trên hoặc có vấn đề lương hưu, bảo hiểm, các quỹ tiết kiệm,...

Việc thông tin được đăng tải ở những nguồn đáng tin cậy và tần suất gặp những thông tin đó nhiều dẫn đến người tiêu dùng cảnh giác cao và dần dần ý thức được những rủi ro tiềm ẩn của sản phẩm tài chính.

(4) Thành lập Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Đây sẽ là cơ quan đóng vai trò là cầu nối giữa người tiêu dùng tài chính với nhà phân phối và cơ quan thẩm quyền quản lý nghiệp vụ này. Đồng thời, cũng là cơ quan đại diện cho người tiêu dùng tài chính. Để hoàn thành được những kỳ vọng đó, cơ quan này phải vừa là tổ chức cung cấp các kiến thức tài chính đến người tiêu dùng, giúp nâng cao giáo dục tài chính cho người tiêu dùng, đồng thời cũng là kênh đầu tiên tiếp nhận thông tin về những rủi ro của người tiêu dùng tài chính mang tính thời sự và kiến nghị tới các tổ chức nêu trên.

Ngoài ra, Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng tài chính có thể thực hiện các trách nhiệm như: (1) Hướng dẫn, giáo dục, giúp đỡ và cung cấp thông tin tư vấn cho người tiêu dùng; (2) Đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự khởi kiện vì lợi ích chung; (3) Cung cấp cho cơ quan quản lý

nhà nước cơ sở thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức kinh doanh trong lĩnh vực tài chính; (4) Độc lập khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát; tham vấn luật; (5) cảnh báo cho người tiêu dùng rủi ro của các dịch vụ tài chính mới, đặc biệt là các dịch vụ tài chính được cung cấp khi cơ quan nhà nước chưa kịp có văn bản hướng dẫn và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc thông tin, cảnh báo của mình; (6) Tham vấn và giám sát quá trình xử lý tranh chấp và khiếu nại trên thị trường tài chính,...

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Consumer Financial Protection Bureau (2013). *Understanding the Effects of Certain Deposit Regulations on Financial Institutions' Operations* - Findings on Relative Costs for Systems, Personnel, and Processes at Seven Institutions. November.

European Parliament (2014). *Consumer Protection Aspects of Financial Services*. Directorate P/A/IMCO/ST/2013-07, February.

Fujī kazuya, 2015, *Bối cảnh và các vấn đề của các biện pháp bảo vệ người dùng dịch vụ tài chính - tập trung vào các cuộc thảo luận về "Luật Dịch vụ Tài chính phiên bản Nhật" và sự phát triển thể chế gần đây*, Văn phòng Nghiên cứu Ủy ban Tài chính Nhật

GPFI (2010), *G20 Principles for Innovative Financial Inclusion*.

Hoàng ,Thị Thu Huyền ., & Nguyễn, Thị Vân ., 2020, *Bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp*, Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ số 13/2020

Hoàng ., Thị Thu Hiền, Đỗ. , Thị Hồng Hạnh, Nguyễn., Thị Vân, 2020, *Bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong bối cảnh phát triển tài chính toàn diện tại Việt Nam*, Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng Số 218- Tháng 7. 2020

Klapper, L., El-Zoghbi, M., Hess, J., (2016), UNSGSA, *Achieving the Sustainable Development Goals: The Role of Financial Inclusion*, Working paper.

Masao Kuniyoshi, 2012, *Các biện pháp bảo vệ người dùng dịch vụ tài chính tại cơ quan dịch vụ tài chính và Vấn đề pháp lý tài chính*, trang 60

Mitsuru Taniuchi, 2013, *Nhập môn thực tiễn và lý luận về Tài chính*, tái bản lần thứ 2, NXB Doyukan, trang 27

Morgan, D. (2002), *Rating banks, risks and uncertainty in an opaque industry*, American Economic Review vol. 92 no. 4 September 2002.

National consumer affairs center of Japan, truy cập ngày 06/07/2021 <http://www.kokusen.go.jp/>

OECD (2012), *G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection*, Organization for Economic Co-operation and Development, 2 rue André-Pascal, 75775 Paris cedex 16, France.

OECD (2020), *Financial Consumer Protection Policy Approaches in the Digital Age: Protecting consumers' assets, data and privacy*.

Shin&Kim (2020), *"Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính"* đã thông qua phiên họp toàn thể của Quốc hội, dự kiến có hiệu lực vào năm 2021- Các công ty bảo hiểm cần có hành động nhanh chóng, truy cập ngày 14/07/2021. <https://www.shinkim.com/jpn/media/newsletter/1250>

Takafumi Sato, 2010, *Tọa độ của quản trị tài chính*, NXB Toyo Keizai, trang 47-49

Thạch Bình (2018), *Bảo vệ người tiêu dùng sử dụng dịch vụ tài chính*.

Trang thông tin của Cục Dịch vụ thông tin Ngân hàng Nhật, truy cập ngày 06/07/2021
<https://www.shiruporuto.jp/public/aboutus/container/hyakka/part1/kodo/kodo005.html>

Website của Thư viện pháp luật, truy cập ngày 06/07/2021
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-bao-ve-quyen-loi-nguoi-tieu-dung-2010-115251.aspx>

Website của Trung tâm tư vấn sản phẩm chứng khoán và tài chính, truy cập ngày 06/07/2021
https://www.finmac.or.jp/tokei-siryo/index_02/

World Bank (2017), *Good practices for Financial Consumer Protection*, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA.

World Bank (2018), *Global Financial Inclusion and Consumer Protection Survey 2017*, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA.

World Bank Group (2017), *Global Findex Database 2017 Measuring Financial Inclusion and The Fintech Revolution*, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433.

World Bank, 2015, *Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy: Vietnam*, Volume 1

BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM - NHÌN NHẬN TỪ KHUÔN KHỔ PHÁP LÝ

ThS Tiêu Thị Thanh Hoa, ThS Nguyễn Thị Tường Tâm - Trường Đại học Ngân hàng TP HCM

Tóm tắt

Bài viết dựa trên khuôn khổ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính của OECD và Ngân hàng thế giới để đánh giá hiện trạng tại Việt Nam. Theo đó, có 5 khía cạnh của Chế độ bảo vệ người tiêu dùng tài chính hợp lý bao gồm: Khuôn khổ trao quyền và giám sát lập pháp; Tiết lộ và bảo vệ thông tin; Đối xử công bằng với người tiêu dùng tài chính; Giải quyết khiếu nại và Hiểu biết tài chính. Qua việc xem xét mức độ áp dụng so với các nguyên tắc và thông lệ quốc tế, bài viết cho thấy rằng về cơ bản Việt Nam đã hình thành khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Tuy nhiên, còn có những hạn chế nhất định như chưa có luật chuyên biệt cũng như tham chiếu các luật khác dành cho hoạt động này. Bên cạnh đó thiếu một đơn vị giám sát chuyên trách chịu trách nhiệm chính và đầu mối giải quyết các vấn đề liên quan đến người tiêu dùng tài chính. Cuối cùng, mức độ hiểu biết của người dân về tài chính còn khá thấp vì chưa có cơ chế và chương trình giáo dục phù hợp. Vì vậy, để hoàn thiện khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính, cần phải hoàn thiện về luật định để đảm bảo có những quy định chuyên sâu và cụ thể bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Ngoài ra, Việt Nam có thể tham khảo “Mô hình giám sát tài chính chia sẻ” trong đó cơ quan quản lý tài chính là cơ quan giám sát việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính cùng với sự phối hợp với một số cơ quan khác. Đồng thời, chú trọng việc giáo dục tài chính để nâng cao sự hiểu biết nhằm nâng cao mức độ tiếp cận và sử dụng tài chính trong dân chúng.

Từ khóa: *tiêu dùng tài chính, bảo vệ người tiêu dùng, hiểu biết tài chính*

Abstract

The paper is based on the legal framework for financial consumer protection of the OECD and the World Bank to assess the current situation in Vietnam. Accordingly, there are five aspects of a sound financial consumer protection regime. They are Legislative Empowerment and Supervisory Framework, Disclosure and protection of information, Fair treatment of financial consumers, Complaints and Redress, and Financial Literacy. By examining the application compared to international principles and practices, the article shows that Vietnam has formed a legal framework to protect financial consumers. However, there are certain limitations as no specific law and reference to other regulations for this activity. In addition, there is a lack of a specialized supervisory unit with the responsibility and focal point for solving problems related to financial consumers. Finally, the people's understanding of finance is still low because there is no appropriate educational mechanism and program. Therefore, it is necessary to improve the legislation to perfect the legal framework to protect financial consumers. That ensures in-depth and specific regulations to protect financial consumers. In addition, Vietnam can refer to the "Integrated Sectoral Financial Sector Authority Model" in which the financial regulator is the organization that oversees the protection of financial consumers in coordination with several other agencies. At the same time, Vietnam needs to focus on financial education to improve understanding to increase access and consume financial services of the population.

Key words: *financial consumer, financial consumer protection, financial literacy*

1. Sự cần thiết bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Sự cần thiết phải bảo vệ người tiêu dùng là mối quan tâm của các cơ quan quản lý vì nó không chỉ để bảo vệ người tiêu dùng khỏi các hành vi gian lận mà còn vì việc đó được coi là hợp lý và đạo đức (Harvey và Parry, 1992). Ngoài lý do đạo đức, còn có những lý do kinh tế để điều chỉnh các tổ chức tài chính và thị trường. Một vấn đề quan trọng liên quan đến việc thiết lập các quy tắc thông tin thích hợp để người tiêu dùng có thể đưa ra các quyết định sáng suốt (Howells, 2005). Thông tin không đầy đủ và các hành vi gian lận có thể dẫn đến xói mòn niềm tin của người tiêu dùng, dẫn đến việc ít tham gia hơn vào lĩnh vực tài chính (Cartwright, 2001; 2004).

Nhu cầu bảo vệ người tiêu dùng tài chính trở nên quan trọng hơn khi thị trường tài chính trở nên phức tạp và các sản phẩm và giao dịch tài chính kéo theo những hậu quả tài chính lâu dài và nghiêm trọng (Micklitz, 2010). Sự gia tăng quyền tự chủ của người tiêu dùng trong các thị trường tài chính phức tạp có thể là một nguyên nhân gây ra cảnh báo khi người tiêu dùng có xu hướng tiêu dùng phổ biến và thiếu khả năng nhận thức để đưa ra các quyết định tài chính đúng đắn (Campbell, 2011). Trong trường hợp không có các quy định về bảo vệ người tiêu dùng tài chính, đặc điểm hành vi của người tiêu dùng cùng với sự phức tạp của các sản phẩm tài chính khiến người tiêu dùng gặp khó khăn trong việc giao dịch, đặc biệt là đối với những người đến từ nhóm người nghèo và thu nhập thấp. Do đó, quy định về bảo vệ người tiêu dùng là hợp lý vì nó có thể góp phần tạo ra sự công bằng khi mà quyền thương lượng trên thị trường là bất bình đẳng (Cartwright 2001).

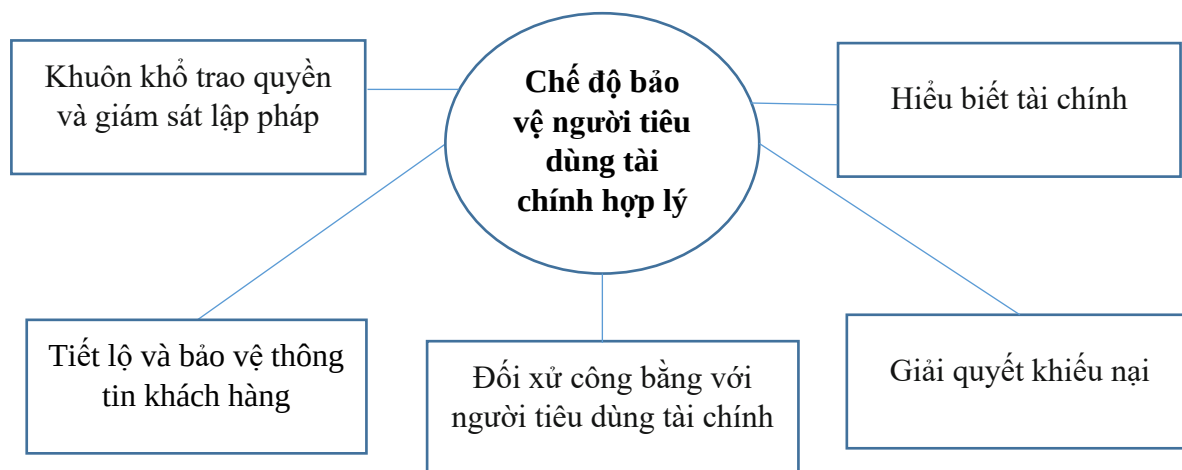
Như vậy, rất nhiều nghiên cứu trên thế giới đã chỉ ra rằng bảo vệ người tiêu dùng tài chính là điều cần thiết không chỉ cho bản thân người tiêu dùng mà còn cho sự phát triển lành mạnh của thị trường tài chính. Người tiêu dùng là một nhân tố cực kỳ quan trọng của thị trường nhưng lại ở vị trí bất lợi hơn trong việc tiếp cận thông tin và sử dụng sản phẩm khi nó ngày càng phức tạp. Vì vậy, họ có thể đối mặt với rủi ro thậm chí thiệt hại trong mối quan hệ với tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính nếu không được bảo vệ tốt. Điều này có thể làm giảm mức độ tham gia vào thị trường tài chính của người tiêu dùng và kìm hãm thị trường phát triển. Do đó, người tiêu dùng tài chính cần được bảo vệ quyền lợi là một trụ cột quan trọng trong quá trình ổn định và phát triển tài chính toàn diện.

2. Khuôn khổ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính trên thế giới và mức độ áp dụng tại Việt Nam

Ở cấp độ toàn cầu, OECD và Ngân hàng Thế giới đã thực hiện các sáng kiến nhằm phát triển các hướng dẫn và nguyên tắc liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Các Nguyên tắc Cấp cao của G20 về Bảo vệ người tiêu dùng tài chính do OECD công bố vào tháng 10 năm 2011 để đáp ứng mong muốn phát triển các nguyên tắc chung về bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực này. Hướng dẫn của Ngân hàng Thế giới (2012) bao gồm các vấn đề cụ thể liên quan đến các lĩnh vực tài chính khác nhau như ngân hàng, bảo hiểm và thị trường chứng khoán, nhưng cũng đưa ra một số thông lệ tốt áp dụng cho cả người tiêu dùng tài chính. Đó là hướng dẫn chi tiết mang tên Thông lệ tốt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Nó chủ yếu được phát triển như

một công cụ để đánh giá các chế độ pháp lý và quy định liên quan đến việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính của các quốc gia khác nhau.

Dựa trên các tài liệu học thuật và quy định của CDEO và Ngân hàng thế giới, các đặc điểm chính của một chế độ bảo vệ người tiêu dùng tài chính hợp lý có thể được thể hiện thông qua 5 khía cạnh sau đây:



2.1. Khuôn khổ trao quyền và giám sát lập pháp:

Cần có khuôn khổ pháp lý và quy định để thiết lập môi trường bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Điều này sẽ đòi hỏi các luật và quy định cụ thể liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng áp dụng cho các tổ chức cung cấp các dịch vụ tài chính khác nhau. Ngân hàng Thế giới (2012) xác định các biện pháp pháp lý để bảo vệ người tiêu dùng là mục đầu tiên trong các thông lệ tốt của mình và OECD và G20 (2011) yêu cầu đây phải là một phần không thể thiếu trong khuôn khổ pháp lý, quy định và giám sát của một quốc gia.

Một khía cạnh khác của khung pháp lý và quy định là trao quyền lập pháp để thành lập các cơ quan chính phủ nhằm đảm bảo rằng lợi ích của người tiêu dùng được bảo vệ. Theo đó, OECD và G20 (2011) nhấn mạnh sự cần thiết của một cơ quan giám sát để đảm bảo rằng các nhiệm vụ pháp lý và quy định được thực hiện. Ngân hàng Thế giới (2012) xác định việc thành lập các cơ quan giám sát cụ thể để bảo vệ người tiêu dùng là một thành phần chính của Thông lệ tốt. Điều này đòi hỏi phải thiết lập các tổ chức thực thi việc bảo vệ người tiêu dùng, có một cơ quan giám sát quản lý chịu trách nhiệm đảm bảo rằng các luật và quy định được áp dụng và yêu cầu các tổ chức khắc phục mọi vi phạm. Như vậy, hai yếu tố chính của khía cạnh này là sự công nhận của pháp luật và sự tồn tại của các cơ quan giám sát để bảo vệ người tiêu dùng tài chính.

➤ Công nhận lập pháp

Nguyên tắc 1 của Ngân hàng Thế giới (2012) khuyến nghị rằng luật pháp nên đưa ra các quy định rõ ràng về bảo vệ người tiêu dùng trong các dịch vụ tài chính. Những đề xuất tương tự cũng được đưa ra trong Nguyên tắc 1 của OECD và G20 (2011) khuyến nghị việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính trở thành một phần không thể thiếu của khuôn khổ pháp lý, quy định và giám sát. Tại Việt Nam, bảo vệ người tiêu dùng chủ yếu dựa trên căn cứ pháp lý là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 nhưng chưa có quy định riêng về bảo vệ người tiêu dùng tài chính.

Trong khi đó, các luật điều chỉnh lĩnh vực tài chính như Luật các tổ chức tín dụng 2010, Luật Kinh doanh bảo hiểm 2010, Luật Chứng khoán 2019 có quy định về việc bảo vệ quyền lợi của khách hàng nhưng chưa đầy đủ và thiếu những hướng dẫn cụ thể để xử lý kịp thời, hiệu quả các khiếu nại của người tiêu dùng tài chính.

➤ **Cơ quan giám sát chuyên dụng**

Mục 3 và 4 của Ngân hàng Thế giới (2012) và Nguyên tắc 1 và 2 của OECD và G20 (2011) kêu gọi để có một khuôn khổ giám sát mạnh cần một cơ quan giám sát chuyên trách để quản lý các vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Tại Việt Nam, việc bảo vệ người tiêu dùng hiện nay chủ yếu dựa trên Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010. Tuy nhiên, luật không có các quy định tách riêng người tiêu dùng sản phẩm dịch vụ tài chính với các đối tượng người tiêu dùng khác, do đó hiện nay chưa có một cơ quan chuyên trách chịu trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Vì vậy, việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tài chính hiện có liên quan đến 4 cơ quan gồm Ngân hàng nhà nước, Bộ Công thương, Bộ Thông tin – Truyền thông và Hội Bảo vệ người tiêu dùng.

2.2. Tiết lộ và bảo vệ thông tin

Một thành phần quan trọng của các tiêu chuẩn quốc tế là yêu cầu công bố thông tin và minh bạch để giảm sự bất cân xứng thông tin và hỗ trợ người tiêu dùng đưa ra các quyết định tài chính sáng suốt. OECD và G20 (2011) nhấn mạnh đến sự công khai và minh bạch, đồng thời yêu cầu một mặt cung cấp thông tin phù hợp và chính xác cho người tiêu dùng, mặt khác là bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư của người tiêu dùng. Tương tự, Ngân hàng Thế giới (2012) bao gồm các vấn đề liên quan đến thông tin rõ ràng và khách quan về sản phẩm và nghiêm cấm cung cấp bất kỳ thông tin sai lệch nào. Hơn nữa, các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính được yêu cầu xác định chắc chắn hiểu biết thực tế của khách hàng về sản phẩm và các rủi ro liên quan. Thông tin và minh bạch trong lĩnh vực tài chính bao gồm thông tin được phổ biến đến người tiêu dùng và thông tin thu được từ người tiêu dùng.

➤ **Thông tin sản phẩm và dịch vụ**

Một số mục trong Ngân hàng Thế giới (2012) đề cập đến thông tin sản phẩm và dịch vụ cần được cung cấp như sau: một tuyên bố ngắn nêu rõ các điều khoản và điều kiện chính bằng ngôn ngữ đơn giản (Mục 8); một bản sao bằng văn bản của các điều khoản chung và cụ thể về điều kiện liên quan đến sản phẩm (Khoản 9); và đào tạo đầy đủ về mức độ phức tạp của sản phẩm cho nhân viên trực tiếp giao dịch với khách hàng (Mục 14). Nguyên tắc 4 của OECD và G20 (2011) quy định rằng thông tin quan trọng như rủi ro, lợi ích và điều khoản của sản phẩm phải được cung cấp cho người tiêu dùng. Nó cũng yêu cầu tất cả các tài liệu quảng cáo phải chính xác, dễ hiểu và không gây hiểu lầm, và tất cả các thông tin quan trọng giúp dễ dàng so sánh giữa các sản phẩm phải được cung cấp.

Tại Việt Nam, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 đã có những quy định về thông tin cần cung cấp cho người tiêu dùng nói chung. Điều 8 Luật này yêu cầu người tiêu dùng phải được cung cấp đầy đủ và rõ ràng thông tin về tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa dịch vụ cũng như hàng hóa, dịch vụ mà họ mua. Bên cạnh đó, một số luật liên quan đến lĩnh vực tài chính cũng có những điều khoản về cung cấp thông tin cho khách hàng. Chẳng hạn, Luật kinh doanh bảo hiểm 2010 quy định khi giao kết hợp đồng bảo hiểm, doanh nghiệp bảo hiểm có trách nhiệm

cung cấp đầy đủ thông tin liên quan đến hợp đồng bảo hiểm, giải thích các điều kiện, điều khoản bảo hiểm cho bên mua bảo hiểm. Doanh nghiệp bảo hiểm có trách nhiệm giữ bí mật về thông tin do bên mua bảo hiểm cung cấp. Tuy nhiên, chúng là những điều khoản được quy định khá đơn giản và khiêm tốn so với sự đồ sộ của cả văn bản luật.

➤ **Bảo vệ dữ liệu**

Nguyên tắc 8 của OECD và G20 (2011) yêu cầu các tổ chức dịch vụ cung cấp dịch vụ tài chính phải bảo vệ dữ liệu và quyền riêng tư của người tiêu dùng và đưa ra các cơ chế về loại dữ liệu được thu thập, xử lý và tiết lộ cho bên thứ ba. Phần Quyền riêng tư và Bảo vệ Dữ liệu (Mục 20–25) của Ngân hàng Thế giới (2012) bao gồm các yêu cầu bảo vệ tính bí mật và an toàn của dữ liệu người tiêu dùng, giữ thông tin cập nhật và giám sát các văn phòng và cơ quan đăng ký tín dụng.

Tại Việt Nam, quy định về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng được thể hiện ở Điều 6 của Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010. Những quy định này tương đối phù hợp và bao trùm theo các yêu cầu bảo vệ dữ liệu của người tiêu dùng theo các nguyên tắc quốc tế. Đó là việc quy định về quyền được đảm bảo an toàn về thông tin cá nhân của người tiêu dùng. Đồng thời quy định trách nhiệm của tổ chức, cá nhân kinh doanh khi thu thập, sử dụng, chuyển giao thông tin của người tiêu dùng. Ngoài ra, các luật liên quan đến lĩnh vực tài chính như Luật tổ chức tín dụng 2010 cũng quy định tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài phải bảo đảm bí mật thông tin liên quan đến tài khoản, tiền gửi, tài sản gửi và các giao dịch của khách hàng tại tổ chức. Các tổ chức tài chính không được cung cấp thông tin liên quan đến tài khoản, tiền gửi, tài sản gửi, các giao dịch của khách hàng cho các tổ chức, cá nhân khác. Luật Kinh doanh bảo hiểm 2010 yêu cầu doanh nghiệp bảo hiểm có trách nhiệm giữ bí mật về thông tin do bên mua bảo hiểm cung cấp. Ngoài ra, quy định việc xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ thông tin người tiêu dùng cũng được đề cập ở Điều 11 Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Hiện nay, việc xử lý hành chính đối với hành vi vi phạm về bảo vệ thông tin của người tiêu dùng cụ thể theo quy định tại Điều 46 Nghị định 98/2020/NĐ-CP. Nghị định quy định khá rõ ràng các hành vi vi phạm và mức phạt tiền phải chịu. Hơn nữa, trong trường hợp những hành vi vi phạm về bảo vệ thông tin người tiêu dùng gây hậu quả nghiêm trọng, có thể bị xử lý hình sự theo Bộ luật Hình sự năm 2015.

2.3. Đối xử công bằng với người tiêu dùng tài chính

Để theo đuổi các mục tiêu thương mại, các tổ chức tài chính nên hành động trung thực và công bằng khi thu hút người tiêu dùng để đảm bảo rằng các hành vi gian lận không được sử dụng trong quá trình kinh doanh. Ngoài việc đảm bảo rằng người tiêu dùng tài chính được đối xử công bằng, cần có quy định nghiêm cấm về các hành vi gian lận vì tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính có xu hướng lạm dụng các kẽ hở trong chế độ quản lý (Mayer và cộng sự 2014). Cả OECD và G20 (2011) và Ngân hàng Thế giới (2012) đều có các hướng dẫn nhấn mạnh việc đối xử bình đẳng và công bằng với người tiêu dùng và bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng. Nguyên tắc 7 của OECD và G20 (2011), có tên Bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng khẳng định rằng phải có thông tin liên quan, cơ chế kiểm soát để bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và sử dụng sai mục đích. Tương tự, Ngân hàng Thế giới (2012) có những chỉ dẫn rõ ràng về đối xử công bằng với người tiêu dùng như cấm các hành vi bán hàng gian lận (Mục 10), thông báo cho khách hàng về bất kỳ thay đổi nào trong

phí và lệ phí (Mục 16) và cấm các tổ chức tài chính sử dụng các thủ đoạn thu hồi và đòi nợ lạm dụng (Khoản 19).

Tại Việt Nam, đa số các luật từ Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng áp dụng chung cho đến các luật thuộc lĩnh vực tài chính đều có những quy định về nội dung này. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 cấm tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ lừa dối hoặc gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng thông qua hoạt động quảng cáo hoặc che giấu, cung cấp thông tin không đầy đủ, sai lệch, không chính xác (Điều 10). Điều khoản này đương nhiên áp dụng chung cho tất cả người tiêu dùng kể cả người tiêu dùng tài chính. Điều 12 Luật chứng khoán 2019 quy định về các hành vi bị nghiêm cấm trong hoạt động về chứng khoán và thị trường chứng khoán. Chẳng hạn như công bố thông tin sai sự thật gây hiểu nhầm làm ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động đầu tư chứng khoán và cung cấp dịch vụ về chứng khoán. Ngoài ra, nghiêm cấm các hành vi thao túng giá cả trên thị trường chứng khoán và lừa đảo, chiếm đoạt tài sản của khách hàng. Luật kinh doanh bảo hiểm 2010 quy định về việc nghiêm cấm Lừa dối, che giấu thông tin, làm ảnh hưởng đến quyết định giao kết hợp đồng bảo hiểm hoặc làm tổn hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của bên mua bảo hiểm, người được bảo hiểm, người thụ hưởng hoặc doanh nghiệp bảo hiểm.

2.4. Giải quyết khiếu nại

Cần có các cơ chế hữu hiệu và hiệu quả để giải quyết các khiếu nại và tranh chấp giữa người tiêu dùng và tổ chức cung cấp dịch vụ. Mặc dù người tiêu dùng có quyền ra tòa trong trường hợp vi phạm pháp luật, nhưng việc tham gia vào các vụ kiện tụng với các tập đoàn lớn không phải là một lựa chọn khả thi cho người tiêu dùng vì thường rất phiền phức, tốn kém và gánh nặng rất lớn không tương xứng (Harvey và Parry, 1992). Vì người tiêu dùng ngần ngại tìm kiếm công lý nếu việc giải quyết phức tạp và tốn kém, nên các cách khiếu nại và giải quyết khiếu nại phải hợp lý, thuận tiện và hiệu quả (Rutledge, 2010). Có hai cách để giải quyết tranh chấp hiệu quả liên quan đến các khiếu nại của người tiêu dùng tài chính: thứ nhất là nội bộ ở cấp tổ chức và thứ hai là giải quyết từ một cơ quan độc lập bên ngoài (Cartwright 2004). Cả OECD và G20 (2011) và Ngân hàng Thế giới (2012) đều yêu cầu phải có một cơ chế giải quyết tranh chấp hợp lý và hiệu quả. Ngân hàng Thế giới (2012) yêu cầu các tổ chức tài chính phải có quy trình rõ ràng để xử lý các khiếu nại của khách hàng và cung cấp khả năng tiếp cận các cơ chế giải quyết tranh chấp công cộng hiệu quả.

Vì hầu hết các khiếu nại đều liên quan đến sản phẩm, nên có một bộ phận nội bộ trong tổ chức cung cấp dịch vụ phụ trách xử lý trực tiếp sẽ là một thuận lợi trong quá trình giải quyết vì đã có tất cả các thông tin cần thiết. Nguyên tắc 9 của OECD và G20 (2011) khuyến nghị rằng các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính phải có các thủ tục và cơ chế rõ ràng để xử lý các khiếu nại nội bộ, minh bạch và dễ dàng tiếp cận đối với người tiêu dùng. Tương tự, Khoản 25 của Ngân hàng Thế giới (2012) quy định rằng các tổ chức tài chính phải có đầu mối liên hệ được chỉ định và các thủ tục rõ ràng để xử lý các khiếu nại và xây dựng các chính sách và thông lệ giải quyết tranh chấp nội bộ.

Nguyên tắc 9 của OECD và G20 (2011) chỉ rõ rằng phải có một hệ thống giải quyết tranh chấp với chi phí tiếp cận tương đối thấp và hiệu quả nhằm giải quyết vấn đề bảo vệ người tiêu dùng. Ngân hàng Thế giới (2012) (Nguyên tắc 26 và 27) yêu cầu được tiếp cận với một cơ chế

giải quyết tranh chấp hiệu quả và hợp lý bằng cách thiết lập một tổ chức độc lập và không thiên vị, chẳng hạn như một thanh tra tài chính.

Tại Việt Nam, Luật bảo vệ người tiêu dùng 2010 có quy định về khiếu nại nội bộ và xử lý tranh chấp đối với phương thức giải quyết tranh chấp là thương lượng. Tuy nhiên, Luật này chỉ đưa ra quy định về việc tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ có trách nhiệm tiếp nhận, tiến hành thương lượng với người tiêu dùng trong thời hạn không quá 07 ngày làm việc (Điều 31). Trong khi đó, hướng dẫn cụ thể về quy trình hay cách thức mà tổ chức cần thiết lập để giải quyết tranh chấp với khách hàng thì luật còn bỏ ngỏ. Luật kinh doanh bảo hiểm 2010 quy định về việc Khiếu nại, khởi kiện về quyết định xử phạt vi phạm hành chính đối với lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm. Theo quy định này người mua bảo hiểm có quyền khiếu nại với cơ quan nhà nước có thẩm quyền hoặc khởi kiện tại Tòa án theo quy định của pháp luật (Điều 126). Các luật khác như Luật tổ chức tín dụng và Luật chứng khoán gần như không có quy định liên quan đến vấn đề này. Thay vào đó, nó được quy định ở cấp thấp hơn luật đó là các quyết định hoặc thông tư được ban hành bởi cơ quan quản lý như Ngân hàng nhà nước hoặc Bộ công thương.

2.5. Hiểu biết tài chính

Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD, 2012), định nghĩa “Hiểu biết tài chính” (financial literacy) là tổng hợp nhận thức, kiến thức, kỹ năng, thái độ và hành vi tài chính cần thiết để có thể đưa ra được các quyết định an toàn và cuối cùng đạt được lợi ích về tài chính. Người tiêu dùng có sự hiểu biết nhất định về tài chính là một điều cực kỳ quan trọng. Bởi vì, ngay cả khi thông tin được các nhà dịch vụ tài chính cung cấp nhưng người tiêu dùng không thể hiểu và tận dụng những thông tin đó thì nó cũng sẽ trở nên vô giá trị. Các tài liệu về tài chính hành vi cho thấy rằng người tiêu dùng có thể thiếu hiểu biết, không quan tâm hoặc không có khả năng sử dụng thông tin có sẵn cho họ (Micklitz và cộng sự, 2010). Do đó, người tiêu dùng cần phải có đầy đủ kiến thức và nhận thức về tài chính được thực hiện thông qua các kênh thuận tiện theo cách đơn giản và dễ hiểu. Điều này giúp cho người tiêu dùng có thể hiểu và sử dụng thông tin được cung cấp để đạt được kết quả tài chính tốt nhất (Huston, 2010). OECD và G20 (2011) yêu cầu cung cấp thông tin và giáo dục tài chính trên diện rộng cho người tiêu dùng. Tương tự, Ngân hàng Thế giới (2012) xác định các thông lệ tốt dưới tiêu đề hiểu biết về tài chính và trao quyền cho người tiêu dùng, bao gồm việc phát triển các chương trình cung cấp giáo dục tài chính và nâng cao trình độ hiểu biết của người dân. Các nguyên tắc này khuyến nghị cần làm cho người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận kiến thức về tài chính thông qua các kênh thuận tiện và được trình bày dưới dạng đơn giản để người tiêu dùng hiểu được.

Hiện nay tại Việt Nam, không có quy định nào trong luật định đề cập đến vấn đề hiểu biết về tài chính. Ngoài ra, các cũng chưa có cơ quan, tổ chức nào chịu trách nhiệm hỗ trợ hay tư vấn về hiểu biết tài chính cho người tiêu dùng. Trong chương trình giáo dục phổ thông không có môn học liên quan đến quản lý tài chính. Chỉ có những người học đại học khối ngành kinh tế có cơ hội tiếp cận vấn đề này thông qua chương trình đào tạo.

3. Đánh giá khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính ở Việt Nam

Xét về khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam dựa trên các nguyên tắc quốc tế do OECD và Ngân hàng thế giới ban hành, thì cơ sở pháp lý nhìn chung đã được hình thành, tuy nhiên vẫn tồn tại những hạn chế:

- Thứ nhất, thiếu điều luật chuyên biệt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Nhà nước đã ban hành Luật Bảo vệ người tiêu dùng 2010 áp dụng chung cho tất cả người tiêu dùng bao gồm cả tiêu dùng tài chính. Ngoài ra, Luật các tổ chức tín dụng 2010, Luật kinh doanh bảo hiểm 2010, Luật chứng khoán 2019 cũng có những quy định liên quan đến việc bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính. Tuy nhiên, Việt Nam chưa có luật riêng về bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong khi sản phẩm tài chính mang tính chất đặc thù khác biệt so với những sản phẩm thông thường khác. Đồng thời, luật điều chỉnh các lĩnh vực về ngân hàng, chứng khoán và kinh doanh bảo hiểm có quy định về việc bảo vệ quyền lợi của khách hàng nhưng chưa đầy đủ và thiếu những hướng dẫn cụ thể xử lý kịp thời, hiệu quả các khiếu nại của người tiêu dùng tài chính.

- Thứ hai, thiếu cơ quan giám sát chuyên dụng phụ trách các vấn đề liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tài chính mà đang được bốn cơ quan thuộc các bộ ngành chịu trách nhiệm. Tuy nhiên, các cơ quan này đều chưa có bộ phận chuyên môn cũng như các quy trình quản lý cụ thể để thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Ngoài ra, cơ chế phối hợp giữa các cơ quan trên cũng chưa rõ ràng và thiếu ràng buộc vì vậy việc xử lý các xung đột lợi ích xảy ra khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính chưa hiệu quả và đồng bộ. Việc giám sát còn non yếu đã làm giảm mức độ thực thi luật pháp về bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam. Điều này có thể dễ dàng nhận thấy trong việc bảo vệ thông tin người tiêu dùng nói chung và người tiêu dùng tài chính nói riêng còn khá yếu kém. Đó là tình trạng người tiêu dùng bị quấy rối bởi các cuộc điện thoại quảng cáo từ bên thứ ba mà họ chưa từng giao dịch. Theo nguồn từ Bộ thông tin và truyền thông số thuê bao phát tán cuộc gọi rác quấy rối người tiêu dùng đã bị ngăn chặn chỉ trong tháng 9-2020 đã là 16.300. Mặc dù, đã có những quy định về xử phạt với hành vi này, nhưng việc quấy rối người tiêu dùng vẫn chưa dừng lại và có thêm nhiều chiêu thức mới từ các doanh nghiệp muốn quảng cáo. Bởi vì, điểm mấu chốt là các doanh nghiệp này được cung cấp nguồn dữ liệu người tiêu dùng như thế nào thì chưa được xử lý và truy đến cùng bởi cơ quan giám sát.

- Thứ ba, mức độ hiểu biết về tài chính của người dân còn thấp. Để có được sự hiểu biết tài chính cần phải trải qua quá trình giáo dục. Tuy nhiên, cho đến nay, Việt Nam vẫn luôn là nước có mức độ hiểu biết tài chính của người dân thấp so với các nước khác trong khu vực, tỷ lệ này còn thấp hơn nữa đối với vùng cao, vùng sâu vùng xa. Nguyên nhân là do điều kiện giáo dục thấp và chưa chú trọng lĩnh vực tài chính. Việc thiếu hiểu biết tài chính dẫn đến tỷ lệ người tiếp cận dịch vụ tài chính của Việt Nam rất thấp (theo WB, Việt Nam chỉ có 31% người dân có tài khoản tại tổ chức tín dụng, và với vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa tỷ lệ này chỉ 27%). Việt Nam đứng 103/144 về mức độ sẵn có về dịch vụ tài chính trong Báo cáo cạnh tranh toàn cầu 2015 - 2016 của Diễn đàn kinh tế thế giới (World Economic Forum - WEF).

4. Khuyến nghị

- Người tiêu dùng tài chính sử dụng các sản phẩm tài chính mang tính chất đặc thù với sự phức tạp và đa dạng mà không giống bất cứ sản phẩm nào khác. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, sản phẩm tài chính ngày càng trở nên phổ biến và dễ dàng tiếp cận hơn với người dùng. Cũng chính vì điều này kéo theo nhiều rủi ro mà họ phải đối mặt như: rủi ro về sản phẩm, công nghệ, tiếp thị, gian lận và bán hàng khi mức độ hiểu biết về tài chính của người dân vẫn còn thấp. Vì vậy, nếu chỉ có điều luật bảo vệ người tiêu dùng chung cho tất cả người tiêu dùng thì mức độ và phạm vi điều chỉnh đối với người tiêu dùng tài chính sẽ thấp và

thiếu tính cụ thể. Do đó, nhiều nước trên thế giới đã xây dựng luật riêng, chuyên biệt dành cho lĩnh vực này. Đối với Việt Nam, có thể tham khảo theo cách phổ biến được thực hiện trên thế giới đó là các quy định bảo vệ người tiêu dùng tài chính nằm trong các quy định hoặc luật chung về tài chính và ngân hàng. Điều này là khả thi vì hiện nay Việt Nam đã có các luật liên quan đến các lĩnh vực này như luật tổ chức tín dụng, luật chứng khoán, luật kinh doanh bảo hiểm chỉ là mức độ quy định về bảo vệ khách hàng còn sơ sài và thiếu cụ thể. Do đó, nhà nước có thể cân nhắc bổ sung các quy định về bảo vệ người tiêu dùng tài chính vào các luật này một cách chi tiết và có sự tham chiếu rõ ràng.

- Cơ quan chuyên trách giám sát việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính là cần thiết để đảm bảo tính thực thi của pháp luật ở mức độ cao nhất. Hơn nữa, có cơ quan đầu mối sẽ giúp cho việc phối hợp giữa các bộ ngành trở nên đồng bộ và hiệu quả. Việt Nam hiện có 4 đơn vị chịu trách nhiệm trong vấn đề này nên có đặc điểm của “Mô hình quản lý chia sẻ” (Shared Financial Sector and General Consumer Protection Authority Model) theo WB, 2018. Đây là mô hình một hoặc một số cơ quan quản lý trong lĩnh vực tài chính và một hoặc một số cơ quan bảo vệ người tiêu dùng nói chung cùng chia sẻ trách nhiệm giám sát vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Đây không phải là một mô hình phổ biến khi chỉ chiếm 8% trong số 124 nước được khảo sát. Có thể thấy vì những bất cập trên nên không có nhiều nước lựa chọn mô hình này. Mô hình được sử dụng phổ biến hơn cả là mô hình “Cơ quan quản lý tài chính liên khu vực hợp nhất” (Integrated Sectoral Financial Sector Authority Model) với 45% quốc gia trong khảo sát. Theo mô hình này, trách nhiệm giám sát vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính thuộc về một số cơ quan quản lý trong lĩnh vực tài chính. Mỗi cơ quan chịu trách nhiệm quản lý tất cả các mặt của một loại hình tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính nhất định. Bởi vì các cơ quan này có chuyên môn trong lĩnh vực tài chính, do đó việc giám sát bảo vệ người tiêu dùng tài chính sẽ hiệu quả và Việt Nam có thể tham khảo mô hình này để xây dựng hoạt động giám sát phù hợp.

- Thị trường tài chính ngày càng được mở rộng và phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam. Khi nền kinh tế mở cửa, các sản phẩm tài chính sẽ ngày một đa dạng và phức tạp, kết hợp với thu nhập của người dân ngày càng tăng làm cho vấn đề nâng cao kiến thức tài chính ngày càng cấp thiết. Việc đào tạo kiến thức tài chính cho người dân là một quá trình lâu dài và cần sự đầu tư bài bản. Bên cạnh việc tiếp tục mở các hội nghị, thảo luận tuyên truyền về kiến thức tài chính tại các vùng miền trong cả nước, các trường đại học, các cơ quan ban ngành liên quan cần tiếp tục thúc đẩy phổ cập kiến thức tài chính tới cộng đồng. Kiến thức tài chính khá phức tạp do đó cần phải được thực hiện thông qua các kênh mà người dân dễ dàng tiếp cận và dễ hiểu. Các kênh phổ cập kiến thức tài chính có thể sử dụng hiệu quả như: truyền hình, tổ chức lớp học tại địa phương... với các chủ đề do chuyên gia tài chính truyền đạt. Có như vậy, mới thu hút được người dân tham gia để nâng cao sự hiểu biết nhằm tăng tỷ lệ người dân tiếp cận với các dịch vụ tài chính.

Kết luận

Bảo vệ người tiêu dùng tài chính không đơn thuần chỉ là bảo vệ cá nhân người tiêu dùng mà còn có ý nghĩa sâu sắc đối với sự ổn định và phát triển thị trường tài chính. Để việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả trước tiên cần một khuôn khổ pháp lý vững chắc và toàn diện. Đây là điều kiện cần thiết để mở rộng sự tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính, mang lại lợi ích thiết thực cho người tiêu dùng, tạo điều kiện cho họ có đầy đủ thông tin để đưa ra quyết định tốt nhất. Việt Nam hiện nay nền tảng pháp lý về lĩnh vực này còn nhiều hạn chế. Tuy nhiên,

nguyên tắc và thông lệ quốc tế liên quan đến bảo vệ người tiêu dùng tài chính khá rõ ràng và đầy đủ. Đó có thể xem là điều kiện thuận lợi để Việt Nam có thể tham khảo và áp dụng vào việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả. Chỉ khi người tiêu dùng tài chính được bảo vệ an toàn thì mới có niềm tin vào khu vực tài chính, đóng góp vào sự phát triển lành mạnh, bền vững của thị trường tài chính.

Tài liệu tham khảo

Akinbami, F. (2011). Financial services and consumer protection after the crisis. *International Journal of Bank Marketing*, 9, 134–147.

Buchanan, J., Dominic H.C., & Simon D. (2014), Empirical analysis of legal institutions and institutional change: multiple-methods approaches and their application to corporate governance research, *Journal of Institutional Economics* (10), 1-20.

Campbell, J., Jackson, H., Madrian, B., & Tufano, P. (2011). Consumer financial protection. *Journal of Economic Perspectives* (25), 91–93.

Cartwright, P. (2001). Consumer protection and the criminal law, law, theory, and policy in the UK. Cambridge. Cambridge University Press.

Cartwright, P. (2004). Banks, consumers and regulation. Portland. Hart Publishing.

Habib Ahmed & Ili Rahilah Ibrahim, (2018), Financial Consumer Protection Regime in Malaysia: Assessment of the Legal and Regulatory Framework available at <https://doi.org/10.1007/s10603-018-9369-0>

Hiền, H.T.T., & Vân, N.T. (2020), Bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp, *Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ* (13).

VẬN DỤNG KINH NGHIỆM QUỐC TẾ TRONG XÂY DỰNG KHUNG KHỔ PHÁP LÝ BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TẠI VIỆT NAM

ThS Đặng Chí Thọ²³ - TUU of Vietnam

Tóm tắt:

Vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính (Financial Consumer Protection - FCP) ngày nay được nhắc đến như một vấn đề thực sự thiết thực, quan trọng với hệ thống tài chính quốc gia. Vấn đề này được nhiều quốc gia đánh giá là một phần của cấu trúc tài chính và tăng cường hệ thống quản lý, giám sát tài chính nhằm hướng tới xây dựng một cấu trúc tài chính mạnh mẽ, ổn định lâu dài nhưng tại Việt Nam lại vẫn chưa được quan tâm đúng mức. Nghiên cứu này sẽ đề cập đến bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính trên các góc độ: (i) Vị trí, tầm ảnh hưởng, tại sao FCP lại quan trọng và có ý nghĩa đối với nền kinh tế - tài chính của các quốc gia; (ii) Kinh nghiệm quốc tế về FCP; (iii) Thực tiễn FCP tại Việt Nam; và (iv) Một số đề xuất cho Việt Nam liên quan đến FCP.

Abstract

Financial Consumer Protection (FCP) is now believed to be a really practical and important issue for the national financial system. Many countries have considered FCP as part of the financial structure and strengthening the financial management and supervision system in order to build a sound and stable long-term financial structure. However, in Vietnam, FCP has not yet drawn much attention. This study will deal into consumer protection of financial services from the following angles: (i) its roles and impacts, and why FCP is important and meaningful to the economy and financial system of a country; (ii) International experience in FCP; (iii) FCP Practices in Vietnam; and (iv) Some proposals for Vietnam related to FCP.

Keywords: *Financial Consumer Protection, the national financial system, the financial structure, the economy and financial system*

Bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính (FCP - Financial Consumer Protection) đặt ra quy định rõ ràng về hành vi của các định chế tài chính đối với người tiêu dùng dịch vụ tài chính là khách hàng cá nhân, nhằm đảm bảo rằng người tiêu dùng: (i) Nhận được thông tin đủ để giúp họ đưa ra quyết định tài chính, (ii) Tránh rủi ro bị đối xử không công bằng hay lừa đảo và (iii) Có cơ chế giải quyết khiếu nại, tranh chấp. Nhiều phân tích gần đây cho rằng phần lớn nguồn gốc khủng hoảng tài chính là do hoặc vấn đề bảo vệ người tiêu dùng và sự thiếu hụt nhận thức về tài chính khiến các hộ gia đình đưa ra các quyết định về tài chính không phù hợp hoặc do thông tin sai lạc và quản lý, giám sát thị trường lỏng lẻo... Như vậy vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính lại được nhắc đến như một vấn đề thực sự thiết thực và đúng với tầm quan trọng của nó với hệ thống tài chính của mỗi quốc gia.

²³ ThoDC@dhcd.edu.vn, ThoDC@npsc.gov.vn

1. Vị trí, tầm ảnh hưởng và tại sao bảo vệ người tiêu dùng tài chính lại quan trọng và có ý nghĩa đối với nền kinh tế - tài chính của các quốc gia

Các bài học được rút ra trong những năm gần đây nhằm cải cách quy định khu vực tài chính trong bối cảnh khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu ghi nhận rằng bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính (bao gồm cả việc giáo dục nâng cao hiểu biết tài chính) là quan trọng với hệ thống tài chính quốc gia; là một phần của cấu trúc tài chính và tăng cường hệ thống quản lý, giám sát tài chính nhằm hướng tới xây dựng một cấu trúc tài chính mạnh mẽ, ổn định lâu dài. Hoạch định chính sách cần hướng đến tập trung vào những rủi ro quan trọng nhất và lập kế hoạch chi tiết trong các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng tương ứng với sự phát triển của từng thị trường và năng lực quản lý và giám sát.

Các nghiên cứu, khảo sát của World Bank, OECD, và thực tiễn từ nhiều quốc gia qua thời gian những năm 2008-2009 cho đến nay là 2020-2021 phản ánh rõ ràng nhiều hạn chế trong xây dựng và thực thi FCP đã ảnh hưởng đến nhiều nhóm quốc gia. Cụ thể là: (i) *Với các nước phát triển*, FCP còn chưa thực sự tốt đã khiến các hộ gia đình dễ bị tổn thương với các thông lệ bất công bằng nên họ dễ bị lạm dụng bởi định chế tài chính cũng dễ bị rơi vào bẫy gian lận và lừa đảo tài chính; (ii) *Với các nước mới nổi*: tăng trưởng nhanh trong khu vực tài chính, nguồn thu nhập, có nhiều sản phẩm tài chính phức tạp chào bán cho công chúng...nhưng công chúng còn thiếu kiến thức và kinh nghiệm sử dụng các sản phẩm tài chính phức tạp khiến họ không ước định được rủi ro dịch vụ tài chính mình đang sử dụng; (iii) *Với các nước đang phát triển* đặc biệt là tại các nước đã chuyển từ nền kế hoạch tập trung sang nền kinh tế thị trường và ở các nước có thu nhập thấp đang nổi lên thì do vấn đề FCP vẫn còn trong giai đoạn sơ khởi nên người tiêu dùng đa số không có nhiều kiến thức thiết yếu về tài chính, công tác bảo vệ người tiêu dùng lại còn nhiều yếu kém nên rủi ro càng tăng. Vì thế FCP đã và đang trở thành một điều kiện tiên quyết cho sự lành mạnh, ổn định và tính cạnh tranh của các thị trường tài chính.

Qua đó, có thể rút ra kết luận bảo vệ người tiêu dùng tài chính quan trọng và có ý nghĩa đối với nền kinh tế - tài chính của các quốc gia bởi vì khi sự tin tưởng của người tiêu dùng tài chính tăng lên sẽ góp phần: (i) *Khuyến khích hình thành hệ thống tài chính ổn định, tăng trưởng, hiệu quả và đổi mới trong thời gian dài*; (ii) *Góp phần giải quyết một thất bại điển hình của thị trường, đó là vấn đề mất cân xứng thông tin*; (iii) *Phát huy tính minh bạch, cạnh tranh, hiệu quả và độ sâu của thị trường tài chính bản lẻ*; (iv) *Đảm bảo một sân chơi bình đẳng và tránh sự phân mảnh của thị trường, chủ nghĩa bảo hộ và phân biệt đối xử*.

2. Kinh nghiệm quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng tài chính

2.1. Khuôn khổ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Từ sau năm giai đoạn xảy ra khủng hoảng tài chính 2008-2009 đến nay, nhiều nước đã tập trung vào việc tăng cường khuôn khổ pháp lý để bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Nhìn chung, có hai cách tiếp cận để giải quyết các vấn đề cụ thể liên quan đến việc sử dụng các sản phẩm và dịch vụ tài chính, gồm: (i) Đưa các quy định cụ thể về các sản phẩm và dịch vụ tài chính vào Luật bảo vệ người tiêu dùng nói chung; (ii) Ban hành một đạo luật riêng để giải quyết vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Ngân hàng thế giới đã khảo sát và thống kê từ 109 nền kinh tế (giai đoạn 2010-2013) về xu hướng xây dựng và hình thành khuôn khổ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính nhằm làm rõ cấu trúc pháp lý phức tạp với nhiều luật và quy định có thể dẫn đến tạo khoảng cách, chồng chéo hoặc xung đột giữa các quy định ra sao. Kết quả cho thấy xu thế chính yếu là các nền

kinh tế sử dụng các quy định ban hành theo các Luật về tài chính để xây dựng nên khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính. cụ thể là nếu như năm 2010 có 96 nước (chiếm 88% mẫu khảo sát) sử dụng các quy định ban hành theo các Luật về tài chính để xây dựng nên khung pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính thì con số này đã tăng lên 103 vào năm 2013 (chiếm 94% mẫu khảo sát).

Điều tra quy mô toàn cầu nội dung bảo vệ và vấn đề nâng cao hiểu biết tài chính cho người tiêu dùng tài chính được W.B thực hiện cho thấy 3 cách tiếp cận phổ biến với các quy định bảo vệ người tiêu dùng tài chính mà cụ thể là Luật bảo vệ người tiêu dùng có 3 loại: (i) Luật bảo vệ người tiêu dùng nói chung, (ii) Luật bảo vệ người tiêu dùng các dịch vụ tài chính và (iii) Các quy định trong khuôn khổ bảo vệ người tiêu dùng lĩnh vực tài chính. Kết quả khảo sát năm 2013 với 114 nền kinh tế: 33% số quốc gia đã có tất cả ba loại Luật vừa nêu, 50% các quốc gia đã có pháp luật bảo vệ người tiêu dùng hoặc chung hoặc riêng (rõ ràng từng lĩnh vực) và các quy định trong khuôn khổ pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng tài chính.

Đến năm 2018, W.B khảo sát 124 quốc gia về khung pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng tài chính, kết quả các tiếp cận vẫn không có gì thay đổi đáng kể về tiếp cận phổ biến với các quy định bảo vệ người tiêu dùng tài chính so với hồi năm 2013. Xu thế các quốc gia có thị trường tài chính phát triển, có thu nhập cao và trung bình cao đáp ứng được về khuôn khổ pháp lý riêng cho FCP; các quốc gia có các quy định chung về bảo vệ người tiêu dùng nói chung và tham chiếu cho người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính phổ biến ở các quốc gia có thu nhập trung bình và thu nhập thấp; ít quốc gia không có cả luật về bảo vệ người tiêu dùng nói chung thường ở các quốc gia có thu nhập thấp. Cụ thể: chỉ có 26 quốc gia có những luật riêng biệt, độc lập về bảo vệ người tiêu dùng tài chính; tiếp đến là 42 quốc gia có luật bảo vệ người tiêu dùng chung trong đó có những tham chiếu rõ ràng cho người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính; phổ biến nhất là 94 nền kinh tế có các quy định bảo vệ người tiêu dùng tài chính nằm trong các quy định hoặc luật chung về tài chính và ngân hàng.

2.2. Tổ chức thiết chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Cấu trúc giám sát tài chính khác nhau giữa các quốc gia có liên hệ tới sự sắp xếp thể chế (hiện tại) bảo vệ người tiêu dùng và giám sát các khu vực tài chính

Theo các nguyên tắc của G20 về bảo vệ người tiêu dùng tài chính cho thấy các quốc gia *cần có cơ quan giám sát (chuyên biệt hoặc không chuyên) có trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng tài chính*, theo đó cơ quan này cần phải có thẩm quyền cần thiết để hoàn thành nhiệm vụ (cụ thể là hoạt động độc lập và quyền hạn đầy đủ; đủ nguồn lực và có năng lực; khung thực thi được xác định và minh bạch; trách nhiệm rõ ràng và khách quan được xác định cụ thể và quản lý thích hợp).

Theo báo cáo “Các thông lệ tốt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính” do ngân hàng thế giới công bố vào tháng 6 năm 2012, nội dung được nhấn mạnh là các thiết chế cần được đưa ra để đảm bảo sự thực thi toàn diện, khách quan, kịp thời và công bằng của các quy tắc, quy định của Luật. Cũng theo một điều tra quy mô toàn cầu thực hiện năm 2013 của tổ chức này đối với 114 nền kinh tế về nội dung giáo dục và bảo vệ người tiêu dùng tài chính cũng cho thấy *giám sát bảo đảm an toàn và giám sát bảo vệ người tiêu dùng có thể được đặt ở các cơ quan riêng biệt hoặc đặt trong một tổ chức duy nhất* (kết quả điều tra ghi nhận 26% các nền kinh tế cho biết trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng tài chính được chia sẻ giữa các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng nói chung và người tiêu dùng tài chính, hơn 50% các nền kinh tế cho biết một số chức năng bảo vệ

người tiêu dùng tài chính được thành lập trong một đơn vị riêng biệt của cơ quan giám sát an toàn). Vấn đề cấu trúc giám sát khác nhau giữa các quốc gia phản ánh qua sự sắp xếp hiện nay của các thể chế giám sát từng khu vực tài chính và bảo vệ người tiêu dùng cho thấy sự đa dạng trong khuôn khổ pháp lý đã tạo ra sự đa dạng trong cấu trúc giám sát. Khảo sát của ngân hàng thế giới ghi nhận kết quả cấu trúc các thể chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính ở hầu hết các quốc gia là cấu trúc phức tạp và thường không thích hợp để xếp loại, phân loại vào một kiểu mô hình hóa nào. Một số lượng lớn các thiết chế ở quốc gia đã khảo sát là sự kết hợp giữa mô hình tích hợp đơn lẻ (integrated single – một cơ quan duy nhất chịu trách nhiệm) hoặc là mô hình đa chiều (multiple model) kết hợp với mô hình bảo vệ người tiêu dùng nói chung. Trong khảo sát 114 quốc gia năm 2013, W.B nhận thấy phần lớn các nước, các cơ quan giám sát có trách nhiệm với vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính được tổ chức như sau: (i) Mô hình phổ biến nhất là mô hình tích hợp nhiều cơ quan: được tìm thấy ở 53 (chiếm 48%) trong số 114 nền kinh tế, trong đó nhiều quy định liên quan đến trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tương ứng; (ii) Có 18 nền kinh tế (chiếm 16%) có cơ quan tích hợp duy nhất và 4 nền kinh tế (chiếm 3%) có một cơ quan bảo vệ người tiêu dùng tài chính chuyên biệt hay còn gọi là cơ quan quản lý thị trường; (iii) Trong khoảng một phần tư của các nền kinh tế khảo sát (chiếm 26%) có chia sẻ trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng tài chính giữa bên giám sát tài chính và các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng nói chung.

Sự sắp xếp thể chế bảo vệ người tiêu dùng có liên hệ/phản ánh việc chọn giữa đưa ra các quy định về sản phẩm và dịch vụ so với các định chế

Để lựa chọn cách thức tổ chức cơ quan bảo vệ người tiêu dùng, kinh nghiệm quốc tế sử dụng phương pháp tiếp cận hai chiều (một chiều là nghiên cứu về sản phẩm và một chiều nghiên cứu về thể chế giám sát các bên cung cấp dịch vụ tài chính), theo đó năm 2013 W.B nhận thấy có bốn lựa chọn rộng rãi cho tổ chức cơ quan giám sát bảo vệ người tiêu dùng tài chính, gồm có: *Lựa chọn 1*: tích hợp Financial Consumer Protection với giám sát thận trọng (prudential supervision) trong một cơ quan duy nhất (single agency) hoặc trong cơ quan giám sát tài chính liên ngành (multiple sectoral financial supervisory authorities) hiện có ở quốc gia đó (mô hình cơ quan tích hợp duy nhất và mô hình tích hợp đa cơ quan, ngành). *Lựa chọn 2*: tạo ra một cơ quan chuyên môn riêng (tách biệt với cơ quan giám sát an toàn) để giám sát bảo vệ người tiêu dùng tài chính và đạo đức kinh doanh [mô hình cơ quan chuyên biệt quản lý hành vi thị trường (Dedicated market conduct agency model - Twin Peaks) và mô hình cơ quan chuyên biệt bảo vệ người tiêu dùng tài chính]. Lưu ý: Trong cả hai trường hợp 1 và 2, một cơ quan bảo vệ người tiêu dùng nói chung chỉ tồn tại nếu nó từ bỏ/chuyển giao đi phần các sản phẩm và dịch vụ phi tài chính. *Lựa chọn 3*: là đặt chức năng bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong một cơ quan bảo vệ người tiêu dùng nói chung và tập trung trọng tâm vào giám sát tài chính chỉ trên khía cạnh giám sát bảo đảm an toàn lành mạnh. *Lựa chọn 4*: tích hợp cơ quan bảo vệ người tiêu dùng tài chính và bảo đảm an toàn tài chính trong một thể chế điều phối bảo vệ người tiêu dùng nói chung.

Đến năm 2018, thực hiện khảo sát 124 quốc gia, W.B nhận thấy việc tổ chức và sắp xếp các cơ quan quản lý chịu trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng tài chính vẫn rất khác nhau giữa các quốc gia. Xu thế cho thấy, với các quốc gia có thu nhập cao và trung bình cao thì khung pháp lý và cơ quan quản lý về bảo vệ người tiêu dùng tài chính thường được quy định một cách cụ thể, rõ ràng nhưng tại quốc gia có thu nhập trung bình thấp hoặc thấp thì các quy định liên quan đến vấn đề này thường chưa rõ ràng. Kết quả từ 124 mẫu khảo sát như sau: (i) Tồn tại phổ biến là

45% mẫu khảo sát có cơ quan quản lý tài chính liên khu vực hợp nhất có cả trách nhiệm giám sát vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính thuộc về một số cơ quan quản lý trong lĩnh vực tài chính; (ii) Thấp hơn là 30% mẫu khảo sát cho thấy tồn tại một cơ quan duy nhất chịu trách nhiệm quản lý chung mọi mặt trong lĩnh vực tài chính và bảo vệ người tiêu dùng tài chính chỉ là một trong các chức năng của cơ quan này; (iii) Thấp và ít phổ biến là mô hình quản lý chia sẻ - một hoặc một số cơ quan quản lý trong lĩnh vực tài chính và một hoặc một số cơ quan bảo vệ người tiêu dùng nói chung cùng chia sẻ trách nhiệm giám sát vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính (8%); mô hình cơ quan bảo vệ người tiêu dùng chung có trách nhiệm quản lý và giám sát người tiêu dùng tài chính thuộc một hoặc một số cơ quan có trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng chung cho các ngành nghề (9%) và mô hình cơ quan chuyên trách chịu trách nhiệm riêng về vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính (3% - mô hình này chỉ xuất hiện ở các quốc gia có thu nhập cao).

Tóm lại, lựa chọn của các quốc gia phụ thuộc vào cấu trúc hiện có của các cơ quan giám sát tài chính, cơ quan bảo vệ tiêu dùng và bản chất của thị trường tài chính. Nói chung là không có mô hình nào hoàn hảo nhất và thường thì cần tính tới dấu hiệu cấu trúc thể chế giám sát bảo vệ người tiêu dùng tài chính bởi các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng nói chung có khả năng xây dựng và có được quy trình, hệ thống, cơ sở hạ tầng xử lý các khiếu nại về các sản phẩm dịch vụ nhưng các cơ quan này phần lớn không có chuyên môn về lĩnh vực tài chính và ngược lại.

2.3. Xử lý tranh chấp và kiện tụng (*depute resolution and recourse*)

Các bên cung cấp dịch vụ tài chính cần (tự) có cơ chế về quy trình và thủ tục tiếp nhận và giải quyết các khiếu nại của khách hàng. Kết quả khảo sát gần nhất năm 2013 của W.B với 114 khu vực pháp lý cho thấy 83 khu vực pháp lý – chiếm phần lớn (73%) - yêu cầu các định chế tài chính phải áp dụng quy trình và thủ tục tại chỗ giải quyết các khiếu nại của khách hàng (số lượng các quốc gia có yêu cầu như vậy tăng đáng kể từ 55 quốc gia vào năm 2010 lên 80 quốc gia vào năm 2013). Nếu một tổ chức tài chính và người tiêu dùng không thể giải quyết tranh chấp thì họ có thể chuyển sang tòa án để giải quyết, tuy nhiên sẽ (rất) tốn kém và mất thời gian.

Ngoài ra, hệ thống giải quyết tranh chấp thay thế như thanh tra tài chính hoặc dịch vụ hòa giải có thể hỗ trợ các bên trong giải quyết tranh chấp ngoài tòa án tương đối phổ biến ở các quốc gia. Kết quả khảo sát cho thấy 85 nền kinh tế (chiếm 75%) mẫu khảo sát có hoạt động của bên thứ 3 này là hình thức sự thay thế trong cơ chế giải quyết tranh chấp và cơ chế thường song song tồn tại với cơ chế chính thức. Khảo sát 114 nền kinh tế vào năm 2013 cho thấy 69 quốc gia có thanh tra tài chính, 30 nước có trung gian hoặc trọng tài; có 18 nước có thanh tra nói chung và có 29 quốc gia không có thể thống giải quyết khiếu nại. Các quốc gia cũng báo cáo rằng thanh tra tài chính hoặc thực thể tương tự cần được phân loại (về cơ chế) để thuộc một trong 3 nhóm sau: (i) các cơ quan pháp lý độc lập; (ii) cơ chế giải quyết tranh chấp dựa trên ngành công nghiệp; (iii) là thực thể hoặc là bộ phận chức năng nằm trong cơ quan giám sát. Khảo sát tại 69 nền kinh tế về thanh tra tài chính và các tổ chức tương tự cho thấy có 12 quốc gia có nhóm (ii); 15 quốc gia có nhóm (i); 32 quốc gia có nhóm (iii) và 10 nước có cả 3 loại trên.

3. Thực tiễn bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam

Trong 6 tiêu chí được nhiều quốc gia áp dụng để đánh giá hoạt động bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính thì Việt Nam hiện chỉ đáp ứng được 2 yếu tố là: có cơ quan quản lý khiếu nại và có hỗ trợ khách hàng bằng đường dây nóng; Các tiêu chí: phổ cập các chương trình về rủi ro tiêu dùng; xử lý trực tiếp khiếu nại; nhận báo cáo khiếu nại từ các tổ chức tài chính và kiểm

soát chất lượng phục vụ... chưa áp dụng tại Việt Nam. Thực tiễn kết cấu dân số và thu nhập của người dân Việt Nam ngày nay cho thấy nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính đang tăng trưởng dẫn tới việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dịch vụ tài chính trở nên cấp thiết và việc hoàn thiện khuôn khổ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng được đặt ra. Tuy vậy, việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng tài chính dù có liên quan đến bốn cơ quan là Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Bộ Công Thương, Bộ Thông tin và Truyền thông và Hội Bảo vệ người tiêu dùng nhưng các cơ quan này đều chưa có khung khổ pháp lý cụ thể, chưa bộ phận chuyên trách cũng như các quy trình quản lý cụ thể để thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng tài chính...

Thứ nhất: Các quy định pháp lý

Quyền của người tiêu dùng (nói chung) Việt Nam đã được xác lập và quy định tại Luật Bảo vệ người tiêu dùng số 59/2010/QH12, theo đó Bộ Công Thương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; còn ở cấp địa phương có UBND các cấp. Các cơ quan này chủ yếu tập trung quản lý về lĩnh vực tiêu dùng hàng hóa kinh doanh thương mại thông thường chứ chưa quan tâm nhiều đến lĩnh vực tài chính nên hoạt động bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính hiện nay chỉ được thực hiện bởi các cơ quan chuyên ngành một cách đơn lẻ và thiếu đồng bộ.

Lĩnh vực ngân hàng: quy định liên quan đến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ ngân hàng các điều khoản quy định nằm rải rác trong các Nghị định của Chính phủ, thông tư hướng dẫn của Ngân hàng Nhà nước và hầu hết đều chưa tiếp cận từ góc độ bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong lĩnh vực ngân hàng. Vẫn còn rất nhiều vấn đề liên quan đến việc lợi ích của người sử dụng dịch vụ ngân hàng bị xâm phạm và chưa được cụ thể hóa trong các văn bản Luật và dưới Luật, ví dụ như: (i) Về thẻ và dịch vụ ngân hàng điện tử (Thông tư số 35/2012/TT-NHNN), trang bị, quản lý, vận hành và đảm bảo an toàn hoạt động của máy giao dịch tự động (Thông tư 20/2016/TT-NHNN)... nhưng những bất cập liên quan đến các sản phẩm dịch vụ này xảy ra thì chế tài xử lý vi phạm vẫn còn thiếu; (ii) Bảo mật thông tin (Thông tư số 29/2011/TT-NHNN, Luật TCTD, Nghị định 117/2018/NĐ-CP...) nhưng khi thông tin của khách hàng bị lộ ra ngoài thì pháp luật cũng chưa quy định cụ thể, chi tiết cho các trường hợp xảy ra gây ảnh hưởng đến quyền lợi hợp pháp của khách hàng...

Lĩnh vực chứng khoán: hệ thống pháp luật đã có nhiều bước tiến đáng kể để xây dựng khung pháp lý nhằm siết chặt đối với các vi phạm, ví dụ như trong lĩnh vực môi giới, giao dịch chứng khoán... nâng mức xử phạt và tịch thu lợi nhuận có được từ hành vi vi phạm. Tuy nhiên hiện (i) Chưa có văn bản pháp quy, quy định cụ thể về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực chứng khoán mà các quy định ngăn ngừa các hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng nằm rải rác trong Luật Chứng khoán và các văn bản dưới Luật (Nghị định, Thông tư...); (ii) Hệ thống pháp luật chưa tập trung vào việc thực thi, phát hiện và xử lý vi phạm nên mặc dù đã giảm nhiều vi phạm nhưng các hiện tượng này vẫn tồn tại khá phổ biến hoặc ở cấp độ tinh vi; (iii) Các quyết định xử phạt còn chậm do quá trình điều tra kéo dài; (iv) Chưa có các nguyên tắc đạo đức/hành xử một cách tự nguyện trong hành nghề môi giới chứng khoán, tư vấn đầu tư, tư vấn chứng khoán; (v) *Thông tư 210/2012/TT-BTC* và *Thông tư 07/2016/TT-BTC* quy định về hoạt động của CTCK trong thực hiện nghiệp vụ tư vấn tài chính (Điều 60) nhưng *chưa quy định chi tiết trách nhiệm của CTCK và những hành vi bị cấm...*

Lĩnh vực bảo hiểm: các quy định bảo vệ người tiêu dùng lĩnh vực bảo hiểm mới chỉ được quy định rải rác tại một số điều của Luật bảo vệ người tiêu dùng, Luật kinh doanh bảo hiểm, Bộ luật dân sự, Luật hình sự và một số văn bản hướng dẫn khác về xử phạt vi phạm...và mang tính chung chung và chưa được cụ thể hóa trong các văn bản dưới Luật: Bên cạnh đó: (i) Quy định về hợp đồng bảo hiểm còn khác biệt giữa Luật Kinh doanh bảo hiểm và Bộ Luật Dân sự; (ii) Quy định về công bố thông tin của doanh nghiệp bảo hiểm có sự bất cập về thủ tục và thời gian; (iii) Bảo mật thông tin của người tiêu dùng đã được quy định tại Điều 6 Luật Bảo vệ người tiêu dùng; Điều 19, Điều 124 Luật Kinh doanh bảo hiểm nhưng mới chỉ mang tính chất chung chung và chưa có quy định cụ thể trong trường hợp thông tin của người tiêu dùng bị lộ sẽ gây ảnh hưởng như thế nào tới quyền lợi hợp pháp của họ;...

Như vậy có thể thấy thách thức đặt ra với việc bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính là hiện Việt Nam không có hệ thống pháp luật xuyên suốt và duy nhất; cơ chế phối hợp đồng bộ trong từng trường hợp giữa các bên liên quan chưa được quy định cụ thể. Khi chưa có quy định pháp luật cụ thể, các bên liên quan có thể ký kết các biên bản ghi nhớ, biên bản họp tác trong trao đổi thông tin, tham vấn giữa các bên...

Thứ hai: Tổ chức thiết chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Hệ thống các cơ quan giám sát, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng đã dần được hình thành, tuy nhiên bất cập nằm ở một số vấn đề sau:

(i) Cơ quan Thanh tra, giám sát ngân hàng (BSA) thực hiện chức năng thanh tra hành chính, thanh tra chuyên ngành và giám sát chuyên ngành về lĩnh vực ngân hàng nhưng trong Điều 2 của Quyết định 35/2014/QĐ-TTg quy định về nhiệm vụ và quyền hạn của BSA không hề có điều khoản nào về việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong lĩnh vực ngân hàng mà chỉ tập trung vào việc thực hiện nhiệm vụ thanh tra, giám sát ngân hàng, phòng chống rửa tiền;

(ii) Tổ chức Bảo hiểm tiền gửi (DIV) hiện nay vẫn chưa có đủ thẩm quyền pháp lý để xử lý các vi phạm liên quan đến quyền lợi của người tiêu dùng trong lĩnh vực ngân hàng. Quyền và nghĩa vụ của DIV mới chỉ dừng lại ở việc theo dõi, kiểm tra việc chấp hành các quy định pháp luật về bảo hiểm tiền gửi (BHTG), tổng hợp, phân tích và xử lý thông tin nhằm phát hiện ra các sai phạm chứ không hề được quy định có chế tài xử lý vi phạm nên hiệu quả không cao.

(iii) Ủy ban Chứng khoán Nhà nước (SSC) có thẩm quyền thanh tra, giám sát, xử phạt vi phạm hành chính và giải quyết khiếu nại, tố cáo trong hoạt động chứng khoán và thị trường chứng khoán theo Luật Chứng khoán 2019 và Nghị định 145/2016/NĐ-CP tuy nhiên công tác bảo vệ người tiêu dùng lĩnh vực chứng khoán còn tồn tại rất nhiều bất cập. Ví dụ như: Hạn chế về thẩm quyền do SSC chỉ có thể mời các đối tượng cá nhân có giao dịch khả nghi đến phỏng vấn và yêu cầu họ cung cấp các chứng từ, tài liệu cần thiết nhưng *không có thẩm quyền kiểm tra nơi cất trữ tài liệu, chứng từ*; SSC không có quyền tiếp cận trực tiếp tài khoản ngân hàng, giao dịch ngân hàng, thư tín, điện thoại của đối tượng nghi vấn để chứng minh hành vi vi phạm...nên nhiều vi phạm bị bỏ sót.

(iv) *Cục quản lý, giám sát bảo hiểm - Bộ Tài chính:* với nhiệm vụ và quyền hạn được quy định tại Quyết định số 288/QĐ-BTC của Bộ Tài chính ngày 12/2/2009 thì việc bảo vệ lợi ích người tiêu dùng bảo hiểm chưa được quy định mà chỉ tập trung vào việc giám sát và xử lý các doanh nghiệp bảo hiểm (DNBH) và việc thống kê các vụ vi phạm và xử phạt vi phạm liên quan

tới bảo hiểm cũng chưa được Cơ quan này thực hiện. *Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam* hoạt động theo Quyết định số 34/2005/QĐ-BNV nên cho dù Hiệp hội đã xây dựng 10 Quy tắc ứng xử (Quyết định số 002/HHBH/2008 ngày 17/01/2008) nhưng do hiệp hội không có thẩm quyền đưa ra những chế tài “nặng tay” nên không có tính bắt buộc doanh nghiệp phải tuân thủ... khiến tình trạng vi phạm lợi ích người tiêu dùng vẫn xảy ra thường xuyên. Sự phối hợp của các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức xã hội trong việc bảo vệ lợi ích người tiêu dùng dịch vụ bảo hiểm chưa được quy định cụ thể về phương thức, trình tự, thẩm quyền thực hiện.

Thứ ba: Cơ chế giải quyết khiếu nại còn nhiều bất cập

Các quy định về cơ chế giải quyết các tranh chấp trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng nói chung đã được đưa ra (Điều 30- Luật Bảo vệ người tiêu dùng; Nghị định số 19/2012/NĐ-CP...) tuy nhiên trong thực tế việc giải quyết các tranh chấp vẫn còn gặp rất nhiều khó khăn. Bên cạnh đó do chưa có những hướng dẫn cụ thể và chưa có quy định pháp lý rõ ràng trong cơ chế phối hợp giữa các cơ quan giám sát tài chính có thẩm quyền (như về nhiệm vụ, quyền hạn, trách nhiệm, trình tự, thủ tục,...) nên vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính từng lĩnh vực tài chính còn rất nhiều bất cập. Cụ thể:

(i) *Lĩnh vực ngân hàng*: Nghị định số 95/2011/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 202/2004/NĐ-CP về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực tiền tệ và hoạt động ngân hàng nhưng mức xử phạt vi phạm còn khá thấp, không đủ sức răn đe, giáo dục cũng như ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật để bảo vệ người tiêu dùng và các văn bản này vẫn còn thiếu nhiều chế tài xử lý vi phạm.

(ii) *Lĩnh vực chứng khoán*: UBCKNN không thể tiến hành truy tố hình sự đối với vi phạm Luật chứng khoán mà phải phối hợp với cơ quan cảnh sát điều tra để xử lý; Đối với các vi phạm liên quan đến nhiều lĩnh vực tài chính như chuyển vốn lòng vòng thông qua hệ thống ngân hàng ngầm tạo rủi ro chéo cần có cơ chế giám sát, phát hiện đủ mạnh với sự phối hợp đầy đủ giữa các bên liên quan Ngân hàng Nhà nước, Bộ Tài chính, Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia, Ủy ban Chứng khoán Nhà nước, Cơ quan Công an,...;

(iii) *Lĩnh vực bảo hiểm*: khi có tranh chấp xảy ra người tiêu dùng dịch vụ bảo hiểm lại không tìm thấy các quy định chi tiết về quy trình, thủ tục để khiếu nại lên các cơ quan quản lý, hiệp hội bảo hiểm Việt Nam hoặc các trung tâm trọng tài. Giải quyết tranh chấp lại thực hiện theo các phương pháp hoà giải, thương lượng, trọng tài, toà án với các hình thức xử phạt vi phạm hành chính là chủ yếu, mức xử phạt đối với các hành vi vi phạm hiện nay là chưa cao nên chưa đủ sức răn đe. Cụ thể như: Nghị định 98/2013/NĐ-CP (về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm) quy định mức phạt tiền tối đa là 100 triệu đồng đối với cá nhân và 200 triệu đồng với tổ chức; Nghị định số 19/2012/NĐ-CP (về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng) quy định mức phạt tiền tối đa đối với mỗi hành vi vi phạm hành chính cũng chỉ là 70 triệu đồng.

4 . Một số đề xuất cho Việt Nam liên quan đến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính

Giám sát an toàn tài chính và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng dịch vụ tài chính có mối quan hệ và liên hệ phụ thuộc nhau. Giám sát tài chính hiệu quả sẽ giúp bảo vệ người tiêu dùng và ngược lại, khi quyền lợi của người tiêu dùng dịch vụ tài chính được bảo vệ sẽ tránh được các

tác động tiêu cực hệ thống tài chính và đảm bảo nền kinh tế ổn định và tăng trưởng bền vững. Nguyên nhân khiến quyền lợi của người tiêu dùng dịch vụ tài chính tại Việt Nam bị đe dọa là do khuôn khổ pháp lý chưa hoàn thiện và chưa đồng bộ; sự thiếu vắng vai trò trụ cột của cơ quan quản lý nhà nước; bất cập trong cơ chế phối hợp hoạt động giữa các cơ quan quản lý nhà nước trong các lĩnh vực tài chính và sự kém hiểu biết của người dân về tài chính. Do vậy, Việt Nam cần tiến hành hệ thống các giải pháp đồng bộ, từ xây dựng hệ thống pháp lý, tổ chức thiết chế bảo vệ đến giáo dục và nâng cao hiểu biết cho người dân về tài chính. Qua nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế và thực tiễn về FC ở Việt Nam hiện nay, tác giả đưa ra một số đề xuất như sau:

Thứ nhất: Xây dựng khuôn khổ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính

Mặc dù vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính tại Việt Nam đã được ban hành rải rác ở một số Luật chuyên ngành nhưng về lâu dài rất cần nghiên cứu ban hành hệ thống văn bản quy phạm pháp luật riêng hệ thống văn bản Luật riêng về bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính riêng. Trong đó, đề hướng tiệm cận thông lệ quốc tế thì luật cần chú ý quy định rõ: (i) Các tiêu chuẩn sản phẩm, dịch vụ tài chính các định chế tài chính cung cấp các cho thị trường; (ii) Cơ chế giám sát thực thi của cơ quan chức năng có thẩm quyền, (iii) Cơ chế bảo vệ người tiêu dùng sử dụng dịch vụ và sản phẩm tài chính, (iv) Quy chuẩn thực thi cho các định chế tài chính trong các cam kết đối xử công bằng - bình đẳng, công khai - minh bạch thông tin với người tiêu dùng tài chính và; (v) Quy định về cơ chế giải quyết khiếu nại đối với người tiêu dùng tài chính; cần có quy định về trách nhiệm của tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính trong vấn đề bảo mật thông tin khách hàng trước bên thứ ba...

Thứ hai: Tổ chức thiết chế thực hiện bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính

Việt Nam đến năm 2020 vẫn là nước có mức trung bình thấp, ngành ngân hàng vẫn chiếm tỷ trọng chủ yếu và ngân hàng Nhà nước vẫn chưa độc lập, chưa có cơ quan giám sát tài chính hợp nhất... vì vậy việc quy định một cơ quan chuyên trách với chức năng, nhiệm vụ rõ ràng về bảo vệ người tiêu dùng các dịch vụ tài chính là chưa khả thi trong ngắn hạn cho dù đây là một hướng thực sự nên làm.

Tuy nhiên trước mắt, trong khi chưa có Luật bảo vệ người tiêu dùng các dịch vụ tài chính, Chính phủ nên sớm có văn bản nhằm: (i) Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính tuân thủ các quy định pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính; ; xử lý các loại tranh chấp, khiếu nại giữa những người tiêu dùng đối với các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính; (ii) Giao trách nhiệm cụ thể cho các cơ quan quản lý và tranh tra giám sát các tổ chức cung cấp các dịch vụ tài chính để các cơ quan đó thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính; (iii) Tăng cường năng lực của cơ quan thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính và các tổ chức xã hội bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính; (iv) Xây dựng cơ chế cung cấp thông tin và phối hợp hoạt động giữa các cơ quan trong mạng an toàn tài chính (hiện đang là lỗ hổng lớn trong giám sát an toàn tài chính và bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính ở Việt Nam).

Thứ ba: Giải quyết các tranh chấp, khiếu nại, tố cáo

Đẩy mạnh công tác xử lý tranh chấp và kiện tụng trong lĩnh vực tiêu dùng dịch vụ tài chính thông qua việc sửa đổi và hoàn thiện khung pháp lý, đơn giản hóa thủ tục khiếu kiện của người tiêu dùng sản phẩm tài chính theo hướng và trình tự: (i) Định chế tài chính có cơ chế về quy trình

và thủ tục tiếp nhận và giải quyết các khiếu kiện của khách hàng; (ii) Nếu định chế tài chính và người tiêu dùng không giải quyết tranh chấp thì họ có thể chuyển sang tòa án để giải quyết; (iii) Ngoài ra, hệ thống giải quyết tranh chấp thay thế như thanh tra tài chính hoặc dịch vụ hòa giải có thể hỗ trợ các bên trong giải quyết tranh chấp ngoài tòa án. Đồng thời cần xây dựng, ban hành chế tài xử lý các hành vi vi phạm quy định gây thiệt hại cho người tiêu dùng và những quy định về bồi thường thiệt hại do các hành vi vi phạm nói trên gây ra đối với các tổ chức cung cấp các dịch vụ tài chính; Tổ chức bộ máy thực hiện nghiêm các hành vi vi phạm theo đúng các quy định pháp luật được xây dựng.

Thứ tư: Sự tham gia của các Hiệp hội

Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng đã được thành lập năm 2018 (trên cơ sở tách ra từ Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam) thì Việt Nam cũng nên sớm thành lập sớm Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng tài chính hoạt động độc lập. Một số lĩnh vực Hội đó có thể làm dịch vụ như: (i) Thiết kế và truyền bá các kiến thức tài chính hiện đại; (ii) Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng tài chính khi có yêu cầu phát sinh về giáo dục và kiện tụng; (iii) Đại diện người tiêu dùng tài chính khởi kiện bị đơn; (iv) Cảnh báo với chứng cứ xác thực tới người tiêu dùng rủi ro của các sản phẩm - dịch vụ tài chính mới xuất hiện mà cơ quan quản lý – giám sát chưa kịp có văn bản hướng dẫn; (v) Cung cấp thông tin đáng tin cậy về hành vi vi phạm pháp luật của các định chế tài chính gây tổn hại quyền lợi người tiêu dùng tài chính cho cơ quan quản lý – giám sát chuyên ngành; (vi) Tham gia công tác giáo dục nâng cao hiểu biết cho người tiêu dùng tài chính theo chương trình chung toàn dân.

Thứ năm: Nâng cao hiểu biết cho người tiêu dùng dịch vụ tài chính

Tăng cường tuyên truyền, phổ biến qua nhiều kênh để nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng sản phẩm tài chính về kiến thức (các loại hình dịch vụ tài chính, các định chế tài chính...), và năng lực quản lý tài chính (quản lý tiền, lập kế hoạch tài chính...) để giúp người tiêu dùng đưa ra được quyết định phù hợp với nhu cầu và khả năng của mình và tối đa hóa lợi ích khi tiêu dùng các sản phẩm tài chính. Tăng cường thông tin cho người tiêu dùng dịch vụ tài chính về các hành vi vi phạm pháp luật của các định chế tài chính.

Cơ quan quản lý, giám sát tài chính tham gia vào hoạt động giáo dục tài chính cho công chúng trên các kênh truyền thông theo các nội dung sau: (i) Thiết kế tài liệu đào tạo; (ii) Cung cấp các khóa đào tạo trực tiếp; (iii) Khảo sát hiểu biết tài chính và công bố các báo cáo định kỳ; (iv) Phát hành hướng dẫn về giáo dục hiểu biết tài chính tới các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và công chúng; (v) Phát hành thông tin định kỳ về tổng quan thị trường tài chính và sản phẩm tài chính./.

Danh mục tài liệu tham khảo

Luật, Nghị định, Thông tư hiện hành ngành ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm; Luật Bảo vệ người tiêu dùng.

Báo cáo khảo sát về nội dung nâng cao hiểu biết và bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Đài Loan (2012) và Hàn Quốc (2014) của Ủy ban giám sát tài chính quốc gia.

OECD (2021), *Financial consumer protection and financial literacy in Asia in response to COVID-19*

OECD (2020), *Financial Consumer Protection and Ageing Populations*

OECD (2018), *Policy Guidance on Financial Consumer Protection Approaches in the Digital Age*, G20.

OECD (2017), *INFE Report on ensuring financial education and consumer protection for all in the digital age*.

OECD (2011), *G20 high-level principles on financial consumer protection*.

OECD (2005), *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*.

World Bank Group (2017), *Global Financial Inclusion and Consumer Protection Survey*, 2017 Report. World Bank, Washington, DC.

World Bank (2017), *Good practices for Financial Consumer Protection*, Washington, DC

World Bank (2017), *Good Practices for Financial Consumer Protection*, 2017 Edition

World bank (2013), “*Global survey on consumer protection and financial literacy*” and “*Global survey on consumer protection and financial literacy: result brief regulatory practices in 114 countries*”.

World Bank Group (2013), *Financial Capability Surveys around the World: Why Financial Capability Is Important and How Surveys Can Help*.

World Bank (2012), “*Good practices for consumer protection and financial literacy*”.

BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM CẦN ĐƯỢC BẮT ĐẦU TỪ GIÁO DỤC HIỂU BIẾT TÀI CHÍNH

*ThS Đặng Chí Thọ - TUU of Vietnam, ThS Bùi Khắc Tuấn - NFSC of Vietnam*²⁴

Tóm tắt

Bảo vệ người tiêu dùng tài chính là một phần của cấu trúc tài chính và tăng cường hệ thống quản lý, giám sát tài chính nhằm hướng tới xây dựng một cấu trúc tài chính mạnh mẽ, ổn định lâu dài; là một trong những công cụ quan trọng giúp tăng khả năng tiếp cận tài chính của người dân đồng thời giúp ổn định và phát triển thị trường tài chính quốc gia. Trong đó, giáo dục tài chính nhằm nâng cao hiểu biết tài chính được coi là phương thức bảo vệ người tiêu dùng hiệu quả và là công cụ trợ lực hữu hiệu cho các chính sách điều hành, gián tiếp hỗ trợ thực hiện các mục tiêu quốc gia như thúc đẩy luân chuyển dòng vốn đầu tư và tiết kiệm trong xã hội, tăng tính minh bạch và cạnh tranh lành mạnh cho thị trường tài chính, hướng tới phát triển bền vững, nhất quán. Tại Việt Nam, vấn đề giáo dục tài chính, nâng cao năng lực và kiến thức tài chính đang từng bước được quan tâm song với mức độ còn hạn chế. Nghiên cứu này trình bày vai trò của nâng cao hiểu biết tài chính đối với bảo vệ người tiêu dùng tài chính cũng như kinh nghiệm quốc tế về vấn đề này. Từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiểu biết tài chính cho người tiêu dùng tài chính Việt Nam.

Abstract

Financial consumer protection is part of the financial structure and strengthening the financial supervision and management system which helps to build a sound and stable financial structure in the long term; it is also one of the important tools to help increase people's access to finance as well as stabilize and develop the national financial markets. In which, financial education to improve financial literacy is considered to be an effective consumer protection method and an effective support tool for operating policies, indirectly supporting the implementation of national objectives such as promoting the circulation of investment and saving capital in the economy, increasing transparency and healthy competition for the financial market, which are crucial for sustainable and consistent development. In Vietnam, financial education, capacity building and financial literacy have been gradually drawing attention but to a limited extent. This study presents the role of financial literacy in financial consumer protection as well as international experience in this issue. Based on the analysis, the study will propose some solutions to improve financial literacy for financial consumers in Vietnam.

Keywords: *Financial consumer protection, financial education, financial literacy, transparency, healthy competition.*

²⁴ ThoDC@dhcd.edu.vn, ThoDC@nfsc.gov.vn - F&B Faculty – TUU of Vietnam
TuanBK@nfsc.gov.vn – Research and Policy Coordination Unit - NFSC of Vietnam

1. Đặt vấn đề

Theo dòng thời gian gần đây, Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) và Ngân hàng Thế giới (WB) đã lần lượt ban hành các Nguyên tắc cấp cao về bảo vệ người tiêu dùng tài chính (2012) và Các thông lệ tốt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính (2017). Gần nhất, Hội nghị thượng đỉnh G20 Cannes (Tháng 11/2011) đã ra tuyên bố đưa các chính sách bảo vệ người tiêu dùng tài chính vào khung giám sát và khung pháp lý trên cơ sở đánh giá rằng bảo vệ người tiêu dùng tài chính sẽ thúc đẩy sự phát triển của tài chính toàn diện, tăng cường sự ổn định tài chính và thúc đẩy sự phát triển của thị trường tài chính tại các quốc gia thành viên. Một trong số các Nguyên tắc cấp cao về bảo vệ người tiêu dùng tài chính được đề cập là về giáo dục và hiểu biết tài chính.

Hiểu một cách đơn giản, giáo dục tài chính là giải pháp cung cấp cho dân chúng thông tin, kiến thức cần thiết về sản phẩm, dịch vụ tài chính. Nhờ được giáo dục tài chính, nhận thức của dân chúng về các sản phẩm, dịch vụ tài chính sẽ thay đổi, từ đó sẽ tác động đến hành vi và cách ứng xử của họ. Theo đó, họ sẽ tin tưởng vào các sản phẩm, dịch vụ tài chính, tự tin tiếp cận và hạn chế việc tham gia sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính phi chính thức (chẳng hạn như tín dụng đen). Hơn nữa, hiểu biết về tài chính hỗ trợ quá trình ra quyết định hợp lý hơn cho các cá nhân bằng cách nâng cao hiểu biết của họ trước các rủi ro tài chính. Tăng cường hiểu biết về tài chính sẽ góp phần vào hoạt động hiệu quả hơn của thị trường tài chính, tăng cường sự ổn định tài chính và do đó là phúc lợi xã hội bằng cách tăng năng suất trong nền kinh tế nói chung.

Nâng cao hiểu biết tài chính mang tầm quan trọng không chỉ đối với các cá nhân mà còn tạo ra chiều sâu cho hệ thống tài chính và cải thiện hiệu quả thị trường. Nguyên nhân là bởi với sự tăng lên về khối lượng, sự đa dạng của thông tin mà các cá nhân tìm kiếm từ các tổ chức tài chính sẽ dẫn đến nhu cầu về sự minh bạch hơn trên thị trường tài chính. Bên cạnh đó, nhu cầu của người tiêu dùng về các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu của họ sẽ cho phép phát triển các sản phẩm và dịch vụ tài chính sáng tạo, đổi mới và có tính cạnh tranh trên thị trường tài chính. Hơn nữa, hiểu biết tài chính sẽ dẫn đến sự gia tăng xu hướng tiết kiệm của các cá nhân và tạo ra một hệ thống an sinh xã hội hiệu quả hơn. Tỷ lệ tiết kiệm cao hơn sẽ có tác động thuận lợi đến đầu tư và tăng trưởng, góp phần phát triển kinh tế và ổn định tài chính.

Tại Việt Nam, vấn đề bảo vệ người tiêu dùng nói chung còn có nhiều hạn chế, đặc biệt bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói riêng còn là vấn đề khá mới mẻ. Trong đó, hoạt động giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính cho người dân chưa được quan tâm đúng mức và còn khá đơn giản, chưa thực sự đa dạng, phong phú, thiếu sự tương tác với công chúng. Đây chính là rào cản không nhỏ dẫn đến việc người dân chưa thay đổi được nhận thức và hành vi trong tiếp cận được các sản phẩm, dịch vụ tài chính và tự bảo vệ quyền lợi của mình. Thêm nữa, so với các nước trong khu vực, việc tiếp cận và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng - tài chính còn khá thấp, mặc dù hệ thống ngân hàng và tài chính Việt Nam đã phát triển khá nhanh với đa dạng các sản phẩm, dịch vụ.

Trong bối cảnh thị trường tài chính liên tục phát triển dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, các sản phẩm tài chính trở nên vô cùng đa dạng, giao dịch tài chính cũng ngày càng phức tạp, vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính càng trở nên cấp thiết. nghiên cứu này khái lược kinh nghiệm quốc tế trong việc giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính cho người dân nhằm hướng tới mục tiêu bảo vệ người tiêu dùng tài chính, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiểu biết tài chính cho người tiêu dùng tài chính ở Việt Nam.

2. Kinh nghiệm quốc tế về giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính.

2.1 Thông lệ quốc tế

Nhận thức được tầm quan trọng của giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính, trên thế giới đã có nhiều sáng kiến quốc tế, các cải cách sâu rộng ở tầm quốc gia. Ở nhiều nước, các cơ quan quản lý, giám sát tài chính đã tham gia vào hoạt động giáo dục hiểu biết tài chính cho người tiêu dùng. Theo kết quả của Khảo sát toàn cầu năm 2013 của Ngân hàng Thế giới về giáo dục và bảo vệ người tiêu dùng tài chính mới mẫu khảo sát là 114 quốc gia cho thấy phần lớn các cơ quan quản lý, giám sát tài chính (71%) có tham gia vào hoạt động giáo dục tài chính. Các nội dung giáo dục tài chính mà các cơ quan này tiến hành gồm: Xây dựng các tài liệu đào tạo về giáo dục tài chính (63 nước); Trực tiếp đào tạo về giáo dục tài chính (60 nước); Xây dựng, giám sát việc triển khai chiến lược về giáo dục hiểu biết tài chính (49 nước); Tiến hành khảo sát hiểu biết tài chính và công bố các báo cáo định kỳ (37 nước); Ban hành hướng dẫn về giáo dục hiểu biết tài chính tới các định chế tài chính (34 nước).

Thông lệ quốc tế cũng dần được bàn thảo và hình thành. Điển hình là vào năm 2005, OECD đã ban hành bộ 6 nguyên tắc và thông lệ tốt về giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính, gồm: (i) Việc xây dựng năng lực tài chính này, dựa trên thông tin và hướng dẫn tài chính thích hợp, cần được thúc đẩy. Giáo dục tài chính cần được cung cấp một cách công bằng và không thiên vị. Các chương trình cần được phối hợp và phát triển với hiệu quả; (ii) Các chương trình giáo dục tài chính nên tập trung vào các vấn đề ưu tiên cao, tùy thuộc vào hoàn cảnh quốc gia, có thể bao gồm các khía cạnh quan trọng của việc lập kế hoạch đời sống tài chính như tiết kiệm cơ bản, quản lý nợ tư nhân hoặc bảo hiểm cũng như các điều kiện tiên quyết để nhận thức về tài chính như toán tài chính sơ cấp và Kinh tế học. Cần khuyến khích nhận thức của những người về hưu trong tương lai về sự cần thiết phải đánh giá mức độ đầy đủ tài chính của các chương trình lương hưu công hoặc tư hiện tại của họ và thực hiện các hành động thích hợp khi cần; (iii) Giáo dục tài chính cần được xem xét trong khuôn khổ pháp lý và hành chính và được coi là một công cụ để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, niềm tin và ổn định, cùng với các quy định của các tổ chức tài chính và bảo vệ người tiêu dùng (bao gồm cả quy định về thông tin và tư vấn tài chính). Việc khuyến khích giáo dục tài chính không nên được thay thế cho quy định tài chính, điều cần thiết để bảo vệ người tiêu dùng (ví dụ như chống lại gian lận) và giáo dục tài chính được chỉ nên là sự bổ sung cho các quy định tài chính; (iv) Cần thực hiện các biện pháp thích hợp khi năng lực tài chính là cần thiết nhưng vẫn còn thiếu sót. Các công cụ chính sách khác cần xem xét là bảo vệ người tiêu dùng và quy định tổ chức tài chính. Không hạn chế quyền tự do hợp đồng, nên xem xét các cơ chế mặc định, có xem xét đến giáo dục tài chính không đầy đủ hoặc hành vi thụ động; (v) Vai trò của các tổ chức tài chính trong giáo dục tài chính cần được thúc đẩy và trở thành một phần của quản trị tốt đối với các khách hàng tài chính của họ. Trách nhiệm giải trình và trách nhiệm của các tổ chức tài chính không chỉ cần được khuyến khích trong việc cung cấp thông tin và tư vấn về các vấn đề tài chính, mà còn trong việc thúc đẩy khách hàng nhận thức về tài chính, đặc biệt là đối với các cam kết dài hạn và cam kết thể hiện tỷ lệ thuận với thu nhập hiện tại và tương lai; (vi) Các chương trình giáo dục tài chính cần được thiết kế để đáp ứng nhu cầu và mức độ hiểu biết về tài chính của đối tượng mục tiêu, cũng như phản ánh cách đối tượng mục tiêu thích nhận thông tin tài chính. Giáo dục tài chính nên được coi là một quá trình lâu dài và liên tục, đặc biệt là để tính đến sự phức tạp ngày càng tăng của thị trường, các nhu cầu khác nhau ở các giai đoạn cuộc sống khác nhau và thông tin ngày càng phức tạp.

Năm 2012, Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) đã đưa ra Bộ 10 nguyên tắc cấp cao về bảo vệ người tiêu dùng tài chính, gồm: (i) Khung pháp lý, quy định và giám sát; (ii) Vai trò của Cơ quan giám sát; (iii) Đối xử bình đẳng và công bằng với người tiêu dùng; (iv) Công bố thông tin và minh bạch; (v) Giáo dục và Nhận thức Tài chính; (vi) Hành vi kinh doanh có trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và đại lý được ủy quyền; (vii) Bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng; (viii) Bảo vệ dữ liệu người tiêu dùng và quyền riêng tư; (ix) Xử lý và giải quyết khiếu nại; (x) Cạnh tranh. Theo đó, tổ chức OECD cho rằng giáo dục và hiểu biết về tài chính cần được thúc đẩy bởi tất cả các bên liên quan và thông tin rõ ràng về bảo vệ người tiêu dùng, quyền và trách nhiệm phải được người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận. Các cơ chế phù hợp cần được phát triển để giúp người tiêu dùng hiện tại và tương lai phát triển kiến thức, kỹ năng và sự tự tin để hiểu một cách thích hợp các rủi ro, bao gồm cả rủi ro và cơ hội tài chính, đưa ra các lựa chọn sáng suốt, biết nơi cần hỗ trợ và thực hiện hành động hiệu quả để cải thiện tình hình tài chính của chính họ. Việc cung cấp thông tin và giáo dục tài chính trên diện rộng nhằm nâng cao kiến thức và năng lực tài chính của người tiêu dùng cần được thúc đẩy, đặc biệt là đối với các nhóm dễ bị tổn thương. Tùy thuộc vào hoàn cảnh quốc gia, giáo dục và nâng cao nhận thức về tài chính cần được khuyến khích như một phần của chiến lược giáo dục và bảo vệ người tiêu dùng tài chính rộng lớn hơn, được cung cấp thông qua các kênh đa dạng và phù hợp, và nên bắt đầu từ khi còn nhỏ và có thể tiếp cận được cho tất cả các giai đoạn của cuộc đời. Các chương trình và cách tiếp cận cụ thể liên quan đến giáo dục tài chính nên được nhắm mục tiêu cho các nhóm người tiêu dùng tài chính dễ bị tổn thương. Tất cả các bên liên quan cần được khuyến khích thực hiện các nguyên tắc và hướng dẫn quốc tế về giáo dục tài chính do Mạng lưới quốc tế về giáo dục tài chính (INFE) của OECD phát triển. Các tổ chức quốc gia và các tổ chức quốc tế có liên quan cần tổng hợp thêm thông tin có thể so sánh trong nước và quốc tế về giáo dục và nhận thức tài chính để đánh giá và nâng cao hiệu quả của các phương pháp tiếp cận giáo dục tài chính.

2.2 Kinh nghiệm giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính tại một số nước

2.2.1 Giáo dục tài chính ở châu Âu

Nhiều nước ở châu Âu đã và đang xây dựng, phát triển, triển khai các chiến lược quốc gia về giáo dục tài chính. Phần lớn các quốc gia này hướng đến việc nâng cao hiểu biết tài chính cho người dân và cải cách hệ thống lương hưu. Các quốc gia châu Âu sử dụng rất nhiều kênh như websites, mạng xã hội, chiến dịch tuyên truyền, ngày hiểu biết tài chính/tuần hiểu biết tài chính, thư viện... để cung cấp các thông tin về tài chính mà người tiêu dùng dịch vụ tài chính cần. Các sáng kiến giáo dục tài chính rộng rãi này cũng cung cấp các thông tin về các sản phẩm và dịch vụ tài chính trên thị trường, đặc biệt chú trọng nhóm người không tham gia thị trường tài chính chính thức hoặc những người mới sử dụng các dịch vụ tài chính (nhóm người trẻ hoặc nhập cư). Các kênh cung cấp thông tin này bổ sung nỗ lực bảo vệ người tiêu dùng tài chính bằng cách giúp họ nắm đầy đủ thông tin, so sánh các sản phẩm dịch vụ và tự bảo vệ mình.

Hơn nữa, nhiều sáng kiến giáo dục tài chính tập trung nhiều hơn đến nhóm người dân dễ bị tổn thương. Những chương trình giáo dục tài chính này thường tiếp cận người dân vào thời điểm họ cần các thông tin tài chính cũng như kiến thức và kỹ năng ở những vấn đề cụ thể như kỹ năng lên kế hoạch lương hưu cho người lao động, kỹ năng quản lý nợ cho những người vay nợ nhiều hoặc có rủi ro sẽ nợ nhiều, kỹ năng quản lý tiền cho người thu nhập thấp tiếp cận tài chính vi mô

và nâng cao hiểu biết tài chính cho người mới nhập cư. Cuối cùng, phần lớn các nỗ lực giáo dục tài chính ở các quốc gia châu Âu hướng đến trẻ em và người trẻ và hướng đến mục tiêu trang bị cho họ các kiến thức và kỹ năng để xử lý các vấn đề tài chính mà họ có thể gặp trong tương lai.

Các chiến lược quốc gia về giáo dục tài chính ở châu Âu

Trạng thái của CLQG về giáo dục tài chính	Số nước	Tên nước
Một CLQG đang được sửa đổi bổ sung và CLQG thứ hai đang được triển khai thực thi	5	CH Séc, Hà Lan, Slovakia, Tây Ban Nha, Vương Quốc Anh
CLQG đầu tiên đang được triển khai thực thi	12	Armenia, Bỉ, Croatia, Đan Mạch, Estonia, Ai-len, Latvia, Bồ Đào Nha, Nga, Slovenia, Thụy Điển, Thổ Nhĩ Kỳ
CLQG đang được tích cực thiết kế	4	Pháp, Ba Lan, Ru-ma-ni, Serbia
CLQG đang được lên kế hoạch thiết kế	4	Áo, Ý, Bắc Macedonia, Ukraina

Nguồn: OECD

2.2.2 Giáo dục tài chính ở Hoa Kỳ

Tại Hoa Kỳ, Ủy ban Giáo dục và Hiểu biết tài chính được thành lập theo Đạo luật Giao dịch Tín dụng Công bằng và Chính xác năm 2003. Ủy ban được giao nhiệm vụ phát triển trang Website giáo dục tài chính quốc gia (MyMoney.gov) và chiến lược quốc gia về giáo dục tài chính. Chủ tịch Ủy ban là Bộ trưởng tài chính Hoa Kỳ và Phó Chủ tịch là Cục trưởng Cục Bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Ủy ban được điều phối bởi Văn phòng Chính sách Người tiêu dùng của Bộ Tài chính. Vai trò của Ủy ban là đảm bảo sức khỏe tài chính bền vững cho tất cả các cá nhân và gia đình ở Hoa Kỳ. Để thực hiện vai trò này, Ủy ban đặt ra định hướng chiến lược cho chính sách, giáo dục, thực hành, nghiên cứu và điều phối để tất cả người Mỹ đưa ra các quyết định tài chính sáng suốt.

Chiến lược Quốc gia nêu chi tiết các ưu tiên về hiểu biết tài chính của chính phủ liên bang và nhấn mạnh kế hoạch hợp tác với các chính quyền tiểu bang, địa phương và khu vực tư nhân để tăng cường khả năng tài chính cho tất cả người Mỹ. Chiến lược quốc gia cập nhật của Hoa Kỳ được xây dựng và ban hành năm 2020 nhằm thúc đẩy sự hiểu biết về tài chính của người Mỹ theo hai cách: (i) Thứ nhất: xác định các phương pháp để cải thiện giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính của người Mỹ; (ii) Thứ hai: tăng vai trò ưu tiên và cấu trúc Chính phủ liên bang trong việc thúc đẩy giáo dục tài chính. Chiến lược Quốc gia 2020 được xây dựng dựa trên việc kế thừa và phát triển Chiến lược Quốc gia trước đó và dựa trên việc xem xét các hoạt động giáo dục tài chính liên bang và các cơ hội để hợp lý hóa các hoạt động giáo dục tài chính liên bang do Bộ Tài chính Hoa Kỳ hoàn thành trong báo cáo năm 2019 về Cải cách Kiến thức Tài chính Liên bang: Phối hợp và Cải thiện nỗ lực nâng cao hiểu biết Tài chính.

2.2.3 Giáo dục tài chính tại một số nước châu Á

Tại Nhật Bản, giáo dục tài chính cho người dân, đặc biệt là thế hệ trẻ rất được chú trọng. Chương trình giáo dục tài chính được lồng ghép vào chương trình phổ thông bắt đầu từ lớp 1 của cấp tiểu học cho đến lớp 12 của cấp trung học. Hội đồng trung ương về thông tin dịch vụ tài chính

(CCSFI), tài trợ bởi Ngân hàng Nhật Bản (Bank of Japan), tạo ra một ma trận mục tiêu đầy tham vọng cho việc thực hiện giáo dục tài chính ở cấp tiểu học và trung học. Những nội dung chính gồm có: (i) Lập kế hoạch tài chính trọn đời và quản lý chi tiêu hộ gia đình, bao gồm quản lý tiền và ra quyết định, tiết kiệm và sử dụng hiệu quả các sản phẩm tài chính, hiểu tầm quan trọng của lập kế hoạch và đạt được những kỹ năng về việc đó, hoặc dự phòng cho tai nạn, thảm họa, hoặc ốm đau; (ii) Cơ chế của tài chính và nền kinh tế, bao gồm hiểu chức năng của tiền và tài chính, chu kỳ kinh doanh, nhu cầu chính sách kinh tế, và những vấn đề tài chính; (iii) Quyền và rủi ro đối với người tiêu dùng, phòng ngừa những vấn đề tài chính bao gồm đạt được những kỹ năng căn bản cho việc ra quyết định độc lập và phù hợp để sống tốt hơn, ngăn chặn những vấn đề liên quan đến giao dịch tài chính và nợ nhiều; (iv) Giáo dục nghề nghiệp, bao gồm hiểu tầm quan trọng của công việc và sự lựa chọn nghề nghiệp.

Tại Ấn Độ, Hội đồng Phát triển và Ổn định Tài chính đã đưa ra Chiến lược Quốc gia về Giáo dục Tài chính vào năm 2012. Ngân hàng trung ương Ấn Độ (RBI) đã phát triển các tài liệu giảng dạy cho nhiều nhóm đối tượng, bao gồm sinh viên, phụ nữ, người nghèo ở nông thôn và thành thị và người cao tuổi. Những tài liệu này được quảng bá thông qua các trường học. Các ngân hàng tư nhân cũng đã phát triển các trung tâm về hiểu biết tài chính để làm việc với các tổ chức tài chính vi mô (MFI). Tương tự như chương trình “Tiết kiệm của tôi” của Ngân hàng trung ương Indonesia, RBI cũng đã thực hiện một cuộc đấu thầu phối hợp trong thập kỷ qua để tạo ra các cơ sở dịch vụ tài chính cơ bản cho nhóm “bị loại trừ” như các tài khoản đơn giản (No-frills accounts) có hoặc không có chức năng thấu chi.

Tại Thái Lan, điểm nổi bật trong chương trình giáo dục tài chính là sự đổi mới trong kênh đào tạo và đẩy mạnh sự hợp tác công tư trong chiến lược giáo dục tài chính quốc gia. Khuyến khích sự tham gia của khối tư nhân vào chiến lược giáo dục tài chính quốc gia không chỉ giúp san sẻ gánh nặng xã hội với Chính phủ mà còn tăng tính thực tiễn cho nội dung đào tạo. Các tổ chức tham gia vào chiến lược giáo dục tài chính quốc gia của Thái Lan rất đa dạng, gồm: (i) Các tổ chức tài chính chuyên nghiệp: Tại khu vực nông thôn là Ngân hàng Nông nghiệp và Hợp tác xã nông nghiệp (BAAC); tại khu vực thành thị là Ngân hàng Tiết kiệm Chính phủ (GSB); (ii) Ngân hàng thương mại: Các ngân hàng thực hiện trách nhiệm xã hội của mình thông qua việc cử các nhân viên đến đào tạo cho các trường học hoặc cung cấp dịch vụ lập kế hoạch tài chính cá nhân miễn phí cho khách hàng; (iii) Các cơ quan quản lý nhà nước, gồm Sở Giao dịch chứng khoán và Ủy ban Chứng khoán Thái Lan, thiết kế chương trình xây dựng thói quen tiết kiệm dài hạn cho học sinh tiểu học và trung học nhằm giúp các em trở thành nhà đầu tư chứng khoán tiềm năng; (iv) Trung tâm bảo vệ người tiêu dùng tài chính và các tổ chức xã hội và tổ chức phi chính phủ: Các tổ chức như Viện nghiên cứu châu Á Kennan, Quỹ nghiên cứu Thái Lan, Quỹ Khom Loy và quỹ Step Ahead đều cung cấp các khóa học tài chính cho những người có thu nhập thấp và khó khăn. Ngoài hình thức đào tạo căn bản tại lớp học, có những tổ chức cung cấp khóa đào tạo ngay cạnh bãi rác như Quỹ Khom Loy, quỹ Kennan tại các khu “ổ chuột” để đảm bảo giáo dục tài chính đến được những nhóm yếu thế nhất trong xã hội.

Tại Indonesia, chương trình giáo dục tài chính được phát triển khá tốt, vì bao gồm các nỗ lực hợp tác của Bộ Tài chính (MoF), Ngân hàng trung ương Indonesia và Cơ quan dịch vụ tài chính Indonesia. Các cơ quan này đã phối hợp phát triển một loạt các chương trình ở cấp quốc gia đồng thời hướng đến các nhóm cụ thể, bao gồm sinh viên và thanh niên, công nhân nhập cư, ngư dân, cộng đồng ở vùng sâu vùng xa và công nhân nhà máy. Một sự phát triển đáng chú ý là

chương trình TabunganKu (Tiết kiệm của tôi) của Bộ Tài chính và Ngân hàng trung ương Indonesia đã giúp thúc đẩy tiết kiệm trong tài khoản ngân hàng. Trong chương trình này, chính phủ đã thiết lập một tài khoản tiết kiệm đơn giản mà không phải trả phí quản lý hàng tháng và khoản tiền gửi ban đầu thấp là 20.000 Rp cho các ngân hàng thương mại và 10.000 Rp cho các ngân hàng nông thôn. Tính đến tháng 4 năm 2014, số lượng tài khoản TabunganKu đã đạt 12 triệu tài khoản kể từ khi bắt đầu vào tháng 2 năm 2010 (Ngân hàng Indonesia 2010; Ngân hàng Thế giới 2014). Điều này cho thấy tầm quan trọng của việc có các sản phẩm tài chính đáp ứng nhu cầu của các chương trình giáo dục tài chính. Các chương trình giáo dục tài chính được thực hiện cả thông qua trường học và các phương tiện truyền thông. Ngân hàng trung ương Indonesia hợp tác với tất cả các ngân hàng thương mại và ngân hàng nông thôn, đã tiến hành một loạt chiến dịch, bao gồm cả chiến dịch quốc gia “Hãy đến ngân hàng” vào năm 2008 để nâng cao hiểu biết của người tiêu dùng về các dịch vụ tài chính, sản phẩm, lập kế hoạch, quản lý và hiểu biết. Cơ quan dịch vụ tài chính Indonesia cũng có chương trình Chiến lược quốc gia về hiểu biết tài chính.

Tại Malaysia, ngân hàng trung ương (Bank Negara Malaysia, BNM) đã khởi xướng Chương trình Giáo dục Người tiêu dùng (CEP) vào năm 2003 như một phần của Kế hoạch Tổng thể Khu vực Tài chính 2000-2010. Năm 2010, Kế hoạch Chuyển đổi Kinh tế 2010-2020 (ETP) đã công nhận tầm quan trọng của việc có những người tiêu dùng có đủ năng lực tài chính, những người có thể đưa ra các lựa chọn tài chính sáng suốt và có ý thức, đồng thời xác định BNM chủ trì việc tạo ra một chương trình hiểu biết tài chính quốc gia phối hợp dựa trên quan hệ đối tác công tư. Hơn nữa, Kế hoạch Tổng thể Khu vực Tài chính mới (2011-2020) đã nhấn mạnh nhiều đến hiểu biết tài chính như một yếu tố chính của sự bao gồm tài chính, đồng thời khuyến nghị thúc đẩy giáo dục tài chính cho người lớn và thanh niên. Kế hoạch chi tiết đưa ra một số khuyến nghị nhằm trao quyền cho người tiêu dùng kiến thức, kỹ năng và công cụ để đưa ra các quyết định tài chính sáng suốt nhằm xây dựng, quản lý và bảo vệ tài sản cá nhân của họ. Các sáng kiến giáo dục tài chính có ba mục tiêu chính, bao gồm hỗ trợ chương trình nghị sự phát triển tổng thể, giải quyết các nhu cầu cụ thể và tính dễ bị tổn thương của người tiêu dùng hiện nay (bao gồm nợ hộ gia đình cao, thanh niên gặp khó khăn về tài chính và hỗ trợ giáo viên trong việc giáo dục tài chính cho trẻ em đi học) và hỗ trợ cuộc sống - học tập kéo dài dựa trên các giai đoạn cuộc đời.

Tại Philippines, Ngân hàng trung ương Philippines BSP đã tích cực trong việc phát triển các chiến lược về giáo dục tài chính và đã ban hành một số thông tư về vấn đề này. Trọng tâm chính là Chương trình Học tập Kinh tế và Tài chính nhằm thúc đẩy nhận thức về các vấn đề tài chính kinh tế. Chương trình nhắm mục tiêu đến các đối tượng cụ thể như học sinh, sinh viên trung học và đại học, công nhân Philippines ở nước ngoài, khách hàng tài chính vi mô và những đối tượng khác. BSP cũng có Chương trình Tín dụng Bảo đảm, một quỹ ủy thác được tài trợ bởi sự đóng góp của chính quyền tỉnh và một hợp tác xã trong cùng tỉnh để khuyến khích các tổ chức tài chính cho vay các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa (MSMEs) trong tỉnh bằng cách sử dụng bảo lãnh thay thế tài sản thế chấp. Vụ xử lý các vấn đề người tiêu dùng của BSP đã phụ trách các chương trình bảo vệ người tiêu dùng và Hội đồng chính sách tiền tệ của BSP đã phê duyệt việc áp dụng Khung bảo vệ người tiêu dùng tài chính (FCP) để thể chế hóa việc bảo vệ người tiêu dùng như một thành phần không thể thiếu của giám sát ngân hàng trong nước (Tetangco 2014). Ngoài ra, Hội đồng Tín dụng Quốc gia và Ủy ban Bảo hiểm giám sát giáo dục tài chính về bảo hiểm vi mô phối hợp với Ủy ban Chống Nghèo đói Quốc gia.

3. Một số khuyến nghị cho giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính tại Việt Nam

Cho tới nay, Việt Nam mới chỉ có 2 cơ chế bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính: có cơ quan quản lý khiếu nại và có hỗ trợ khách hàng bằng đường dây nóng. Theo đó, việc nâng cao hiểu biết để bảo vệ người tiêu dùng tài chính còn nhiều hạn chế. Để khắc phục hạn chế này, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 theo Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 20 tháng 01 năm 2020 xác định một trong những mục tiêu nhằm xây dựng nền tài chính toàn diện. Trong đó “Nâng cao hiểu biết tài chính cho người dân và doanh nghiệp, đảm bảo mọi người dân và doanh nghiệp có kiến thức, kỹ năng, thái độ, hành vi ứng xử phù hợp trong lựa chọn và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính” là định hướng đúng hướng và kịp thời. Từ căn cứ mục tiêu trên, trên cơ sở các thông lệ quốc tế cũng như kinh nghiệm về giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính ở các quốc gia trên thế giới, nhóm tác giả xin đề xuất một số khuyến nghị sau:

- Xây dựng và ban hành khung khổ pháp lý cho giáo dục tài chính quốc gia. Hướng đi cần là: (i) Đưa “giáo dục tài chính” luật hoá thành các văn bản cụ thể, phải trở thành chủ trương chính thống của Chính phủ để các chương trình triển khai sau đó đảm bảo tính đồng bộ và hệ thống; (ii) Giao một cơ quan đầu mối (có thể là NHNN hoặc Bộ Tài chính) chủ trì xây dựng chiến lược quốc gia về giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính.

- Trước mắt, Bộ Công thương thích hợp với vai trò chủ trì còn các cơ quan quản lý, giám sát về tài chính đóng vai trò hỗ trợ cho tới khi có một bộ phận riêng thực hiện vai trò chuyên sâu về bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Cụ thể là thời điểm này nên huy động các cơ quan quản lý, giám sát tài chính tham gia vào hoạt động thiết kế, giáo dục tài chính cho công chúng trên các kênh truyền thông theo các nội dung sau: (i) Thiết kế tài liệu đào tạo; (ii) Cung cấp các khóa đào tạo trực tiếp; (iii) Khảo sát hiểu biết tài chính và công bố các báo cáo định kỳ; (iv) Phát hành hướng dẫn về giáo dục hiểu biết tài chính tới các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và công chúng; (v) Phát hành thông tin định kỳ về tổng quan thị trường tài chính và sản phẩm tài chính.

- Thời kỳ quá độ tiến tới cơ quan chuyên trách thực hiện Bảo vệ người tiêu dùng tài chính, Việt Nam có thể tạm quy định cơ quan đầu mối chịu trách nhiệm chính, các cơ quan phối hợp thực hiện giáo dục tài chính theo từng nhóm đối tượng của chương trình giáo dục. Thông thường, nên phân loại dựa vào các tiêu chí về nhân khẩu học như tuổi, giới tính, nghề nghiệp, địa bàn sinh sống, thu nhập, trình độ học vấn, mục tiêu tài chính. Ví dụ như với đối tượng là học sinh phổ thông và sinh viên đại học, Bộ Giáo dục và Đào tạo nên là cơ quan chủ trì còn Bộ Tài chính, UBCKNN, NHNN, Tập đoàn Bảo Việt... là cơ quan phối hợp. Còn với đối tượng là doanh nghiệp, nên giao cho Bộ Tài chính là cơ quan chủ trì bởi đây là cơ quan quản lý các chứng chỉ nghề nghiệp có liên quan. Đối với đối tượng thuộc vùng nông thôn, miền núi, nên giao cho Chính quyền địa phương kết hợp cùng các tổ chức như Đoàn thanh niên, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, Quỹ tín dụng nhân dân...

Thêm nữa, từ chiến lược quốc gia về giáo dục tài chính, Bộ Thông tin và Truyền thông có thể hỗ trợ các giải pháp tăng cường tuyên truyền, phổ biến qua nhiều kênh thông tin để nâng cao nhận thức cho người tiêu dùng sản phẩm tài chính về kiến thức (các loại hình dịch vụ tài chính, các định chế tài chính...), và năng lực quản lý tài chính (quản lý tiền, lập kế hoạch tài chính...) để giúp người tiêu dùng đưa ra được quyết định phù hợp với nhu cầu và khả năng của mình và tối đa hóa lợi ích khi tiêu dùng các sản phẩm tài chính thông qua các hình thức:

- Tạo cơ chế phối hợp truyền thông, báo chí nhằm thực hiện các chương trình truyền thông giáo dục tài chính có tính sáng tạo, dễ hiểu, dễ tiếp cận, có tính tương tác cao, ứng dụng sức mạnh công nghệ số.

- Có cơ chế phù hợp cho các định chế tài chính để giúp các định chế truyền thông một cách trực quan, sinh động về các sản phẩm, dịch vụ của các tổ chức tín dụng.

- Nghiên cứu để cho phép các ứng dụng công nghệ thông tin vào hình thức cung cấp phổ cập kiến thức, đặc biệt là các ứng dụng trên điện thoại, trò chơi điện tử, gameshow, các khoá đào tạo online, hoặc các clips ngắn. Hiện đại hoá cách thức cung cấp kiến thức sẽ tạo sự hứng thú và dễ dàng khi tiếp cận cho cộng đồng. Đồng thời giúp cho việc chia sẻ kiến thức trở nên dễ dàng và nhanh chóng hơn./.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 22/01/ 2020 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

Trần Thanh Thu và Đào Hồng Nhung (2020) “*Chương trình giáo dục tài chính quốc gia trong bối cảnh số hoá ngành Tài chính: Kinh nghiệm và đề xuất cho Việt Nam*”, Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng, Số 221 – Tháng 10/2020

Hoàng Thị Thu Hiền và Nguyễn Thị Vân (2020) “*Bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp*”, Diễn đàn Tài chính tiền tệ Tháng 11/2020.

Lê Thị Thúy Sen (2021), “*Truyền thông giáo dục tài chính góp phần thực hiện Chiến lược quốc gia về tài chính toàn diện*”, Tạp chí Ngân hàng số 03+04/2021.

Đặng Chí Thọ (2015), “*Nâng cao hiểu biết và bảo vệ người tiêu dùng tài chính*”, Tạp chí Thị trường tài chính – tiền tệ số 6 (423) Tháng 03/2015.

OECD (2017), *G20/OECD INFE Report on ensuring financial education and consumer protection for all in the digital age*.

OECD (2016), *Financial Education in Europe: Trends and Recent Developments*, OECD Publishing, Paris.

OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 40 (2016), *Financial Education Policies in Asia and the Pacific*.

OECD (2012), *G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection*, Organization for Economic Co-operation and Development, 2 rue André-Pascal, 75775 Paris cedex 16, France.

World Bank (2017), *Good practices for Financial Consumer Protection*, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA.

Yoshino, N., P. Morgan, and G. Wignaraja. 2015. *Financial Education in Asia: Assessment and Recommendations*. ADBI Working Paper 534. Tokyo: Asian Development Bank Institute.

Tambunlertchai, K. 2015. *Financial Inclusion, Financial Regulation, and Financial Education in Thailand*. ADBI Working Paper 537. Tokyo: Asian Development Bank Institute.

U.S. Financial Literacy and Education Commission (2020), *U.S. National Strategy for Financial Literacy 2020*.

PHÂN BIỆT CÁC LOẠI TIỀN TRONG KỸ NGUYÊN KỸ THUẬT SỐ

PGS.TS Nguyễn Văn Hiệu - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tóm tắt

Tại Việt Nam, việc cung cấp và sử dụng Bitcoin và các phương tiện thanh toán tương tự khác là bất hợp pháp. Tuy nhiên, số lượng người tham gia vào thị trường Bitcoin và các loại tiền kỹ thuật số (nói chung) ngày càng tăng do các giao dịch này được thực hiện trên các nền tảng quốc tế. Với thông tin tràn ngập về kế hoạch phát hành tiền kỹ thuật số của chính phủ trong thời gian gần đây, nhiều cá nhân lầm tưởng về việc các nước trên thế giới ủng hộ một số loại tiền ảo và kỳ vọng vào việc hợp pháp hóa các loại tiền này trong tương lai. Đó có thể là một trong những hiểu lầm tai hại về tiền điện tử. Bài viết này làm rõ bản chất và cách phân biệt của các loại tiền nói chung và tiền kỹ thuật số nói riêng hiện nay trên thị trường. Lời khuyên cho các nhà đầu tư cá nhân là: cần phân biệt rõ tiền ảo, tiền thật, tiền kỹ thuật số pháp định và tiền kỹ thuật số tự phát nhằm tránh những rủi ro tiềm ẩn khi tham gia vào thị trường này.

Từ khóa: Tiền thật, tiền giấy, tiền ảo, tiền kỹ thuật số, tiền mã hóa.

Abstract:

In Vietnam current laws, the supply and use of Bitcoin and other similar payment methods is illegal. However, the number of people participating in the Bitcoin market and digital currencies (in general) is increasing because these transactions are conducted on international platforms. With the abundance of information about the government's plan to issue digital currencies recently, many individuals mistakenly think about the support of countries around the world with some virtual currencies and expect the legalization of these coins in the future. It is possibly one of the disastrous misunderstandings about cryptocurrency. This article clarifies the nature and distinction of currencies in general and digital currencies in particular in the current market. Distinguishing between virtual currency, real money, fiat cryptocurrency and spontaneous cryptocurrencies helps individual investors avoid misunderstandings and potential risks when participating in this market.

Keywords: real currency, paper note currencies, virtual currencies, cryptocurrency

Giới thiệu chung

Ngày 28/10/2017, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ra thông báo về việc cấm sử dụng Bitcoin và các loại tiền ảo tương tự khác làm phương tiện thanh toán. Theo đó, từ ngày 1/1/2018, hành vi phát hành, cung ứng, sử dụng các phương tiện thanh toán không hợp pháp (bao gồm cả Bitcoin và các loại tiền ảo tương tự khác) có thể bị truy cứu trách nhiệm hình sự. Với Việt Nam, bitcoin và các đồng tiền kỹ thuật số khác không phải phương tiện thanh toán hợp pháp. Do đó, việc sử dụng đồng tiền này là phương tiện thanh toán là không đúng quy định pháp luật hiện hành. Tuy nhiên, theo số liệu điều tra nghiên cứu thị trường tiền ảo của CryptoCompare, năm 2017, số giao dịch bitcoin xuất phát từ Châu Á là 80%, trong đó 4 thị trường lớn nhất là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và Việt Nam. Số lượng người truy cập từ Việt Nam vào một số sàn giao dịch tiền ảo hay những trang thông tin tiền ảo trên thế giới như Poloniex, Bittrex... luôn nằm

trong Top 5 cùng các nước Mỹ, Nga, Nhật Bản. Số lượng người tham gia vào thị trường tiền kỹ thuật số ngày càng tăng chứ không có dấu hiệu ngừng lại vì những giao dịch này được thực hiện trên các platform quốc tế và thực tế là Việt Nam cũng không hẳn cấm các giao dịch tiền ảo nói riêng và tiền kỹ thuật số nói chung. Tuy nhiên, với những thông tin dồn dập về kế hoạch phát hành các đồng tiền kỹ thuật số của chính phủ các nước trong thời gian gần đây, nhiều cá nhân lầm tưởng về sự ủng hộ của các quốc gia trên thế giới với một số đồng tiền kỹ thuật số (tiền ảo) và kỳ vọng về sự hợp pháp hóa các đồng tiền này trong tương lai. Đó là một trong những hiểu lầm tai hại về tiền kỹ thuật số và có thể phải trả giá đắt khi đầu tư vào thị trường tiền ảo mà chưa hiểu rõ về nó. Bài viết này làm rõ hơn tính chất và phân biệt các loại tiền nói chung và tiền kỹ thuật số nói riêng hiện đang có trên thị trường nhằm giúp các nhà đầu tư có cái nhìn khách quan về cơ hội và nguy cơ rủi ro của việc tham gia vào thị trường tiền kỹ thuật số.

1. Tiền tệ, tiền giấy và tiền ảo

Để hiểu về tiền, trước hết cần phân biệt giữa tiền tệ (tiền thật), tiền dấu hiệu giá trị (tiền giấy) và tiền ảo.

Tiền tệ theo nghĩa hiểu chung nhất là hàng hóa đặc biệt có giá trị nội tại được sử dụng làm vật ngang giá chung trong trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa các tổ chức, cá nhân. Tiền tệ có đầy đủ 3 chức năng: thước đo giá trị, phương tiện thanh toán và phương tiện tích lũy²⁵. Tiền tệ theo nghĩa như trên thường là các kim loại quý như vàng, bạc... Đây là thứ tiền lưu hành phổ biến nhất trong thời kỳ cổ đại. Đến tận bây giờ người ta vẫn có thể sử dụng tiền này trong thanh toán và cất trữ vì tính ổn định giá trị nội tại của chúng. Tiền tệ (vàng) được coi là nơi trú ẩn cuối cùng an toàn nhất khi tiền dấu hiệu và tiền khác rơi vào tình trạng mất kiểm soát do lạm phát hoặc các nguyên nhân khác.

Tiền giấy là tiền dấu hiệu giá trị thay cho tiền tệ. Do sự bất tiện trong lưu thông, vận chuyển, hao mòn tự nhiên, thiếu hụt cổ ý trong việc đúc tiền nên dần dần tiền thật được thay thế bởi tiền giấy. Đây là loại giấy hứa trả tiền, không có giá trị nội tại nhưng có giá trị pháp định được phép lưu thông thay cho tiền thật. Ban đầu, tiền giấy có mệnh giá tương đương tiền thật và có thể đổi ngang giá trị thành tiền thật (vàng) bất cứ lúc nào. Chế độ này và kéo dài cho đến đầu những năm 70 của thế kỷ trước. Lạm phát tiền giấy và ảnh hưởng của khủng hoảng đã làm cho chế độ bản vị vàng chính thức sụp đổ bởi sự chấm dứt hiệp định Bretton Woods vào năm 1971. Kể từ đó, tiền giấy chỉ còn mang ý nghĩa dấu hiệu giá trị đúng nghĩa và không còn mối liên hệ quy đổi giá trị cố định với tiền thật. Tiền giấy do ngân hàng trung ương của các quốc gia phát hành và có giá trị lưu thông trong phạm vi quốc gia hoặc cộng đồng các quốc gia (chẳng hạn Euro). Tiền giấy là tiền pháp định và có thể dùng làm phương tiện thanh toán quốc tế thông qua chế độ tỷ giá. Lượng tiền giấy được phát hành vào lưu thông theo những nguyên tắc nghiêm ngặt và được điều hành bởi ngân hàng trung ương nên giá trị tương đối ổn định. Được bảo lãnh bằng luật pháp và kiểm soát bằng sự độc quyền phát hành, tiền giấy vẫn thực hiện được đầy đủ các chức năng của tiền: phương tiện thanh toán, thước đo giá trị và phương tiện cất trữ.

Tiền ảo là sản phẩm của công nghệ mới xuất hiện trong thời gian gần đây. Tiền ảo là loại tiền tưởng tượng, chúng được sử dụng và chấp nhận trong cộng đồng ảo. Tiền ảo sơ khai nhất là số điểm trong các trò chơi trực tuyến. Người có tiền ảo (điểm ảo) có thể dùng để mua một số hàng hóa, giá trị ảo trong phạm vi quy ước của trò chơi như: thăng hạng, vinh danh... Dần dần,

²⁵ Một số tài liệu cho rằng tiền tệ còn có thêm chức năng tiền tệ thế giới

các ứng dụng được tích hợp với nhau và có thể tạo ra giá trị thật như game online kết hợp với quảng cáo... Một game thủ giỏi có nhiều tiền ảo là nhân tố tiềm năng sản sinh lợi ích quảng cáo hoặc thu hút sự chú ý của cộng đồng. Do vậy, lượng tiền ảo mà game thủ có được là thước đo giá trị tiềm năng của họ mang lại. Nhà mạng sẵn sàng trả tiền thật để mua lại số tiền ảo (điểm ảo) của người chơi game theo những tỷ lệ quy ước hợp lý. Đây là điểm gặp nhau giữa tiền ảo và tiền thực. Xét theo mức độ tương tác với tiền giấy và nền kinh tế thực, tiền ảo có thể chia thành 3 cấp độ (loại). Cấp độ 1, tiền ảo được sử dụng trong các trò chơi trực tuyến, chỉ có giá trị với cộng đồng người chơi và ít có mối liên hệ với thế giới thực. Cấp độ 2, tiền ảo vẫn gắn với các trò chơi trực tuyến hoặc các ứng dụng tương tự nhưng phạm vi rộng lớn hơn, được sử dụng đơn hướng, có tiêu chuẩn để mua (đổi), có thể sử dụng để mua hàng hoá, dịch vụ ảo và trong nhiều trường hợp có thể mua hàng thật hoặc đổi ra tiền thực. Cấp độ 3 là các loại tiền ảo có thể hoạt động như tiền thông thường, với hai tỷ giá đổi hoái (mua và bán), làm phương tiện thanh toán và phương tiện tích trữ, để dành và đầu cơ chênh lệch giá. Tuy nhiên, tiền ảo ở cấp độ này cũng chỉ có giá trị tự định trong cộng đồng những người tham gia mà không có một tổ chức hoặc chính phủ nào đứng ra bảo lãnh hoặc đảm bảo giá trị như những đồng tiền pháp định.

Theo định nghĩa của Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB), tiền ảo là một loại tiền kỹ thuật số (digital money) được phát hành bởi những người phát triển phần mềm (developers), cũng thường là người kiểm soát hệ thống và được sử dụng, chấp nhận thanh toán giữa các thành viên trong một cộng đồng ảo nhất định.

Bitcoin là một đồng tiền ảo điển hình. Năm 2008, lập trình viên Satoshi Nakamoto đã giới thiệu bản thiết kế của loại tiền kỹ thuật số có tên là Bitcoin. Nó được đưa vào hoạt động vào ngày 03 tháng 1 năm 2009, như một thử nghiệm mã hoá và không có giá trị gì cho đến khi nó được đem ra trao đổi với giá \$0,000764. Điều không ngờ là sau đó giao dịch tăng dần và đạt đến con số hàng triệu lượt/ngày. Nhu cầu tăng cao của Bitcoin (trong khi số lượng bị giới hạn) đã làm cho giá trị của Bitcoin tăng cao không tưởng. Thực tế này đặt ra câu hỏi Bitcoin có thực sự là tiền hay dấu hiệu của tiền hay không? Hầu hết các ngân hàng trung ương của các nước phát triển (Mỹ, Đức, Canada, EU...) đều coi Bitcoin là một sản phẩm số cho mục đích đầu cơ chứ không coi nó là một dạng tiền. Bitcoin không có giá trị nội tại và cũng không được một nền tài phán nào thừa nhận. Bitcoin chỉ được thừa nhận như một quy ước tự định của những người tham gia vào mạng lưới giao dịch và giá trị của chúng được định đoạt bởi niềm tin không chắc chắn. Niềm tin đó có được nhờ hiệu ứng đa cấp – người tham gia sau trả giá cao hơn để kỳ vọng lấy tiền của những người tham gia sau nữa. Trong một tài liệu nghiên cứu, ngân hàng Thanh toán Quốc tế cho rằng tiền ảo không được kiểm soát chặt chẽ bởi chính phủ và bản chất phi tập trung của nó không được đảm bảo bởi ngân hàng trung ương hay cơ quan chức năng nào. Bộ Tài chính Hoa Kỳ năm 2013 cũng khẳng định tiền ảo không được chấp nhận là phương tiện đấu thầu hợp pháp ở bất kỳ tiểu bang nào. Một nghiên cứu của Ngân hàng Canada chỉ ra tiền ảo không thể đấu thầu hợp pháp ở quốc gia này vì chúng không được Hoàng gia hay Ngân hàng Canada ban hành. Tác giả của thuật ngữ “thiên nga đen” - Nassim Nicholas Taleb (một trong những nhà tư tưởng đầy sáng tạo và là một thiên tài trong mảng tài chính) coi Bitcoin là một trò lừa đảo đa cấp và gọi nó là “thứ vô dụng”. Chuyên gia kinh tế Hà Lan Alex de Vries, người điều hành Digiconomist cho rằng thứ duy nhất các nhà đầu cơ có thể bám víu vào hiện nay là niềm hy vọng đồng tiền số này sẽ lại tăng giá như những lần trước và sẽ lại có những người mới nhảy vào thị trường để trả cao hơn. Trong khi bất động sản hay chứng khoán có giá trị và gắn chặt với tài sản cơ sở thì những bong bóng

như lan đột biến, hoa tulip... và bây giờ là Bitcoin không xuất phát từ giá trị thực. Trên thực tế, Bitcoin chưa từng được dùng cho thanh toán rộng rãi ở bất kỳ thị trường nào bởi tính biến động về giá quá lớn của nó. Điều này càng khẳng định nó mang tính chất biểu tượng cho mục đích đầu cơ hơn là một dạng tiền điện tử. Tiền ảo dựa trên nền tảng công nghệ số hiện đại, tuy có một số chức năng và đặc điểm lợi thế nhưng được phát triển tự phát nên không thể đảm nhận được các chức năng của tiền theo nghĩa thông thường.

2. Tiền mã hóa (Crypto) tự phát và tiền mã hóa pháp định

Tiền mã hóa là một dạng của các đồng tiền kỹ thuật số nói chung. Tiền mã hóa sử dụng công nghệ mới có độ bảo mật cao và có những đặc điểm khác biệt nên có thể coi là tiền kỹ thuật số thế hệ mới. Tiền mã hóa phát triển dựa trên nền tảng của công nghệ Blockchain. Nó được tạo ra với sứ mệnh giúp cho các công ty startup có thể kêu gọi vốn và dùng nền tảng này để xây dựng hệ thống, giúp thực hiện các hợp đồng thông minh, triển khai ứng dụng phi tập trung, bảo trợ danh tính, biểu quyết ngang hàng. Bitcoin là một điển hình của tiền mã hóa phát triển trên nền tảng công nghệ blockchain do Satoshi Nakamoto (người không rõ danh tính) thiết kế. Cho đến nay, tất cả các loại tiền mã hóa đều do cá nhân hoặc nhóm cá nhân thiết kế và phát hành. Chưa một ngân hàng trung ương nào trên thế giới phát hành, quản lý và lưu thông tiền mã hóa. Vì vậy, tất cả các tiền mã hóa hiện có trên thị trường đều là tiền ảo (tiền phi pháp định). Tiền mã hóa hiện đang lưu hành trên thị trường là tiền ảo nhưng không phải mọi đồng tiền ảo đều là tiền mã hóa (crypto).

Tiền mã hóa hoạt động dựa trên một số nguyên tắc sau:

(1) Sổ cái công khai phi tập trung.

Sổ cái ghi lại tất cả các giao dịch được thực hiện trong hệ thống. Sổ cái được chia thành các khối giao dịch, mỗi giao dịch mới sẽ được liên kết với các giao dịch trước đó tạo thành khối, gọi là khối giao dịch chuỗi. Cuốn sổ cái này sử dụng tiền ảo là đơn vị kế toán, giúp quan sát mọi cuộc giao dịch đã được thực hiện. Cập nhật trạng thái được thực hiện tự động và không một cá nhân hay tổ chức nào có thể can thiệp vào các bút toán giao dịch – gọi là sổ cái phân tán.

(2) Khai thác tiền mã hóa

Khai thác tiền mã hóa hay còn được gọi là đào tiền là một quá trình xử lý và xác nhận thanh toán nhanh chóng trên hệ thống mạng lưới tiền mã hóa. Quá trình đào tiền chính là việc sử dụng máy tính để dò tìm những mã hóa cực kỳ phức tạp. Nếu khai thác được, người đào tiền sẽ sở hữu số tiền đào được mà không cần phải bỏ tiền để mua nó. Đó là cách duy nhất để phát hành tiền mã hóa mới vào lưu thông. Nói cách khác, các công cụ khai thác về cơ bản là “đúc tiền” mà thực chất là chơi game theo luật của người thiết kế nó đặt ra. Việc đào tiền mã hóa không hề dễ và phải cần đến hệ thống máy tính khổng lồ chạy liên tục. Vì vậy, hoạt động của mạng lưới tiền mã hóa được coi là có hại vì tiêu thụ lượng điện năng, thiết bị lớn, đồng thời thải ra một lượng khí ozone đáng kể góp phần làm cho quá trình biến đổi khí hậu có hại cho môi trường.

(3) Giao dịch trên cơ sở mạng ngang hàng

Công nghệ sổ cái phân tán, cập nhật tự động cho phép giao dịch được thực hiện theo cơ chế ngang hàng – tức không có bộ phận trung gian xử lý giao dịch. Bất kỳ ai cũng có thể trở thành một nút trên mạng tiền mã hóa nếu họ muốn tham gia vào quá trình xác minh và xác thực các khối chuỗi. Về cơ bản, mỗi nút giữ một bản sao của blockchain và so sánh nó với các nút khác để đảm bảo dữ liệu chính xác. Mạng nhanh chóng xác thực và từ chối mọi hoạt động độc hại hoặc không chính xác.

(4) Ví điện tử và mật mã là công cụ chính để bảo vệ quyền của chủ sở hữu

Ví tiền điện tử là địa chỉ giúp người dùng có thể gửi và nhận các loại tiền mã hóa. Ví có thể lưu trữ nhiều Coin và Token cùng một lúc nhưng đa phần chỉ hỗ trợ một số loại tiền nhất định. Ví điện tử được bảo vệ an toàn bởi khóa cá nhân (private 29 key). Người sở hữu có thể truy cập số dư của mình trên nhiều thiết bị khác nhau tương tự như các thẻ ngân hàng bình thường khác. Mật mã là những ký tự phức tạp, có độ bảo mật cao và chỉ cấp một lần duy nhất. Không cơ chế xác thực và cấp lại mật khẩu như những ứng dụng điện tử khác. Mất mật mã đồng nghĩa với việc mất toàn bộ số tiền có trong ví điện tử.

Như vậy, cơ chế giao dịch ẩn danh, ngang hàng, bảo mật, không bị kiểm soát và quản lý của nhà nước hay tổ chức cá nhân nào và không bị giới hạn bởi lãnh thổ quốc gia là những đặc điểm cơ bản nhất của các ứng dụng tiền mã hóa hiện tại. Đặc điểm này vừa là ưu điểm cho người sở hữu tiền nhưng cũng lại là những nhược điểm vì quyền sở hữu không được pháp luật thừa nhận. Với cơ quan quản lý thì sự nở rộ của tiền mã hóa là một nguy cơ vì sự song hành của tiền mã hóa có hiệu ứng tiêu cực tương tự như hiện tượng đô la hóa hoặc vàng hóa. Hơn nữa, tiền mã hóa còn có khả năng được sử dụng để rửa tiền, tài trợ khủng bố hoặc giao dịch bất hợp pháp mà cơ quan quản lý không dễ dàng truy vết.

Mặc dù vậy, không thể không thừa nhận những ưu điểm nổi trội của tiền mã hóa vì sự thuận tiện và tính phổ cập của nó trên phạm vi toàn cầu. Cách tốt nhất để hạn chế sự “bành trướng” của tiền mã hóa và tiền ảo tự phát là nghiên cứu ban hành tiền mã hóa pháp định – tức tiền mã hóa do các ngân hàng trung ương phát hành. Nhiều quốc gia trong đó có Trung Quốc, Việt nam... đang tích cực đẩy mạnh nghiên cứu và thử nghiệm tiền mã hóa và dự định sẽ phát hành đồng tiền mã hóa pháp định trong tương lai. Theo một cuộc khảo sát được thực hiện bởi 65 quốc gia và khu vực trên thế giới của Boar và Wehrli (2021), đến từ Ngân hàng Thanh toán Quốc tế (BIS) thì có khoảng 86% các ngân hàng trung ương đang tham gia nghiên cứu và phát triển liên quan đến tiền kỹ thuật số (tiền mã hóa) của ngân hàng trung ương, trong đó khoảng 40% đã phát triển từ nghiên cứu khái niệm đến giai đoạn thử nghiệm hoặc chứng nhận khái niệm, 14% đã triển khai các kế hoạch sắp xếp thực hiện thí điểm liên quan.

Nếu tiền mã hóa được phát hành bởi các ngân hàng trung ương, nó sẽ được thừa nhận trong mọi giao dịch kể cả trong nước và quốc tế như đồng tiền luật định hiện đang lưu hành. Khi ấy, tiền điện tử (tiền bút toán) dùng trong thanh toán không dùng tiền mặt của hệ thống hiện hành sẽ được thay thế bởi tiền mã hóa pháp định và tiếp tục được quản lý, điều hòa và ổn định giá trị để đảm nhận được các chức năng truyền thống của một đồng tiền chính thức.

3. Một số hàm ý và khuyến nghị

Thị trường tiền mã hóa và tiền ảo đang và sẽ tiếp tục phát triển một cách tự phát, kể cả khi tiền mã hóa pháp định được phát hành bởi các ngân hàng trung ương của các nước trên thế giới.

Biến tướng của tiền mã hóa và tiền ảo là khôn lường và không thể dự đoán trước được. Theo thống kê không chính thức, có khoảng trên dưới 5000 loại tiền ảo (trong đó có số lượng không nhỏ tiền mã hóa) đang lưu hành trên thế giới ở nhiều quốc gia khác nhau trong đó có cả những quốc gia đang phát triển như Việt Nam. Sự phát triển nhanh chóng của tiền ảo, tiền mã hóa phần nào phản ánh sự bất lực của các chính phủ trong việc kiểm soát và hạn chế chúng. Ngoại trừ Anh và Nhật Bản, hầu như không một quốc gia nào thừa nhận sự hợp pháp của các giao dịch tiền ảo. Một số nước có thị trường tài chính phát triển với quan điểm “cởi mở” (kể cả Anh và Nhật) cũng chỉ chấp nhận cho giao dịch để quản lý và thu thuế (phí) chứ cũng không thừa nhận chúng là tiền “luật định”. Do vậy, ở hầu hết các nước, trong đó có Việt Nam, giao dịch tiền ảo nói chung và giao dịch tiền ảo nói riêng là giao dịch bất hợp pháp và không được bảo đảm dù bất cứ lý do gì. Đã có hàng loạt các vụ lừa đảo đầu tư tiền ảo mà phần thiệt thòi thuộc về các nhà đầu tư. Phân biệt giữa tiền ảo, tiền thật, tiền mã hóa pháp định và tiền mã hóa tự phát giúp các nhà đầu tư cá nhân tránh được những ngộ nhận và tránh được những rủi ro tiềm ẩn khi tham gia vào thị trường này./.

Tài liệu tham khảo:

Đậu Thị Mai Hương (2016), Một số vấn đề pháp lý về tiền điện tử và khuyến nghị, Tạp chí Ngân hàng, số 10, năm 2016;

Hoàng Thị Tâm, Nguyễn Thị Kim Phụng (2018), Tiền ảo và thực trạng quản lý tiền ảo ở một số quốc gia trên thế giới, Tạp chí Khoa học và Công nghệ số 5, tháng 4/2018.

Badev, A., & Chen, M. (2014). Bitcoin: Technical background and data analysis. Finance and Economics Discussions Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board

Banco Central do Brasil, (2014). Policy statement on the risks related to the acquisition of the so-called “virtual currencies” or “encrypted currencies” and to the transactions carried out with these currencies.

Boar, C., and Wehrli. A (2021), “Ready, steady, go? - Results of the third BIS survey on central bank digital currency”, BIS Papers, no 114, January;

Lam, P.N., (2014). Bitcoin in Singapore: A Light-Touch Approach to Regulation (LLB Thesis). National University of Singapore, Faculty of Law, Singapore.

THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH PHI TẬP TRUNG VÀ NHỮNG RỦI RO ĐỐI VỚI NGƯỜI THAM GIA

TS. Lê Hồng Hạnh - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tóm tắt

Tài chính phi tập trung (Decentralized finance - DeFi), được hiểu là các ứng dụng tài chính sử dụng trên nền tảng công nghệ chuỗi khối (Blockchain) và Hợp đồng thông minh (Smart contract). Thuật ngữ này mô tả một hệ sinh thái dịch vụ tài chính, được cho là, minh bạch, nguồn mở và đặc biệt là khả năng tự do truy cập của người dùng mà không bị giám sát/quản lý bởi bất kỳ cơ quan hoặc trung tâm nào. Bài viết này sẽ cũng cấp các khái niệm liên quan đến tài chính phi tập trung, các đặc điểm và tổng quan về thị trường này cũng như phân tích một số rủi ro mà người tham gia thị trường có thể gặp phải.

Từ khóa: Tài chính phi tập trung, Blockchain, rủi ro

Abstract:

Decentralized finance (DeFi), is understood as financial applications used on the blockchain technology platform and Smart contract. This term describes a financial services ecosystem, which is supposed to be transparent, open source and especially freely accessible by users without being monitored/regulated by any authority or center. This article will provide the concepts related to decentralized finance, the characteristics and overview of this market, as well as analyze some of the risks that market participants may face.

Keywords: Decentralized finance, Blockchain, risk

1. Giới thiệu chung

Tài chính phi tập trung (Decentralized finance - DeFi) là một thuật ngữ đang thu hút sự chú ý trong thời gian gần đây. Trong thị trường Tài chính phi tập trung, các giao dịch tài chính được thực hiện trên mạng ngang hàng phi tập trung, xây dựng trên nền tảng công nghệ chuỗi khối (Blockchain) và Hợp đồng thông minh (Smart contract) (Catalini & Gans, 2020). Thuật ngữ này mô tả một hệ sinh thái dịch vụ tài chính, được cho là, minh bạch, nguồn mở và đặc biệt là khả năng tự do truy cập của người dùng mà không bị giám sát/quản lý bởi bất kỳ cơ quan hoặc trung tâm nào. Đặc điểm về khả năng truy cập và sử dụng dễ dàng đã tạo cơ hội cho tài chính phi tập trung phát triển, mang lại lợi ích trực tiếp tới người dùng. Thống kê năm 2017 của Worldbank cho thấy hiện nay trên thế giới vẫn có tới 1.7 tỉ người chưa có tài khoản ngân hàng, con số này là hơn 2 tỉ người năm 2014.

Nghiên cứu của (Zetsche et al., 2020) đã nhận định rằng tài chính phi tập trung có tiềm năng sẽ tác động và thay đổi toàn bộ hệ thống tài chính truyền thống. Nghiên cứu của (Chen & Bellavitis, 2020) cũng cho thấy những ưu điểm nhất định của tài chính phi tập trung sẽ tái định hình cấu trúc hệ thống tài chính hiện đại, hỗ trợ khởi nghiệp, đổi mới. Một số ưu điểm chính của Tài chính phi tập trung gồm có: (1) Tài chính phi tập trung không dựa vào các trung gian tài chính như ngân hàng, công ty chứng khoán, chính vì vậy, việc thực hiện các giao dịch sẽ trở nên nhanh chóng và cắt giảm chi phí liên quan đến các giao dịch này, (2) Do tài chính phi tập trung dễ tiếp cận và thủ tục đơn giản, tài chính phi tập trung sẽ tạo điều kiện cho những cá nhân vốn khó tiếp

cận các dịch vụ tài chính truyền thống có thể truy cập vào hệ sinh thái này, giúp người dung có thể hưởng lợi từ nhiều loại hình dịch vụ khác nhau, hướng đến mục tiêu tài chính toàn diện.

Tuy nhiên, bên cạnh các ưu điểm nêu trên, thị trường tài chính phi tập trung cũng tồn tại một số nhược điểm kéo theo những rủi ro tiềm tàng cho người tham gia. Đây cũng là một thị trường còn rất mới và non trẻ, chính vì vậy cần nhiều thời gian để hoàn thiện hơn.

Trong bài nghiên cứu này, chúng tôi sẽ cung cấp một góc nhìn tổng quan về thị trường tài chính phi tập trung và phân tích một số rủi ro mà người tham gia có thể gặp phải. Nghiên cứu gồm 4 phần: Phần 1: giới thiệu chung, phần 2: Phân tích các đặc điểm của thị trường tài chính phi tập trung, phần 3: phân tích thực trạng thị trường tài chính phi tập trung, phần 4: những rủi ro mà người tham gia thị trường có thể gặp phải.

2. Các đặc điểm của thị trường tài chính phi tập trung

Đã có một số nghiên cứu trình bày về những đặc điểm nổi bật của thị trường tài chính phi tập trung, trong bài viết này, tác giả sẽ chỉ ra 10 đặc điểm chính của thị trường này dựa trên báo cáo của ING (Meegan & Koens, 2021)

Tính kết hợp (Composability). Gudgeon et al. (2020) định nghĩa kính kết hợp là khả năng xây dựng một hệ thống tài chính phức tạp, nhiều thành phần trên nền tảng tài sản tiền điện tử". Các ứng dụng DeFi có đặc điểm là mã nguồn mở, nghĩa là mã phía sau nó là công khai cho bất cứ ai đều có thể xem. Do đó, các ứng dụng này có thể được sử dụng để "soạn" các ứng dụng mới với mã là các khối xây dựng. Một cách ví dụ phổ biến cho đặc điểm này là "Money Lego". Các ứng dụng DeFi giống như Legos, các khối đồ chơi mà trẻ em nháp vào nhau để xây dựng các tòa nhà, xe cộ, v.v. Các ứng dụng DeFi có thể được kết hợp với nhau tương tự như "money legos" để xây dựng các sản phẩm tài chính mới. Một hệ thống có tính kết hợp là khi các thành phần của hệ thống đó có thể dễ dàng liên kết với nhau, các thành phần cũng công khai sẵn có nên có thể tái sử dụng để tạo ra những dịch vụ tài chính mới. Tuy nhiên một nhược điểm của đặc tính này là khả năng tạo ra một hệ thống nợ và nghĩa vụ đan xen (Gudgeon et al., 2020). Điều này có thể kéo theo cuộc khủng hoảng tài chính, như cuộc khủng hoảng tài chính năm 2008 (Allen & Gale, 2000).

Tính linh hoạt (Flexibility)

Tính linh hoạt có thể được hiểu là khả năng dễ dàng chỉnh sửa. DeFi được xây dựng trên hệ thống mã nguồn mở, do đó nó cho phép sự linh hoạt của phần mềm, nó có thể sử dụng, sao chép và điều chỉnh bởi bất cứ ai. Hơn nữa, thị trường DeFi cũng đang thiếu những quy định, điều này mặc dù kéo theo những rủi ro như các cuộc tấn công nhưng đồng thời nó cũng cho phép tạo và sử dụng các dịch vụ mà không có bất kỳ giới hạn nào (Meegan & Koens, 2021)

Tính phi tập trung (Decentralisation)

Hệ thống DeFi hoạt động dựa trên sổ cái phi tập trung (DLT) trong đó có Blockchain. Các dịch vụ tài chính được hình thành trên nền tảng Blockchain. Do đó tính phi tập trung đề cập đến việc các bên tham gia đề xuất, xác nhận và đạt được sự đồng thuận trên sổ cái. Tính phi tập trung này cho phép thực hiện các giao dịch tài chính mà không cần các trung gian tin cậy truyền thống như ngân hàng, tổ chức có toàn quyền kiểm soát các dịch vụ đó.

Khả năng tiếp cận (Accessibility)

Một đặc điểm của các ứng dụng DeFi là khả năng có thể tiếp cận bởi bất cứ ai, điều này cho phép các dịch vụ tài chính được tiếp cận dễ dàng đến người dùng (Schär, 2021). Do đó đây là một đặc điểm rất có lợi cho những người hiện nay bị giới hạn trong việc tiếp cận các dịch vụ tài chính, như những người ở vùng sâu, vùng xa. Tuy nhiên, nó cũng có mặt trái đó là việc giảm các rào cản cho người tham gia cũng kéo theo các vấn đề về tính an toàn, khả năng kiểm soát các hoạt động trái phép. Các hoạt động như định danh khách hàng (KYC) hay phòng chống rửa tiền (AML) cần được xem xét.

Sự sáng tạo (Innovativeness)

Các sản phẩm DeFi có đặc điểm là việc chia sẻ các nền tảng công nghệ, mã nguồn và cho phép bất kỳ ai cũng có thể tái sử dụng những công nghệ này để sáng tạo ra các ứng dụng mới tốt hơn. Đặc điểm này hoàn toàn đối lập với các tổ chức tài chính truyền thống khi họ sử dụng các phần mềm độc quyền, phức tạp, do đó rất khó để chia sẻ (Gerding, 2009).

Tính tương tác (Interoperability)

Trong thị trường tài chính truyền thống, việc luân chuyển vốn giữa hai tổ chức tài chính có thể rất tốn kém và cồng kềnh. Tuy nhiên với tính tương tác giữa các sản phẩm trên cùng một nền tảng blockchain sẽ tiết kiệm rất nhiều thời gian và chi phí. Tuy nhiên (Chen & Bellavitis, 2020) cho rằng, thị trường DeFi vẫn chưa đạt được sự tương tác hoàn toàn, vẫn có sự thiếu tương tác giữa các nền tảng Blockchain với nhau. Tuy nhiên nếu những vấn đề này được giải quyết, các dịch vụ tài chính trên DeFi sẽ trở nên nhanh chóng, tiết kiệm chi phí hơn trên thị trường tài chính truyền thống tập trung rất nhiều.

Tính phi biên giới (Borderless)

Tính phi biên giới sẽ đạt được khi các dịch vụ tài chính không bị giới hạn bởi vị trí địa lý hay đồng tiền pháp định của quốc gia và các dịch vụ này sẽ dễ dàng được tiếp cận bởi bất kỳ ai trên thế giới. Các đồng tiền điện tử được xây dựng trên mạng blockchain có đặc tính này bởi vì bất cứ ai trên thế giới đều có thể tiếp cận được những đồng tiền này.

Tính minh bạch (Transparency)

(Schär, 2021) cho rằng tính minh bạch của hệ thống tài chính phi tập trung có thể áp dụng cho: (i) hợp đồng thông minh, (ii) dữ liệu tài chính. Trong cả hai trường hợp, bất kỳ ai đều có thể quan sát và tiếp cận các cơ sở dữ liệu này. Sự minh bạch trong hợp đồng thông minh cho phép mọi người có thể xem mã code của hợp đồng và đưa ra quyết định sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó việc minh bạch hóa dữ liệu có thể góp phần làm giảm rủi ro tài chính.

Tự động hóa quy trình (Automation of Business process)

Các hợp đồng thông minh cho phép các giao dịch được thực hiện tự động, do đó có thể tiết kiệm chi phí (Popescu, 2020). Tuy nhiên giao dịch này lại phụ thuộc và người tạo ra hợp đồng thông minh, nghĩa là có một bên thứ ba xuất hiện. Điều này có thể dẫn đến rất nhiều rủi ro liên quan đến việc sử dụng hợp đồng thông minh cần phải xem xét. Do đó việc hiệu quả về mặt chi phí giữa thị trường tài chính tập trung và thị trường tài chính phi tập trung vẫn là câu hỏi gây tranh cãi.

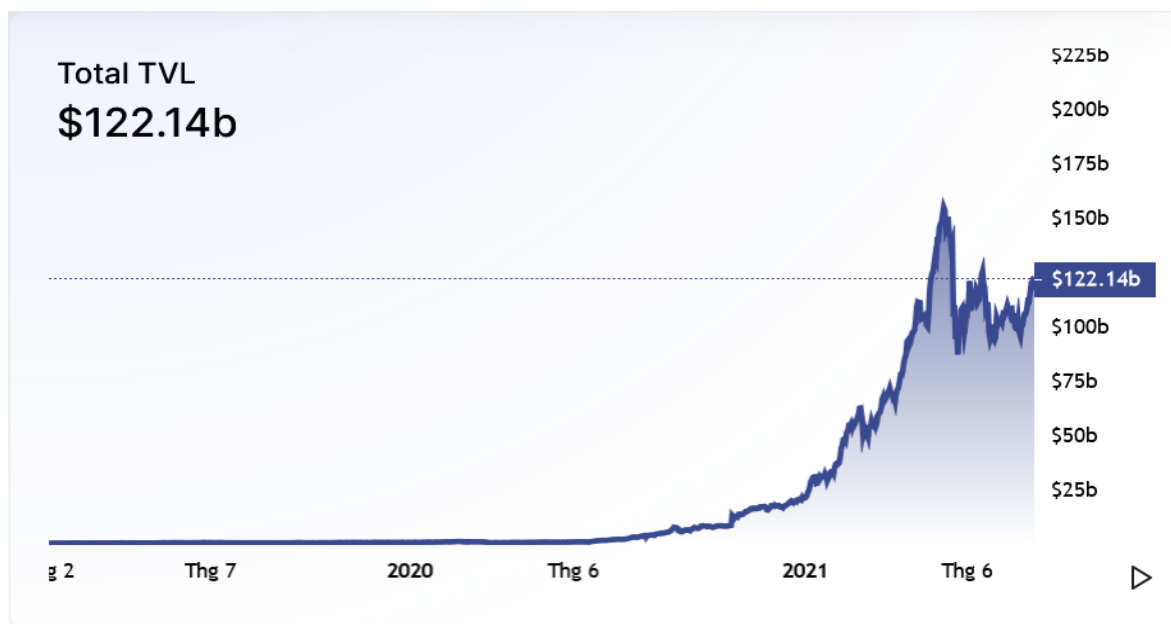
Tính thống nhất

Các giao dịch trên nền tảng DeFi được giả định rằng các node trong blockchain đã nhận được thông tin và các giao dịch đã được xác thực theo cơ chế đồng thuận. Hơn nữa, giả định được đặt ra là các giao dịch đã được ghi lại trên mạng Blockchain thì không thể khôi phục hay chỉnh sửa (Meegan & Koens, 2021).

3. Thực trạng thị trường tài chính phi tập trung

Mặc dù là một thị trường mới và non trẻ, nhưng tốc độ tăng trưởng của thị trường rất đáng chú ý. Dù chỉ mới bắt đầu xuất hiện từ năm 2019, nhưng tính đến ngày 02/08/2021 tổng giá trị vốn hóa thị trường đã đạt 122.14 tỷ USD.

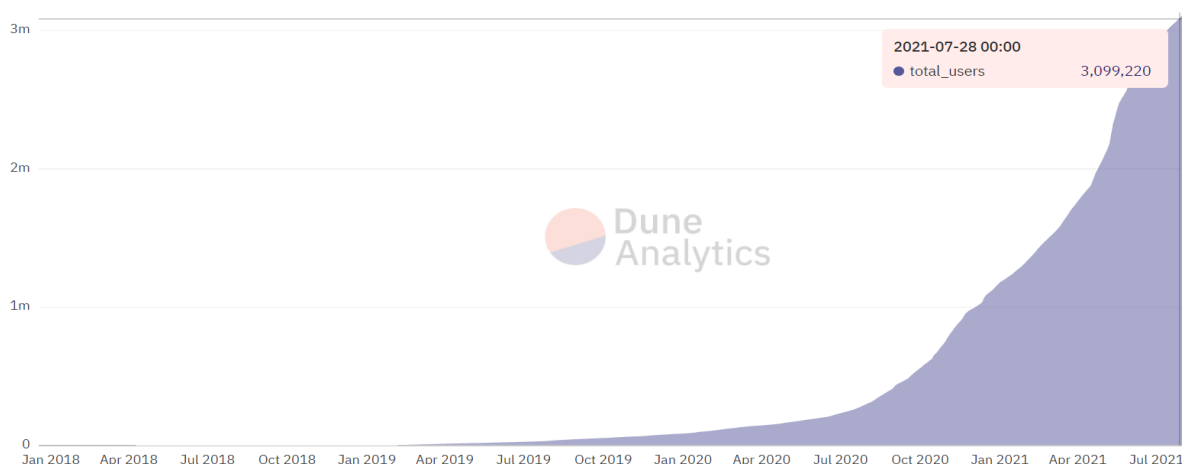
Hình 1: Tổng vốn hóa thị trường tính tới tháng 8/2021



Nguồn: defillama.com

Số lượng người dùng cũng tăng nhanh chóng, hiện nay thị trường tài chính phi tập trung đã thu hút trên 3 triệu người dùng.

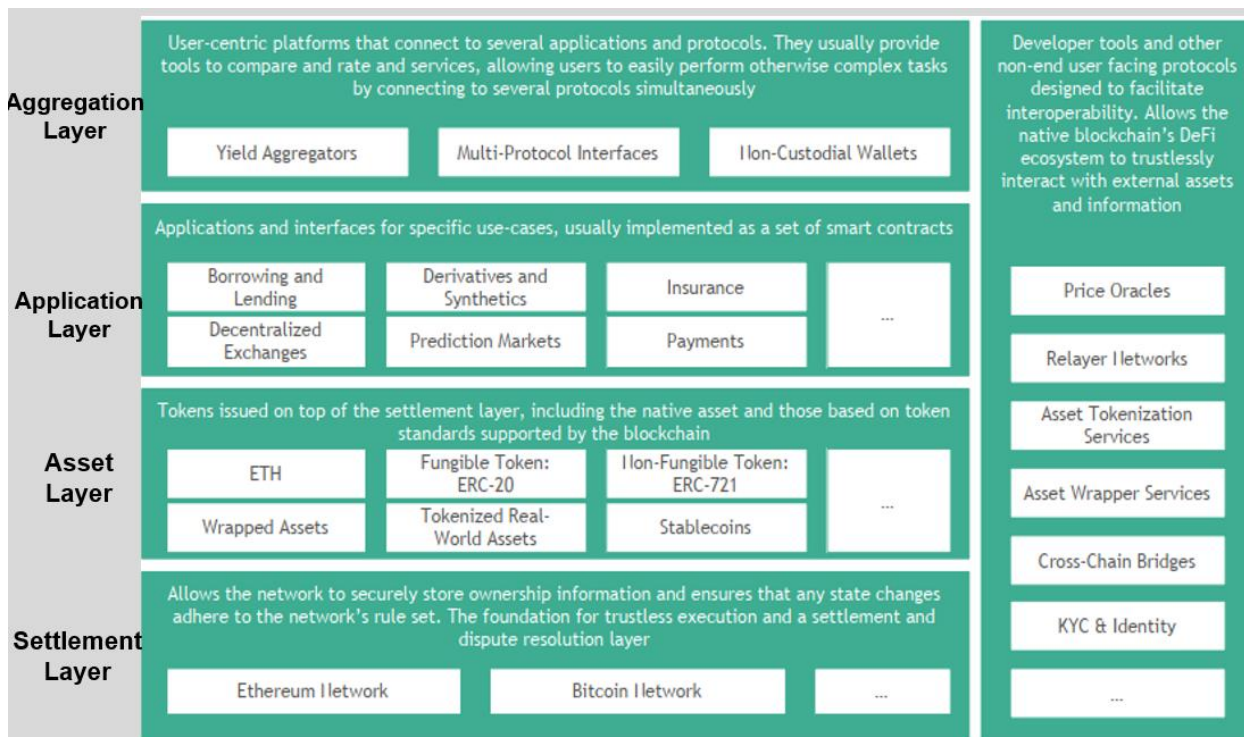
Hình 2: Số lượng người dùng tham gia thị trường tài chính phi tập trung



Nguồn: [Duneanalytics.com](https://duneanalytics.com)

Về cơ bản, mọi dịch vụ, sản phẩm trên thị trường tài chính tập trung đều có thể được chuyển qua thị trường phi tập trung, thậm chí thị trường tài chính phi tập trung còn có thể tạo ra những sản phẩm hay dịch vụ tài chính hoàn toàn mới mà trước nay thị trường truyền thống không có, như các khoản cho vay nhanh (Flash loan). Hình 3 mô tả các cấu phần của hệ sinh thái tài chính phi tập trung.

Hình 3: Cấu phần của hệ sinh thái tài chính phi tập trung



Nguồn: (Schär, 2021)

4. Những rủi ro mà người tham gia có thể gặp phải

Bên cạnh những lợi ích, tiềm năng mà thị trường tài chính phi tập trung mang lại, đây vẫn là một thị trường mới và tồn tại không ít rủi ro. (Jensen & Ross, 2020) đã phân loại các nhóm khác nhau tham gia và thị trường tài chính phi tập trung và phân loại một số rủi ro liên quan đến từng nhóm đối tượng.

Bảng 1: Phân loại người tham gia, động cơ và các rủi ro chính

Các bên tham gia	Vai trò	Động cơ tham gia	Rủi ro chính
Người sử dụng	Sử dụng các ứng dụng	Lợi nhuận, các khoản tín dụng, lợi tức token quản trị	Rủi ro thị trường, tắc nghẽn mạng
Nhà cung cấp thanh khoản (Liquidity Provider)	Cung cấp vốn cho các ứng dụng để đảm bảo tính thanh khoản cho người tham gia	Phí, lợi tức token quản trị	Rủi ro hệ thống, rủi ro khóa quản trị, tổn thất tạm thời (Impermanent Loss)

Nhà kinh doanh chênh lệch giá (Arbitrageurs)	Điều chỉnh thị trường về trạng thái cân bằng thông qua chiến lược mua và bán	Lợi nhuận chênh lệch giá	Rủi ro thị trường, tắc nghẽn mạng
Nhà thiết kế ứng dụng (Application Designers - Team and Founders)	Thiết kế, thực hiện và duy trì ứng dụng	Đánh giá token quản trị	Lỗi phần mềm

Nguồn: (Jensen & Ross, 2020)

Bài viết này sẽ tập trung phân tích một số rủi ro cơ bản mà người tham gia vào thị trường tài chính phi tập trung có thể gặp phải.

a. Rủi ro liên quan đến hợp đồng thông minh (smart contract)

Hợp đồng thông minh cũng có thể bị tấn công (hack) bởi con người. Kẻ tấn công sẽ lợi dụng những lỗ hổng của lập trình viên để thay đổi các điều khoản quy định bên trong đó. Điều này sẽ dẫn đến những bất lợi cho người dùng. Theo như thống kê của (Qin et al., 2021), các cuộc tấn công vào hợp đồng thông minh đã gây ra thiệt hại ít nhất là 128 triệu USD cho người dùng. Một số sự kiện nổi bật như sự cố DAO vào ngày 17/06/2016. Một hợp đồng thông minh trên Ethereum đã bị tấn công và một phần tiền của các nhà đầu tư, trị giá gần 50 triệu USD đã được chuyển sang một hợp đồng phụ do hacker kiểm soát. Mặc dù kẻ tấn công không thể truy cập ngay lấy tiền vì các kiểm tra được tích hợp trong hợp đồng, nhưng vụ tấn công đã có những tác động lớn, báo động cho việc sử dụng các hợp đồng thông minh. Một vụ tấn công khác xảy ra vào tháng 4, 2020, nền tảng cho vay “Lendf.Me” đã bị tấn công, dẫn đến thiệt hại 25 triệu USD. Cho đến thời điểm hiện nay, vụ tấn công vào hợp đồng thông minh gây thiệt hại lớn nhất là trên nền tảng “Uranium Finance”, với tổng thiệt hại là 57 triệu USD. Những sự kiện tấn công này cũng cho thấy tầm quan trọng của việc nâng cao tính bảo mật và an toàn cho các hợp đồng thông minh.

Bên cạnh đó, một trong những lỗ hổng đối với hợp đồng thông minh là lỗi người dùng. Nếu người dùng sử dụng sai địa chỉ để gửi tiền hoặc nhập sai mã, họ có thể mất khoản tiền lớn. Do đó, việc tạo ra một số công cụ để ngăn chặn những sai sót của con người là rất cần thiết trong hệ sinh thái DeFi. Hiện nay, thị trường DeFi chưa có các khoản bảo hiểm hay các thực thể trung gian có thể chịu trách nhiệm về những sai sót trên hệ sinh thái này (Palatnick et al., 2019). Do đó, khi có vấn đề phát sinh, không bên nào có thể đưa ra biện pháp giải quyết và chịu trách nhiệm.

b. Rủi ro về tính thanh khoản và sự kiện rút tiền hàng loạt (Bank run)

Thị trường có tính thanh khoản (Liquidity) nếu như các tài sản có thể dễ dàng được mua hoặc bán trên thị trường. Trạng thái kém thanh khoản trên thị trường là khi một người tham gia không thể mua hoặc bán tài sản như mong muốn. Đối với thị trường DeFi, rủi ro đáng lo ngại nhất là rủi ro thanh khoản thị trường.

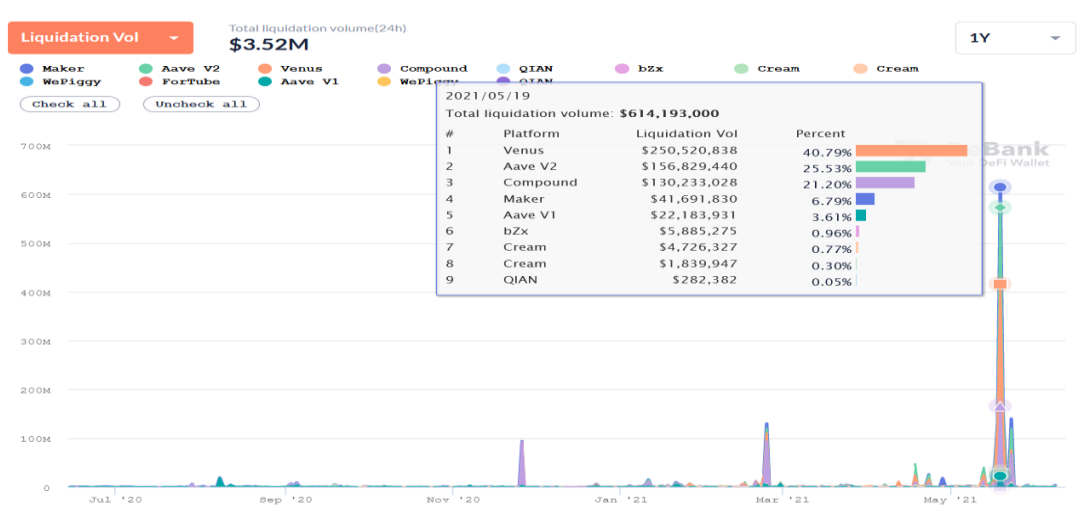
Một ví dụ cụ thể là thị trường vay và cho vay. Cơ chế hoạt động của thị trường này là các khoản vay được đảm bảo hoàn toàn bằng tài sản thế chấp dựa trên cơ chế thế chấp quá mức. Tài sản thế chấp được khóa trong một hợp đồng thông minh và chỉ được giải phóng khi khoản nợ được hoàn trả. Ví dụ bạn có 1 đồng ETH, bạn có thể đặt 1 đồng này vào các ứng dụng cho vay

làm tài sản đảm bảo và vay đồng DAI (là 1 đồng stablecoin được yết giá bằng 1 USD). Sau đó có thể dùng số DAI vay được cho các mục đích khác nhau. Để bảo vệ người cho vay, khi giá của tài sản thế chấp trên thị trường giảm dưới ngưỡng quy định của hệ thống, tài sản đó sẽ tự động được thanh khoản và khuyến khích người thanh khoản bằng một khoản chiết khấu. Tuy nhiên cơ chế này cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro.

Khi giá của tài sản thế chấp giảm quá mạnh, điều này sẽ kéo theo nhiều tài sản bị thanh khoản, tăng lượng cung tài sản. Khi tài sản đảm bảo bị thanh lý, nó kéo theo giá giảm, khiến nhiều khoản thanh lý được bán trên thị trường, kéo theo giá tiếp tục giảm, dẫn đến thanh lý nhiều hơn. Do đó, hiện tượng này dẫn đến vòng xoáy giảm giá.

Ngày 20/05/2021, giai đoạn mà thị trường tiền điện tử lao dốc, việc thanh lý các tài sản thế chấp đã tăng gấp 14 lần (theo dữ liệu từ Debank). Trong 24 giờ, các nền tảng DeFi đã thanh lý 663 triệu USD, dẫn đầu là ứng dụng cho vay Venus trên Binance Smart Chain, Aave và Compound.

Hình 4: Tổng khối lượng thanh khoản tính tới tháng 5/2021



Nguồn: Debank.com

Biểu đồ 4 cho thấy khối lượng thanh khoản tăng đột biến trong những giai đoạn giá tiền điện tử giảm mạnh trên thị trường.

Hơn nữa việc kém thanh khoản ở thị trường giao ngay sẽ có thể dẫn đến rủi ro khiến những nhà thanh khoản tài sản thế chấp giảm động cơ thanh khoản, nhiều tài sản thế chấp không thể thanh lý được, gây thiệt hại đối với người cho vay.

Một loại rủi ro liên quan đến thị trường DeFi đó là hiện tượng rút tiền hàng loạt (bank run). Khi người gửi tiền lo lắng về sự kém ổn định của thị trường, họ sẽ rút tiền. Nếu việc này vượt quá khả năng của nền tảng, hiện tượng bank run sẽ xảy ra. Lúc này cũng không có đơn vị nào đứng ra bảo hiểm, hay chịu trách nhiệm cho người gửi tiền, do đó đây vẫn là vấn đề cần được quan tâm. Một ví dụ điển hình của hiện tượng này là sự kiện ngày 16/06/2021 xảy ra đối với Iron Finance. Iron finance là một dự án stablecoin thế chấp dưới mức. Đồng IRON Titanium Token (TITAN), một phần của “hệ sinh thái stablecoin thuật toán được thế chấp một phần đa chuỗi” từ Iron Finance, đã sụp đổ hoàn toàn về \$0 chỉ trong vài tiếng đồng hồ.

Hình 5: Biến động giá của đồng TITAN



TITAN price chart: CoinGecko

Ý tưởng cơ bản là người dùng sẽ thế chấp 75% USDC và 25% TITAN khi đúc ra IRON với giá trị là 1 USD. Trong đó TITAN là token thưởng, khuyến khích người dùng khi họ cung cấp thanh khoản cho cặp IRON/USDC trên Quickswap. Đây không phải một vụ tấn công, mà là do cơ chế thiết kế của hệ thống không xử lý được khi có dòng tiền lớn đột nhiên thoát ra khỏi giao thức, điều này kéo theo hiện tượng Bank Run. Do đó, nếu những nhà đầu tư không thoát ra kịp, thay vì nhận mức lợi tức từ 2 – 3% mỗi ngày, họ sẽ nhận lại được 0,67\$ cho mỗi dollar khi đầu tư vào stablecoin IRON tương đương khoản lỗ 30%. Thậm chí những người không hiểu về sự kiện bank run này mà mua TITAN khi giá sụt giảm, sẽ gần như mất trắng, ngay cả khi họ mua ở mức giảm 95%.

c. Rủi ro về vấn đề tập trung hóa

Rủi ro về vấn đề tập trung hóa là một yếu tố quan trọng cần xem xét khi sử dụng các sản phẩm DeFi. Một trong những yếu tố góp phần lớn nhất vào rủi ro tập trung trong các sản phẩm DeFi là việc sử dụng khóa quản trị (Admin key). Người nắm giữ các khóa quản trị có thể thay đổi các thông số của hệ thống như lãi suất, phí, ưu đãi,... Nếu điều này xảy ra thì vô tình nó đã đánh mất đi bản chất phi tập trung vốn có của blockchain. Bởi lẽ, khả năng tự do thay đổi các thông số trong smart contract có thể gây ra tổn thất tài chính cho nhà đầu tư. Để loại bỏ yếu tố tập trung này, có hai cách mà đa phần các nhà phát triển hay áp dụng là việc sử dụng Timelocks và Multi-signature wallet.

Bên cạnh đó, mặc dù là một giao thức phi tập trung, tuy nhiên trên thực tế, DeFi vẫn phụ thuộc nhiều vào các trung gian tập trung như nhà cung cấp ví (MetaMask, ví Coinbase, v.v.), nhà cung cấp API blockchain (Infura, mining pools (SparkPool, Ethermine, v.v.) và oracles. Các trung

gian này lại thường được điều hành bởi các tổ chức chịu sự ràng buộc của các quy định pháp luật, họ hoàn toàn có thể bị buộc đóng cửa nếu vi phạm các quy định.

d. Các vấn đề liên quan đến quyền riêng tư

Các vấn đề về quyền riêng tư của khách hàng sử dụng các ứng dụng DeFi cũng là vấn đề cần quan tâm. Do đặc tính minh bạch của hệ thống phi tập trung, nó có thể tiết lộ các thông tin về tài sản và các giao dịch của người dùng. Do đó, nhiều tổ chức đã cung cấp các dịch vụ cho các chính phủ và các cơ quan thực thi pháp luật để truy xuất các giao dịch tài chính liên quan đến Blockchain (Qin et al., 2021). Do đó, làm thế nào để đạt được sự bảo mật quyền riêng tư trong các ứng dụng DeFi là một câu hỏi nghiên cứu lớn.

Bên cạnh những rủi ro trên, một thực trạng có thể thấy hiện nay là sự ra đời của quá nhiều ứng dụng trong lĩnh vực DeFi. Mặc dù nó cung cấp cho người dùng nhiều sự lựa chọn hơn, những điều này cũng khiến người dùng khó lựa chọn được dịch vụ phù hợp và tốt nhất. Hơn nữa, nhiều dự án lừa đảo (DeFi Scam) tận dụng sự không hiểu biết của người tham gia đã ra đời. Do đó, người tham gia thị trường cần trang bị cho mình những hiểu biết nhất định về thị trường trước khi tham gia để tránh thiệt hại.

Người tham gia cũng cần nhận thức rằng, hiện nay vẫn chưa có một quy định pháp lý hay khoản bảo hiểm nào đối với khoản tiền của cá nhân khi tham gia vào thị trường DeFi. Điều này có nghĩa là khi tham gia vào các sản phẩm DeFi, trong trường hợp có rủi ro xảy ra sẽ không có ai đứng ra bảo vệ quyền lợi của những người tham gia.

Có thể thấy, bên cạnh những tiềm năng mà thị trường tài chính phi tập trung có thể mang lại, thị trường này vẫn còn thiếu những quy định hoàn thiện, vẫn chưa có những quy định cụ thể về hệ thống tài chính phi tập trung trên toàn cầu; do đó, người dùng có thể không tin tưởng vào hệ thống. Do thiếu hành lang pháp lý nên khả năng hoạt động của tội phạm cũng cao. Các giao thức có thể bị tấn công và ăn cắp tiền. Do đó, để thị trường tài chính phi tập trung phát triển, cần có một khuôn khổ những quy định rõ ràng hỗ trợ thị trường này và bảo vệ quyền lợi của những người tham gia.

Tài liệu tham khảo

- Allen, F., & Gale, D. (2000). Financial contagion. *Journal of political economy*, 108(1), 1-33.
- Catalini, C., & Gans, J. S. (2020). Some simple economics of the blockchain. *Communications of the ACM*, 63(7), 80-90.
- Chen, Y., & Bellavitis, C. (2020). Blockchain disruption and decentralized finance: The rise of decentralized business models [Article]. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, Article e00151. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00151>
- Gerding, E. F. (2009). Code, crash, and open source: The outsourcing of financial regulation to risk models and the global financial crisis. *Wash. L. Rev.*, 84, 127.
- Gudgeon, L., Perez, D., Harz, D., Livshits, B., & Gervais, A. (2020). The Decentralized Financial Crisis. Proceedings - 2020 Crypto Valley Conference on Blockchain Technology, CVCBT 2020,

Jensen, J. R., & Ross, O. (2020). Managing risk in DeFi position paper. CEUR Workshop Proceedings,

Meegan, X., & Koens, T. (2021). Lessons Learned from Decentralised Finance (DeFi).

Popescu, A.-D. (2020). Transitions and concepts within decentralized finance (Defi) Space. *Research Terminals In The Social Sciences*.

Qin, K., Zhou, L., Afonin, Y., Lazzaretti, L., & Gervais, A. (2021). CeFi vs. DeFi-- Comparing Centralized to Decentralized Finance. *arXiv preprint arXiv:2106.08157*.

Schär, F. (2021). Decentralized finance: On blockchain-and smart contract-based financial markets. *FRB of St. Louis Review*.

Zetzsche, D. A., Arner, D. W., & Buckley, R. P. (2020). Decentralized finance [Article]. *Journal of Financial Regulation*, 6(2), 172-203. <https://doi.org/10.1093/jfr/fjaa010>

World Bank. 2017. "The Global Findex Database". <http://www.worldbank.org/globalfindex>.

QUẢN LÝ TIỀN ẢO: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

Cao Thị Thuỳ Trang²⁶, ThS Nguyễn Khánh Tín²⁷, Lưu Khánh Linh²⁸ - Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Tóm tắt

Bài viết tập trung phân tích và bình luận về bản chất của tiền mã hóa và vị trí pháp lý của loại tiền này tại Việt Nam thông qua so sánh với các quốc gia như Hoa Kỳ và Thái Lan, từ đó đưa ra kiến nghị hoàn thiện cho pháp luật Việt Nam về vấn đề này. Tại Hoa Kỳ, chính phủ đã nỗ lực trong việc kiểm soát tiền mã hoá bằng cách sao kê thông tin các giao dịch trên hệ thống Blockchain sang hệ thống quản lý của Chính phủ; Cung cấp thông tin, huấn luyện và cảnh báo rủi ro khi đầu tư; và đánh thuế tiền mã hoá. Còn tại Thái Lan, tiền mã hóa đã được xem như một loại chứng khoán và có thể giao dịch trên sàn chứng khoán. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi xin trình bày một số quan điểm về chính sách ứng xử với tiền mã hoá, dựa trên dữ liệu tổng hợp và phân tích từ nhiều khía cạnh tác động tích cực cũng như tiêu cực của Bitcoin một số quốc gia trên thế giới và Việt Nam.

Từ khóa : Tiền ảo, tiền mã hóa, Bitcoin, hệ thống Blockchain, khung pháp lý tiền ảo, kinh nghiệm quản lý tiền ảo, bảo vệ người tiêu dùng Bitcoin...

Abstract

This article concentrates on analyzing and commenting on the features of cryptocurrencies and its legal status in Vietnam in comparison with other countries such as the United States and Thailand, and then offering suggestions for Vietnamese legacy on cryptocurrency management. In the United States, the government attempts to regulate cryptocurrency by transferring information about transactions from Blockchain system to the government management system; providing information, training, and alerting risks when investing; introducing a cryptocurrency tax. In Thailand, cryptocurrency is treated as a type of stock and can be traded on the Stock Exchange. We also give some opinions about cryptocurrency policies, based on analyzing data collected from both positive and negative aspects of Bitcoin worldwide and in Vietnam.

Keywords: Cryptocurrency, digital currency, Bitcoin, Blockchain, cryptocurrency policies, Consumer Financial Protection, ...

ĐẶT VẤN ĐỀ

Năm 2008, lập trình viên Satoshi Nakamoto đã giới thiệu bản thiết kế của loại tiền kỹ thuật số có tên là Bitcoin, được đưa vào hoạt động vào ngày 03 tháng 1 năm 2009, như một thử nghiệm mơ hồ của những người đam mê mã hoá giao dịch, chúng được cho là vô giá trị cho đến khi Bitcoin được đem ra trao đổi với giá \$0,000764. Vào ngày 22 tháng 5 năm 2010, giao dịch thực tế đầu tiên đã ghi lại Bitcoin có chức năng như một phương tiện trao đổi, với giá \$0,0025

²⁶ Email: thuytrang2000vx@gmail.com

²⁷ Email: tinnk@vnu.edu.vn

²⁸ Email: luukhanhlinh27@gmail.com

(Coindesk, 2014). Kể từ đó, hơn 140 triệu giao dịch đã diễn ra với Bitcoin, và giá trị đã tăng lên nhanh chóng.

Hiện nay, tiền ảo đã thoát khỏi đời sống khép kín ảo đang trở thành những tài sản, phương tiện thanh toán, công cụ đầu tư, phương thức huy động vốn trong đời sống thực tế với sức lan tỏa của tiền ảo ngày càng mạnh mẽ. Do đó, việc xây dựng khung pháp lý về tiền ảo là cần thiết. Tuy nhiên, quan điểm và cách tiếp cận của các quốc gia về xây dựng khung pháp lý về tiền ảo hiện nay không giống nhau. Trên thế giới có ba xu hướng tiếp cận tiền mã hóa: Thả nổi, chưa quản lý nhưng có một số khuyến cáo rủi ro; Không thừa nhận, cấm sử dụng và giao dịch; Cho phép sử dụng, giao dịch nhưng quản lý chặt chẽ trong không gian kinh doanh như các sản phẩm giao dịch.

Trước thực tế trên cùng với xu hướng ngày càng có nhiều quốc gia xem tiền ảo như một đối tượng cần phải có sự quản lý bằng pháp luật, Việt Nam cần nghiên cứu xây dựng khung pháp lý về tiền ảo. Yêu cầu này hoàn toàn phù hợp với xu hướng chung của các quốc gia và cũng là giải pháp mà Việt Nam chủ động hội nhập cũng như ứng phó với tác động của cuộc Cách mạng công nghệ 4.0. Hơn nữa, khung pháp lý liên quan đến tiền ảo được xây dựng cộng với sự quản lý, giám sát của cơ quan nhà nước, các nhà đầu tư sẽ yên tâm hơn trong quá trình kinh doanh, hành vi lừa đảo, chiếm đoạt tài sản của tổ chức, cá nhân theo đó cũng được hạn chế, góp phần tạo môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh, ổn định kinh tế - xã hội.

KINH NGHIỆM QUẢN LÝ TIỀN ẢO TẠI MỘT SỐ QUỐC GIA

Đối với mỗi loại tiền ảo, mỗi quốc gia lại có ứng xử khác nhau. Đi vào hoạt động từ năm 2009, đã có rất nhiều tranh cãi xoay quanh về tính pháp lý của việc tiêu thụ tiền ảo. Tính đến nay, trên thế giới đã có gần 99 quốc gia chính thức chấp nhận cho phép giao dịch bằng tiền ảo. Một số quốc gia còn lại vẫn đang theo dõi tình hình phát triển và biến động liên tục của một đồng tiền ảo, chính phủ vẫn chưa có quyết định chính thức cũng như khung pháp lý chặt chẽ và đồng nhất về việc quản lý tiêu dùng trong giao dịch tiền ảo.



Hình 1: Bản đồ pháp lý của Bitcoin tại 246 quốc gia (Nguồn: Harvey Gavin, 2018)

Xanh lá (Hợp pháp) và **Cam** (Trung lập hoặc ít hạn chế): 99 quốc gia (40%)

Hồng nhạt (Hạn chế): 10 quốc gia (4%)

Hồng đậm (Dị nghị): 7 quốc gia (3%)

Xám (Chưa rõ): 130 nước (53%)

Hiện tại, 99 (40%) trong số 246 quốc gia ủng hộ và không có hạn chế đáng kể về pháp luật với Bitcoin. Gần 17 quốc gia, hoặc 7% của thế giới đưa ra nhiều hạn chế hoặc nghiêm cấm Bitcoin. Điều thú vị là 53% thế giới chưa có thông tin về tính hợp pháp về việc sử dụng loại tiền này ở các quốc gia của họ. Đây là một tiềm năng hoặc có thể là rủi ro đối với Bitcoin, vì một số nước chưa quyết định này cuối cùng có thể hoặc củng cố hoặc đặt ra giới hạn về tiền điện tử.

Bảng 1: Vị trí pháp lý của tiền ảo ở các quốc gia

STT	Quốc Gia	Trạng thái
1	Hàn Quốc	Công nhận hoàn toàn
2	Canada	Công nhận hoàn toàn
3	Australia	Công nhận hoàn toàn
4	Phần Lan	Công nhận hoàn toàn
5	Tây Ba Nha	Công nhận hoàn toàn
6	Đức	Công nhận hoàn toàn
7	Singapore	Công nhận hoàn toàn
8	Philiphin	Công nhận hoàn toàn
9	Pháp	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro
10	Anh	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro
11	New Zealand	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro
12	Đan Mạch	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro
13	Liên minh Châu Âu	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro
14	Thụy Điển	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro

15	Hoa Kỳ	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro
16	Nga	Công nhận một phần và đưa ra các cảnh báo về rủi ro
17	Trung Quốc	Cấm sử dụng
18	Ấn Độ	Cấm sử dụng

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp

Chính sách ct phần và đưa ra các cảnh

Liên minh châu Âu đã áp dụng cách tiếp cận gia tăng sự kiểm soát tiền ảo. Mặc dù, Quy định đầu tiên của Châu Âu về Tiền ảo đã được đưa ra vào năm 2012 giải quyết vấn đề ở cấp độ lý thuyết. Tháng 6/2016, Liên minh Châu Âu (EU) đã sửa đổi Chỉ thị giao dịch thanh toán, bao gồm:

Thứ nhất, mở rộng phạm vi các giao dịch được điều chỉnh: Phạm vi giao dịch được điều chỉnh bởi Chỉ thị sửa đổi được mở rộng đến giao dịch bằng bất kỳ loại tiền tệ nào và bao gồm các giao dịch mà người nhận hoặc người gửi tiền ở ngoài khu vực EU.

Thứ hai, xác thực danh tính khách hàng chặt chẽ hơn: Nhà cung cấp dịch vụ thanh toán (Payment Service Provider - PSP) có nghĩa vụ đảm bảo xác thực danh tính khách hàng (KYC) chặt chẽ hơn mỗi khi người trả tiền truy cập trực tuyến vào tài khoản thanh toán của mình, thực hiện giao dịch thanh toán điện tử từ xa hoặc thực hiện bất kỳ hành động nào khác thông qua các kênh từ xa (remote channels).

Thứ ba, giải quyết tranh chấp nội bộ: Thực hiện và áp dụng các quy trình giải quyết khiếu nại đầy đủ và hiệu quả; quy định thời gian xử lý tối đa cho việc giải quyết khiếu nại của khách hàng.

Thứ tư, dịch vụ khởi tạo thanh toán: PSD2 quy định đến các nhà cung cấp dịch vụ khởi tạo thanh toán (PISPs) và việc khởi tạo lệnh thanh toán; theo đó, các nhà cung cấp dịch vụ thanh toán được đăng ký tại EU có nghĩa vụ cung cấp các phương tiện truyền thông an toàn, thông báo cho PIPS về việc khởi tạo thanh toán và đối xử bình đẳng với tất cả các lệnh thanh toán được khởi tạo.

Thứ năm, dịch vụ thông tin tài khoản: Quyền truy cập vào tài khoản người sử dụng dịch vụ thanh toán phải được cấp cho nhà cung cấp bên thứ 3 thực hiện các dịch vụ tổng hợp thông tin tài khoản. PSD2 quy định trách nhiệm/nghĩa vụ của các nhà cung cấp dịch vụ thông tin tài khoản, cũng như trách nhiệm của chính các nhà cung cấp dịch vụ thanh toán.

Mặc dù, tiền điện tử được coi là hợp pháp trên toàn khối, nhưng các quy định trao đổi tiền điện tử phụ thuộc vào từng quốc gia thành viên. Thuế tiền điện tử cũng khác nhau, nhưng nhiều quốc gia thành viên thực hiện tính thuế đối với lợi nhuận có nguồn gốc từ tiền điện tử với tỷ lệ 0

- 50%. Năm 2015, Tòa án Tư pháp Liên minh Châu Âu phán quyết rằng việc trao đổi tiền tệ truyền thống để lấy tiền điện tử nên được miễn thuế VAT.

Vào tháng 1 năm 2020, Chỉ thị chống rửa tiền lần thứ năm của EU (5AMLD) đã có hiệu lực và việc trao đổi tiền điện tử sẽ chịu sự quản lý của luật chống rửa tiền. Bên cạnh đó, EU đang tích cực tìm hiểu các quy định về tiền điện tử hơn nữa. Một tài liệu dự thảo của EU bày tỏ lo ngại về những rủi ro liên quan đến tiền tệ kỹ thuật số tư nhân. Đồng thời, nó xác nhận rằng Ngân hàng Trung ương châu Âu đang xem xét khả năng phát hành loại tiền kỹ thuật số của riêng mình. Ngoài ra, Chỉ thị chống rửa tiền lần thứ sáu của EU (6AMLD) sẽ có hiệu lực vào tháng 12 năm 2020 và do đó, các quốc gia thành viên sẽ cần phải thực hiện các biện pháp kiểm soát nghiêm ngặt hơn nữa để giảm rủi ro về tài sản tiền điện tử.

Ưu điểm trong quản lý tiền ảo của EU:

EU đã nỗ lực tạo ra một thị trường hiệu quả cho tiền mã hoá bằng cách nghiên cứu sự biến động của giá, tác động của thị trường đến giá tiền... Ngoài ra, EU thắt chặt quy trình xác minh danh tính (KYC) nhằm hạn chế rủi ro. Đặc biệt, EU đề cao việc tuân thủ nguyên tắc chống rửa tiền bằng cách đưa ra những hướng dẫn, cảnh báo đến người dùng buộc phải tuân thủ. Dùng công nghệ để quản lý công nghệ là một trong những chính sách nổi bật của EU. Từ việc xác minh danh tính người dùng thông qua các kênh từ xa (remote channels) đến dịch vụ thông tin tài khoản qua sự quản lý của cơ quan thứ 3, đã giảm bớt gánh nặng cũng như sai sót cho con người.

Ngoài ra, EU tích cực nghiên cứu công nghệ Blockchain với hy vọng tạo ra đồng tiền kỹ thuật mới giải quyết được những rủi ro mà các đồng tiền hiện tại mang lại; sử dụng chính công nghệ Blockchain trong quản lý các giao dịch trên chính nền tảng này.

Bên cạnh đó EU cũng hợp pháp hoá các công ty, sàn giao dịch bằng cách cấp giấy phép hoạt động kinh doanh, đồng thời đưa ra luật cụ thể cho việc đầu tư này để hạn chế rủi ro cho nhà đầu tư như: về số lượng giao dịch một cá nhân có thể thực hiện, điều tiết sự bất ổn của giá cả.

Những hạn chế trong chính sách quản lý của EU:

Đối với nhiều người, tiền ảo không đáp ứng yêu cầu là một loại tài sản, cũng không phải là tiền. Trong khi EU, với tư cách là một cơ quan khu vực đã không thiết lập một phản ứng hài hoà đối với các loại tiền ảo, cho đến khi Ủy ban đề xuất sửa đổi Chỉ thị AML lần thứ tư và hướng dẫn nhằm nâng cao nhận thức của người dùng và chính quyền các quốc gia thành viên. Sự khác biệt trong cách tiếp cận của các nước nêu lên sự khác biệt trong khung pháp lý về tiền ảo. Trong khi một số quốc gia chỉ đưa ra cảnh báo về tiền điện tử trong tham chiếu gửi EBA như Anh, Malta, Slovenia,... một số quốc gia khác đã đưa ra ý kiến tư vấn và các yêu cầu cụ thể trong báo cáo gửi EBA, ECB về tiền ảo như Pháp, Đức, Thụy Điển... Vì sự bất đồng quan điểm giữa các thành viên nên EU đã rất thận trọng và xem xét các cách tiếp cận khác nhau đối với tiền điện tử. Tuy nhiên, EU không cung cấp hướng dẫn rõ ràng về quy trình phát hành tiền điện tử, mà chỉ đề cập đến một số quy tắc chung, chẳng hạn như cấm một số tổ chức phát hành tiền điện tử, hay yêu cầu các nhà phát hành phát hành số tiền cao hơn số tiền nhận được. Vì không có quy tắc rõ ràng ở cấp độ Liên Minh, nội dung cụ thể có thể điều chỉnh ở mỗi quốc gia thành viên.

Đến nay, các quốc gia EU hầu hết mở cửa cho hoạt động của giao dịch tiền ảo tuy nhiên chưa có một hệ thống pháp lý nào được hoàn thiện cho việc quản lý và tiêu dùng các loại tiền ảo. Các quy định hiện tại của EU đều chưa đủ chặt chẽ để quản lý tiền mã hoá về mặt pháp lý. Một

vài quốc gia EU đã phản ứng với tiền ảo bằng việc bắt đầu nỗ lực xác định tư cách pháp lý cho tiền ảo. Ví dụ như Chính phủ Pháp xem xét vấn đề này sau khi các ngân hàng địa phương đóng cửa cơ sở trao đổi tiền tệ cho các tài khoản tiêu dùng tiền ảo, với lý do đồng tiền này phải tuân thủ đúng quy định pháp lý về tiền điện tử; hay việc đề ra một khung pháp lý hoàn chỉnh về quản lý tiền ảo đã được nêu ra trong Ủy ban thanh toán Châu Âu.

Vương Quốc Anh

Ngân hàng Trung ương Anh đã áp dụng cách tiếp cận phát hành tiền kỹ thuật số nhằm mục đích các mục tiêu sau:

- (i) Mở rộng phạm vi của các lựa chọn chính sách tiền tệ, cho phép chính sách tiền tệ mới các công cụ được sử dụng.
- (ii) Làm cho hệ thống tài chính an toàn hơn bằng cách cho phép các cá nhân, công ty tư nhân và các tổ chức phi ngân hàng để thanh toán trực tiếp thông qua Ngân hàng Trung ương, do đó giảm đáng kể sự rủi ro thanh khoản và rủi ro tín dụng trong hệ thống thanh toán. Ngoài ra, việc chuyển đổi từ tiền gửi ngân hàng sang tiền kỹ thuật số có thể giảm thiểu các yêu cầu về bảo lãnh của chính phủ đối với tiền gửi và thoát khỏi các mối lo ngại về rủi ro đạo đức từ hệ thống tài chính.
- (iii) Khuyến khích cạnh tranh và đổi mới trong hệ thống thanh toán: Một điểm mới khung pháp lý sẽ cho phép những người mới tham gia vào lĩnh vực thanh toán cạnh tranh với hệ thống ngân hàng hiện tại. Đồng thời, nó cũng giảm thiểu sự phụ thuộc của các ngân hàng nhỏ hơn và các tổ chức phi ngân hàng vào ngân hàng lớn hơn để thanh toán.
- (iv) Giảm thiểu chi phí in ấn, vận chuyển và lưu trữ cho các loại tiền tệ vật chất.
- (v) Thúc đẩy tiếp cận tài chính: Các công ty cung cấp dịch vụ tài khoản tiền kỹ thuật số có thể là người đầu tiên và nhà cung cấp dịch vụ thanh toán quan trọng nhất trong khi các ngân hàng sẽ là người cho vay chính. Vì thế, các tổ chức cung cấp tài khoản tiền kỹ thuật số đang hoạt động theo cách tương tự như cung cấp tài khoản cho khách hàng, nhưng không bao gồm trong các dịch vụ ngân hàng truyền thống.

Không giống như hướng dẫn của một số ngân hàng trung ương (Ngân hàng Trung ương Trung Quốc, Nhật Bản và Đức) liên quan đến việc xem xét sử dụng công nghệ Blockchains cho hệ thống tiền kỹ thuật số, Ngân hàng Trung ương Anh đang xem xét các lựa chọn thay thế cho tiền kỹ thuật số mà không chấp nhận Mô hình "sổ cái phân tán". Theo đó, Ngân hàng Trung ương Anh sử dụng mô hình ngân hàng tương tự gửi tiền làm cơ sở để phát hành tiền kỹ thuật số bằng cách sử dụng 02 mô hình: (1) *Phương thức trực tiếp thông qua tài khoản tại ngân hàng trung ương* và (2) *Phương pháp gián tiếp thông qua các nhà cung cấp tài khoản tiền kỹ thuật số*. Trong khi trước đây, với mô hình tài khoản tiền gửi, chỉ các ngân hàng thương mại mới có thể mở tài khoản của họ tại ngân hàng trung ương. Giờ đây, ngân hàng trung ương chỉ đơn giản là cung cấp tiền kỹ thuật số cho người tiêu dùng bằng cách cho phép họ nắm giữ các tài khoản tiền kỹ thuật số gửi tại Ngân hàng Trung ương Anh. Như vậy, *Ngân hàng Trung ương Anh sẽ có xu hướng sử dụng "mô hình kế toán tập trung" thay thế sử dụng mô hình "sổ cái phân tán" được chấp nhận bởi Bitcoin*. Cụ thể:

Mô hình 1: Phương pháp trực tiếp thông qua các tài khoản tại Ngân hàng Trung ương

Theo phương thức này, Ngân hàng Trung ương Anh sẽ mở cho mỗi khách hàng một tài khoản tại trung tâm ngân hàng. Đồng thời, nó sẽ cung cấp cho khách hàng chìa khóa, số tài khoản và thẻ thanh toán để xử lý giao dịch thanh toán. Ngân hàng trung ương cũng cung cấp các dịch vụ khác (như Ngân hàng Internet, ngân hàng di động, v.v.) để khách hàng kiểm tra, hỏi về sao kê tài khoản và thực hiện giao dịch. Đồng thời, Ngân hàng Trung ương Anh cũng đã ban hành quy định về quản lý rủi ro, chống rửa tiền và chiến đấu chống lại tài trợ khủng bố cho tất cả các tài khoản khách hàng. Tuy nhiên, nhược điểm của mô hình này là ngân hàng trung ương, một tổ chức nhà nước, là gánh nặng với rất nhiều quản trị và cung cấp dịch vụ, và sẽ trở thành một chính đối thủ cạnh tranh với các ngân hàng thương mại trong nước trong việc cung cấp dịch vụ thanh toán. Ngoài ra, miền Trung Ngân hàng Anh không có động cơ thương mại để đổi mới cơ chế thanh toán, nhưng nó chỉ cung cấp các dịch vụ cơ bản được khách hàng chấp nhận.

Mô hình 2: Phương pháp gián tiếp thông qua tài khoản tiền kỹ thuật số (DCAs)

Theo mô hình này, Ngân hàng Trung ương Anh vẫn đóng vai trò tạo và duy trì tài khoản tiền kỹ thuật số, nhưng điểm khác biệt của nó là tất cả các dịch vụ thanh toán và dịch vụ khách hàng sẽ được cung cấp hoặc quản lý bởi các công ty trong khu vực tư nhân. Kết quả là, ngân hàng và công nghệ các công ty (nhà phát triển ứng dụng điện thoại thông minh) sẽ trở thành nhà cung cấp dịch vụ chịu trách nhiệm để cung cấp dịch vụ kế toán, thanh toán thẻ, kiểm tra tài khoản, ngân hàng Internet hoặc điện thoại di động ngân hàng. Chủ tài khoản cũng có thể thực hiện giao dịch thanh toán thông qua thanh toán thông thường các mạng như Visa, MasterCard... giống như cách họ thực hiện thanh toán qua ngân hàng tài khoản tiền gửi. Tất cả các giao dịch thanh toán với DCA là các giao dịch điện tử, được liên kết trực tiếp với tài khoản mở tại Ngân hàng Trung ương Anh. Do đó, DCAs cung cấp thanh khoản để đáp ứng khả năng thanh toán cho tất cả các giao dịch của khách hàng mọi lúc.

Về mặt pháp lý, đáng lưu ý rằng kỹ thuật số tiền tệ trong DCA thuộc về chủ tài khoản, nhưng không thuộc về nhà cung cấp DCA. Tiền kỹ thuật số có thể được giữ riêng trong tài khoản khách hàng tại Ngân hàng Trung ương Anh mà không bị ghi vào bảng cân đối của các nhà cung cấp DCA. Các nhà cung cấp DCA chỉ là người quản lý, không phải là chủ sở hữu của các quỹ này. Do đó, họ không được phép phát hành các khoản vay, trả lãi hoặc cấp thấu chi cho khách hàng và không gây ra bất kỳ rủi ro nào cả. Đối với Ngân hàng Trung ương Anh, vì số tiền trong một tài khoản tiền kỹ thuật số có thể trở thành một tài sản nợ trên bảng cân đối kế toán, chính phủ sẽ phát hành trái phiếu không có bảo đảm làm tài sản thế chấp cho các quỹ này.

Những ưu điểm trong chính sách của Anh:

Chính phủ Anh khá thận trọng trong việc quản lý tiền mã hoá, Ngân hàng Trung ương đóng vai trò chủ đạo trong điều tiết, xử lý, cân bằng các giao dịch và thị trường tiền ảo. Động thái ủng hộ Bitcoin được thể hiện bằng cách bãi bỏ một số khoản thuế liên quan đến Bitcoin kể từ sau khi Mt.Gox tuyên bố đóng cửa. Tuy nhiên, các loại thuế khác, như thu nhập doanh nghiệp, vẫn được áp dụng. Xác định rõ ràng vòng đời tiền ảo, và đưa ra hướng dẫn quản lý cụ thể cho từng vòng đời nhất định.

Những hạn chế trong chính sách của Anh

Mặc dù ngành công nghiệp tiền điện tử đã có thể có được chỗ đứng ban đầu ở Anh trong môi trường lập pháp hiện tại, cần phải đưa ra quy định tập trung vào tiền điện tử cụ thể, để cung

cấp sự rõ ràng và hỗ trợ hơn cho bất kỳ ai điều hành một sàn giao dịch ở Anh hoặc tổ chức cung cấp ban đầu (ICO). Mặc dù FCA đã đưa ra cảnh báo người tiêu dùng liên quan đến rủi ro tiền ảo, nhưng vẫn chưa công bố công khai bất kỳ hành động thực thi nào liên quan đến tiền ảo hoặc ICO (không giống như các cơ quan quản lý tại các khu vực pháp lý khác, đặc biệt là SEC và CFTC ở Hoa Kỳ).

Trong khi ngành công nghiệp tiền điện tử của Anh vẫn đang gặp khó khăn do không có luật pháp cụ thể và các quy định hỗ trợ, hay một thỏa thuận chung, thực tế vượt ra ngoài các hướng dẫn mới nhất của FCA, mọi thứ dường như đang dần cải thiện. Các Liên minh châu Âu và các quốc gia thành viên sẽ thực thi thứ năm luật Chống Rửa tiền thứ năm vào 1/2020. Trong khi đó có khả năng Anh sẽ không còn là một thành viên của Liên minh châu Âu vào thời điểm này, tuy nhiên Anh vẫn sẽ tuân thủ các chỉ thị, với trao đổi và các công ty xử lý tiền điện tử khác được yêu cầu đăng ký với FCA và gửi báo cáo giao dịch đáng ngờ.

Hoa Kỳ

Tại Mỹ - Nơi có thị trường vốn sôi động nhất thế giới, Ủy ban Chứng khoán và Sàn giao dịch Mỹ (SEC) đã có nhiều động thái về chính sách đối với các giao dịch tiền mã hóa. Tiền mã hóa gồm 2 loại là coins và tokens. Coin thường được phát hành dưới dạng mã nguồn mở, được quản lý và phát triển dưới dạng phi tập trung với mục đích làm phương tiện thanh toán hoặc tài sản tích trữ. Tokens thường được phát hành và quản lý bởi cá nhân hoặc công ty nhằm trao đổi quyền được sử dụng một tiện ích hoặc ứng dụng cụ thể.

Ngày 18 tháng 3 năm 2013, FinCEN đã ban hành Hướng dẫn về tiền ảo, công nhận tiền ảo là đồng tiền ngoại tệ hợp pháp. Theo quy định của FinCEN, những người tham gia vào giao dịch Bitcoin gồm có:

- “Người dùng” tiền ảo không được coi là MSB (Kinh doanh phục vụ tiền) theo quy định của FinCEN. Điều này có nghĩa là nếu bạn có được Bitcoin để thanh toán cho hàng hóa hoặc dịch vụ, bạn không phải tuân theo các quy định đăng ký, báo cáo và lưu giữ hồ sơ MSB.
- Ngược lại, “người trao đổi” và “quản trị viên” (administrators and exchangers) được coi là người chuyển tiền và do đó bắt buộc phải tuân thủ các quy định của FinCEN. Hướng dẫn định nghĩa “người trao đổi” là những người tham gia như một doanh nghiệp trao đổi các loại tiền kỹ thuật số trong khi “quản trị viên” tham gia như một doanh nghiệp trong việc đưa tiền ảo vào lưu thông. Quản trị viên phải tuân thủ theo quy định của BSA với FinCEN, cũng như thực hiện các quy định của FinCEN về báo cáo và lưu trữ hồ sơ, cụ thể là:

(i) *Đăng ký*: Một công ty được xác định là một MSB phải đăng ký hoạt động.

(ii) *Lưu trữ danh sách đại lý*: Những MSB được yêu cầu đăng ký phải soạn thảo và lưu giữ danh sách các đại lý, nếu có, vào ngày 1 tháng 1 cho khoảng thời gian 12 tháng trước đó. Khi có yêu cầu, MSB phải cung cấp ngay danh sách các đại lý của họ cho FinCEN và bất kỳ cơ quan thi hành pháp luật hoặc cơ quan giám sát liên quan khác (bao gồm IRS với tư cách là cơ quan kiểm tra thực hiện BSA).

(iii) *Báo cáo hành vi đáng ngờ (SAR)*: các MSB phải giữ một bản sao tất cả các SAR cũng như bản gốc và hồ sơ kinh doanh chứng minh. Khi có yêu cầu, MSB phải cung cấp các tư liệu này cho FinCEN hay các cơ quan có liên quan.

(iv) *Tuân thủ pháp luật về chống rửa tiền (AML)*: tất cả các MSB, bao gồm các công ty phát hành, bán ra hoặc mua lại thẻ mang giá trị, đều phải xây dựng và triển khai một chương trình tuân thủ pháp luật về AML.

(v) *Báo cáo giao dịch tiền tệ (CTR)*: MSB phải nộp CTR về những giao dịch tiền tệ có giá trị trên 10.000 USD tiền mặt gửi vào hoặc rút ra do cùng một người hoặc đại diện của cùng một người tiến hành trong cùng một ngày thông qua MSB hoặc gửi đến MSB.

(vi) *Hồ sơ về công cụ tiền tệ*: MSB phải lưu giữ một số thông tin nhất định về việc bán ra các công cụ tiền tệ, chẳng hạn như thư chuyển tiền và chi phiếu du lịch, có tổng giá trị từ 3.000 USD đến 10.000 USD.

(vii) *Các quy tắc về chuyển tiền*: MSB phải lưu giữ một số thông tin nhất định về các giao dịch chuyển tiền, chẳng hạn như việc gửi và nhận một lệnh thanh toán cho một giao dịch chuyển tiền có giá trị từ 3.000 USD trở lên, bất kể phương thức thanh toán nào.

(viii) *Hồ sơ về đổi tiền*: MSB phải lưu giữ một số hồ sơ nhất định cho mỗi giao dịch đổi tiền có giá trị trên 1.000 USD.

(ix) *Lưu trữ hồ sơ*: Tất cả các hồ sơ BSA phải được lưu trữ trong thời gian năm năm và phải được cất giữ theo cách thức đảm bảo khả năng tiếp cận hồ sơ trong một khoảng thời gian hợp lý

Ưu điểm trong quản lý tiền ảo của Hoa Kỳ:

Có thể thấy nỗ lực của Chính phủ Hoa Kỳ trong việc quản lý, hợp pháp hóa tiền điện tử. Những nỗ lực này đã mở rộng định nghĩa về các quy định chống rửa tiền hiện có của Mỹ kết hợp với các loại tiền ảo. Các chính sách đưa ra rất rõ ràng, cụ thể, được quản lý bởi cơ quan pháp lý riêng. Chính phủ Hoa Kỳ cũng tích cực sửa đổi, bổ sung các tài liệu pháp lý phù hợp hơn với thị trường tiền ảo. Ở cấp độ tiểu bang, các chính sách cũng được nghiên cứu và áp dụng. Chính phủ Hoa Kỳ đã nỗ lực khắc phục những hạn chế của tiền ảo như:

- Sao kê thông tin các giao dịch trên hệ thống Blockchain sang hệ thống quản lý của Chính phủ: Tiền ảo hoạt động trên Blockchain có tính bảo mật cao, gây khó khăn cho việc kiểm soát, cũng như tạo điều kiện cho tội phạm thực hiện. Vì thế, ngay từ đầu cơ quan chức năng Mỹ đã kiểm soát mọi thông tin giao dịch.

- Cung cấp thông tin, huấn luyện và cảnh báo rủi ro khi đầu tư tiền mã hoá: Có thể thấy, Hoa Kỳ nỗ lực đưa ra cảnh báo, cung cấp thông tin thường xuyên, công khai, minh bạch ngay từ khi đồng tiền ảo đầu tiên Bitcoin xuất hiện trên thị trường.

- *Đánh thuế Bitcoin*: Chính phủ Mỹ cho rằng việc đánh thuế tiền ảo là cần thiết và hợp lý vì thế IRS đã đưa ra hướng dẫn áp dụng thuế tiền ảo, buộc người dùng phải tuân thủ nếu muốn sử dụng tại đất nước này.

Những hạn chế trong chính sách quản lý của Hoa Kỳ:

Tuy nhiên, còn có những xung đột với nhau ác cơ quan liên bang khác nhau sẽ có các định nghĩa khác nhau về tiền điện tử, và điều này gây ra sự phức tạp cùng nhầm lẫn. Trong vai trò điều tiết nó, ví dụ, SEC coi việc phát hành tài sản kỹ thuật số mới là chứng khoán. Mặt khác, CFTC xem tất cả các loại tiền điện tử là hàng hóa trong khi IRS coi tiền điện tử là tài sản. Ngược lại, FinCEN quy định các sản phẩm giao dịch tiền điện tử như các sản phẩm giao dịch “tiền tệ”, điều này dẫn đến kết luận rằng Bộ Tài chính Hoa Kỳ coi tiền điện tử là tiền tệ. Chắc chắn, các định nghĩa khác nhau của các cơ quan khác nhau dẫn đến việc có quá nhiều quy định vì mỗi thực thể có các yêu cầu riêng phải được đáp ứng. Cố gắng tuân thủ nhiều nghĩa vụ pháp lý sẽ khiến mọi thứ trở nên tốn kém và mất thời gian cho người chơi trong khu vực.

Ngoài ra, vấn đề đặt ra khi tiền điện tử trở nên phổ biến và được sử dụng hàng ngày. Hiện nay, người sử dụng tiền mặt có thể xác định danh tính, phải mang theo khi thanh toán và có tính thanh khoản trực tiếp. Trong khi đó, tiền điện tử lại linh hoạt và được ứng dụng dễ dàng hơn, đồng thời cho phép các khoản thanh toán gửi hoặc nhận ở bất cứ nơi đâu trên thế giới. Nếu tiền điện tử trở thành một nguồn giao dịch cá nhân hàng ngày, phạm vi của “nền kinh tế ngầm” gia tăng và mở rộng theo cấp số nhân. IRS cho biết phần lớn người dùng có xu hướng trốn thuế khi giao dịch Bitcoin. Theo một khảo sát trên sàn Coinbase, chỉ 0.2% người dùng đáp ứng đầy đủ nghĩa vụ về thuế.

Trung Quốc

Bối cảnh và nguyên tắc ban hành: Với tham vọng trở thành quốc gia đầu tiên trên thế giới chính thức phát hành và lưu hành tiền kỹ thuật số để tăng ảnh hưởng và thiết lập các quy tắc và tiêu chuẩn mới để Trung Quốc quản lý loại tiền này trong tương lai, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc đã nỗ lực rất nhiều để điều tra khuôn khổ chính sách tiền tệ hiện tại, cung tiền và Cơ chế kiểm tiền khi thiết kế tiền kỹ thuật số. Việc nghiên cứu và chuẩn bị kỹ thuật số tiền là một bước phù hợp với xu hướng hiện tại. Không giống như Bitcoin, tiền kỹ thuật số do Trung ương phát hành bởi Ngân hàng Trung Quốc là sự kết hợp của các giải pháp công nghệ, được thiết kế và quản lý bởi luật pháp và quy định để đảm bảo an toàn và bảo mật của hệ điều hành.

Về khía cạnh lý thuyết và công nghệ ứng dụng: Ngân hàng Trung ương Trung Quốc đang nghiên cứu tiềm năng và ứng dụng của công nghệ *Blockchains*, đang được sử dụng bởi hệ thống Bitcoin và được nghiên cứu bởi Ngân hàng Dự trữ Liên bang Đức và Ngân hàng Dự trữ Liên bang Nga. Theo Ngân hàng Trung ương Trung Quốc, công nghệ này đòi hỏi rất nhiều máy tính để lưu trữ và có thể không thể xử lý khối lượng giao dịch ngày hôm nay. Tuy nhiên, dựa trên một số cái phân tán Mô hình tài khoản, *Blockchains* là lựa chọn phù hợp để bảo vệ thông tin cá nhân của tiền kỹ thuật số người nắm giữ.

Về mặt tiện ích và bảo mật: mặc dù vẫn còn nhiều tranh cãi về việc ban hành tiền kỹ thuật số, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc nhận thức rõ những lợi thế vượt trội mà kỹ thuật số tiền tệ sẽ mang lại, bao gồm: (i) thuận tiện; (ii) cân bằng giữa quyền riêng tư của người dùng, duy trì trật tự xã hội và xử lý các hoạt động tội phạm; (iii) góp phần thúc đẩy ban hành chính sách tiền tệ; và (iv) tiền kỹ thuật số sẽ không có tác động đến tiền tệ chủ quyền do khả năng chuyển đổi thành tiền và thực tế là khả năng chuyển đổi của nó có thể là kiểm soát.

Với tham vọng là quốc gia đầu tiên phát hành tiền mã hóa, Trung Quốc tập trung nghiên cứu về đồng tiền này thay vì chấp nhận và đưa ra khuôn khổ pháp lý phù hợp. Chính phủ Trung Quốc kiểm soát tiền mã hóa nghiêm ngặt, và ra lệnh dừng trao đổi tiền mã hóa. Tuy nhiên, thị

trường mã hóa của Trung Quốc vẫn tồn tại được sau của quy định thắt tay đầu tiên này. Nguyên nhân là do nhiều thương nhân chuyển sang các thị trường ngang hàng và phi tập trung, hoặc chuyển sang các sàn giao dịch nước ngoài.

Theo Reuters báo cáo, với nền tảng giao dịch ngang hàng phổ biến Localbitcoins, do các thương nhân hợp lại đã sản xuất ra khối lượng kỷ lục. Khối lượng này trong tháng 9/2017 (tháng lệnh cấm được ban hành) đạt tới 115 triệu NDT (khoảng 17,8 triệu USD) mỗi tuần. Nếu Trung Quốc tiếp tục cấm các đồng tiền mã hoá thì đòi hỏi phải có khuôn khổ pháp lý cụ thể, và đặt ra thách thức cho Chính phủ Trung Quốc trong việc quản lý tiền mã hoá khi đồng tiền riêng của đất nước này chính thức ra mắt. Việc chuyển sang các sàn giao dịch nước ngoài tiềm ẩn nguy cơ về rửa tiền, tội phạm tài chính mà cơ quan chính quyền không thể quản lý cũng như xử phạt hợp lý.

Thái Lan

Tháng 5/2018, Chính phủ Thái Lan ban hành: (1) Nghị định khẩn cấp liên quan đến hoạt động kinh doanh tài sản kỹ thuật số, trong đó có tiền mã hóa (DAB), và (2) Nghị định sửa đổi về luật thuế, trong đó có chính sách thuế liên quan đến giao dịch tài sản kỹ thuật số (DAT).

Theo DAB, tài sản kỹ thuật số được chia làm hai loại: tiền mã hóa (digital asset giống với utility token dùng để trao đổi các hàng hóa với nhau) và xu kỹ thuật số (digital token giống với security của các nước Châu Âu và Mỹ). Các giao dịch phải được sự chấp thuận của SEC và việc cung cấp chỉ có thể được thực hiện thông qua nhà cung cấp hệ thống Mã thông báo kỹ thuật số (được SEC phê duyệt) được gọi là Cổng thông tin ICO. Hình thức này cũng giống như sàn giao dịch chứng khoán. Với cách này, hoạt động mua bán, trao đổi tiền mã hóa của Thái Lan sẽ được kiểm soát và Nhà nước Thái Lan có thể thu thuế cho các hoạt động này, nhằm đóng góp cho ngân sách nhà nước. Có rất nhiều loại tiền ảo trên thế giới, nhưng Thái Lan chỉ cho phép 7 loại được giao dịch, trong đó có đồng Bitcoin. Và đối với cá nhân, giao dịch tiền mã hóa thông qua cổng ICO chỉ được giới hạn ở mức 1000 USD cho một lần giao dịch.

Trong số các quốc gia ở khu vực Đông Nam Á, Thái Lan là một trong những quốc gia đầu tiên mở cửa cho các doanh nghiệp liên quan đến tiền điện tử, thông qua luật về tiền điện tử để điều chỉnh việc cung cấp tài sản ảo. Có thể thấy, Thái Lan đang rất nỗ lực trong việc hoàn thiện khung pháp lý về tiền ảo sau khi chính thức hợp pháp hóa đồng tiền này. Ngoài ra, Thái Lan là một quốc gia thành viên của FATF, vì vậy việc tuân thủ các quy định KYC do FATF đưa ra đã phần nào giảm bớt gánh nặng trong việc ban hành các quy định. Đặc biệt, việc từ chối cấp phép cho 2 sàn giao dịch Cash2Coins và Sàn giao dịch kỹ thuật số Đông Nam Á do không thực hiện đầy đủ quy trình KYC, cho thấy sự cứng rắn trong quản lý tiền ảo của chính quyền Thái. Nhìn chung, các quy định về tiền mã hoá của Thái Lan khá chặt chẽ, đặc biệt trong việc xử phạt các giao dịch bất hợp pháp.

THỰC TRẠNG PHÁP LÝ VỀ TIỀN MÃ HÓA TẠI VIỆT NAM

Việt Nam cũng như các quốc gia khác trên thế giới chưa chấp nhận tiền ảo là tiền tệ. Việc sử dụng tiền ảo - Bitcoin và các loại tiền ảo tương tự như Bitcoin làm phương tiện thanh toán không được pháp luật thừa nhận và bảo vệ. Pháp luật cấm các tổ chức tín dụng không được phép sử dụng Bitcoin và các loại tiền ảo tương tự như Bitcoin như một loại tiền tệ hoặc phương tiện thanh toán khi cung ứng dịch vụ cho khách hàng. Đặc biệt, theo Nghị định số 80/2016/NĐ-CP của Chính phủ ngày 01/7/2016 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 101/2012/NĐ-CP

ngày 22/11/2012 của chính phủ về thanh toán không sử dụng tiền mặt, quy định tiền ảo là phương tiện thanh toán không hợp pháp tại Việt Nam và việc phát hành, sử dụng tiền ảo là tiền tệ, phương tiện thanh toán sẽ bị xử lý theo Nghị định 96/2014/NĐ-CP của Chính phủ ngày 17/10/2014 quy định xử phạt hành chính trong lĩnh vực tiền tệ và ngân hàng.

Thực tế tại Việt Nam, mặc dù khung pháp lý còn sơ khai nhưng tài sản ảo, tiền điện tử đang được giao dịch phổ biến, nhiều người tham gia nhưng chủ yếu mang tính chất đầu cơ, xuất hiện nhiều tổ chức cá nhân lập các máy đào tiền điện tử, cũng đã xảy ra nhiều vụ lừa đảo liên quan đến tiền điện tử gây mất trật tự, an toàn trong xã hội.

Theo **Chỉ thị 02/CT-NHNN** về các biện pháp tăng cường kiểm soát các giao dịch, hoạt động liên quan đến tiền ảo đã được Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành ngày 13/04/2018. Tại Chỉ thị này, Ngân hàng Nhà nước yêu cầu siết chặt các giao dịch tiền ảo:

- (1) *Không cung ứng các dịch vụ liên quan đến giao dịch tiền ảo*
- (2) *Báo cáo kịp thời về các giao dịch đáng ngờ liên quan đến tiền ảo:*
- (3) *Đề xuất, xây dựng khung pháp lý về quản lý tiền ảo*
- (4) *Tăng cường phát hiện các giao dịch tiền ảo có dấu hiệu vi phạm*

BÀI HỌC KINH NGHIỆM QUẢN LÝ

Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Thứ nhất, nghiên cứu, xây dựng VBQPPL về các loại tiền mã hóa khác qua từng giai đoạn.

Giai đoạn 2018 – 2020:

- NHNN tiếp tục thực hiện có hiệu quả các nhiệm vụ được giao tại Quyết định số 2545/QĐ-TTg phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt;
- NHNN nghiên cứu trình Chính phủ ban hành NĐ sửa đổi, bổ sung NĐ về thanh toán không dùng tiền mặt.

Giai đoạn 2021 – 2025:

- NHNN chủ động nghiên cứu, phối hợp với Bộ Tư pháp, Bộ Tài chính và các bộ, ngành khác liên quan nghiên cứu, trình Quốc hội ban hành Dự án Luật Các hệ thống thanh toán.

Thứ hai, quy định về bộ phận và cán bộ chuyên trách hỗ trợ, cũng như quyền hạn và trách nhiệm để xử lý các vấn đề liên quan tới quản lý tiền mã hóa trong đó bao gồm quản lý hồ sơ, báo cáo các giao dịch đáng ngờ, giám sát các giao dịch.

Thứ ba, nghiên cứu, đề xuất sửa đổi, bổ sung, ban hành mới VBQPPL về thuế đối với các loại tiền mã hóa. tiền mã hoá cần phải được định giá tại "giá trị thị trường hợp lý" ở thời điểm mua. Ban hành hướng dẫn xử lý thuế đối với các loại tiền điện tử. Các giao dịch tiền ảo để mua hàng hóa hoặc dịch vụ cho mục đích cá nhân sẽ được coi là một tài sản cá nhân và phải chịu thuế thu nhập. Các tổ chức phải nộp thuế dựa trên báo cáo giao dịch và việc “đào” tiền ảo. Ngay từ đầu giai đoạn chính phủ Việt Nam cần xác định phân loại tiền mã hoá là tiền tệ, hay tài sản một cách thống nhất, tránh xảy ra mâu thuẫn trong việc quản lý cũng như thu thuế như Hoa Kỳ.

Thứ tư, hoàn thiện quy định pháp luật về phòng, chống rửa tiền. Đề xuất nghiên cứu, rà soát sửa đổi, bổ sung Luật Phòng, chống rửa tiền. Tất cả các tổ chức tài chính xây dựng thiết lập chương trình tuân thủ pháp luật về chống rửa tiền. Mỗi chương trình tối thiểu phải bao gồm: các chính sách, thủ tục và biện pháp kiểm soát; chỉ định người quản lý phụ trách việc tuân thủ pháp luật; cung cấp đào tạo; và kiểm toán độc lập. Tăng cường giám sát hợp lý các tài khoản đại lý và tài khoản ngân hàng cá nhân của những người không phải công dân Việt Nam.

Thứ năm, quản lý hoạt động của các công ty Fintech, công ty công nghệ là trung gian cung cấp dịch vụ liên quan đến tiền mã hóa. Đề nghị Bộ Tài chính nghiên cứu, xây dựng các quy định pháp lý có thể cho phép thành lập sàn giao dịch tiền mã hóa tập trung.

Thứ sáu, giải pháp quản lý hoạt động chào bán tiền mã hóa lần đầu ra công chúng (ICO). Đề xuất việc ICO phải đăng ký với cơ quan nhà nước có thẩm quyền, cấp phép cho các dự án ICO hoàn thành đầy đủ quy trình đăng ký và cấm các dự án không đủ điều kiện về hồ sơ cũng như kinh tế. Với các hành vi phạm pháp như bán mã token trái phép, thiết lập hội thảo để thu hút đầu tư trái phép sẽ phải đối diện với mức phạt và thậm chí là nhận án tù. Các nhà phát hành tiền mã hóa trong và ngoài nước phải thông qua cổng Initial Coin Offering (ICO) để được cấp phép phát hành, để sau đó các nhà đầu tư, thông qua cổng ICO, sẽ mua được tiền mã hóa một cách hợp pháp. Hình thức này cũng giống như sàn giao dịch chứng khoán.

Thứ bảy, tăng cường tuyên truyền, phổ biến về giao dịch tiền mã hóa. Đưa ra báo cáo phân tích sự ổn định trung và dài hạn và hiệu quả của hệ thống tài chính đối với nền kinh tế Việt Nam, doanh nghiệp và người sử dụng. Thường xuyên đưa cảnh báo, nâng cao nhận thức về các rủi ro giao dịch tiền ảo, chú ý đến tính bất ổn của thị trường, dễ bị tấn công, xu hướng sử dụng cho các hoạt động tội phạm

Thứ tám, NHNN nghiên cứu về xu hướng và khả năng phát hành tiền kỹ thuật số của NHTW. Một số quốc gia trên thế giới đã phát hành đồng tiền mã hoá riêng như đồng Petro của Venezuela, Campuchia với dự án đồng Entapay... Tuy nhiên việc ra mắt đồng tiền mã hoá riêng không phải vấn đề đơn giản.

Thứ chín, tăng cường hợp tác quốc tế với các nước trong khu vực và các tổ chức tài chính quốc tế để xây dựng quy định pháp lý hiệu quả điều chỉnh các loại tiền ảo. Khi Việt Nam còn non trẻ trong quản lý dòng tiền ảo thì việc học hỏi các nước khác là vô cùng cần thiết. Thái Lan là một nước có nền kinh tế có nhiều điểm chung với Việt Nam, và là quốc gia đi đầu trong việc chấp nhận tiền ảo tại Đông Nam Á với cách tiện cận được đánh giá cao và những dấu hiệu tốt của sự quản lý của nước bạn là kinh nghiệm mà Việt Nam cần ghi nhận.

Đối với các công ty và tổ chức tài chính

Đăng ký xác nhận quyền sở hữu tài khoản tiền ảo:

Trách nhiệm đăng ký thuộc về chủ sở hữu hoặc người kiểm soát và người này phải ký và nộp đơn đăng ký hoàn chỉnh. Trong trường hợp tài khoản bị đánh cắp, thông tin có thể được đưa lên toàn hệ thống để chặn mọi giao dịch với tài khoản này.

Lưu trữ các thông tin về lịch sử giao dịch:

Do tiền mã hoá có tính ẩn danh, nên việc lưu trữ các thông tin về lịch sử giao dịch là vô cùng cần thiết. Cung cấp mẫu đơn lưu trữ các thông tin về giao dịch trong đó đảm bảo đầy đủ các

thông tư cơ bản, cần thiết và các dấu hiệu đáng ngờ; đảm bảo lưu trữ trong thời hạn nhất định theo cách thức bảo mật và đảm bảo khả năng tiếp cận hồ sơ trong khoảng thời gian hợp lý. Đây là cơ sở để đảm bảo tính hợp pháp của mỗi giao dịch, cũng như phòng ngừa rủi ro tội phạm tài chính.

Tuân thủ các nguyên tắc về kế toán, kiểm toán đối với tài sản vô hình trong các doanh nghiệp có sử dụng tiền ảo:

Theo chuẩn mực 04 về Tài sản cố định vô hình (*Ban hành và công bố theo Quyết định số 149/2001/QĐ-BTC ngày 31 tháng 12 năm 2001 của Bộ trưởng Bộ Tài chính*): Khi một tổ chức, doanh nghiệp được định giá trong đó có bao gồm tiền mã hoá được xét là tài sản vô hình, ngoài các điều kiện trên, cần xét đến các yếu tố kinh tế và pháp lý ảnh hưởng đến thời gian sử dụng hữu ích của TSCĐ vô hình, gồm: (1) Các nhân tố kinh tế quyết định khoảng thời gian thu được lợi ích kinh tế trong tương lai; (2) Các nhân tố pháp lý giới hạn khoảng thời gian doanh nghiệp kiểm soát được lợi ích kinh tế này. Thời gian sử dụng hữu ích là thời gian ngắn hơn trong số các khoảng thời gian trên. Do vậy việc định giá của tiền mã hoá phụ thuộc vào giá thị trường vào từng thời điểm quy định.

Chấp hành nghĩa vụ nộp thuế:

Xác định rõ giá của tiền ảo dựa trên giá của thị trường tại thời điểm quy định. Mọi giao dịch phát sinh lợi nhuận từ mua bán tiền ảo đều phải chịu thuế thu nhập này như các loại hàng hóa bất động sản thông thường.

Tuân thủ các quy định của pháp luật về phòng chống rửa tiền, trong đó giới hạn phạm vi, khối lượng và có xác thực cho mỗi giao dịch.

Với mỗi quốc gia khác nhau có giới hạn phạm vi, khối lượng giao dịch khác nhau, phụ thuộc vào bối cảnh kinh tế, (Thái Lan giao dịch tiền mã hóa thông qua cổng ICO chỉ được giới hạn ở mức 1000 USD cho một lần giao dịch; giao dịch đổi tiền tối đa của Mỹ là 1000 USD và mua bán tiền mặt cho thư chuyển tiền hoặc chi phiếu du lịch trị giá dưới 3.000 đô-la).

Cụ thể, theo Nghị định 116/2013/NĐ-CP của chính phủ về phòng, chống rửa tiền quy định ở Điều 9 Giao dịch có giá trị lớn bất thường hoặc phức tạp theo quy định tại Điểm a Khoản 1 Điều 16 Luật phòng, chống rửa tiền là các giao dịch sau: (1) “Giao dịch có giá trị lớn bất thường là giao dịch rõ ràng không tương xứng với thu nhập hoặc không phù hợp với mức giá trị giao dịch thường xuyên của khách hàng với đối tượng báo cáo;” (2) “Giao dịch phức tạp là giao dịch được thực hiện thông qua phương thức không phù hợp với bản chất của giao dịch như: Giao dịch được thực hiện thông qua nhiều bên trung gian, nhiều tài khoản không cần thiết; giao dịch được thực hiện giữa nhiều tài khoản khác nhau của cùng một chủ tài khoản tại các khu vực địa lý khác nhau; bất kỳ giao dịch nào do đối tượng báo cáo nhận định không bình thường và cần có sự giám sát chặt chẽ.”

Báo cáo giao dịch đáng ngờ:

Các dấu hiệu đáng ngờ cơ bản bao gồm:

a) Khách hàng cung cấp thông tin nhận biết khách hàng không chính xác, không đầy đủ, không nhất quán;

b) Khách hàng thuyết phục đối tượng báo cáo không báo cáo giao dịch cho cơ quan nhà nước có thẩm quyền;

c) Không thể xác định được khách hàng theo thông tin khách hàng cung cấp hoặc giao dịch liên quan đến một bên không xác định được danh tính;

d) Số điện thoại cá nhân hoặc cơ quan do khách hàng cung cấp không thể liên lạc được hoặc không có số này sau khi mở tài khoản hoặc thực hiện giao dịch;

đ) Các giao dịch được thực hiện theo lệnh hoặc theo uỷ quyền của tổ chức, cá nhân có trong danh sách cảnh báo;

e) Các giao dịch mà qua thông tin nhận biết khách hàng hoặc qua xem xét về cơ sở kinh tế và pháp lý của giao dịch có thể xác định được mối liên hệ giữa các bên tham gia giao dịch với các hoạt động phạm tội hoặc có liên quan tới tổ chức, cá nhân có trong danh sách cảnh báo;

g) Các tổ chức, cá nhân tham gia giao dịch với số tiền lớn không phù hợp với thu nhập, hoạt động kinh doanh của tổ chức, cá nhân này;

h) Giao dịch của khách hàng thực hiện thông qua đối tượng báo cáo không đúng trình tự, thủ tục theo quy định của pháp luật.

KẾT LUẬN

Tiền kỹ thuật số có thể coi là một phát minh vĩ đại của nhân loại, là xu thế và sẽ còn tiếp tục tồn tại. Hơn nữa, công nghệ blockchain sẽ được ứng dụng ngày càng nhiều trong nhiều lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực tài chính - ngân hàng. Với những ưu điểm vượt trội hơn so với các đồng tiền khác, tiền ảo đem đến những tác động tích cực cho nền kinh tế, đời sống, xã hội của các quốc gia. Bài nghiên cứu đã tập trung nghiên cứu một cách nghiêm túc hệ thống các cơ sở lý luận và thực tiễn về tiền ảo. Thông qua nghiên cứu này, tác giả muốn chỉ ra những tầm quan trọng của đồng tiền mã hoá và tổng quan các chính sách quản lý của một số quốc gia trên thế giới, từ đó đề xuất chính sách phù hợp cho Việt Nam trong tương lai thay vì biện pháp ngăn cấm triệt để như hiện nay. Hoàn thiện đề tài này, tác giả mong muốn góp một phần kiến thức vào vấn đề quản lý và phát triển tiền ảo ở Việt Nam.

Thông qua nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế và xu hướng tiền kỹ thuật số liên quan đến phát triển khoa học và công nghệ, chúng ta có thể thấy lợi ích của tiền ảo. Tuy nhiên, cũng phải cân nhắc đến các rủi ro liên quan (chẳng hạn như tiền rửa tiền, buôn bán ma túy, trốn thuế...) và cơ sở hạ tầng thích hợp (thanh toán, giải quyết, quản lý rủi ro...). Trong bối cảnh hiện nay của Việt Nam, sự ra đời của tiền điện tử đòi hỏi nghiên cứu cẩn thận với mục tiêu dài hạn để giảm thiểu rủi ro và tận dụng lợi ích tiền điện tử. Do đó, cần phải cải thiện khung pháp lý cho tiền điện tử tại Việt Nam một cách kịp thời để đáp ứng nhu cầu thiết thực cho sự phát triển và ứng dụng tiền điện tử tại Việt Nam. Từ đó, những mặt tích cực của nghiên cứu sẽ được nhìn rộng ra trong xã hội và cũng góp phần đẩy lùi những tiêu cực trong giao dịch tiền điện tử, và giảm lưu lượng tiền mặt trong lưu thông

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Badev & M. Chen. (2014). Bitcoin: Technical background and data analysis. *Finance and Economics Discussions Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board*.

A. Ostroukh. (2014). *Russia softens stance on bitcoin*.

B. Nelson. (2018). *Financial stability and monetary policy issues associated with digital currencies*.

Brasil Banco Central do. (2014). Policy statement on the risks related to the acquisition of the so-called “virtual currencies” or “encrypted currencies” and to the transactions carried out with these currencies.

C. Isidore. (2013). Bitcoin bubble may have burst. *CNNMoney*.

C. Sanati. (2012). Bitcoin Looks Primed for Money Laundering. *CNNMoney*.

C. Schumer. (2011). *Schumer Wants Underground Drug Website Shut Down*.

Chen, A. B. (2014). Bitcoin: Technical Background and Data Analysis.

Dion. (2013). I’ll gladly trade you two bits on Tuesday for a byte today: Bitcoin, regulating fraud in the E-conomy of hacker-cash. *Univ. Illinois J. Law Technol*.

D. Primack. (2013). *Fortress is forming a bitcoin fund*. Fortune.

D. Rovell. (2014). *Sacramento Kings to be accept bitcoin*.

Descôteaux. (2014). How Should Bitcoin Be Regulated? *Montreal Economic Institute*.

European Banking Authority (EBA). (2014). Opinion on "virtual currencies".

European Central Bank. (2012). Virtual Currency Schemes.

FinCEN. (2014). Application of FinCEN’s regulations to virtual currency software development and certain investment activity.

Isidore, C. (2013, 4 12). Bitcoin bubble may have burst. *CNNMoney*. *CNN Business*.

K. Hill. (2013). Living on bitcoin for a week: Bitcoin is the Internet applied to money (and I survived it). *Forbes May*.

K. Sideri. (2003). *The Regulation of Peer-to-Peer File Sharing Networks: Legal Convergence vs. Perception Divergence* (Vol. 2).

Kaplanov, N. (2012, July 22). Schumer Wants Underground Drug Website Shut Down. *SSRN*.

Lam Pak Nian. (2014). *A Light - Touch Approach to Regulation*. Singapore: Faculty of Law, National University.

N. Hajdarbegovic. (2014). *UK financial regulator's new initiative encourages bitcoin innovation* .

Nelson, B. (2018, 11). Financial stability and monetary policy issues associated with digital currencies. *Journal of Economics and Business*, 100, 76 -78.

Ostroukh, B. A. (2014, 7 2). Russia softens stance on bitcoin. *The wall street journal*.

P. Franco. (2015). *Understanding Bitcoin: Cryptography, engineering and economics*. UK.

PRIMACK, D. (2014, January 1). Fortress is forming a bitcoin fund. *Fortune*.

S. Nakamoto. (2008). *Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System* .

Sanati, C. (2012, December 19). Bitcoin Looks Primed for Money Laundering. *Fortune*.

Smith, Brian and Ramsey J. Wilson. (n.d.). *How best to guide the evolution of electronic currency law*.

Tu, Kevin V. and Meredith, Michael. (n.d.). *Rethinking Virtual Currency Regulation in The Bitcoin Age*

BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG KỸ NGUYÊN KỸ THUẬT SỐ - KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ KHUYẾN NGHỊ CHO VIỆT NAM

Phạm Xuân Hùng - Trưởng ban, Ban Nghiên cứu và Điều phối chính sách giám sát, Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia

Tóm tắt:

Trong môi trường tài chính ngày càng được số hóa, với sự phát triển vượt bậc của dữ liệu lớn, trí thông minh nhân tạo và internet kết nối vạn vật, các sản phẩm và dịch vụ tài chính kỹ thuật số (KTS) mang lại khả năng và ưu thế vượt trội hỗ trợ hệ thống tài chính đặc biệt là tài chính toàn diện và tăng trưởng bao trùm. Tuy nhiên, trong môi trường KTS đầy phức tạp và biến đổi nhanh chóng, yêu cầu bảo vệ người tiêu dùng tài chính (NTDTC) càng trở quan trọng hơn bao giờ hết. Đồng thời, các chính sách và phương pháp tiếp cận do các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng tài chính xây dựng và áp dụng cần phải điều chỉnh, phát triển và thích ứng với môi trường mới. Trước bối cảnh đó, bài viết nghiên cứu những tác động của sản phẩm, dịch vụ này đến người tiêu dùng tài chính và các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng tài chính cũng như kinh nghiệm quốc tế về chính sách ứng phó; đồng thời nhận diện những tồn tại, hạn chế tại Việt Nam, từ đó rút ra một số khuyến nghị chính sách đối với Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: người tiêu dùng tài chính, tài chính kỹ thuật số, bảo vệ người tiêu dùng tài chính, hàm ý chính sách.

Abstract:

In an increasingly digitalized financial environment, with the rapid development of big data, artificial intelligence (AI) and internet of things, digital financial products and services have brought about outstanding capabilities and advantages to support the financial system, especially financial inclusion and inclusive growth. However, in a complex and rapidly changing digital environment, financial consumer protection becomes more important than ever. At the same time, it is necessary for policies and approaches developed and applied by financial consumer protection agencies to be adjusted and evolved to adapt to the new environment. In that background, the article studies the impacts of these products and services on financial consumers and financial consumer protection agencies as well as international experience in response policies, identifying the shortcomings and limitations of this issue in Viet Nam, thereby drawing some policy recommendations for Viet Nam in the coming time.

Keywords: financial consumers, digital finance, financial consumer protection, policy implications.

1. Đánh giá một số tác động của dịch vụ tài chính kỹ thuật số đến người tiêu dùng tài chính và các cơ quan bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Dịch vụ tài chính kỹ thuật số (Digital Financial Service-DFS) có thể được định nghĩa là các hoạt động tài chính sử dụng công nghệ kỹ thuật số, bao gồm tiền điện tử, dịch vụ tài chính di động, dịch vụ tài chính trực tuyến, i-teller và ngân hàng số, cho dù thông qua các tổ chức ngân hàng hay phi ngân hàng. DFS có thể bao gồm các giao dịch tiền tệ khác nhau như gửi, rút, gửi và nhận tiền, cũng như các sản phẩm và dịch vụ tài chính khác bao gồm thanh toán, tín dụng, tiết kiệm, lương hưu và bảo hiểm. DFS cũng có thể bao gồm các dịch vụ phi giao dịch, chẳng hạn như xem thông tin tài chính cá nhân thông qua các thiết bị kỹ thuật số (OECD, 2017).

Với đặc điểm “Nhanh - Rẻ - Rộng - Dễ dàng - Cá biệt hóa”, dịch vụ tài chính kỹ thuật số tác động tích cực đến toàn bộ thị trường tài chính trong đó có NTDTTC. Theo báo cáo Tương lai Ngân hàng năm 2017 của Consumers International, NTDTTC đang được hưởng lợi từ quá trình số hóa tài chính (“thời đại của fintech”). DFS cung cấp cho NTDTTC các sản phẩm dịch vụ thuận tiện hơn, nhanh hơn, rẻ hơn và phù hợp với nhu cầu cá nhân; cho phép người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận, so sánh trực tuyến và xác định những ưu đãi tối ưu nhất và phù hợp nhất với nhu cầu. Môi trường kỹ thuật số giúp cho NTDTTC vượt qua giới hạn không gian và thời gian để mở rộng cơ hội tiếp cận và sử dụng sản phẩm dịch vụ tài chính ngay cả khi không có chi nhánh hoặc đại lý vật lý; giúp nâng cao hiểu biết của người tiêu dùng về các sản phẩm tài chính và các quyết định tài chính, cung cấp các biện pháp bảo mật và phòng ngừa thích hợp để giúp NTDTTC tránh các giao dịch gian lận và các rủi ro, mở ra cơ hội hòa nhập tài chính cho các nhóm dân cư có thu nhập thấp và bị loại trừ về tài chính.

Bên cạnh các ưu điểm không thể phủ nhận, DFS cũng mang lại những rủi ro cho NTDTTC, như: NTDTTC dễ bị tổn thất tài sản khi chưa có quy định bảo vệ về quyền lợi, có thể trở thành nạn nhân của các hành vi thương mại không công bằng, lừa đảo, gian lận và bán sai cũng như hoạt động tội phạm như lừa đảo, đánh cắp tài khoản và dữ liệu, rủi ro về bảo mật thông tin, an ninh mạng.... Những rủi ro trên do một số nguyên nhân chủ yếu là: (1) Mức độ hiểu biết của NTDTTC không theo kịp tốc độ phát triển nhanh chóng của công nghệ tài chính kỹ thuật số dẫn đến lạm dụng hay sử dụng sai các sản phẩm dịch vụ. Theo OECD, điều này diễn ra ngay cả trong nhóm dân số trẻ hơn (OECD, 2014; OECD 2017b). (2) Công nghệ DFS sử dụng ngày càng nhiều các thuật toán có thể ảnh hưởng đến các quyết định tài chính và có thể dẫn đến việc bị từ chối truy cập các dịch vụ nhất định. (3) Vấn đề bất cân xứng thông tin: các tổ chức cung ứng biết rõ sản phẩm dịch vụ mình bán ra còn NTDTTC thì khó khăn hoặc đôi khi phải bỏ chi phí tiếp cận thông tin về những sản phẩm đó đặc biệt là các sản phẩm DFS phức tạp. (4) Các quy định và giám sát không theo kịp sự phát triển của công nghệ tài chính; sự khác biệt về các mức độ bảo vệ NTDTTC trong nước và giữa các quốc gia.

Sự phát triển và tác động hai mặt của DFS tạo ra một loạt thách thức cho các cơ quan có thẩm quyền giám sát và bảo vệ NTDTTC, bao gồm: Một là, đạt được sự cân bằng hợp lý giữa việc cho phép các đổi mới của tài chính KTS mà không có giới hạn quá mức nhằm tận dụng và phát huy tối đa những lợi ích mang lại cho người tiêu dùng tài chính, đồng thời đảm bảo duy trì mức độ bảo

vệ người tiêu dùng tài chính phù hợp. Trên thế giới, nhiều cơ quan giám sát có vai trò rõ ràng trong việc tạo điều kiện thúc đẩy sự đổi mới đó trên thị trường, trong khi những cơ quan khác thì không. *Hai là*, đảm bảo sự có đầy đủ các công cụ giám sát để giám sát các dịch vụ tài chính kỹ thuật số, ví dụ như sử dụng RegTech và /hoặc SupTech để bổ sung, nâng cao khả năng giám sát thị trường và giám sát rủi ro. *Ba là*, đảm bảo rằng có sự kết hợp phù hợp của các nguồn lực và năng lực, bao gồm cả những khả năng có thể không phải là thế mạnh của cơ quan quản lý hoặc giám sát (ví dụ: phân tích dữ liệu), để có thể hiểu và phản ứng thích hợp với các mô hình kinh doanh và phân phối mới trên nền tảng công nghệ mới. *Bốn là*, hỗ trợ hiểu biết về tài chính kỹ thuật số cho người tiêu dùng tài chính.

2. Kinh nghiệm quốc tế về chính sách và cơ chế bảo vệ NTDTTC

Để nhận biết và tận dụng tốt hơn lợi ích, đồng thời giảm thiểu rủi ro và tác động tiêu cực của của các sản phẩm DFS, các chính sách cũng như phương pháp tiếp cận cần được thiết kế để cung cấp các công cụ chính sách và hướng dẫn hành động một cách cân bằng giữa lợi ích và cơ hội của các sản phẩm DFS với rủi ro tiềm ẩn đối với người tiêu dùng tài chính²⁹. Thực tiễn của nhiều quốc gia cho thấy, cơ chế bảo vệ NTDTTC cùng với việc tiếp cận các sản phẩm tài chính phù hợp và giáo dục tài chính chất lượng tốt là những yêu cầu cơ bản để người tiêu dùng tự tin và tin tưởng vào thị trường. Khuôn khổ bảo vệ NTDTTC trong kỷ nguyên KTS trước tiên vẫn cần tuân thủ Các Nguyên tắc cấp cao của G20 về bảo vệ NTDTTC³⁰.

Nhìn chung, qua nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế về bảo vệ NTDTTC một cách hiệu quả, các cơ quan giám sát, bảo vệ NTDTTC cần:

Thứ nhất, đảm bảo có đủ kiến thức về thị trường dịch vụ tài chính bằng cách: (i) Tiến hành đánh giá hoặc nghiên cứu thị trường để hiểu được sự phát triển của tài chính KTS, ví dụ như về sản phẩm hoặc dịch vụ mới, kênh phân phối và nhà cung cấp mới³¹. (ii) Tham gia tương tác một cách chủ động và thường xuyên với các chủ thể cung cấp và phân phối các sản phẩm, dịch vụ hoặc kênh sáng tạo³². (iii) Tham gia phối hợp với các cơ quan chuyên ngành và các bên liên quan khác để có được thông tin liên quan đến các xu hướng và phát triển công nghệ cũng như các vấn đề mới nổi trên thị trường như sự chuẩn bị sẵn sàng để đối phó với các sự cố mạng. (iv) Tham gia chủ động và thường xuyên với người tiêu dùng, bao gồm thực hiện nghiên cứu người tiêu dùng và hợp tác với

²⁹ Nguyên tắc DFI (Digital Financial Inclusion) của G20/OECD thừa nhận sự cần thiết phải tích cực cân bằng giữa đổi mới kỹ thuật số với những rủi ro mới của công nghệ.

³⁰ Các nguyên tắc này bao gồm tăng cường và củng cố: 1. Khung pháp lý, quy định và giám sát làm cơ sở cho việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính. 2. Vai trò của các cơ quan giám sát. 3. Đối xử bình đẳng và công bằng với người tiêu dùng. 4. Công khai và minh bạch thông tin. 5. Giáo dục và nâng cao nhận thức về tài chính. 6. Hoạt động kinh doanh có trách nhiệm của các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và các đại lý được ủy quyền. 7. Bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng. 8. Bảo vệ dữ liệu người tiêu dùng và quyền riêng tư. 9. Xử lý bồi thường và giải quyết khiếu nại. 10. Cạnh tranh lành mạnh.

³¹ Tháng 12/2016, Ngân hàng Bồ Đào Nha đã phát hành 'Bảng câu hỏi đầu tiên về các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thông qua các kênh kỹ thuật số' nhằm đánh giá sự phát triển của các dịch vụ tài chính kỹ thuật số ở Bồ Đào Nha.

³² Năm 2016, Cơ quan Giám sát Tài chính Liên bang Đức (BaFin) đã tổ chức hội nghị đầu tiên có tên BaFin-Tech, nơi quy tụ đại diện của các doanh nghiệp trẻ và các công ty FinTech cũng như các nhà cung cấp dịch vụ tài chính, hiệp hội ngành, cơ quan quản lý của Đức (Bộ Tài chính Liên bang). Tháng 4/2018, phiên bản thứ hai của BaFin-Tech sẽ diễn ra tại Berlin về các chủ đề như Dữ liệu lớn, Trí tuệ nhân tạo, Cung cấp tiền xu ban đầu, Blockchain, Điện toán đám mây và RegTech.

đại diện người tiêu dùng để đảm bảo hiểu biết đầy đủ về các vấn đề và trải nghiệm từ quan điểm của người tiêu dùng về các dịch vụ tài chính kỹ thuật số³³. (v) Hợp tác với các cơ quan giám sát có liên quan khác để tạo điều kiện chia sẻ thông tin hoặc phối hợp các hoạt động giám sát trong các lĩnh vực mà các bên cùng quan tâm.

Thứ hai, đảm bảo các công cụ và phương pháp quản lý và giám sát hiện có được điều chỉnh phù hợp, đồng thời tìm ra các phương thức mới để hoạt động hiệu quả trong môi trường kỹ thuật số như thiết lập hoặc nâng cấp các hệ thống và quy trình để thu thập, lưu trữ và phân tích dữ liệu liên quan nhằm cung cấp thông tin cho các quyết định quản lý và nỗ lực giám sát cũng như hiểu được hành vi của những người tham gia thị trường, bao gồm cả người tiêu dùng³⁴. Đảm bảo quyền truy cập hoặc có thể truy cập vào dữ liệu cần thiết để cho phép giám sát hiệu quả từ bên ngoài. Sử dụng và ứng dụng công nghệ (ví dụ như RegTech hoặc SupTech) để hỗ trợ họ giám sát các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và xác định và giám sát các rủi ro phát sinh trong hệ thống tài chính³⁵.

Thứ ba, có các nguồn lực và khả năng phù hợp để hoạt động hiệu quả và linh hoạt trong môi trường kỹ thuật số, chẳng hạn: đảm bảo đội ngũ nhân sự có sự kết hợp các kỹ năng và năng lực phù hợp để nhận diện các rủi ro tiềm ẩn từ việc thiết kế và phân phối các sản phẩm DFS; đảm bảo đào tạo và phát triển nhân sự theo kịp với những phát triển và ứng dụng công nghệ mới nhất³⁶.

Thứ tư, có khả năng giải quyết các vấn đề công nghệ mới một cách hiệu quả, đồng thời đảm bảo duy trì tốt các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng. Các yêu cầu cấp phép hoặc ủy quyền có thể được thực hiện bằng cách thiết lập các cơ chế hoặc áp dụng các phương pháp tiếp cận tương xứng cho phép các doanh nghiệp đổi mới, đồng thời duy trì các biện pháp bảo vệ và bảo vệ có liên quan như “quy chế thử nghiệm”³⁷. Khi các quy chế và phương pháp thử nghiệm được thiết lập, chúng phải được điều chỉnh bởi các quy tắc hoặc nguyên tắc rõ ràng để đảm bảo công bằng, minh bạch, bảo vệ người tiêu dùng và có thể tiếp cận rộng rãi.

Thứ năm, thiết lập các nhóm làm việc nội bộ³⁸ để giải quyết các vấn đề đổi mới (phản hồi các yêu cầu cung cấp thông tin từ doanh nghiệp, đánh giá sự tuân thủ với khuôn khổ pháp lý và quy định

³³Năm 2018, Cơ quan Người tiêu dùng tài chính của Canada (FCAC) đã thành lập Ủy ban Cố vấn Bảo vệ Người tiêu dùng (CPAC).

³⁴Thông qua việc thành lập Trung tâm Phân tích trình độ cao gần đây, Cơ quan Quản lý Tài chính Vương quốc Anh đang khám phá cách các công nghệ và kỹ thuật đổi mới, bao gồm cả trí tuệ nhân tạo và máy học, có thể được các cơ quan quản lý áp dụng trong nội bộ.

³⁵Cùng với Ngân hàng TW Anh và những người tham gia thị trường, Cơ quan Quản lý Tài chính Vương quốc Anh gần đây đã phát triển 'khái niệm bằng chứng' để làm cho một yêu cầu báo cáo quy định có thể dùng thiết bị máy móc đọc được và xử lý được.

³⁶Ngân hàng Trung ương Ireland đã thành lập Nhóm Fintech nội bộ và nằm trong chương trình nghị sự quy định của Ngân hàng Trung ương cho năm 2018.

³⁷ Cơ quan quản lý tài chính của Vương quốc Anh vận hành “quy chế thử nghiệm” theo quy định, cho phép các doanh nghiệp đã thành lập và các công ty khởi nghiệp thử nghiệm các đề xuất sáng tạo trên thị trường, đảm bảo áp dụng các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng phù hợp.

³⁸ Ngân hàng Bồ Đào Nha thành lập một nhóm công tác nội bộ và đa ngành để ứng phó với những thách thức của ngân hàng kỹ thuật số và FinTech, thúc đẩy phản ánh. Nhóm này bao gồm đại diện của các lĩnh vực khác nhau của Ngân hàng Trung ương như giám sát vi mô, an toàn vi mô, giám sát thanh toán, công nghệ và chính sách tiền tệ, do một thành viên Hội đồng của Ngân hàng Trung ương làm chủ tịch.

hiện hành cho các sản phẩm và dịch vụ mới, v.v.) với sự tham gia của các đơn vị /bộ phận liên quan và nếu có liên quan, các cơ quan giám sát chịu trách nhiệm bảo vệ dữ liệu và cạnh tranh.

Thứ sáu, tư vấn hoặc hướng dẫn³⁹ cho những người mới tham gia thị trường về việc áp dụng quy định đối với các mô hình kinh doanh mới có thể mang lại lợi ích cho người tiêu dùng, tiến tới có một hướng dẫn chung cho tất cả những người tham gia thị trường.

Thứ bảy, xem xét các quy định hiện hành, và nếu cần thì sửa đổi, bổ sung hoặc làm rõ các quy định để phù hợp với các sản phẩm DFS mới⁴⁰.

Thứ tám, các cơ quan giám sát từ các khu vực pháp lý khác nhau cần hợp tác để đảm bảo rằng người tiêu dùng được bảo vệ trong các giao dịch xuyên biên giới, thông qua một số hoạt động như: Chia sẻ thông tin giữa các cơ quan giám sát có liên quan để giám sát hiệu quả việc tiếp thị và bán các sản phẩm và dịch vụ tài chính xuyên biên giới. Khi cần thiết, đảm bảo rằng các khiếu nại của người tiêu dùng liên quan đến các giao dịch xuyên biên giới được chuyển đến đúng cơ quan có thẩm quyền có liên quan. Tăng cường phối hợp để thúc đẩy tính nhất quán, tránh cơ hội cho các quy định chênh lệch giá và hỗ trợ các hoạt động thực thi pháp luật.

3. Thực trạng bảo vệ NTDTTC Việt Nam

Tại Việt Nam, với dân số đông và trẻ cùng với sự phát triển nhanh chóng của kinh tế và công nghệ đã dẫn đến sự bùng nổ trong nhu cầu sử dụng sản phẩm, dịch vụ tài chính đặc biệt là các sản phẩm DFS, Điều này dẫn tới yêu cầu tăng cường và hoàn thiện cơ chế bảo vệ quyền lợi NTDTTC trở nên cấp thiết. Tuy nhiên, việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong thời gian qua nổi lên một số vấn đề như sau:

Về quy định pháp lý: Cho đến nay, Việt Nam đã xây dựng được một khuôn khổ pháp ký chung về bảo vệ người tiêu dùng (Luật bảo vệ người tiêu dùng năm 2010) nhưng chưa có một hệ thống quy định pháp lý riêng về bảo vệ NTDTTC mà nằm rải rác trong hệ thống các văn bản pháp lý chuyên ngành: ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm và hầu hết góc độ bảo vệ NTDTTC chưa được chú trọng. Hệ thống quy định pháp lý về fintech hầu như còn bỏ ngỏ dẫn đến việc khi quyền và lợi ích bị vi phạm, NTDTTC trong lĩnh vực này hầu như ít được bảo vệ. Các quy định về nghĩa vụ công bố và minh bạch thông tin, một yếu tố quan trọng hàng đầu trong sản phẩm DFS còn rất nhiều khoảng trống và chế tài vi phạm nhìn chung còn nhẹ, chưa đủ sức răn đe.

Về thiết chế bảo vệ: Theo quy định tại Luật Bảo vệ người tiêu dùng 2010, Bộ Công Thương chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, ở cấp địa phương có UBND các cấp. Tuy nhiên, các cơ quan này chủ yếu tập trung quản lý về lĩnh vực tiêu dùng hàng hóa kinh doanh thương mại thông thường. Hoạt động bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính hiện nay cơ bản chỉ được thực hiện bởi các cơ quan thanh tra giám sát chuyên

³⁹ Cơ quan quản lý tài chính của Vương quốc Anh điều hành Đơn vị tư vấn, cung cấp phản hồi theo quy định, bao gồm hướng dẫn cá nhân, người chỉ đạo không chính thức và đăng ký các quy tắc / hướng dẫn hiện có cho các công ty đang phát triển các mô hình tự động tư vấn tài chính chi phí thấp hơn cho người tiêu dùng.

⁴⁰ Ngân hàng Bồ Đào Nha gần đây đã đưa ra những thay đổi đối với khuôn khổ quy định hiện hành để tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở tài khoản tiền gửi ngân hàng qua các kênh kỹ thuật số (điện thoại di động trực tuyến).

ngành. Tuy nhiên, các cơ quan này chưa được trao quyền năng đủ mạnh⁴¹. Cơ chế phối hợp giữa các cơ quan có thẩm quyền trong việc bảo vệ NTDTTC đặc biệt là các cơ quan trong mạng lưới an toàn tài chính hầu còn lỏng lẻo và chưa phát huy tính hiệu quả cao.

Về cơ chế giải quyết khiếu nại tranh chấp: Việc giải quyết các tranh chấp vẫn còn gặp rất nhiều khó khăn do trình tự thủ tục phức tạp hoặc do hợp đồng được ký kết không đảm bảo đầy đủ quyền lợi của người tiêu dùng. Bên cạnh đó nhiều vấn đề do chưa có những hướng dẫn cụ thể hay chưa có quy định rõ ràng khiến vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính chưa đạt hiệu quả cao. Các chủ thể cung cấp sản phẩm dịch vụ tài chính có thể lẩn tránh trách nhiệm do được chủ động đối với các hợp đồng cung cấp sản phẩm DFS trước đó. Theo Cục Cạnh tranh và bảo vệ người tiêu dùng, cơ quan này đã tiếp nhận và giải quyết các khiếu nại của người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, phần lớn liên quan đến tín dụng tiêu dùng và dịch vụ thẻ tín dụng. Trong đó, khiếu nại chủ yếu liên quan đến các vấn đề như: bên cung cấp dịch vụ không giải thích rõ ràng và cung cấp đầy đủ thông tin của hợp đồng, thông tin cá nhân bị rò rỉ, không thông báo mục đích thu thập thông tin, đe dọa, quấy rối người tiêu dùng để thu hồi nợ...

Về giáo dục, nâng cao hiểu biết của NTDTTC: Về cơ bản vấn đề này còn chưa được chú trọng và đầu tư đúng mức. Cho đến nay, một số lượng không nhỏ người tiêu dùng Việt Nam kiến thức tài chính hạn chế đặc biệt là các kiến thức về sản phẩm DFS, chưa nhận thức đầy đủ và đôi khi thờ ơ trong việc tìm hiểu kỹ về quyền lợi và nghĩa vụ của mình. Đồng thời, Việt Nam cũng chưa xây dựng được một chiến lược hay chương trình tổng thể về giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính đặc biệt là với các đối tượng yếu thế.

4. Một số khuyến nghị cho Việt Nam.

Để tăng cường việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số, từ kinh nghiệm quốc tế và thực trạng hiện nay, Việt Nam cần:

Thứ nhất, xây dựng và hoàn thiện khuôn khổ pháp lý. Về lâu dài, ban hành hệ thống văn bản quy phạm pháp luật riêng về bảo vệ NTDTTC. Trong đó, cần chú ý các vấn đề liên quan đến DFS quy định rõ các tiêu chuẩn sản phẩm, dịch vụ tài chính, nghĩa vụ của các chủ thể cung cấp sản phẩm dịch vụ tài chính cho thị trường như vấn đề công bố và minh bạch thông tin và thông lệ kinh doanh; xử lý và duy trì tài khoản của khách hàng; bảo mật thông tin và dữ liệu cá nhân của khách hàng; quy trình và cơ chế giải quyết tranh chấp... hướng theo tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế. Các lỗ hổng quy định pháp lý của hoạt động fintech như cho vay ngang hàng, gọi vốn cộng đồng, tiền kỹ thuật số, thanh toán không dùng tiền mặt, chia sẻ và bảo mật thông tin cần nhanh chóng được xử lý.

Thứ hai, tăng cường vai trò và nâng cao hiệu quả hoạt động của các thiết chế thực hiện bảo vệ NTDTTC. Trong trung và dài hạn, nên hình thành một cơ quan chuyên trách, có chức năng, nhiệm vụ rõ ràng và đủ nguồn lực và quyền hạn về bảo vệ hiệu quả người tiêu dùng các dịch vụ tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Điều này đòi hỏi các cơ quan này cần phải đáp ứng các yêu cầu như

⁴¹ Ví dụ, cơ quan Thanh tra, giám sát ngân hàng (BSA) thực hiện chức năng thanh tra hành chính, thanh tra chuyên ngành và giám sát chuyên ngành về lĩnh vực ngân hàng, nhưng trong Điều 2 của Quyết định 35/2014/QĐ-TTg quy định về nhiệm vụ và quyền hạn của BSA không hề có điều khoản nào về việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong lĩnh vực ngân hàng mà chỉ tập trung vào việc thực hiện nhiệm vụ thanh tra, giám sát ngân hàng, phòng chống rửa tiền.

đảm bảo có đủ kiến thức về thị trường dịch vụ tài chính, các nguồn lực và khả năng phù hợp, các công cụ và phương pháp quản lý và giám sát hiện có được điều chỉnh phù hợp, đồng thời tìm ra các cách thức mới để hoạt động hiệu quả và linh hoạt trong môi trường kỹ thuật số, cân bằng được mục tiêu khuyến khích và hỗ trợ đổi mới công nghệ tài chính với mục tiêu bảo vệ NTDTTC.

Trước mắt, trong khi chưa có một cơ quan chuyên trách về bảo vệ NTDTTC, cần sớm: (i) Tăng cường quyền hạn và giao trách nhiệm cụ thể cho các cơ quan quản lý và tranh tra giám sát chuyên ngành tài chính để các cơ quan đó thực hiện nhiệm vụ bảo vệ NTDTTC hiệu quả hơn; (ii) Tăng cường năng lực của cơ quan thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính và các tổ chức xã hội bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính đặc biệt là về nhân lực, công nghệ, kiến thức về DFS, công nghệ giám sát KTS; (iii) Xây dựng cơ chế phối hợp hoạt động chặt chẽ và hiệu quả hơn giữa các cơ quan trong mạng an toàn tài chính.

Thứ ba, hoàn thiện cơ giải quyết các tranh chấp, khiếu nại, tố cáo. Trong thời đại KTS, các khiếu nại, tranh chấp trở nên phức tạp, khó xử lý hơn do các chủ thể tham gia thị trường đa dạng, khó quản lý, các giao dịch nhiều bên, không giới hạn về thời gian và không gian. Do vậy các quy định và thiết chế giải quyết các tranh chấp, khiếu nại, tố cáo truyền thống cần phải được điều chỉnh bên cạnh việc đưa ra các phương thức xử lý mới. Khung quy định về trình tự thủ tục khiếu kiện của người tiêu dùng sản phẩm tài chính cần đơn giản hóa và tăng cường vai trò trách nhiệm của chủ thể cung cấp sản phẩm, dịch vụ tài chính theo hướng và trình tự: (i) Định chế tài chính có cơ chế về quy trình và thủ tục tiếp nhận và giải quyết các khiếu kiện của khách hàng; (ii) Nếu tranh chấp, khiếu nại không giải quyết thì có thể chuyển sang tòa án để giải quyết; (iii) Phát huy vai trò và hiệu quả của hệ thống giải quyết tranh chấp thay thế như thanh tra tài chính hoặc dịch vụ hòa giải để hỗ trợ các bên trong giải quyết tranh chấp ngoài tòa án. Cần tăng cường tính nghiêm khắc của các chế tài xử lý các hành vi vi phạm quy định gây thiệt hại cho người tiêu dùng và những quy định về bồi thường thiệt hại do các hành vi vi phạm nói trên gây ra của các tổ chức cung cấp các dịch vụ tài chính.

Thứ tư, nâng cao hiểu biết cho người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Xây dựng một chương trình, chiến lược tổng thể, dài hạn về giáo dục và tăng cường hiểu biết tài chính. Đa dạng hóa hình thức và các kênh giáo dục tuyên truyền, phổ biến đặc biệt là các hình thức và phương tiện kỹ thuật số để nâng cao hiểu biết tài chính cho NTDTTC qua đó giúp họ tự tin hòa nhập tài chính, đưa ra được quyết định tài chính đúng đắn, phù hợp với nhu cầu và khả năng và tối đa hóa lợi ích. Tăng cường giáo dục và tuyên truyền về các hành vi vi phạm, các cơ chế xử lý để giáo dục và răn đe hành vi trái pháp luật và đạo đức kinh doanh của các chủ thể cung cấp dịch vụ và giúp NTDTTC tự mình hoặc sử dụng hiệu quả các cơ chế bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của mình. Nâng cao vai trò của các cơ quan quản lý, giám sát tài chính trong giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính cho NTDTTC thông qua các hoạt động: (i) Thiết kế tài liệu đào tạo; (ii) Cung cấp các khóa đào tạo trực tiếp; (iii) Khảo sát hiểu biết tài chính và công bố các báo cáo định kỳ; (iv) Phát hành thông tin định kỳ về tổng quan thị trường tài chính và sản phẩm tài chính.

Tóm lại, kỷ nguyên tài chính KTS mang lại cả lợi ích và rủi ro cho NTDTTC và đặt lên vai các cơ quan có thẩm quyền bảo vệ NTDTTC những thách thức to lớn trong việc theo kịp sự phát triển của công nghệ, sự đa dạng, biến đổi nhanh của các chủ thể và sản phẩm dịch vụ trên thị trường tài chính

và việc cân bằng linh hoạt mục tiêu tăng cường và khuyến khích đổi mới tài chính và bảo vệ NTDTCT. Với trình độ phát triển chưa cao nhưng độ mở lớn của thị trường tài chính Việt Nam thách thức này càng trở nên to lớn và nặng nề hơn trên đôi vai của các cơ quan có thẩm quyền. Quan tâm, bảo vệ quyền lợi NTDTCT, giáo dục và nâng cao hiểu biết tài chính của NTDTCT là một trong những trụ cột của chiến lược tài chính toàn diện, giúp thị trường tài chính Việt Nam phát triển an toàn và bền vững.

Tài liệu tham khảo

OECD (2019), ‘ Task Force on Financial Consumer Protection: Effective Approaches for Financial Consumer Protection in the Digital Age

OECD (2018), G20/OECD Policy Guidance on Financial Consumer Protection Approaches in the Digital Age

World Bank (2017), Good practices for Financial Consumer Protection, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA.

World Bank (2018), Global Financial Inclusion and Consumer Protection Survey 2017, The World Bank Group, 1818 H Street NW, Washington, DC 20433, USA.

World bank (2020), truy cập tại: <https://responsiblefinance.worldbank.org/en/responsible-finance/financial-consumer-protection>

Cục cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ công thương (2021).

BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN KỸ THUẬT SỐ - PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN HIỆU QUẢ ĐỐI VỚI CÁC NHÀ HOẠCH ĐỊNH CHÍNH SÁCH VÀ CƠ QUAN GIÁM SÁT

TS. Nguyễn Thị Kim Phụng⁴² - Đại học Ngân hàng TP.HCM

Tóm tắt :

Bài viết trước hết nhằm làm rõ việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính, những lợi ích và rủi ro người tiêu dùng tài chính gặp phải trong kỷ nguyên kỹ thuật số. Sau đó, tác giả đề cập đến các phương pháp tiếp cận hiệu quả nhằm bảo vệ người tiêu dùng đối với các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát đã được tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (Organization for Economic Cooperation and Development - OECD) tổng hợp. Đây là nguồn tham khảo hữu ích cho các cơ quan quản lý các nước trong việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong thời đại số hóa.

Từ khóa: *Bảo vệ người tiêu dùng tài chính, kỷ nguyên kỹ thuật số, phương pháp tiếp cận hiệu quả*

FINANCIAL CONSUMER PROTECTION IN THE DIGITAL AGE - EFFECTIVE APPROACHES FOR POLICY MAKERS AND OVERSIGHT AUTHORITIES

Abstract:

First of all, this article aims to clarify the protection of financial consumers, the benefits and risks that financial consumer face in the digital age. Then, the author mentions effective approaches to consumer protection for policy makers and oversight authorities that have been approved by the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). This is a useful reference document for national regulators in protecting financial consumers in the digital age.

Keywords: *Digital age, effective approaches, financial consumer protection.*

1. Đặt vấn đề

Số hóa dưới hình thức đổi mới công nghệ đang có tác động chuyển đổi liên tục đối với xã hội và nền kinh tế. Liên quan đến dịch vụ tài chính, số hóa đã ảnh hưởng đáng kể đến tất cả các lĩnh vực từ thanh toán đến tiết kiệm, bảo hiểm, đầu tư, với sự xuất hiện của nhiều sản phẩm, dịch vụ, mô hình phân phối của những người chơi hiện tại trên thị trường và những người mới tham gia (OECD, 2020). Công nghệ đang nhanh chóng biến đổi thế giới, đặc biệt là lĩnh vực dịch vụ tài chính. Sự chuyển đổi này có khả năng tăng khả năng cạnh tranh, đổi mới và hiệu quả, tạo ra lợi ích thực sự cho cả người tiêu dùng và các chủ thể tài chính. Tuy nhiên, việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tài chính số cũng tạo ra rủi ro cho người tiêu dùng (Artemenko & Bychkova, 2020). Bên cạnh đó, các cơ quan giám sát cũng phải đối mặt với một thách thức to lớn trong việc điều chỉnh cách tiếp cận giám sát hiện tại của họ đối với các sản phẩm và dịch vụ tài chính kỹ thuật số, làm sao vừa có thể vận hành

⁴² Email : phungntk@buh.edu.vn

hệ thống tài chính lành mạnh vừa bảo vệ người tiêu dùng đầy đủ với việc thúc đẩy các tiến bộ công nghệ.

Trong kỷ nguyên kỹ thuật số, người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm và dịch vụ tài chính số. Sản phẩm và dịch vụ tài chính số là các sản phẩm và dịch vụ tài chính được thương mại hóa bởi ngân hàng hoặc các tổ chức phi ngân hàng thông qua các kênh kỹ thuật số trực tuyến hoặc di động (FinCoNet, 2018). Định nghĩa này bao gồm hai khía cạnh khác nhau. Một là các kênh mà qua đó sản phẩm và dịch vụ được cung cấp cho khách hàng truy cập chúng qua trình duyệt internet trực tuyến hoặc ứng dụng di động trên thiết bị kỹ thuật số của họ; Hai là các sản phẩm và dịch vụ được thương mại hóa thông qua các kênh này.

Trong môi trường ngày càng kỹ thuật số và đối mặt với những rủi ro mới, nhu cầu bảo vệ người tiêu dùng tài chính quan trọng hơn bao giờ hết. Các chính sách và các phương pháp tiếp cận được phát triển và áp dụng bởi các nhà hoạch định chính sách nhằm bảo vệ người tiêu dùng tài chính cần phát triển và thích ứng phù hợp với môi trường kỹ thuật số.

2. Bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Bảo vệ người tiêu dùng tài chính đề cập đến khuôn khổ của luật pháp, quy định và các cách tiếp cận khác nói chung được thiết kế để đảm bảo đối xử công bằng và có trách nhiệm đối với người tiêu dùng tài chính trong việc mua và sử dụng các sản phẩm tài chính và các giao dịch của chúng với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính (OECD, 2020).

Hiện nay trên thế giới, việc thiết lập khung bảo vệ người tiêu dùng tài chính không có quy định bắt buộc chung nào cho tất cả các quốc gia (Nguyễn Thị Thu Hiền & Nguyễn Thị Vân, 2020). Một số tổ chức quốc tế lớn như OECD, Hội nghị Bộ trưởng các nước G20 hay Ngân hàng thế giới (World Bank - WB) đưa ra những thông lệ, nguyên tắc trong quá trình xây dựng khung bảo vệ người tiêu dùng để các quốc gia tham khảo và áp dụng sao cho phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh của quốc gia mình. Cụ thể, sau khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008, OECD đã phát triển các nguyên tắc cấp cao của G20 về bảo vệ người tiêu dùng tài chính (G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection) vào năm 2012. Các nguyên tắc này hiện nay được áp dụng bởi nhiều quốc gia trên thế giới và cũng đã đạt được các thành công nhất định. Tương tự như vậy, WB cũng công bố Các thông lệ tốt để bảo vệ người tiêu dùng tài chính (Good practices for Financial Consumer Protection) vào tháng 6/2012, phiên bản chỉnh sửa mới nhất là năm 2017.

Nhìn chung, trong những năm gần đây đã có sự chú ý ngày càng tăng để bảo vệ người tiêu dùng trong các dịch vụ tài chính (AIF, 2014). Điều này đã giúp làm nổi bật những lợi ích của người tiêu dùng để đưa ra các quyết định tài chính sáng suốt, thực hiện các quyền của họ và đáp ứng các nghĩa vụ của họ, và có quyền truy cập đầy đủ, kịp thời và giải quyết hiệu quả các khiếu nại của họ.

Theo Rutledge (2010), khuôn khổ bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả nên cung cấp cho người tiêu dùng:

- *Tính minh bạch* : Bằng cách cung cấp thông tin đầy đủ, rõ ràng, cân xứng và có thể so sánh về giá cả, điều khoản và các điều kiện, và rủi ro vốn có về sản phẩm và dịch vụ tài chính;

- *Sự lựa chọn*: Bằng cách đảm bảo các thông lệ công bằng, không ép buộc và hợp lý trong việc bán sản phẩm tài chính và thu tiền thanh toán;
- *Sự khắc phục*: Bằng cách cung cấp cơ chế giá rẻ và nhanh chóng giải quyết khiếu nại và tranh chấp;
- *Quyền riêng tư*: Bằng cách đảm bảo kiểm soát quyền truy cập vào thông tin cá nhân.

3. Lợi ích và rủi ro người tiêu dùng tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số

Kỹ thuật số hóa đang biến đổi ngành dịch vụ tài chính và cách thức mà người tiêu dùng tương tác với các nhà cung cấp dịch vụ và sản phẩm tài chính, được thúc đẩy bởi công nghệ di động mở rộng nhanh chóng, khả năng xử lý và phân tích dữ liệu nâng cao cũng như tăng cường kết nối giữa các thiết bị thông minh và nền tảng dịch vụ tài chính và ứng dụng. Số hóa ảnh hưởng đến tất cả các bộ phận của ngành dịch vụ tài chính, với những đổi mới theo hướng công nghệ xảy ra trong các khoản thanh toán (thanh toán tức thì, ví kỹ thuật số) cho đến tín dụng (huy động vốn từ cộng đồng và cho vay trên thị trường trực tuyến), bảo hiểm (insuretech) và đầu tư (tư vấn bằng robot) vào ngân hàng lõi (ngân hàng kỹ thuật số trực tuyến), sinh trắc học dịch vụ nhận dạng hoặc hỗ trợ back-end (điện toán đám mây và dữ liệu lớn) (OECD, 2020).

Những lợi ích và rủi ro của việc gia tăng số hóa đối với người tiêu dùng các dịch vụ tài chính được trình bày chi tiết trong “Các phương pháp tiếp cận bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số”⁴³ (OECD, 2018).

Theo đó, lợi ích của người tiêu dùng bao gồm :

- Mở rộng phạm vi và cách tiếp cận dịch vụ tài chính qua đó hỗ trợ tài chính trên phương diện rộng. Số hóa tài chính mang lại cơ hội đạt được tài chính toàn diện bằng cách mở rộng tính khả dụng và thâm nhập các dịch vụ tài chính và bằng cách giảm chi phí cung cấp dịch vụ tài chính cho những người chưa được phục vụ.
- Tăng cường khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính cho các doanh nghiệp, bao gồm cả các công ty mới thành lập và các công ty mở rộng quy mô. Các công nghệ tài chính mới có thể giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME), bao gồm cả các công ty mới thành lập và quy mô lớn, tiếp cận các nguồn vốn thay thế để hỗ trợ dòng tiền và những rủi ro vốn của họ.
- Giao dịch thuận tiện hơn, nhanh hơn, an toàn và rẻ hơn. Điều này có ý nghĩa tích cực ở cả các nền kinh tế tiên tiến và mới nổi đối với các doanh nghiệp và người tiêu dùng.
- Các sản phẩm và dịch vụ tài chính được điều chỉnh riêng biệt hơn. Cung cấp các dịch vụ phù hợp với nhu cầu cá nhân và tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng của họ. Việc các nhà cung cấp dịch vụ tài chính sử dụng dữ liệu của người tiêu dùng, có khả năng bao gồm cả dữ liệu lớn, có thể tạo ra thông tin chi tiết về thói quen chi tiêu của các cá nhân, tạo điều kiện thuận lợi cho việc cung cấp các sản phẩm phù hợp và hỗ trợ phát hiện gian lận. Theo khuôn khổ bảo vệ dữ liệu và người tiêu dùng thích hợp, những lợi ích này có thể rất đáng kể đối với người tiêu dùng trên toàn thế giới. Cuộc cách mạng kỹ thuật số cũng có thể cho phép người tiêu dùng so sánh dễ dàng hơn các đề nghị trực tuyến và xác định ưu đãi phù hợp nhất với nhu cầu của họ.

⁴³ Financial Consumer Protection Approaches in the Digital Age.

- Tăng cơ hội cho các tương tác hiệu quả giữa các nhà cung cấp dịch vụ tài chính và người tiêu dùng thông qua các giao diện kỹ thuật số. Những tương tác như vậy có thể nâng cao hiểu biết của người tiêu dùng về các sản phẩm tài chính và các quyết định tài chính.

- Mở rộng phạm vi các nhà cung cấp dịch vụ tài chính để bao gồm những người mới tham gia cũng như những người chơi đương nhiệm trên thị trường.

Rủi ro của người tiêu dùng tài chính bao gồm:

- Những rủi ro thị trường, bao gồm việc lạm dụng các sản phẩm không quen thuộc, các kiểu gian lận mới, thiếu bảo mật, tốc độ giao dịch tăng lên dẫn đến khả năng vi phạm quyền của người tiêu dùng cao hơn.

- Những rủi ro quy định và giám sát, chẳng hạn như mức độ bảo vệ không đồng đều trong hoặc trên khu vực pháp lý, việc không tuân thủ các nghĩa vụ của các nhà cung cấp dịch vụ tài chính để đáp ứng các điều kiện đàm phán và xây dựng trước hợp đồng;

- Những rủi ro do người tiêu dùng. Số hóa ngày càng tăng trong cuộc sống hàng ngày và các quyết định tài chính không phù hợp với mức độ hiểu biết về tài chính và kỹ thuật số ngày càng tăng. Mức độ hiểu biết kỹ thuật số hoặc tài chính thấp dẫn đến loại trừ tài chính, đặc biệt là ở những người tiêu dùng dễ bị tổn thương.

- Các rủi ro về công nghệ, chẳng hạn như tăng cường sử dụng các thuật toán và các kết quả được tạo ra, các vấn đề liên quan đến quyền truy cập hoặc độ tin cậy của mạng kỹ thuật số; rủi ro an ninh mạng.

4. Phương pháp tiếp cận hiệu quả đối với các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát để bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số

Phương pháp tiếp cận hiệu quả để bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số được OECD (2020) thể hiện trong 2 trong 10 nguyên tắc bảo vệ người tiêu dùng tài chính (Financial Consumer Protection Principles – FCP principles) - nguyên tắc số 7 và số 8 với 2 nội dung căn bản là bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng và bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu người tiêu dùng.

4.1. Bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng

Để bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng, các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát nên thực hiện những điều sau (OECD, 2020):

- Đảm bảo có năng lực công nghệ, nguồn lực và công cụ giám sát cần thiết để giám sát các biện pháp do các nhà cung cấp dịch vụ tài chính thực hiện nhằm giảm thiểu rủi ro bảo mật kỹ thuật số và phản ứng kịp thời với các sự cố an ninh kỹ thuật số.

- Hợp tác với các ngành, các cơ quan quản lý và giám sát khác và các cơ quan thực thi pháp luật (bao gồm các cơ quan chịu trách nhiệm về hoạch định chính sách an ninh kỹ thuật số, thực hiện, chia sẻ thông tin và giám sát xu hướng), để chia sẻ thông tin và hiểu các xu hướng mới nổi liên quan đến các loại lừa đảo và gian lận tài chính kỹ thuật số mới.

- Hợp tác với các đối tác nước ngoài và các tổ chức và mạng lưới quốc tế có liên quan để chia sẻ thông tin và tin tức về gian lận và lừa đảo xuyên biên giới.

- Tiến hành giám sát liên tục, bao gồm cả việc thu thập dữ liệu và thông tin từ ngành, để đảm bảo nhận thức về sự phát triển của thị trường và các rủi ro bảo mật kỹ thuật số chính. Điều này có thể bao gồm báo cáo bắt buộc từ các công ty dịch vụ tài chính khi cần thiết và thích hợp.
- Làm việc với ngành công nghiệp, an ninh kỹ thuật số và các cơ quan thực thi luật để khám phá vai trò của đổi mới công nghệ nhằm phát hiện và chống lại hành vi gian lận nhắm đến người tiêu dùng tài chính, chẳng hạn như thông qua việc sử dụng trí tuệ nhân tạo để xác định và chặn các số điện thoại được sử dụng để lừa đảo bằng giọng nói hoặc xác định các email có thể gây hại.
- Làm việc với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính để đảm bảo rằng việc áp dụng các thỏa thuận về giới hạn trách nhiệm của người tiêu dùng tài chính đối với hành vi gian lận hoặc giao dịch trái phép mở rộng sang các loại giao dịch di động hoặc giao dịch trực tuyến mới.
- Hợp tác với các bên liên quan, bao gồm các cơ quan Chính phủ và cơ quan quản lý khác, cơ quan an ninh kỹ thuật số, cơ quan thực thi pháp luật, các đại lý, ngành dịch vụ tài chính và các công ty tiện ích để tham gia vào các chiến dịch nâng cao nhận thức của cộng đồng về các rủi ro an ninh kỹ thuật số và thúc đẩy các giao dịch kỹ thuật số và trực tuyến an toàn.
- Tham gia hoặc xem xét việc thành lập mạng lưới cộng đồng thực hành giữa các cơ quan và ngành để thúc đẩy chia sẻ trải nghiệm về các rủi ro an ninh kỹ thuật số.
- Tham gia hoặc xem xét việc thành lập các kênh báo cáo dành riêng cho người tiêu dùng tài chính để báo cáo gian lận và lừa đảo và nơi chúng xuất hiện, đảm bảo rằng chúng được cập nhật thường xuyên liên tục.
- Sử dụng dữ liệu xử lý khiếu nại và phân tích để xác định các sự cố bảo mật tiềm ẩn, các rủi ro cũng như các thông lệ tốt nhất được các nhà cung cấp dịch vụ tài chính áp dụng.
- Yêu cầu các nhà cung cấp dịch vụ tài chính báo cáo dữ liệu thống kê về hoạt động gian lận, đặc biệt liên quan đến các dịch vụ thanh toán, ít nhất một năm một lần.
- Đảm bảo các nhà cung cấp dịch vụ tài chính phải thực hiện yêu cầu liên tục đánh giá rủi ro bảo mật kỹ thuật số đối với các dịch vụ mà họ cung cấp, áp dụng các biện pháp an ninh để giảm rủi ro và thông báo cho người tiêu dùng tài chính về các thủ tục bảo mật để giảm thiểu rủi ro gian lận trực tuyến.
- Đảm bảo các nhà cung cấp dịch vụ tài chính có đặt khuôn khổ quản lý rủi ro bảo mật kỹ thuật số. Khuôn khổ này cần được lập thành văn bản, phê duyệt và xem xét định kỳ. Khung rủi ro bảo mật nên bao gồm cả đánh giá về khả năng phục hồi không gian mạng của các nhà cung cấp bên thứ ba, nơi các nhà cung cấp dịch vụ tài chính thuê ngoài các hoạt động hoặc dự phòng cho các dịch vụ kỹ thuật số giống như các nhà cung cấp bên thứ ba đó.
- Đảm bảo các nhà cung cấp dịch vụ tài chính giám sát các mối đe dọa và lỗ hổng bảo mật và thường xuyên xem xét các kịch bản rủi ro đã xác định. Họ cũng phải đảm bảo giám sát nhất quán và tích hợp, xử lý và theo dõi các sự cố bảo mật, bao gồm cả các khiếu nại của khách hàng liên quan đến an ninh.
- Đảm bảo các nhà cung cấp dịch vụ tài chính có thiết lập một quy trình hiệu quả và thuận tiện cho người tiêu dùng tài chính để báo cáo giao dịch trái phép hoặc gian lận; bất kỳ vi

phạm cơ chế xác thực nào như mật khẩu; hoặc mất mát của một thiết bị truy cập hoặc mã thông báo.

- Cần xem xét việc sử dụng công nghệ, chẳng hạn như tin nhắn SMS để đưa ra cảnh báo cho khách hàng về các mối đe dọa hoặc lừa đảo đã xác định.

4.2. Bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu người tiêu dùng

Dưới đây là một số khuyến nghị của OECD (2020) đối với các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát nhằm bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu người tiêu dùng:

- Đảm bảo rằng các khuôn khổ về pháp luật, luật lệ và giám sát để có các biện pháp và bảo vệ thích hợp liên quan đến bảo vệ dữ liệu người tiêu dùng và quyền riêng tư vì nó liên quan đến các giao dịch với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính, bao gồm định nghĩa về “dữ liệu cá nhân”.

- Làm việc với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính để khuyến khích họ minh bạch hóa các hoạt động thu thập và sử dụng thông tin và cung cấp cho người tiêu dùng khả năng đưa ra quyết định về dữ liệu của họ vào thời điểm và bối cảnh phù hợp.

- Các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát chịu trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng tài chính nên liên hệ với các cơ quan bảo vệ dữ liệu nơi chúng tồn tại để đảm bảo hiểu và áp dụng các luật và quy định về bảo vệ dữ liệu cho các nhà cung cấp dịch vụ tài chính.

- Có những sắp xếp để hợp tác và chia sẻ thông tin với các cơ quan bảo vệ dữ liệu thông qua các quy định pháp luật cho phép chia sẻ thông tin như vậy, thực hiện ở cả cấp quốc gia và quốc tế.

- Hợp tác với các bên liên quan có liên quan, bao gồm các cơ quan chính phủ và cơ quan quản lý khác, cơ quan thực thi pháp luật và các nhà cung cấp dịch vụ tài chính để thúc đẩy các giao dịch trực tuyến an toàn bao gồm bảo vệ quyền riêng tư của dữ liệu.

- Tìm hiểu với các nhà cung cấp dịch vụ tài chính các thỏa thuận cho phép người tiêu dùng chia sẻ dữ liệu giao dịch tài chính của họ với bên thứ ba được ủy quyền bao gồm các công ty fintech.

- Giám sát việc sử dụng thông tin tài chính của khách hàng của các nhà cung cấp dịch vụ tài chính để phát triển các sản phẩm và dịch vụ tài chính được cá nhân hóa. Trong khi cá nhân hóa như vậy có thể hỗ trợ việc điều chỉnh các sản phẩm và dịch vụ tài chính phù hợp hơn với nhu cầu cá nhân, các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát nên theo dõi những diễn biến như vậy để đảm bảo nó không tạo ra rủi ro bị phân biệt đối xử hoặc loại trừ bất hợp pháp.

- Đảm bảo các nhà cung cấp dịch vụ tài chính có hệ thống quản trị minh bạch, trách nhiệm giải trình, quản lý rủi ro và kiểm soát liên quan đến việc sử dụng khả năng kỹ thuật số, chẳng hạn như AI, thuật toán và công nghệ máy học.

- Đảm bảo có khả năng công nghệ, nguồn lực và công cụ để có thể giám sát và hiểu các khả năng kỹ thuật số đang được triển khai bởi các nhà cung cấp dịch vụ tài chính.

- Đảm bảo các nhà cung cấp dịch vụ tài chính sử dụng các mô hình ra quyết định tự động, đảm bảo chúng thực hiện các biện pháp để giảm thiểu các kết quả không phù hợp.

5. Kết luận

Ngày nay, các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát phải đối mặt với một thách thức đáng kể để thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng về công nghệ. Họ cần tìm ra sự cân bằng giữa sự lành mạnh của hệ thống tài chính và sự bảo vệ người tiêu dùng đầy đủ trước những tiến bộ công nghệ. Bởi lẽ trong thời đại kỹ thuật số, người tiêu dùng tài chính có nhiều lợi ích nhưng cũng có những rủi ro nhất định. Tùy từng quốc gia, các nhà hoạch định chính sách và cơ quan giám sát cần vận dụng linh hoạt các phương pháp tiếp cận hiệu quả để bảo vệ người tiêu dùng tài chính trên các phương diện bảo vệ tài sản của người tiêu dùng chống lại gian lận và lạm dụng và bảo vệ quyền riêng tư và dữ liệu người tiêu dùng.

Tại Việt Nam, quá trình số hóa sản phẩm dịch vụ tài chính cũng đang bắt đầu diễn ra mạnh mẽ. Tuy nhiên, hiện nay chưa có một cơ quan quản lý chuyên trách nào chịu trách nhiệm riêng bảo vệ người tiêu dùng tài chính (Hoàng Thị Thu Hiền & Nguyễn Thị Vân, 2020). Việt Nam có 4 cơ quan liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, bao gồm: Ngân hàng Nhà nước, Bộ Công Thương, Bộ Thông tin – Truyền thông và Hội Bảo vệ người tiêu dùng. Cả 4 cơ quan này đều có khả năng tham gia vào quá trình bảo vệ người tiêu dùng, nhưng các cơ quan này đều chưa có các bộ phận chuyên trách cũng như các quy trình quản lý cụ thể để thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người tiêu dùng. Vì vậy, trong thời gian tới cần xác định rõ vai trò của các cơ quan giám sát ở Việt Nam và lưu ý đến các vấn đề có thể vận dụng trong các nguyên tắc OECD đã đưa ra nhằm bảo vệ tối đa lợi ích của người tiêu dùng tài chính trong kỷ nguyên kỹ thuật số.

Tài liệu tham khảo

Artemenko, D., & Bychkova, I, (2020). Legal Framework for Risk-based Banking Supervision in the Digital Age. *Financial Law Review*, (19 (3)), 81-102.

Alliance for Financial Inclusion (AFI), (2014). Consumer Protection in Mobile Financial Services

https://www.afiglobal.org/sites/default/files/publications/mfswg_guideline_note_7_consumer_protection_in_mfs.pdf

FinCoNet (2018), *Practices and Tools required to support Risk-based Supervision in the Digital Age*. http://www.finconet.org/Finconet_Report_Practices-tools-for-risk-based-supervision-digital-age November 2018.pdf

Hoàng Thị Thu Hiền & Nguyễn Thị Vân, (2020). Bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. Truy cập tại <https://thitruongtaichinhhtiente.vn/bao-ve-nguoi-tieu-dung-tai-chinh-tai-viet-nam-thuc-trang-va-giai-phap-32469.html>

OECD (2020). Financial Consumer Protection Policy Approaches in the Digital Age: Protecting consumers' assets, data and privacy. <https://www.oecd.org/finance/Financial-Consumer-Protection-Policy-Approaches-in-the-Digital-Age.pdf>

OECD (2018). G20/OECD Policy Guidance on Financial Consumer Protection Approaches in the Digital Age <https://www.oecd.org/finance/G20-OECD-Policy-Guidance-Financial-Consumer-Protection-Digital-Age-2018.pdf>

Rutledge, S, (2010). Country Studies Provide Powerful Lessons in Financial Consumer Protection. *Europe and Central Asia Knowledge Brief*; Volume No. 26. World Bank, Washington, DC. ©WorldBank. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/10171> License: CC BYIGO.

XÂY DỰNG BỘ QUY TẮC HOẠT ĐỘNG VÀ CAM KẾT TỰ NGUYỆN VỀ BẢO NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG BỐI CẢNH CHUYỂN ĐỔI SỐ TẠI VIỆT NAM

ThS Vũ Thị Mai Hương, TS. Đỗ Thị Bích Hồng – Viện chiến lược Ngân hàng

Tóm tắt

Bài viết tập trung giới thiệu các thông lệ quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng tài chính của các tổ chức quốc tế (gồm Nguyên tắc về bảo vệ người tiêu dùng tài chính của G20/OECD và Thực tiễn tốt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính của Ngân hàng Thế giới - World Bank, Các Nguyên tắc ngân hàng bền vững của ASEAN). Bên cạnh việc tổng kết những kết quả bước đầu trong quá trình chuyển đổi số, các tác giả cũng chỉ ra những rủi ro có thể gặp phải khi sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính số, phân tích các nguyên nhân chủ yếu dẫn tới tình trạng này. Trên cơ sở này, tác giả nhấn mạnh việc cần khẩn trương hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và đề xuất việc xây dựng Bộ quy tắc hoạt động và cam kết tự nguyện để gia tăng trách nhiệm của các NHTM nói riêng và các tổ chức tham gia cung ứng dịch vụ tài chính nói chung trong vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính.

Từ khóa: bảo vệ người tiêu dùng tài chính, tài chính toàn diện, bộ quy tắc hoạt động...

Abstract

Our paper summed up the initial results of the digital transformation of banking system in Vietnam and defined the potential risks arisen when customers use financial services, especially the digital financial services. Furthermore, we analyzed some main reasons causing those risks. The international practices on financial consumer protection have been introduced in our research including good practices of the organizations G20/OECD, the World Bank.

On those basis we intensified the need of completing the legal framework for financial consumer protection and highly recommended the commercial banks to formulate the “Code of conduct for financial consumer protection” and strictly commit carrying it out in order to boosting the responsibilities of the service providers and the effectiveness of their service provision.

Key words: Financial consumer protection, financial inclusion, the code of conduct...

Đề dẫn

Bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính có ý nghĩa hết sức quan trọng đối với sự phát triển lành mạnh của khu vực tài chính, thúc đẩy tài chính toàn diện và tăng trưởng kinh tế của mỗi quốc gia. Một khuôn khổ bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả là điều kiện cần thiết để mở rộng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính, mang lại lợi ích thiết thực cho người tiêu dùng, giúp họ có đầy đủ thông tin và tự tin đưa ra quyết định sử dụng các dịch vụ tài chính. Đây là một trong những phương thức giúp củng cố niềm tin của người tiêu dùng vào khu vực tài chính chính thức, đóng góp vào sự phát triển lành mạnh, bền vững của thị trường tài chính.

Tầm quan trọng của bảo vệ người tiêu dùng tài chính đã khiến các quốc gia trên thế giới ngày càng nỗ lực hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, đồng thời thiết lập các bộ phận giám sát chuyên biệt để bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả hơn. Các tổ chức quốc tế như G20/OECD, Ngân hàng Thế giới đã ban hành hướng dẫn, thực tiễn tốt về bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Liên hợp quốc đã thông qua văn bản về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (Ký hiệu A/RES/39/248). Điều 2 Phụ lục hướng dẫn về Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng quy định các Chính phủ nên phát triển, tăng cường và duy trì chính sách bảo vệ người tiêu dùng; đồng thời, cần thiết lập những quy tắc/bộ quy tắc để bảo vệ người tiêu dùng phù hợp với tình hình kinh tế và xã hội của quốc gia mình.

Ở Việt Nam, Chiến lược quốc gia về tài chính toàn diện đến năm 2025 định hướng năm 2030 ban hành kèm theo Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 22/1/2020 của Thủ tướng Chính phủ đã nhấn mạnh vai trò của bảo vệ người tiêu dùng tài chính và coi bảo vệ người tiêu dùng tài chính là 01 trong 06 nhóm giải pháp chủ yếu nhằm thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 đã đề cập khá đầy đủ các quy định liên quan cần có để bảo vệ người tiêu dùng nói chung. Các nội dung về quyền lợi của người tiêu dùng tài chính được quy định rải rác tại các luật chuyên ngành, như: Luật các TCTD 2010 (sửa đổi, bổ sung) đối với dịch vụ ngân hàng; Luật Chứng khoán 2019 đối với dịch vụ chứng khoán; Luật Kinh doanh bảo hiểm 2000 (sửa đổi, bổ sung) đối với dịch vụ bảo hiểm... Tuy nhiên, chưa có quy định chung về cơ chế phối hợp giữa các cơ quan liên quan trong giải quyết tranh chấp, khiếu nại, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tài chính khi xung đột xảy ra. Hơn nữa, *các quy định hiện hành đang quy định về trách nhiệm của tổ chức tín dụng, tổ chức cung ứng dịch vụ đối với các sản phẩm, dịch vụ truyền thông, chưa tính tới các rủi ro về mặt công nghệ của các sản phẩm dịch vụ tài chính số, cũng như chưa có quy định ràng buộc trách nhiệm của các công ty công nghệ và các đại lý ngân hàng*. Các quy định liên quan đến việc kinh doanh trên cơ sở nền tảng công nghệ và giải quyết tranh chấp giữa các bên trong mối quan hệ phi trực tiếp cũng chưa được đề cập. Những hạn chế này gây ra khó khăn nhất định trong công tác bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thuộc các nhóm, ngành hàng đặc thù như dịch vụ tài chính.

Bài viết dưới đây sẽ tập trung giới thiệu các thông lệ quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng tài chính của các tổ chức quốc tế; các rủi ro đối với người tiêu dùng trong bối cảnh công nghệ và cụ thể hóa đề xuất xây dựng Bộ quy tắc hoạt động và cam kết tự nguyện về bảo vệ người tiêu dùng tài chính, thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam.

1. Thông lệ quốc tế về bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính

Hiện nay trên thế giới, việc thiết lập khung bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính không có quy định bắt buộc chung cho tất cả các quốc gia. Một số tổ chức quốc tế lớn như OECD, Hội nghị Bộ trưởng các nước G20 hay WB đưa ra các thông lệ, nguyên tắc trong quá trình xây dựng khung bảo vệ người tiêu dùng để các quốc gia tham khảo và áp dụng sao cho phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh của quốc gia mình. Cụ thể, sau khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2008, OECD đã phát triển các nguyên tắc cấp cao của G20 về bảo vệ người tiêu dùng tài chính (G20 High-Level Principles on Financial Consumer Protection) vào năm 2012. Các nguyên tắc này hiện nay được nhiều quốc gia trên thế giới áp dụng và cũng đã đạt được những thành công nhất định. Tương tự như vậy, năm 2012, WB cũng công bố “Các thông lệ tốt bảo vệ người tiêu dùng tài chính” (Good practices for Financial

Consumer Protection) - bản mới nhất công bố năm 2017, để đưa ra hướng dẫn quốc tế về cách tiếp cận chính sách bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Từ đó các nhà hoạch định chính sách sẽ đề ra các luật cụ thể phù hợp với đặc thù quốc gia của mình để bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính.

1.1. Nguyên tắc về bảo vệ người tiêu dùng tài chính của G20/OECD

Để đảm bảo các chính sách và quy định nhằm bảo vệ người tiêu dùng tài chính được xây dựng phù hợp với mức độ phát triển vũ bão của thị trường tài chính, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế OECD phối hợp với Nhóm các nền kinh tế lớn G20 xây dựng các nguyên tắc bảo vệ người tiêu dùng tài chính vào năm 2011.

Đây là những nguyên tắc có tính tự nguyện. G20 yêu cầu các nước thành viên cũng như các nước quan tâm lấy nguyên tắc này làm cơ sở để đánh giá khuôn khổ bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiện có của quốc gia mình và bổ sung những hành động, quy định cần thiết dựa trên các nguyên tắc này.

10 nguyên tắc của G20/OECD đề cập toàn diện các nội dung, từ khuôn khổ pháp lý, quản lý, giám sát, vai trò của các cơ quan giám sát đến các vấn đề liên quan đến đối xử công bằng, minh bạch, cạnh tranh... Các nguyên tắc này đến nay vẫn được nhiều quốc gia sử dụng và áp dụng. Chẳng hạn, nguyên tắc thứ 2 trong 20 nguyên tắc cấp cao của G20 về bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính chỉ ra rằng cần có cơ quan giám sát với đầy đủ quyền lực thực thi cần thiết chịu trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Các cơ quan này hoạt động hiệu quả nhất khi trách nhiệm được xác định một cách khách quan, rõ ràng; quản trị hiệu quả, vận hành độc lập, minh bạch và có đầy đủ quyền hạn, nguồn lực, năng lực, khung thực thi cụ thể, minh bạch; quy trình quản lý nhất quán, rõ ràng.

1.2. Thực tiễn tốt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính của Ngân hàng Thế giới - World Bank

Dựa trên các điều tra nghiên cứu kinh nghiệm của 35 quốc gia triển khai thực thi bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả từ năm 2006, năm 2012, WB đã công bố ấn bản **Các thực tiễn tốt về Bảo vệ người tiêu dùng tài chính (Good Practices for Financial Consumer Protection)**. Ấn bản bao gồm các vấn đề chính nảy sinh trong bảo vệ người tiêu dùng với các chương riêng cho các lĩnh vực như ngân hàng, chứng khoán và bảo hiểm. Ấn bản gồm 3 phần: (i) Phần 1 đề xuất 39 thực tiễn tốt phổ biến về bảo vệ người tiêu dùng; (ii) Phần 2 tập hợp thực tiễn tốt liên quan đến các lĩnh vực tài chính chủ đạo như ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm và tín dụng phi ngân hàng; (iii) Phần 3 trình bày các thực tiễn tốt về Quỹ hưu trí và Báo cáo thông tin tín dụng (vẫn còn trong giai đoạn phát triển ban đầu).

Tiếp tục thành công của ấn bản năm 2012, WB đã xuất bản ấn bản năm 2017 với nhiều sửa đổi, bổ sung chi tiết hơn nội dung liên quan đến thực tiễn tốt cho mỗi lĩnh vực tài chính. Quan trọng nhất, phiên bản này giải quyết các vấn đề mới phát sinh, chủ yếu liên quan đến kênh kỹ thuật số, sản phẩm sáng tạo và mô hình kinh doanh và các loại nhà cung cấp dịch vụ tài chính mới. Phiên bản này cũng bổ sung và mở rộng các nguyên tắc và hướng dẫn quốc tế, như: Nguyên tắc cốt lõi bảo hiểm và Tài liệu ứng dụng về cách tiếp cận giám sát kinh doanh của Hiệp hội Giám sát Bảo hiểm Quốc tế (IAIS); Hướng dẫn của Nhóm đặc nhiệm G20/Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) về bảo

vệ người tiêu dùng tài chính; Nguyên tắc của Ủy ban giám sát ngân hàng Basel (BCBS), Tổ chức Quốc tế các Ủy ban Chứng khoán (IOSCO), Tổ chức Giám sát Hưu trí Quốc tế (IOPS), Tổ chức Bảo vệ Người tiêu dùng Tài chính Quốc tế (Fin-CoNet), Mạng lưới Thanh tra Dịch vụ Tài chính Quốc tế (Mạng INFO), Liên minh Viễn thông Quốc tế, Nhóm tập trung tiêu chuẩn hóa ngành (ITU-T) Dịch vụ Tài chính kỹ thuật số... Về kết cấu, dựa trên tổng hợp, phân tích kinh nghiệm các nước đi trước, WB đề cập chi tiết các thực tiễn tốt cần phải có đối với 4 loại hình sản phẩm, dịch vụ tài chính cơ bản: sản phẩm, dịch vụ tín dụng và tiền gửi (ngân hàng và tổ chức tín dụng phi ngân hàng); bảo hiểm; quỹ hưu trí tư nhân; chứng khoán.

Cho đến nay, 39 thực tiễn tốt phổ biến mà WB đề ra đối với một cơ chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính hiệu quả vẫn được các nước trên thế giới sử dụng như một kim chỉ nam để so sánh, đánh giá và định hướng phát triển khuôn khổ bảo vệ người tiêu dùng của nước mình.

Theo đó, WB khuyến nghị các quốc gia cần có một khung pháp lý rõ ràng và toàn diện để thiết lập các tiêu chuẩn tối thiểu cụ thể bảo vệ người tiêu dùng đối với các sản phẩm và dịch vụ tài chính bán lẻ. Điều này có thể được thực hiện thông qua những luật có phạm vi điều chỉnh rộng bao gồm bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính, như những điều khoản điều chỉnh về dịch vụ tài chính trong Luật bảo vệ người tiêu dùng nói chung; hay những điều khoản bảo vệ người tiêu dùng trong những luật về thị trường tài chính chuyên ngành (ví dụ như Luật Ngân hàng); hoặc thông qua luật riêng được ban hành chỉ để bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính (ví dụ như Luật về niêm yết các sản phẩm và dịch vụ tài chính).

Tổ chức này cũng nhấn mạnh không có mô hình thể chế nào có thể áp dụng tối ưu cho mọi quốc gia để bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính. Kết cấu các thể chế rất đa dạng: có thể bao gồm một hoặc nhiều cơ quan chức năng cùng giám sát mảng tài chính; có thể giám sát bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính và cảnh báo rủi ro được tích hợp trong một định chế hoặc chia ra nhiều cơ quan; hoặc một cơ quan có chức năng bảo vệ người tiêu dùng nói chung thực hiện vai trò bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính.

2. Xu hướng chuyển đổi số ngành Ngân hàng và vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính số

2.1. Những kết quả bước đầu trong quá trình chuyển đổi số

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, đặc biệt là cuộc CMCN 4.0 đã có những tác động đáng kể đến mọi ngành, lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực tài chính ngân hàng. Các dịch vụ tài chính, kênh phân phối truyền thống đã và đang có những sự chuyển mình theo hướng đa dạng hóa, chú trọng ứng dụng công nghệ hiện đại - gọi chung là *các dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ số*⁴⁴ (còn gọi là *các dịch vụ tài chính số*). Xuất hiện ngày càng nhiều hơn các tổ chức cung ứng dịch vụ không phải là ngân hàng tham gia cung ứng các sản phẩm, dịch vụ có “bản chất là hoạt động ngân hàng”, giúp

⁴⁴ Theo Encyclopedia.com, công nghệ kỹ thuật số - công nghệ số (digital technology) là công nghệ số hóa thông tin (digitized information) theo quy trình hai bước (a base two process). Thông tin dưới dạng văn bản hoặc hình ảnh được ghi lại ở dạng mã nhị phân (binary code), được biểu diễn bằng các chuỗi chỉ có hai ký tự số, thường là 0 và 1, còn được gọi là các bit. Công nghệ số cho phép lượng thông tin khổng lồ được nén trên các thiết bị lưu trữ nhỏ có thể dễ dàng bảo quản và vận chuyển. Số hóa cũng làm tăng tốc độ truyền dữ liệu - làm thay đổi cách con người giao tiếp, học hỏi và làm việc

người tiêu dùng có thêm nhiều lựa chọn đa dạng với chi phí phù hợp.

Theo đó, chuyển đổi số đã và đang trở thành xu thế tất yếu trong ngành Ngân hàng. Chiến lược phát triển công nghệ thông tin ngành Ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đặt ra mục tiêu: “*Thực hiện thành công kế hoạch chuyển đổi số trong ngành Ngân hàng*”; các TCTD “*chuẩn hóa hoạt động, nghiệp vụ ngân hàng trên nền tảng công nghệ... phát triển các dịch vụ ngân hàng số trên không gian mạng*”.

Theo khảo sát của NHNN, đến hết năm 2020, đã có 95% TCTD đang xây dựng chiến lược hoặc thực hiện triển khai chuyển đổi số. Nhiều ngân hàng xem việc phát triển mô hình ngân hàng số là một mục tiêu trong chiến lược kinh doanh chứ không đơn thuần là một dự án công nghệ thông tin. Đến nay, mô hình ngân hàng số thường được các ngân hàng tiếp cận và triển khai theo 2 hướng: (i) **Chuyển đổi ngân hàng hiện hữu** (như: Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam; Ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam; Ngân hàng thương mại cổ phần Tiên Phong...); (ii) **Số hóa kết hợp phát triển ngân hàng số** (như: Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng...).

Những kết quả bước đầu của quá trình chuyển đổi số, xây dựng mô hình ngân hàng số có thể kể đến như:

(i) Số lượng, giá trị giao dịch ngân hàng qua kênh số có sự tăng trưởng vượt bậc. Một số ngân hàng như Ngân hàng thương mại cổ phần Tiên Phong, Ngân hàng thương mại cổ phần Quân Đội đã ghi nhận tỷ lệ hơn 80% giao dịch được thực hiện trên nền tảng số. Hàng chục triệu khách hàng đã trở thành khách hàng số của ngân hàng và sử dụng thường xuyên các ứng dụng ngân hàng số trong các giao dịch hàng ngày (như: Ứng dụng ngân hàng số VCB Digibank, VietinBank iPay, BIDV Smart Banking, eBank X của TPBank; Omni-Channel của OCB...).

Đến cuối năm 2020, 77 tổ chức triển khai dịch vụ thanh toán qua Internet và 45 tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán qua điện thoại di động (chiếm 80% và 46,9% tổng số tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán). Theo đó, số lượng và giá trị thanh toán qua kênh Internet đạt 475,5 triệu giao dịch với 27,7 triệu tỷ đồng (*tăng 471% và 448,1% so với cùng kỳ năm 2015*); số lượng và giá trị thanh toán qua kênh điện thoại di động đạt 1.183,3 triệu giao dịch với gần 12,6 triệu tỷ đồng (*tăng 1.905,6% và 9317,4% so với cùng kỳ năm 2015*).

(ii) Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các công ty công nghệ tài chính (Fintech, Bigtech), số lượng các ngân hàng hợp tác, kết hợp với các ngày càng gia tăng. Đã có khoảng 47 ngân hàng hợp tác, kết nối với các công ty Fintech thực hiện số hóa sản phẩm, mở ra nhiều kênh cung ứng dịch vụ hiện đại cho khách hàng, góp phần mở rộng hệ sinh thái số, đem lại nhiều trải nghiệm và lợi ích thiết thực hơn cho khách hàng. Số lượng các công ty Fintech cũng không ngừng gia tăng (từ khoảng 40 công ty cuối năm 2016 lên khoảng 200 công ty cuối năm 2020; trong đó, có 39 tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán được NHNN cấp giấy phép).

(iii) Thanh toán không dùng tiền mặt có sự thay đổi đáng kể khi kênh giao tiếp, cung ứng dịch vụ thanh toán dần được số hóa dựa trên áp dụng các nền tảng công nghệ thông tin hiện đại thay thế cho những mô hình truyền thống. Đặc biệt, hệ sinh thái thanh toán số kết nối, tích hợp đa dạng

các loại ngành, nghề, lĩnh vực khác nhau được hình thành và đang phát triển mạnh mẽ. Bên cạnh các công ty công nghệ, nhiều “người chơi” mới, không phải là ngân hàng xuất hiện và tham gia ngày càng nhiều hơn vào việc cung ứng các sản phẩm, dịch vụ tài chính, như các tổ chức cung ứng hàng hóa, dịch vụ (Vingroup, Grab,...), các công ty thương mại điện tử (Lazada, Shopee,...), các công ty viễn thông (Viettel, VNPT,...).

2.2. Bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính số

Bên cạnh những lợi ích không thể phủ nhận của việc ứng dụng công nghệ trong phát triển sản phẩm, dịch vụ, đa dạng hóa kênh phân phối, người sử dụng dịch vụ tài chính nói chung và các dịch vụ tài chính số nói riêng cũng phải đối mặt với ngày càng nhiều các nguy cơ rủi ro công nghệ cao.

Tình trạng tội phạm công nghệ cao trong lĩnh vực ngân hàng diễn biến phức tạp và ngày càng tinh vi. Theo báo cáo an ninh mạng Việt Nam của Công ty Bkav, chỉ tính riêng năm 2020, lừa đảo công nghệ cao đã chiếm đoạt hàng trăm tỷ đồng, trong đó chủ yếu là các vụ đánh cắp mã OTP giao dịch của người dùng. Đối tượng lừa đảo thực hiện gửi nội dung thông báo kèm theo đường link lừa đảo qua tin nhắn SMS, email, phần mềm chat... giả mạo thương hiệu ngân hàng để lừa khách hàng bấm vào đường link, cung cấp thông tin bảo mật dịch vụ ngân hàng số và dịch vụ thẻ (tên đăng nhập, số thẻ, mật khẩu, OTP), từ đó chiếm đoạt tiền trong tài khoản.

Một số ngân hàng cũng cho biết, trong quá trình rà soát định kỳ đã phát hiện một số đường link dẫn đến website giả mạo tấn công phishing nhằm chiếm đoạt thông tin, tài khoản người dùng dịch vụ E-Banking. Các tin nhắn mạo danh này không xuất phát từ hệ thống của các tổ chức tài chính, ngân hàng và doanh nghiệp viễn thông mà được phát tán thông qua các thiết bị phát sóng di động giả mạo. Đây là các thiết bị có nguồn gốc từ nước ngoài, được các đối tượng mua bán, sử dụng trái phép nhằm mục đích thực hiện các cuộc tấn công phát tán tin nhắn rác lừa đảo người dùng, đặc biệt là người dùng tại các khu vực đô thị.

Trong lĩnh vực thanh toán bằng phương thức điện tử, tội phạm đã lợi dụng thực hiện việc xác minh khách hàng bằng phương thức điện tử để mở và sử dụng tài khoản thanh toán cho mục đích gian lận. Các hành vi cụ thể như: (i) mạo danh, làm giả, chỉnh sửa thông tin giấy tờ tùy thân; (ii) can thiệp đường truyền để thay đổi, chỉnh sửa thông tin nhận biết khách hàng; (iii) khách hàng mở tài khoản thanh toán không phải thực thể sống do sử dụng hình ảnh tĩnh, hình ảnh qua các phần mềm chỉnh sửa khuôn mặt, sử dụng video cắt ghép, mạo danh khuôn mặt (deepfake) hoặc sử dụng mặt nạ 3D,...; (iv) mở tài khoản thanh toán để giải ngân tín dụng bất hợp pháp hoặc sử dụng cho mục đích vi phạm pháp luật khác,... Đặc biệt, hình thức lừa đảo gửi tin nhắn qua điện thoại về việc vay tiền qua các ứng dụng (App) xuất hiện rất tinh vi. Đối tượng đã lừa khách hàng giao dịch trên các đường link giả mạo website của ngân hàng, lấy được mã OTP giao dịch để xâm nhập tài khoản của khách hàng chiếm đoạt tiền đang có trong tài khoản....

Các nguyên nhân chủ yếu dẫn tới tình trạng này có thể kể đến như:

Thứ nhất, người tiêu dùng không ý thức được một cách toàn diện về quyền và lợi ích của mình khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ mới do hạn chế về kiến thức công nghệ cũng như kiến thức về sản phẩm, dịch vụ mà mình mong muốn tiếp cận sử dụng.

Thứ hai, việc sử dụng các thông tin liên quan đến khách hàng cung cấp trong quá trình sử dụng sản phẩm, dịch vụ tài chính số một cách “thiếu kiểm soát” dẫn đến những “hệ lụy” ngoài mong muốn cho người tiêu dùng. Nhiều khách hàng thường rơi vào hoàn cảnh tài chính trầm trọng hơn do sử dụng các dịch vụ tài chính không phù hợp hoặc do tác động tiêu cực từ việc cung cấp dịch vụ của các tổ chức cung ứng dịch vụ không phải là ngân hàng. Tất cả những rủi ro này làm giảm niềm tin của khách hàng vào các sản phẩm, dịch vụ tài chính số, ảnh hưởng đến tính hiệu quả của việc sáng tạo công nghệ trong phát triển dịch vụ tài chính.

Thứ ba, chưa có cơ chế phối hợp giữa các cơ quan trong giải quyết tranh chấp, khiếu nại, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng dịch vụ tài chính ngân hàng khi xung đột xảy ra.

Thứ tư, còn nhiều khoảng trống pháp lý cần hoàn thiện để bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính số. Cụ thể:

(i) Chưa có văn bản luật pháp thống nhất để điều chỉnh các vấn đề liên quan và bảo vệ quyền về dữ liệu cá nhân (khi cung cấp cho bên cung ứng dịch vụ thứ ba). Việc bảo vệ quyền về dữ liệu cá nhân hiện được cụ thể hóa ở nhiều đạo luật chuyên ngành khác nhau như Luật Giao dịch điện tử, Luật Công nghệ thông tin, Luật Bảo vệ quyền lợi Người tiêu dùng, Luật An toàn thông tin mạng, Luật An ninh mạng, Nghị định số 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử và Nghị định số 72/2013/NĐ-CP 239 về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ Internet và thông tin trên mạng.

(ii) Chưa có các quy định về việc cung ứng dịch vụ mới, hiện đại của các TCTD, tổ chức công nghệ tài chính, công ty bảo hiểm, công ty viễn thông, như: quy định về mô hình đại lý ngân hàng cho phép cả các tổ chức phi ngân hàng như các cửa hiệu tạp hóa, trạm xăng, bưu điện... làm đại lý cho ngân hàng để cung cấp các sản phẩm cho khách hàng của ngân hàng...

(iii) Chưa có những quy định yêu cầu chuẩn hóa về cơ chế giải quyết khiếu nại, quyền của người tiêu dùng đối với hệ thống thông tin tín dụng.

(iv) Chưa có quy định về tiền điện tử với các nội dung cụ thể như: khái niệm tiền điện tử, hình thái biểu hiện và bản chất tiền điện tử; đối tượng cung ứng tiền điện tử; thẩm quyền cấp phép; điều kiện cung ứng dịch vụ tiền điện tử; quy trình kiểm soát, quản trị rủi ro, bảo vệ người tiêu dùng...

Trên thực tế, so với nhiều quốc gia trên thế giới chưa có khuôn khổ pháp lý bảo vệ người tiêu dùng tài chính hoặc chỉ mới ban hành luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung, Việt Nam vừa có Luật bảo vệ người tiêu dùng, vừa có những quy định cụ thể, chi tiết về bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong các luật chuyên ngành tài chính. Khuôn khổ pháp lý điều chỉnh hoạt động của các dịch vụ tài chính ứng dụng công nghệ số đã được cơ quan quản lý quan tâm, chú trọng và từng bước hoàn thiện⁴⁵. Tuy nhiên, như phân tích trên đây, vẫn cần khẩn trương hoàn thiện khuôn khổ pháp lý

⁴⁵ Nghị định số 165/2018/NĐ-CP ngày 24/12/2018 quy định về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính, cụ thể hóa giá trị pháp lý của giao dịch điện tử và chứng từ điện tử trong hoạt động tài chính, tạo hành lang pháp lý thuận lợi cho việc triển khai giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính; quy định cụ thể và phù hợp với thực tiễn các nội dung liên quan đến chứng từ điện tử nhằm khẳng định giá trị pháp lý và đảm bảo khả năng ứng dụng của chứng từ điện tử; Quyết định 316/QĐ-TTg ngày 09/3/2021 phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile Money). Đối tượng thực hiện thí điểm là doanh nghiệp có giấy phép hoạt động cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán Ví điện tử và Giấy phép thiết lập mạng viễn thông công cộng di động mặt đất sử dụng băng tần vô tuyến điện hoặc là công ty con được Công ty mẹ có Giấy phép thiết lập mạng viễn thông công cộng di động mặt đất sử dụng băng tần số vô tuyến điện

theo hướng vừa đảm bảo cho cơ quan quản lý trong việc cân bằng giữa việc thúc đẩy sáng tạo trong cung cấp sản phẩm, dịch vụ tài chính vừa **tăng cường trách nhiệm của các tổ chức tham gia cung ứng dịch vụ** và đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng dịch vụ tài chính số. Trong phạm vi bài viết, tác giả tập trung đề xuất việc xây dựng **Bộ quy tắc hoạt động và cam kết tự nguyện** để gia tăng trách nhiệm của các NHTM nói riêng và các tổ chức tham gia cung ứng dịch vụ tài chính nói chung trong vấn đề bảo vệ người tiêu dùng dịch vụ tài chính.

3. Đề xuất xây dựng Bộ quy tắc hoạt động và cam kết tự nguyện bảo vệ người tiêu dùng

Bộ quy tắc hoạt động và cam kết tự nguyện về bảo vệ người tiêu dùng tài chính (Codes and commitments) tập hợp các quy tắc và cam kết bảo vệ người tiêu dùng tài chính mà các tổ chức tài chính tự nguyện tham gia tuân thủ với sự giám sát chung của một cơ quan quản lý. Thông thường, tại nhiều quốc gia, Hiệp hội ngân hàng là đơn vị chủ trì xây dựng, ban hành bộ quy tắc này. Hiệp hội ngân hàng có thể định kỳ lập báo cáo và công khai thông tin những tổ chức tài chính không tuân thủ đúng những quy tắc và cam kết đã thỏa thuận trên website chính thức của mình. Việc báo cáo này sẽ giúp người dân nắm bắt và biết rõ hơn các tổ chức tài chính nào đang không tuân thủ và đưa ra lựa chọn tổ chức tài chính phù hợp.

Bộ quy tắc bao gồm: các tiêu chuẩn chuyên nghiệp, các biện pháp bảo đảm lợi ích của khách hàng, các nguyên tắc duy trì bảo mật của khách hàng, các tiêu chuẩn thực tiễn thị trường liên quan đến công bằng trong cung ứng dịch vụ, minh bạch và công khai, các quy tắc tránh xung đột lợi ích và các hành động cấm như tham gia vào gian lận hoặc xuyên tạc thông tin, dữ liệu khách hàng, quy trình xử lý khiếu nại, hoạt động marketing dịch vụ tài chính số, đánh giá điểm tín dụng đối với khách hàng....

Đặc biệt, trong bối cảnh chuyển đổi số, nhiều quốc gia đã bổ sung các nội dung yêu cầu đối với các tổ chức tín dụng, các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính số chú trọng việc:

- Đảm bảo công bố thông tin rõ ràng, dễ hiểu, có thể đối chiếu, so sánh được các điều khoản hợp đồng, phí dịch vụ.

- Đảm bảo cung cấp định kỳ sao kê tài khoản thể hiện rõ các khoản thanh toán và phí; bố trí các kênh tiếp nhận thông tin, đường dây nóng tiếp nhận phản hồi của khách hàng; quy định rõ về thủ tục và trách nhiệm xử lý các giao dịch bị lỗi, giao dịch sai thẩm quyền.

- Bắt buộc phải hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính số về các biện pháp đảm bảo an toàn giao dịch; công bố công khai thông tin liên hệ, địa chỉ liên hệ để giải quyết khiếu kiện của

cho phép sử dụng hạ tầng, mạng lưới, dữ liệu viễn thông (Doanh nghiệp thực hiện thí điểm); thông tư 28/2019/TT-NHNN ngày 25/12/2019 sửa đổi, bổ sung quy định về hoạt động thẻ ngân hàng; Thông tư 35/2018/TT-NHNN ngày 24/12/2018 sửa đổi, bổ sung quy định về an toàn, bảo mật cho việc cung cấp dịch vụ ngân hàng trên Internet; Thông tư 18/2018/TT-NHNN ngày 21/8/2018 quy định về an toàn hệ thống thông tin trong hoạt động ngân hàng; Thông tư 16/2020/TT-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư hướng dẫn việc mở và sử dụng tài khoản thanh toán tại tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán. (trong đó, bổ sung Điều 14a quy định về mở tài khoản thanh toán của cá nhân bằng phương thức điện tử - eKYC. Thông tư này quy định ngân hàng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài căn cứ điều kiện công nghệ để đánh giá rủi ro, xác định phạm vi sử dụng và quyết định áp dụng hạn mức giao dịch qua tài khoản thanh toán của khách hàng mở bằng phương thức điện tử nhưng phải đảm bảo tổng hạn mức giá trị giao dịch (ghi nợ) qua các tài khoản thanh toán của khách hàng đó không vượt quá 100 triệu đồng/tháng/khách hàng)

khách hàng; đảm bảo các thông tin của khách hàng phải được cung cấp qua phương tiện số (trong đó phải có hình thức gửi thông tin qua điện thoại di động), và phải được lưu trữ lại.

- Dịch vụ tài chính số mang lại nhiều lợi ích cho người sử dụng, nhưng cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro do sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và các hình thức giả mạo, lợi dụng công nghệ ngày càng thông minh và tinh xảo hơn. Vì vậy Bộ quy tắc này khuyến khích các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính số ***thường xuyên điều chỉnh, nâng cao yêu cầu các quy tắc hoạt động và cam kết tự nguyện, yêu cầu về tính tuân thủ các quy tắc và cam kết này trong quá trình cung ứng dịch vụ. Thậm chí Bộ quy tắc này phải phải cao hơn quy định chung*** (chẳng hạn như Quy định ứng xử chung của ngành); đảm bảo khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính số có lựa chọn hiệu quả nhất và có thể kiểm soát được các dữ liệu cá nhân của bản thân bằng ngôn ngữ phù hợp; đảm bảo cho khách hàng có quyền tiếp cận một cách minh bạch, thuận lợi và có quyền chỉnh sửa sai sót được thực hiện từ xa (như điện thoại di động, bằng phương tiện kết nối internet, hoặc thông qua các trung tâm chăm sóc khách hàng hoạt động 24h/7).

Tài liệu tham khảo

Luật Bảo vệ Quyền lợi người tiêu dùng, 2010

Báo cáo thương niên năm 2019, Cục Quản lý Cạnh tranh và Bảo vệ NTD, Bộ Công thương

Good Practices for Financial Consumer Protection, World Bank, 2017

Diagnostic Review of the Consumer Protection and Financial Literacy Volume 1, World Bank, 2015

Effective Approaches for Financial Consumer Protection in the Digital Age, OECD, 2019

Protection for Financial Services Clients of Thai Financial Institutions, Samrieng Mekkiengkrai, School of Law, Sripatum University, Thailand, 2019

Global Financial Inclusion and Consumer Protection Survey, World Bank, 2017

Financial Inclusion and Consumer Empowerment in South East Asia, OECD, 2017

G20 High level principle for digital financial inclusion

FINTECH, CÁC ẢNH HƯỞNG TỚI NGƯỜI TIÊU DÙNG VÀ ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP PHÙ HỢP NHẪM TĂNG CƯỜNG BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH VIỆT NAM

Nguyễn Thị Trang - Đại Học Kinh Tế - Đại học Quốc Gia Hà Nội

Tóm tắt

Fintech là một phần của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0, vốn đang diễn ra với tốc độ nhanh chóng, tác động và làm thay đổi mạnh mẽ hoạt động cung cấp dịch vụ tài chính đặc biệt là người tiêu dùng. Nhờ vào những công nghệ cốt lõi (điện toán đám mây, Dữ liệu lớn, công nghệ blockchain, hệ thống thực - ảo,...), cuộc cách mạng này sẽ tác động đến tất cả các ngành, lĩnh vực, các hoạt động của đời sống, tạo ra những thay đổi chưa từng có tiền lệ trong lịch sử (Klaus, 2016). Bên cạnh đó, các Fintech lại không ngừng mang đến những trải nghiệm mới cho khách hàng và thúc đẩy quá trình số hóa. Chúng ta đang nhìn thấy xu hướng rõ ràng, đặc biệt là trong dịch vụ thanh toán, cho vay cũng như nhiều lĩnh vực khác. Tiềm năng thị trường khách hàng sử dụng Fintech rất tốt với cơ cấu dân số vàng, tỷ lệ người dùng Internet và smart phone cao, trong khi giao dịch đầu tư cho start-up Fintech tăng trưởng mạnh mẽ. Bài viết nhận định xu thế phát triển của Fintech trong thời gian tới và những tác động của nó tới người tiêu dùng tài chính, qua đó đề xuất một số khuyến nghị nhằm cung cấp các sản phẩm dịch vụ tài chính tốt nhất phục vụ người dân và phát triển kinh tế.

Từ khóa: *fintech, xu hướng phát triển, dịch vụ tài chính- ngân hàng và người tiêu dùng*

Abstract

Fintech is part of the Industrial Revolution 4.0, which is happening at a rapid pace, impacting and drastically changing financial service provision, especially consumers. Thanks to core technologies (cloud computing, Big Data, blockchain technology, real-virtual systems,...), this revolution will affect all industries, fields and activities of life, creating changes that are unprecedented in history (Klaus, 2016). Besides, Fintechs are constantly bringing new experiences to customers and promoting the digitization process. We are seeing clear trends, especially in payment services, lending and many other areas. The market potential of customers using Fintech is very good with a golden population structure, a high percentage of Internet and smart phone users, while investment transactions for Fintech start-ups grow strongly. The article identifies the development trend of Fintech in the coming time and its impacts on financial consumers, thereby proposing some recommendations to provide the best financial products and services to serve consumers population and economic development.

Key words: *Fintech, development trends, financial-banking services and consumers*

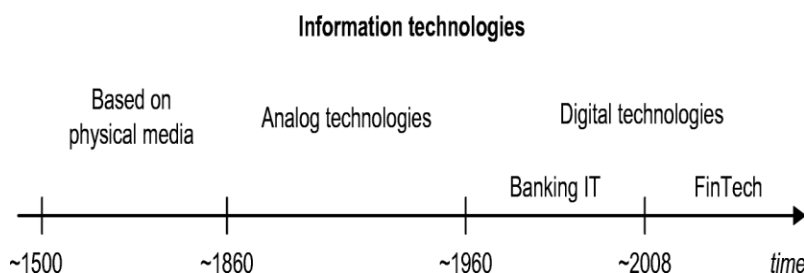
I. Khái quát chung về fintech

1. Khái niệm:

- Thuật ngữ “Fintech” là sự kết hợp khá đơn giản và rõ ràng giữa miền ứng dụng “tài chính” và “công nghệ”. Theo Hội đồng Ổn định Tài chính (FSB), Fintech là “các sáng tạo tài chính dựa trên nền tảng công nghệ để tạo ra các mô hình kinh doanh, ứng dụng, quy trình, sản phẩm, dịch vụ mới có tác động cụ thể đến các thị trường và định chế tài chính, cũng như trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính” (BCBS, 2018).

❖ Lịch sử hình thành của fintech

- Fintech đã trải qua một quá trình hình thành và phát triển rất dài. Arner và cộng sự (2016) vẽ nên một bức tranh rộng lớn hơn và công nhận các công nghệ tài chính đã có từ giữa thế kỷ XIX. Một viễn cảnh lịch sử thậm chí có thể bắt đầu sớm hơn với sự xuất hiện của các tổ chức tài chính.



- Các ứng dụng đầu tiên của công nghệ được sử dụng bởi các ngân hàng và công ty thương mại dựa trên phương tiện vật lý có chứa thông tin / giá trị (ví dụ: giấy, tiền xu..). Vì việc chuyển các tài liệu và giá trị này qua các khoảng cách chỉ khả thi thông qua các phương thức vận chuyển vật lý, nên các thị trường chủ yếu bị giới hạn trong phạm vi khu vực. Điều này đã thay đổi với những đổi mới trong công nghệ thông tin và truyền thông (viết tắt “IT”). Đặc biệt, hình ảnh và sau đó là điện báo điện, cho phép tách thông tin khỏi biểu diễn vật lý của nó và truyền tải nó nhanh hơn qua những khoảng cách lớn hơn.

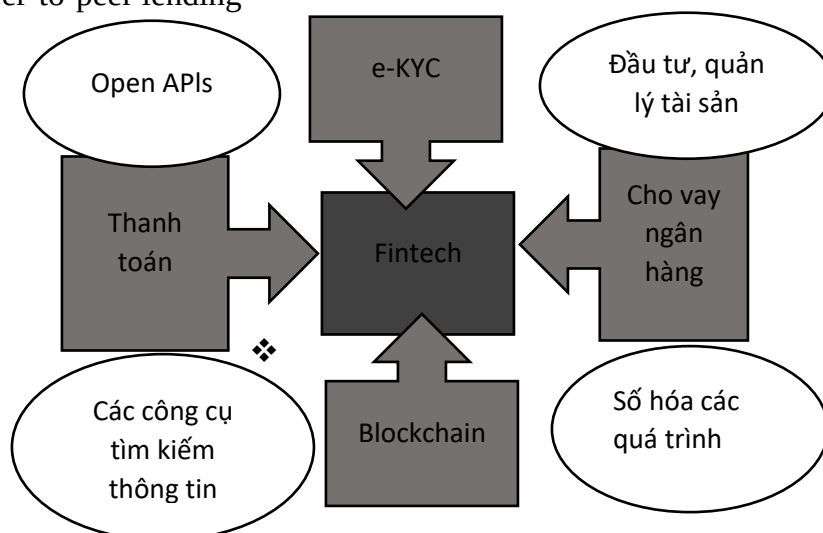
- Những công nghệ tương tự này có thể được coi là giai đoạn thứ hai của công nghệ tài chính và kéo dài cho đến giữa thế kỷ XX. Bắt đầu với sự ra đời của công nghệ thông tin và truyền thông kỹ thuật số, kỷ nguyên của công nghệ tài chính kỹ thuật số - đôi khi còn được gọi là “Tài chính điện tử” (Gomber et al. 2017, p. 540). Tài chính điện tử bao gồm tất cả các hình thức dịch vụ tài chính như ngân hàng, bảo hiểm, giao dịch chứng khoán được thực hiện thông qua các phương tiện điện tử, bao gồm Internet và trang web. Tài chính điện tử cho phép các cá nhân hoặc các tổ chức tiếp cận với tài khoản, giao dịch kinh doanh và có được thông tin về các sản phẩm và dịch vụ tài chính mà không cần phải có mặt tại các tổ chức tài chính.

- Giai đoạn từ 2009 - nay, rõ ràng là Fintech 3.0 và cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008 chính là điểm chuyển tiếp. Cuộc khủng hoảng tài chính gây ra hai tác động về nhận thức của công chúng và nguồn vốn con người. Thứ nhất, do nguồn gốc của khủng hoảng tài chính được phổ biến rộng rãi đã khiến cho nhận thức của công chúng về ngân hàng xấu đi. Thứ hai, khi khủng hoảng tài chính chuyển sang khủng hoảng kinh tế, đã khiến cho khoảng 8.7 triệu người ở Mỹ mất việc làm.

Có 2 nhóm người bị ảnh hưởng. Một mặt, công chúng nói chung trở nên mất tin tưởng vào hệ thống ngân hàng truyền thống. Mặt khác, nhiều chuyên gia tài chính cũng mất việc làm hoặc không còn được trả lương xứng đáng.

2. Các cấu phần của Fintech

- Hiện nay, có khoảng hơn 200 khái niệm khác nhau về công nghệ tài chính - Fintech (viết tắt của cụm từ financial technology), nhưng khái niệm được tổng hợp lại và thống nhất nhiều nhất là: Fintech là việc áp dụng các công nghệ đổi mới, sáng tạo và hiện đại cho lĩnh vực tài chính, nhằm mang tới cho khách hàng các giải pháp/dịch vụ tài chính minh bạch, hiệu quả và thuận tiện với chi phí thấp hơn so với các dịch vụ tài chính truyền thống (Mackenzie, 2015, Partrick, 2017). Theo Diễn đàn kinh tế thế giới WEF Fintech chỉ tập trung vào việc ứng dụng công nghệ phát triển từ các công ty nhỏ, mới tham gia thị trường, không kể đến việc các công ty công nghệ lớn như Apple phát triển Apple Pay, hoặc các tổ chức tài chính lớn tự phát triển các dịch vụ ứng dụng công nghệ cao (WEF, 2017). Có nhiều cách phân loại các lĩnh vực hoạt động chính của Fintech. Theo Dorfleitner và các cộng sự (2017), Fintech bao gồm bốn mảng lớn: tài chính (gồm huy động vốn từ cộng đồng crowdfunding, tín dụng và bao thanh toán), quản lý tài sản (giao dịch xã hội, sử dụng robot, quản lý tài chính cá nhân, dịch vụ ngân hàng và đầu tư), thanh toán (các hình thức thanh toán phi truyền thống, blockchain và tiền điện tử Cryptocurrencies); và các nội dung Fintech khác (bảo hiểm, công cụ tìm kiếm và so sánh, nền tảng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin). Theo Diễn đàn kinh tế thế giới WEF, những lĩnh vực hoạt động chính của Fintech gồm: (i) Thanh toán; (ii) Huy động vốn; (iii) Cho vay; (iv) Đầu tư và quản lý tài sản; (v) Bảo hiểm; (vi) Blockchain và các ứng dụng; (vii) Các công nghệ hỗ trợ hoạt động tài chính - ngân hàng (Nhận biết khách hàng điện tử (e-KYC), thông tin/xếp hạng tín dụng...) (WEF, 2017). Theo DBS & EY (2016), Fintech gồm (i) dữ liệu tài chính và phân tích; (ii) phần mềm tài chính; (iii) các quá trình được số hóa; (iv) nền tảng cho thanh toán. Theo ADB (2017), Fintech gồm năm lĩnh vực ưu tiên là: (i) định danh khách hàng điện tử e-KYC; (ii) Blockchain; (iii) thanh toán (Payment); (iv) công nghệ mã nguồn mở Open APIs; và (v) cho vay ngang hàng (peer-to-peer lending)



Fintech chính là các cách thức mà các doanh nghiệp start-up tập trung vào công nghệ có thể phát triển các sản phẩm tài chính ngân hàng mới, hoặc cung cấp cách thức mới để tiếp cận khách

hàng khi cung cấp các sản phẩm tài chính ngân hàng. Fintech chính là một ngành công nghệ tài chính, tập trung vào các ứng dụng, quy trình, sản phẩm hoặc mô hình kinh doanh mới với một số hoặc nhiều dịch vụ tài chính bổ sung, dưới dạng quy trình trực tiếp giữa người cung cấp dịch vụ và khách hàng thông qua Internet.

II. Xu hướng phát triển và kỳ vọng của fintech trong thời gian tới.

❖ Xu hướng phát triển chung

- Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ đang làm thay đổi khu vực tài chính, giúp tăng cường khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính theo những cách thức sâu sắc, toàn diện hơn. Nghiên cứu mới đây của Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) cho thấy Fintech đã góp phần nâng cao tài chính toàn diện (financial inclusion) và có khả năng góp phần tích cực cho phục hồi, tăng trưởng kinh tế trong và sau khủng hoảng.

Fintech tiếp tục thúc đẩy các mô hình kinh doanh và lĩnh vực kinh doanh mới trong ngành dịch vụ tài chính. Thời gian qua, các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực Fintech đã tập trung vào các công nghệ đột phá để thâm nhập vào chuỗi giá trị dịch vụ tài chính. Theo thống kê của PwC (2020), các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực này đã thành công trong việc cung cấp dịch vụ tài chính với trải nghiệm khách hàng tốt hơn, tiện lợi hơn và mức giá rẻ hơn. Tác động của các công ty khởi nghiệp Fintech tới chuỗi giá trị dịch vụ tài chính có sự khác biệt giữa các quốc gia do các rào cản pháp lý gia nhập thị trường, mức độ phát triển của hệ sinh thái Fintech ở các quốc gia tương đối khác nhau. Nhu cầu của khách hàng đối với các dịch vụ ngân hàng và quản lý tài chính ngày càng lớn, mở ra cơ hội cho cả các tổ chức tài chính truyền thống và các công ty Fintech.

Mặc dù có quy mô tương đối nhỏ so với các dịch vụ tài chính truyền thống, các dịch vụ tài chính số đang có tốc độ tăng trưởng nhanh tại nhiều quốc gia và khu vực, thậm chí ở cả những nơi mà tài chính toàn diện truyền thống đang chững lại hoặc giảm sút, đặc biệt là tại châu Phi và châu Á. Các bằng chứng cho thấy, Fintech (bao gồm cả mobile money), có thể giúp người dân và doanh nghiệp duy trì, thậm chí tăng cường tiếp cận các dịch vụ tài chính. Ngoài ra, tài chính số cũng giúp bổ khuyết cho các dịch vụ tài chính truyền thống tại những nơi mà việc cung cấp các dịch vụ truyền thống ít hiện diện. Không chỉ làm thay đổi cách cung cấp các dịch vụ tài chính, Fintech đem lại nhiều lợi ích như giao dịch nhanh hơn, hiệu quả hơn, chi phí thấp hơn, yêu cầu ít hơn hoặc không cần tài sản thế chấp cho cấp tín dụng... Các dịch vụ tài chính số do đó cũng dễ dàng vươn tới các đối tượng hộ gia đình thu nhập thấp, doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs).

Trong bối cảnh chính phủ các nước thực hiện các biện pháp giãn cách xã hội, kiểm soát dịch bệnh do COVID-19, các dịch vụ tài chính số có được những cơ hội mới để thúc đẩy tài chính toàn diện. Thực tế cho thấy, Fintech đang đóng vai trò quan trọng giảm thiểu tác động của COVID-19 với việc tạo thuận lợi cho triển khai các giải pháp tài khóa kịp thời, hiệu quả tới người thụ hưởng, thậm chí cả các đối tượng không được tiếp cận dịch vụ ngân hàng. Bằng cách giảm và loại bỏ các tương tác vật lý và việc sử dụng tiền mặt, Fintech giúp các chính phủ cung cấp các gói hỗ trợ nhanh chóng, an toàn tới người dân, doanh nghiệp. Tại các nước mà việc tiếp cận dịch vụ ngân hàng bị hạn chế, mobile money đang được sử dụng để thực hiện chuyển tiền cứu trợ của chính phủ (như Namibia, Peru, Uganda, Zambia). Một số công ty Fintech cũng tham gia đáp ứng yêu cầu thanh khoản cho

SMEs, như tại Trung Quốc, hoặc cung cấp các khoản vay ưu đãi cho người vay bị tác động bởi dịch bệnh như Ấn Độ, Kenya, Vương quốc Anh.

Bên cạnh đó, nghiên cứu của IMF cũng cho thấy Fintech đang góp phần giảm bất bình đẳng về giới trong tiếp cận tài chính, khi khoảng cách về giới trong tài chính toàn diện số có xu hướng thấp hơn so với tài chính toàn diện truyền thống tuy còn có sự khác biệt giữa các nước và khu vực do những trở ngại về tập quán văn hóa, xã hội, kiến thức, hiểu biết về tài chính và khả năng tiếp cận các nguồn lực (điện thoại di động, internet,..).

Các số liệu phân tích tại 52 nền kinh tế thị trường mới nổi và đang phát triển (EMDEs) trong giai đoạn từ 2011 - 2018 cho thấy, việc ứng dụng thanh toán số có mối liên hệ rõ ràng, tích cực đối với tăng trưởng, góp phần thu hẹp khoảng cách thu nhập và giảm nghèo. Điều này phù hợp với các kết quả nghiên cứu trước đó của IMF cũng đã khẳng định tài chính toàn diện hỗ trợ tăng trưởng và giảm bất bình đẳng, nâng cao hiệu quả của các chính sách kinh tế vĩ mô. Fintech đã và đang tạo thuận lợi cho người dân và các SMEs tiếp cận tín dụng, mở ra cơ hội cho khu vực dân cư lớn hơn tham gia vào các hoạt động kinh tế chính thức.

❖ Xu hướng phát triển trong thời gian tới đặc biệt với dịch vụ tài chính ngân hàng

Một là, Fintech làm thay đổi hoạt động cung ứng dịch vụ tài chính ngân hàng

Hầu như tất cả các loại hoạt động tài chính, từ ngân hàng, thanh toán cho đến quản lý tài sản, đang được các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực Fintech (Fintech startup) định hình lại. Cách đây không lâu, mọi người còn đứng đợi xếp hàng tại ngân hàng với phiếu gửi tiền của họ và nhiều hình thức ID. Hiện nay, chúng ta thường không cần phải có mặt, đợi chờ tới lượt được thanh toán và hiếm khi chúng ta cần cung cấp chữ ký. Trên thực tế, khoảng 40% người Mỹ đã không tới ngân hàng hoặc các tổ chức tín dụng (khảo sát chỉ số an ninh ngân hàng trong năm 2017), điều này không đáng ngạc nhiên vì số lượng chi nhánh thực tế đã giảm đáng kể trong 10 năm - 15 năm qua. Điều này là do sự gia tăng ngân hàng trực tuyến. Khách hàng đang sử dụng nhiều nền tảng chăm sóc sức khỏe tài chính khác nhau, cho phép họ thực hiện giao dịch ngân hàng, đầu tư, kinh doanh, bảo hiểm... mà không phải rời khỏi nhà của họ. Trong một không gian sáng tạo như vậy, rõ ràng là những nền tảng mới này sẽ tiếp tục nổi lên và tạo thêm cơ hội việc làm cho các nhà sáng tạo, kỹ sư, người quản lý dự án và nhóm sản phẩm.

Hai là, công nghệ blockchain sẽ trở thành “dòng chảy” quan trọng.

Công nghệ này ban đầu được phát triển như một cách để đảm bảo các giao dịch tiền điện tử. Bởi vì phương pháp khối chuỗi, về cơ bản, cho phép giao dịch an toàn bất cứ điều gì, chẳng hạn như tiền bạc, bất động sản, ý tưởng và thậm chí bản quyền. Blockchain là sổ cái công khai, nhưng cũng có khóa truy cập được mã hóa. Do tính năng bảo mật tiên tiến của nó, nhiều công ty dịch vụ tài chính đang tìm kiếm các phương pháp để thực hiện công nghệ này trong các tổ chức của họ. Công nghệ blockchain được cho là sẽ phát triển mạnh mẽ và hoàn toàn có thể là cuộc cách mạng cho ngành dịch vụ tài chính.

Ba là, nhiều loại công nghệ di động được áp dụng

Một nghiên cứu gần đây của Google cho thấy 82% người dùng điện thoại thông minh chuyển sang thiết bị di động của họ để đưa ra quyết định về sản phẩm. Giống như nhiều ngành công nghiệp khác, ngành Tài chính đang được thúc đẩy bởi công nghệ di động và đang trở nên tập trung vào khách hàng hơn. Xu hướng sử dụng điện thoại di động trong ngân hàng dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong những năm tới.

Bốn là, thế hệ Gen Y định hình lại nơi làm việc

Lực lượng lao động hàng năm đang chuyển dịch “văn hóa” làm việc theo hướng “thích nghi để sống sót”. Họ phải thích nghi dần với điều kiện làm việc luôn linh hoạt, thích nghi với công nghệ tiên tiến và năng động hơn. Chất lượng, sáng tạo là rất quan trọng đối với ngành công nghiệp Fintech, vì thế việc thu hút và giữ lại thế hệ nhân viên mới sẽ là chìa khóa để cung cấp các chiến lược dài hạn. Gần đây, người lao động có thể làm việc từ xa mà không cần đến công sở, và tư duy sáng tạo đang trở thành tiêu chuẩn.

Năm là, đồng tiền kỹ thuật số và vật chất

Không có cơ sở rõ ràng nào để cho rằng đồng tiền vật chất trở nên lỗi thời trong một vài năm tới, cũng như việc sử dụng đồng tiền kỹ thuật số tăng lên, chẳng hạn như Bitcoin. Mặc dù Bitcoin không được hỗ trợ bởi bất kỳ chính phủ nào hoặc được công nhận là tiền lưu thông chính thuộc bất kỳ quốc gia nào, nhưng nó đang được nhiều người, nhiều tổ chức giao dịch. Với ngành công nghiệp Fintech, không gian tài chính truyền thống sẽ nhanh chóng bị thay đổi. Và đồng tiền kỹ thuật số nói chung sẽ tác động nhiều tới công tác điều hành chính sách tiền tệ của các Ngân hàng Trung ương trên thế giới.

Sáu là, những thách thức xung quanh vấn đề an ninh, riêng tư và niềm tin

Các công ty dịch vụ ngân hàng và tài chính trong lịch sử đã do dự khi thực hiện các công nghệ mới bởi quan ngại về các vi phạm về quyền riêng tư và bảo mật. Điều quan trọng là tìm cách tốt nhất để cân bằng bảo mật và tuân thủ cùng với các công nghệ mới này trước khi thêm chúng vào hệ thống. Trong năm 2017, ngành công nghiệp Fintech đã có sự thay đổi đáng kể đối với việc xác thực cá nhân, chẳng hạn như quét móng mắt và nhận diện khuôn mặt - iPhone X mới phát triển theo xu hướng này. Rõ ràng, điều duy nhất giữ lại những đổi mới và công nghệ mới là an ninh.

III. Các tác động của fintech tới dịch vụ tài chính- ngân hàng và người tiêu dùng.

❖ Tác động của Fintech tới ngành tài chính- ngân hàng.

Cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ, Fintech đang làm thay đổi sâu sắc bộ mặt của ngành công nghiệp tài chính. Dưới đây là một số tác động nổi bật của Fintech:

Cho vay/gọi vốn cộng đồng

Một trong những ngành có lợi nhuận cao nhất trong ngành tài chính là lĩnh vực cho vay. Hầu hết các tổ chức tài chính sử dụng các mô hình sẵn có để tạo ra những mô hình mới phù hợp hơn với mô hình kinh doanh và đạt được mục tiêu lợi nhuận. Ngân hàng đóng vai trò trung gian giữa những cá nhân, tổ chức có tiền tiết kiệm với những cá nhân, tổ chức thiếu nguồn vốn bổ sung với hoạt động chính là chuyển tiết kiệm thành đầu tư để sinh lời đồng thời chấp nhận một phần rủi ro trong giao dịch. Fintech đang thay đổi mô hình kinh doanh này với sự xuất hiện của các khoản cho vay ngang

hàng trực tuyến (P2P) loại bỏ hoàn toàn trung gian và kết nối trực tiếp cả hai bên giữa người cho vay và người đi vay nhằm mục đích giảm chi phí trong quá trình vay mượn. Loại hình cho vay này đã trở nên phổ biến trong vài năm qua và được rất nhiều tổ chức doanh nghiệp đặc biệt là doanh nghiệp có quy mô nhỏ áp dụng.

Thanh toán

Một vai trò quan trọng khác của các ngân hàng là tạo điều kiện thuận lợi cho việc chuyển tiền giữa các bên. Fintech đang nỗ lực cung cấp các điều khoản tốt hơn khi thực hiện chuyển tiền giữa các cá nhân, tổ chức. Sự phát triển đáng chú ý nhất là trong các khoản thanh toán nội địa và quốc tế. Một số công ty Fintech như Paypal, TransferWise, và Stripe đang từng bước tạo ra sự dễ dàng và nhanh chóng trong quá trình chuyển tiền và thanh toán. Sự đổi mới của các dịch vụ như M-Pesa - giải pháp ngân hàng di động để thanh toán nội địa đã làm thay đổi cách mọi người gửi tiết kiệm và thanh toán. Là một khách hàng, bạn cũng có thể xác định dịch vụ nào tốt nhất, phù hợp nhất bằng cách sử dụng các dịch vụ như WireCompare.

Mua sắm trực tuyến

Trong khi hình thức kinh doanh bán lẻ chịu ảnh hưởng tiêu cực và phải thu hẹp quy mô, các cửa hàng trực tuyến lại ngày càng được mở rộng và thu hút được số lượng lớn khách hàng. Chính xác mà nói, khách hàng bị hấp dẫn bởi trải nghiệm mua sắm trực tuyến không chỉ vì khả năng nhanh chóng mà còn là sự an toàn mà nó mang lại. Khi mọi người được thông tin nhiều hơn về hình thức lừa đảo trực tuyến, họ sẽ tìm cách có thể mua và bán hàng hóa mà không phải lo sợ bị lừa mất tiền. Hình thức chợ trực tuyến chỉ phát triển khi có càng nhiều lượt người truy cập trực tuyến, do đó, các công ty như Stripe và PayPal đang tìm cách xây dựng môi trường an toàn nhất có thể phục vụ khách hàng trong quá trình mua bán như dịch vụ Flint và WePay hỗ trợ thanh toán từ khu vực bán lẻ

Tạo điều kiện để thanh toán nhanh chóng

Để phát triển, các doanh nghiệp cần thu hồi các hóa đơn nợ đúng hạn, đúng theo quy định. Việc tích lũy nợ xấu chính là một trong những nguyên nhân khiến nhiều doanh nghiệp phát triển trì trệ do thiếu vốn quay vòng sản xuất. Khi không thể giải quyết ổn thỏa các hóa đơn, chủ doanh nghiệp phải tìm mọi cách khác để thanh toán cho chủ nợ. Điều này đồng nghĩa với việc doanh nghiệp sẽ mất khả năng tạo lợi nhuận, có thể phải ngừng hoạt động sản xuất và đóng cửa bất cứ lúc nào. Với mục tiêu giảm thiểu tối đa các khoản nợ xấu, nhiều công ty như Invoice Ninja đang nỗ lực trợ giúp các doanh nghiệp nhỏ thu hồi các khoản nợ để tăng doanh thu hằng tháng. Bằng cách lập hóa đơn và yêu cầu người nợ trả đúng hạn, doanh nghiệp không chỉ có vốn để quay vòng sản xuất mà còn tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh và sinh lời.

❖ Tác động của Fintech tới người tiêu dùng.

- Đối với khách hàng, fintech tạo ra nhiều cơ hội trải nghiệm mới và giúp khách hàng giao dịch thuận tiện hơn (Devadevan, 2013). Thật vậy, fintech có thể giúp khách hàng trải nghiệm các dịch vụ ngân hàng trên thiết bị di động, chẳng hạn như điện thoại di động và máy tính bảng. Do đó, khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngân hàng ở mọi nơi, thay vì phải đến quầy giao dịch truyền thống (Kim và cộng sự, 2016).

- Vì vậy, có thể nói dịch vụ fintech đóng vai trò rất quan trọng trong lĩnh vực ngân hàng (Kim và cộng sự, 2016; Fuster, Plosser, Schnabl, & Vickery, 2019), đồng thời mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng (Salmony, 2014; Chen, Wu & Yang, 2019). Để nâng cao chất lượng dịch vụ fintech trong lĩnh vực ngân hàng, điều quan trọng là phải xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ fintech của khách hàng. Bởi lẽ, khi gia tăng ý định sử dụng dịch vụ fintech của khách hàng, ngân hàng sẽ mở rộng thị phần và nâng cao hiệu quả hoạt động. Đối với ý định của khách hàng, đây có thể được hiểu là sự sẵn sàng của dịch vụ trong tương lai. Ý định có thể giải thích 70% hành vi dịch vụ khách hàng thực tế (Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003)

- Đặc biệt, hầu hết các công ty fintech đang cung cấp cho khách hàng các công cụ thanh toán trực tuyến (như Onepay, 123 Pay, Vina Pay hay MoMo). Ngoài ra, một số công ty fintech đang cung cấp dịch vụ chuyển tiền (chẳng hạn như Matchmove, Cash2vn hoặc Trung tâm chuyển tiền), huy động vốn cộng đồng (chẳng hạn như FundStart hoặc Comiloca) và cho vay trực tuyến (chẳng hạn như LoanVi hoặc Tima). Với xu hướng phát triển fintech ngày càng mạnh mẽ, Việt Nam đã và đang thu hút nhiều nhà đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực này. Chẳng hạn, đầu năm 2018, Lotte Card (thuộc Tập đoàn Lotte của Hàn Quốc) đã chi gần 1.700 tỷ đồng để mua lại Techcom Finance từ Techcombank Việt Nam. Hiện công ty này (Lotte Finance) đang cung cấp dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Việt Nam.

- Họ sẽ có nhiều lựa chọn hơn khi tiếp cận dịch vụ ngân hàng, tiết kiệm được nhiều thời gian và tăng hiệu quả khi sử dụng dịch vụ ngân hàng.

IV. Giải pháp bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam.

Dựa trên nghiên cứu lý luận về bảo vệ người tiêu dùng tài chính bao gồm: (1) Các nguyên tắc cấp cao của G20 về bảo vệ người tiêu dùng tài chính (OECD, 2012); (2) Các thông lệ tốt về bảo vệ người tiêu dùng tài chính (WB, 2017) kết hợp với nghiên cứu thực tiễn các mô hình quản lý khác nhau về bảo vệ người tiêu dùng trên thế giới để đưa ra các giải pháp phù hợp giúp khách hàng có cơ hội và những thuận lợi trong việc sử dụng:

(1) Thành lập cơ quan chuyên trách chịu trách nhiệm bảo vệ người tiêu dùng tài chính và cơ quan giám sát tuân thủ.

Hiện nay, tại Việt Nam, Bộ Công Thương chịu trách nhiệm trong các vấn đề về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng nói chung. Tuy nhiên, Cục Quản lý cạnh tranh của Bộ này quản lý đối với tất cả các lĩnh vực ngành nghề và không có một bộ phận riêng chịu trách nhiệm quản lý giám sát đối với bảo vệ người tiêu dùng tài chính dẫn đến việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính không được thực hiện một cách hiệu quả. Ngành tài chính là một lĩnh vực đặc thù liên quan đến sự lưu thông tiền tệ quốc gia. Khi lĩnh vực này có những diễn biến không tốt ngay lập tức có thể ảnh hưởng đến nền kinh tế và các chính sách kinh tế vĩ mô. Chính vì vậy, nhu cầu cần có một cơ quan chuyên trách, chịu trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực này là thực sự cần thiết. Để thực sự có quyền năng thực thi việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính, cơ quan này cần phải có thẩm quyền nhất định, hoạt động khách quan và độc lập, có đủ quyền lực, nguồn lực và năng lực trong việc giám sát và chịu trách nhiệm đề xuất các chính sách về bảo vệ người tiêu dùng tài chính. Bên cạnh đó, cơ quan này nên có quyền hợp tác với các cơ quan giám sát dịch vụ tài chính quốc tế để thường xuyên nắm bắt

và cập nhật được những vấn đề mới của thị trường tài chính, từ đó đi đầu trong việc điều chỉnh các quy định ở trong nước cho phù hợp hoặc giúp điều tiết các giao dịch tài chính mang tính quốc tế hoặc xuyên biên giới một cách thuận lợi. Cơ quan chuyên trách này sẽ chịu trách nhiệm xây dựng hệ thống các quy định và cơ chế bảo vệ người tiêu dùng tài chính phù hợp.

(2) Thành lập Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng tài chính

Việt Nam có Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng mới được thành lập năm 2018 (trên cơ sở tách ra từ Hội Tiêu chuẩn và Bảo vệ người tiêu dùng Việt Nam). Đây là một tổ chức chính trị xã hội, được thành lập nhằm mục đích bảo vệ người tiêu dùng nói chung trong tất cả các lĩnh vực. Ngoài Hiệp hội này, Việt Nam cũng nên thành lập Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng tài chính hoạt động độc lập; để thực hiện các mục tiêu bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực này. Hiệp hội này vừa có thể là tổ chức cung cấp các kiến thức tài chính đến người tiêu dùng, giúp nâng cao giáo dục tài chính cho người tiêu dùng, đồng thời cũng là kênh đầu tiên tiếp nhận thông tin về những rủi ro của người tiêu dùng tài chính mang tính thời sự.

Ngoài ra, Hiệp hội bảo vệ người tiêu dùng tài chính có thể thực hiện các trách nhiệm như: (1) Hướng dẫn, giúp đỡ, tư vấn người tiêu dùng khi có yêu cầu; (2) Đại diện người tiêu dùng khởi kiện hoặc tự mình khởi kiện vì lợi ích công cộng; (3) Cung cấp cho cơ quan quản lý nhà nước về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng thông tin về hành vi vi phạm pháp luật của tổ chức kinh doanh trong lĩnh vực tài chính; (4) Độc lập khảo sát, thử nghiệm; công bố kết quả khảo sát, thử nghiệm chất lượng hàng hóa, dịch vụ do mình thực hiện; thông tin, cảnh báo cho người tiêu dùng rủi ro của các dịch vụ tài chính mới, đặc biệt là các dịch vụ tài chính được cung cấp khi cơ quan nhà nước chưa kịp có văn bản hướng dẫn và chịu trách nhiệm trước pháp luật về việc thông tin, cảnh báo của mình; kiến nghị cơ quan nhà nước có thẩm quyền xử lý vi phạm pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính; (5) Tham gia tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật và kiến thức tiêu dùng tài chính...

(3) Thiết lập khung pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng tài chính.

Khung pháp lý liên quan bảo vệ người tiêu dùng tài chính của các nước trên thế giới gồm Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính và các văn bản hướng dẫn kèm theo. Khi xây dựng Luật Bảo vệ người tiêu dùng tài chính, một số vấn đề quan trọng cần lưu ý như sau:

- Một là, cần có quy định về cơ chế giải quyết khiếu nại đối với người tiêu dùng tài chính. Các quy định pháp lý cần đảm bảo rằng người tiêu dùng có quyền truy cập vào các cơ chế xử lý khiếu nại của tổ chức tài chính và các khiếu nại cần được giải quyết đầy đủ. Theo đó các nhà cung cấp dịch vụ tài chính cần xây dựng các cơ chế xử lý khiếu nại và công khai với khách hàng.

- Hai là, cần có quy định về trách nhiệm của tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính trong vấn đề bảo mật thông tin khách hàng trước bên thứ ba. Thông tin tài chính và cá nhân của người tiêu dùng cũng cần được bảo vệ bởi một cơ chế quản lý chặt chẽ. Cần xác định rõ mục đích của việc thu thập, xử lý, lưu trữ và sử dụng dữ liệu hay công khai cho bên thứ ba và người tiêu dùng cũng có quyền được thông báo về việc dữ liệu của mình được chia sẻ, tiếp cận, chỉnh sửa hoặc xóa bỏ các thông tin không chính xác.

- Ba là, có chế tài yêu cầu các tổ chức tín dụng thực hiện các cam kết về vấn đề đối xử công bằng và bình đẳng, công khai và minh bạch thông tin với mọi đối tượng người tiêu dùng tài chính.

- Bốn là, khung pháp lý về bảo vệ người tiêu dùng tài chính cần nhấn mạnh và yêu cầu các nhà cung cấp dịch vụ tài chính hoạt động có trách nhiệm. Trách nhiệm của nhà cung cấp dịch vụ tài chính không chỉ giúp bảo vệ người tiêu dùng tài chính khỏi các gian lận và rủi ro đạo đức mà còn giúp chính bản thân các tổ chức tài chính phát triển một cách bền

Đề đạt hiệu quả và thống nhất trong toàn hệ thống tài chính, vấn đề hoạt động có trách nhiệm của các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính cần được thường xuyên giám sát bởi các cơ quan chức năng có thẩm quyền. Theo OECD (2019), tại Bồ Đào Nha, Ngân hàng Trung ương yêu cầu các tổ chức tài chính trong suốt giai đoạn trước khi ký hợp đồng, thông tin cung cấp cho khách hàng phải đầy đủ kịp thời qua kênh internet hoặc mạng di động. Ngân hàng Trung ương Bồ Đào Nha có cơ chế giám sát thường xuyên để xác định cơ chế cung cấp thông tin tới khách hàng có đầy đủ và hiệu quả, đánh giá quy trình ký hợp đồng trên các kênh kỹ thuật số so với các phương tiện khác để làm rõ những nghi ngờ và thắc mắc của khách hàng. Các công cụ hỗ trợ khách hàng có thể là những cảnh báo, ghi chú, các câu hỏi thường gặp (FAQs), hỗ trợ điện thoại miễn phí, chatbox.

(4) Tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính xây dựng các quy định nội bộ về việc công khai minh bạch thông tin với khách hàng

Các nhà cung cấp dịch vụ tài chính cần cung cấp cho người tiêu dùng tài chính các thông tin chính quan trọng liên quan đến lợi ích, rủi ro và các điều khoản của sản phẩm. Cụ thể, cần cung cấp các thông tin trọng yếu của sản phẩm, và trước khi ký hợp đồng, trong suốt giai đoạn khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính của tổ chức cung cấp, bất cứ khi nào có sự thay đổi, phát sinh mới, tổ chức tài chính phải cung cấp thông tin cần thiết và kịp thời cho khách hàng. Tất cả các tài liệu quảng cáo về các sản phẩm tài chính phải chính xác, trung thực, dễ hiểu, không gây hiểu lầm. Việc cung cấp thông tin giúp cho khách hàng đánh giá được những lợi ích và rủi ro đi kèm khi ký kết hợp đồng, đảm bảo khách hàng có những biện pháp chấp nhận rủi ro nếu ký hợp đồng.

Theo OECD (2019), các nước phát triển đều có quy định tương tự. Ví dụ quy định của Ngân hàng trung ương Ý về minh bạch các điều khoản của hợp đồng cung cấp dịch vụ tài chính được áp dụng ngay cả khi các sản phẩm tài chính được cung cấp qua kênh số hoá. Hơn nữa, các quy định này còn yêu cầu thông tin đó phải dễ tiếp cận trên website của nhà cung cấp sản phẩm dịch vụ tài chính và phải có sẵn, có thể tải về.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

FinTech and the transformation of the financial industry

Truy cập tại <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-018-0310-9>

(ADB (2016), Moving towards greater financial inclusion: An assessment of the Vietnam case, Internal Report of ADB TA 8587-VIE on Supporting Microfinance Development Program.

ADB (2017), Fintech Vietnam Ecosystem Report, Internal Report of Mekong Business Initiative project.)

Tạp chí thị trường tài chính tiền tệ.Truy cập tại <https://thitruongtaichinhvientien.vn/fintech-va-nhung-tac-dong-toi-thi-truong-dich-vu-tai-chinh-viet-nam-28458.html>

Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia "cách mạng công nghiệp 4.0 và những đổi mới trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng"-T53)
[file:///C:/Users/Admin/Documents/KY%20YEU%20CMCN%204.0%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Documents/KY%20YEU%20CMCN%204.0%20(1).pdf)

Fintech and Banking: Evidence from Vietnam.Truy cập tại:<https://www.koreascience.or.kr/article/JAKO202026061031336.page>

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI VAY TÍN DỤNG TIÊU DÙNG: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Huỳnh Nguyễn Anh Huy⁴⁶ - Ngân hàng Kiên Long, ThS. Trần Thùy Nhung⁴⁷ - Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh

Tóm tắt

Trong bối cảnh công nghiệp 4.0, tốc độ phát triển và cải tiến công nghệ tăng vọt đã kéo theo sự thay đổi liên tục của các loại hình lừa đảo tài chính, các hoạt động “tín dụng đen” xảy ra tại nhiều địa phương, gây ảnh hưởng đến an ninh, trật tự với thủ đoạn rất tinh vi, phức tạp. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động tín dụng tiêu dùng hợp pháp của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Mặt khác, việc sử dụng Internet ngày càng tăng ở Việt Nam đã tạo động lực và triển vọng phát triển cho thương mại điện tử, làm phong phú thêm nhận thức của khách hàng về thanh toán không tiền mặt và các khoản vay tiêu dùng. Tham luận tập trung phân tích các ảnh hưởng của nhận thức cũng như ngoại vi đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng của khách hàng, đặc biệt là nhóm đối tượng 18-55. Theo đó, các yếu tố tác động quyết định vay tín dụng tiêu dùng ở Việt Nam được xem xét bằng mô hình cấu trúc mạng SEM gồm: nhóm nhận thức cá nhân, nhóm nhân khẩu học và các yếu tố đánh giá liên quan đến tổ chức tín dụng. Mô hình giả thuyết được đề xuất dựa trên lý thuyết về hành vi có kế hoạch, loại bỏ tính vô thức và tiền nhận thức của hành vi. Các khuyến nghị được trình bày trong nghiên cứu này có thể hỗ trợ ngân hàng thương mại hoạch định chiến lược tiếp thị, giới hạn các nhân tố tiêu cực có thể xảy ra trong quy trình ra quyết định vay của khách hàng. Từ đó gián tiếp thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực thương mại điện tử và tài chính cá nhân.

Từ khóa: vay tín dụng tiêu dùng, mô hình SEM, độ tin cậy, mô hình ra quyết định.

Abstract

In the Era of Industry 4.0, the technological development and innovation have encouraged for both the rise of employing internet in the e-commerce and cashless transactions and the continuous update of financial fraud schemes. On the one hand, the rapid surge of Internet users in Vietnam appears to contribute the profound effects for the evolution of e-commerce and enriching the customers' perception of digital payments and credit card, which tends to increase the volume of consumer loans. Furthermore, the occurrence of usury (known as "black credit") with sophisticated and complex models in a mass of localities has dramatically affected the national security and social order. This also significantly impacts the legal consumer credit activities of Vietnamese commercial banks system. The paper focuses on analyzing the effects of perception as well as peripherals on the customers' credit decision for shopping consumption, especially the for the group age from 18 - 55. Accordingly, the factors, which affected the decision to patronage decision for purchasing in Vietnam, are considered by the SEM structural equation model, including the individual cognitive group, the demographic group, and the evaluation factors related to the credit organizations. The proposed hypothetical model is based on the planned behavior theory while eliminating the unconscious and precognitive nature of the behavior. The final recommendations presented in this

⁴⁶ huyhuynhbuh@gmail.com

⁴⁷ thuyhung.tr@gmail.com / tnhung@hcmulaw.edu.vn

study might assist the commercial banks in planning marketing strategies, limiting the negative factors occurred in the loan decision-making process to customers. Therefore, it might path the way to promote the enhancement of e-commerce and personal finance system.

Keywords: *consumer credit lending, SEM, reliability, decision-making model.*

1. Giới thiệu

Theo kết quả nghiên cứu của Viện chiến lược ngân hàng, hiện có gần 16 triệu người Việt Nam thoả mãn các điều kiện cơ bản về độ tuổi và thu nhập để trở thành khách hàng của tín dụng tiêu dùng (TDTD). Người dân đang chuyển đổi hành vi từ tiết kiệm sang mua sắm nhiều hơn. Kết quả là cùng với sự phát triển kinh tế, tỷ trọng tiêu dùng cá nhân trong tổng GDP của Việt Nam liên tục tăng nhanh từ 52,5% (năm 2005) lên gần 70% GDP năm 2018. Dự đoán trong 6 năm tới, tỷ trọng này vẫn chiếm trên 65% với tốc độ tăng trưởng doanh thu tiêu dùng bình quân trên 10%/năm (Nguyễn, 2019). Bên cạnh đó, theo Chỉ thị 01/2019/CT-NHNN về tổ chức thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm của ngành Ngân hàng trong năm 2019, mục tiêu phát triển các sản phẩm tín dụng tiêu dùng lành mạnh, yêu cầu các tổ chức tín dụng (TCTD) phải nghiên cứu bố trí nguồn vốn cần thiết để phát triển các gói sản phẩm cho vay tiêu dùng đáp ứng nhu cầu phục vụ đời sống chính đáng của người dân (Chính phủ, 2019).

Bất cứ một nền kinh tế nào thì vai trò của tiêu dùng đối với tăng trưởng cũng rất quan trọng. Ở các nước phát triển, tín dụng tiêu dùng tập trung vào các nhu cầu như mua sắm nhà cửa, mua xe... Một trong những động lực tăng trưởng của các nước thường đo bằng chỉ số niềm tin và tiêu dùng. Nếu tiêu dùng của người dân trong thị trường phát triển sẽ lan tỏa niềm tin đến các lĩnh vực khác và nền kinh tế sẽ tăng trưởng. Tóm lại, tín dụng tiêu dùng đóng vai trò như cú hích lớn cho nền kinh tế quốc gia. Nếu như không nhận được sự trợ giúp dòng tiền từ ngân hàng và các CTTC thì nền sản xuất sẽ khó phát triển. Ở Việt Nam, trong vòng 5 năm trở lại đây, TCTD phát triển mạnh, chiếm khoảng 18-20% tổng dư nợ toàn nền kinh tế và có nhiều triển vọng tăng trưởng trong giai đoạn tới (Trương Văn Phước, 2021). Thông thường, các nhà nghiên cứu kinh tế trên thế giới cũng đưa ra chỉ báo, hướng dẫn một nền kinh tế phát triển thì tỉ lệ cho vay tiêu dùng chiếm khoảng 1/3 - tương ứng với khoảng 30% tổng dư nợ tín dụng là phù hợp. Trong khi đó, con số này ở Việt Nam hiện vẫn ở mức khá thấp và còn rất nhiều cơ hội để tăng trưởng, khi được nhìn nhận, đánh giá và điều tiết tốt.

Hiện nay, ở nước ngoài và tại Việt Nam đã có rất nhiều nghiên cứu về lĩnh vực ngân hàng như: nghiên cứu của Li và cộng sự (2021), Ray và cộng sự (2021), Gingham và Srivastava (2020), Khatoon và cộng sự (2020), Alibaity và Rahman (2019), Huỳnh Thị Tuyết Lê (2018), Nguyễn Ngọc Tâm (2016)... Tuy nhiên, tất cả các nghiên cứu này chủ yếu nghiên cứu về ý định sử dụng dịch vụ chung của ngân hàng, hoặc internet banking, mobile banking, electronic banking, ví rút tiền không dùng thẻ, ý định gửi tiết kiệm... Bên cạnh đó, một số nghiên cứu khác như: Lương Thị Hàm Mi (2020), Phạm Thị Thảo My (2020), Nguyễn Phước Minh (2019)... chủ yếu phân tích về tín dụng tiêu dùng và rủi ro của tín dụng tiêu dùng trên địa bàn Hà Nội, Cần Thơ, Đồng Tháp. Vì thế, bài viết “Các yếu

tổ ảnh hưởng đến hành vi vay tín dụng tiêu dùng: Nghiên cứu thực nghiệm tại Thành phố Hồ Chí Minh” là một nghiên cứu có thể bổ sung vào các khoảng trống nghiên cứu trước đó.

2. Tổng quan nghiên cứu liên quan và cơ sở lý luận

2.1. Tổng quan các nghiên cứu liên quan

Việc nghiên cứu hành vi vay tín dụng tiêu dùng vốn không thể tách ra khỏi hệ thống nghiên cứu mô hình hành vi và ra quyết định của khách hàng (Kamleitner & Kircher, 2007). Vì vậy, nhìn chung, các nghiên cứu hành vi vay tín dụng tiêu dùng có thể được chia thành hai nhánh chính, gồm hành vi vay nằm trong mô hình ra quyết định và hành vi vay dưới góc độ các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các tổ chức tín dụng. Trong thực tế, vẫn có rất nhiều các đề tài xoay quanh vấn đề tác động của hành vi khách hàng và ứng dụng một số mô hình để đo lường, xác định các nhân tố ảnh hưởng như: mô hình thuyết hành động hợp lý - TRA (Ajzen và Fishbein, 1975), mô hình giá trị khách hàng - RFM (Fader & Lee, 2005), mô hình hành vi có kế hoạch - TPB (Ajzen, 1991), mô hình trải nghiệm và tiếp thu (Hawkins, 1998), mô hình xã hội và chính sách xã hội (Janowitz, 1969), mô hình nhận thức và học tập (Howard, Sheth, 1969)... Các mô hình này dựa trên thái độ, nhận thức kiểm soát hành vi và chuẩn chủ quan của khách hàng trước các động cơ thúc đẩy hành động (Ajzen, 1991), trong đó chuẩn chủ quan là nhận thức của con người về áp lực xã hội và sự cân nhắc để thực hiện hay không thực hiện hành vi nào đó (Gefer và Straub, 2000). Vì chủ yếu phân tích dựa trên nhận thức kiểm soát hành vi nên hầu hết các mô hình này đều được giả định là phản ánh kinh nghiệm quá khứ hoặc các phản xạ với trở ngại thấy trước (Ajzen & Fishbein, 1975). Điều đó sẽ không phù hợp với bối cảnh kinh doanh luôn tiềm ẩn những biến động ngẫu nhiên cũng như tính không chắc chắn trong hành vi phi lý trí của khách hàng. Mặt khác, dưới góc độ đánh giá hiệu quả kinh doanh của tổ chức tín dụng, có thể kể đến các nghiên cứu như *“Vai trò trung gian của sự hài lòng của khách hàng trong mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử và ý định mua hàng của khách hàng: Nghiên cứu ở ngành ngân hàng tại Qatar”* (Khatoun và cộng sự, 2020), *“Ý định sử dụng ngân hàng Hồi giáo: Một nghiên cứu thăm dò để đo lường kiến thức tài chính Hồi giáo”* (Albaity và Rahman, 2019), hay *“Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của người tiêu dùng trẻ tại Ấn Độ”* (Bashir và Madhavaiah, 2014)... đều tập trung phân tích tác động của các nhân tố cụ thể đến sự hài lòng hoặc ý định sử dụng dịch vụ của từng nhóm khách hàng cụ thể, có đặc điểm nhân khẩu học khác biệt với Việt Nam.

Bên cạnh đó, một số nghiên cứu độc lập về quyết định vay tín dụng cũng đem lại một cái nhìn khái quát về hành vi vay như *“Các yếu tố quyết định mục đích vay tín dụng tiêu dùng ở Việt Nam: Áp dụng và Mở rộng Mô hình Chấp nhận Công nghệ”* (Hoàng và cộng sự, 2021), *“Mức lương tối thiểu và tín dụng tiêu dùng: Tác động đến khả năng tiếp cận tín dụng và khoản vay truyền thống và chi phí cao”* (Dettling và Hsu, 2017), *“Sự bất cân xứng về thông tin trong thị trường tín dụng tiêu dùng: Bằng chứng từ cho vay ngắn hạn”* (Dobbie và Skiba, 2013), *“Sự lạc quan không thực tế trong việc sử dụng thẻ tín dụng tiêu dùng”* (Yang, Markoczy & Qi, 2007), *“Sử dụng tín dụng tiêu dùng: một mô hình quy trình và đánh giá lý thuyết”* (Kamleitner & Kirchler, 2007)... Những nghiên cứu này cho thấy ở quy mô khảo sát, có nhiều yếu tố có thể tác động đến quyết định vay của khách hàng, nhưng tập trung vào ba nhóm chính: nhóm yếu tố nhận thức, nhóm yếu tố nhân khẩu học và nhóm

yếu tố ngoại vi. Chính vì vậy, dựa trên những bài viết quan trọng liên quan, tác giả đã quyết định xây dựng mô hình cấu trúc mạng SEM – một dạng mô hình phổ biến trong lĩnh vực tâm lý học, có tính ứng dụng cao trong kinh tế học hành vi, nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tín dụng tiêu dùng hiện nay, đặc biệt là các đối tượng ở địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.

2.2. Cơ sở lý thuyết về hành vi vay tín dụng tiêu dùng

Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp thực hiện một, một số hoặc tất cả các hoạt động ngân hàng. Tổ chức tín dụng bao gồm ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng, tổ chức tài chính vi mô và quỹ tín dụng nhân dân. (Quốc hội, 2010).

Cấp tín dụng là việc thỏa thuận để tổ chức, cá nhân sử dụng một khoản tiền hoặc cam kết cho phép sử dụng một khoản tiền theo nguyên tắc có hoàn trả bằng nghiệp vụ cho vay, chiết khấu, cho thuê tài chính, bao thanh toán, bảo lãnh ngân hàng và các nghiệp vụ cấp tín dụng khác (Quốc hội, 2010). Tuy nhiên trong nghiên cứu này khái niệm Cho vay tiêu dùng được xem xét dựa trên hoạt động công ty tài chính cho vay bằng đồng Việt Nam đối với khách hàng là cá nhân nhằm đáp ứng nhu cầu vốn cho hoạt động mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng của khách hàng, gia đình của khách hàng đó với tổng dư nợ cho vay tiêu dùng đối với một khách hàng tại công ty tài chính đó không vượt quá 100.000.000 đồng. Mức tổng dư nợ quy định tại khoản này không áp dụng đối với cho vay tiêu dùng để mua ô tô và sử dụng ô tô đó làm tài sản bảo đảm cho chính khoản vay đó theo quy định của pháp luật vì các hình thức cấp tín dụng khác không phổ biến trong tiêu dùng.

Tín dụng tiêu dùng (consumer credit) là khái niệm chung dùng để chỉ các khoản tiền cho người tiêu dùng vay để mua hàng hóa và dịch vụ, trừ các khoản tiền cho vay để mua nhà ở. Thông thường người tiêu dùng có thể sử dụng tiền vay để mua bất kỳ hàng hóa gì (tức không bị ràng buộc), nhưng cũng có trường hợp nó gắn với việc mua một hàng hóa cụ thể, ví dụ tín dụng thuê mua (Nguyễn Văn Ngọc, 2006).

Tín dụng tiêu dùng ra đời cùng với sự phát triển của hệ thống ngân hàng. Đây là một hình thức khá phổ biến hiện nay đặc biệt là ở một số nước phát triển trên thế giới. Tuy nhiên hình thức này còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Chúng ta đã quen với việc mua hàng hóa tiêu dùng có giá trị từ vài triệu lên đến vài trăm triệu được trả trực tiếp bằng tiền mặt nhưng việc này là rất hiếm hoi ở nước ngoài. Bởi vì ở nước ngoài việc thanh toán bằng tiền mặt đang bị thay thế dần và nhiều giao dịch hầu hết được thực hiện thông qua hệ thống ngân hàng.

Để tạo điều kiện cho các khách hàng có thể thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng (mua sắm hàng hóa) của mình, các ngân hàng sẽ cho vay tiêu dùng bằng tiền hay hàng hóa. Người được hưởng tín dụng tiêu dùng không phải thế chấp bất cứ một loại tài sản nào mà chỉ cần bằng cách nào đó chứng minh được thu nhập định kỳ. Người vay tín dụng sẽ phải trả một phần gốc và lãi hàng tháng.

Hạn mức tín dụng căn cứ vào thu nhập bình quân của người đó. Thời hạn của tín dụng tiêu dùng thường dưới 5 năm.

Lãi suất tín dụng có thể được tính theo 2 cách: dư nợ giảm dần hay dư nợ gốc (tùy theo từng ngân hàng). Tính lãi theo dư nợ gốc là người vay tín dụng sẽ phải trả một khoản tiền lãi cố định từ

đầu kì cho đến cuối kì tín dụng. Còn tính theo dư nợ giảm dần là người vay sẽ trả tiền lãi căn cứ vào số dư nợ thực tế trên trong từng kì (Thanh Hằng, 2018).

2.3. Thực trạng thị trường tín dụng tiêu dùng tại Việt Nam

Thời gian qua, tình hình tội phạm và vi phạm pháp luật liên quan đến hoạt động “tín dụng đen” xảy ra tại nhiều địa phương, gây ảnh hưởng đến an ninh, trật tự với thủ đoạn rất tinh vi, phức tạp. Các đối tượng lợi dụng mạng viễn thông, Internet, núp bóng các doanh nghiệp có chức năng cho vay tài chính, dịch vụ đòi nợ, kinh doanh cầm đồ, tạo vỏ bọc, đối phó với cơ quan chức năng để tổ chức các hoạt động cho vay không thể chấp, huy động vốn, kinh doanh tài chính, góp vốn, góp tài sản kinh doanh với lãi suất rất cao (từ 100% đến 300%, thậm chí lên đến 700%/năm đối với khoản tiền ở thời điểm vay) nhằm thu lợi bất chính. Thực tế cho thấy, “tín dụng đen” là hình thức cho vay, đi vay hoặc huy động vốn với lãi suất vượt quá mức lãi suất pháp luật quy định, được thực hiện bởi các cá nhân, nhóm người hoặc tổ chức kinh doanh dịch vụ tài chính, thường gắn với các hành vi đòi nợ, chiếm đoạt tài sản trái pháp luật. Chủ nợ thường thuê các băng nhóm tội phạm, đối tượng có tiền án, tiền sự sử dụng vũ khí, hung khí nguy hiểm có thể thực hiện các tội phạm xâm hại đến tính mạng, sức khỏe, nhân phẩm, danh dự, tổn hại về tinh thần và chiếm đoạt, hủy hoại tài sản của người đi vay, gây lo lắng, bức xúc trong nhân dân.

Đề tuyên chiến với “tín dụng đen”, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 12/CT-TTg về tăng cường phòng ngừa, đấu tranh với tội phạm và vi phạm pháp luật liên quan đến hoạt động “tín dụng đen”. Ngay sau đó, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước cũng đã ban hành Quyết định 1178/QĐ-NHNN về kế hoạch hành động của ngành Ngân hàng triển khai Chỉ thị 12/CT-TTg. Tuy việc thực hiện các quy định trên đã có những kết quả nhất định, song để xóa tín dụng đen cũng là thách thức không nhỏ.

Theo số liệu thống kê của Bộ Công an, trong 4 năm qua, trên toàn quốc đã có 7.624 vụ phạm tội liên quan đến tín dụng đen bao gồm 56 vụ giết người, 398 vụ gây thương tích, 629 vụ cướp tài sản, 836 vụ cưỡng đoạt tài sản, 1.809 vụ lừa đảo, 3.581 vụ lạm dụng tín nhiệm, 165 vụ hủy hoại tài sản,... trong đó, có khoảng 170 vụ lừa đảo, lạm dụng liên quan đến việc huy động vốn với lãi suất cao, với số tiền chiếm đoạt lên đến hàng nghìn tỷ đồng (vỡ nợ dây chuyền). Nhiều người dân vay “tín dụng đen” chỉ có cách bán nhà để trả nợ, hoặc bỏ trốn khỏi địa phương, thậm chí vượt biên để trốn thoát khỏi các đối tượng đòi nợ.

3. Thiết kế nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu được thực hiện thông qua hai bước: Nghiên cứu sơ bộ bằng phương pháp định tính và nghiên cứu chính thức bằng phương pháp định lượng. Kết quả thảo luận đã đưa ra 17 biến quan sát dùng để xác định 3 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến hành vi vay trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng. Trong đó, yếu tố cá nhân đại diện bằng khái niệm nhận thức và động cơ có 6 biến quan sát, yếu tố ngoại vi liên quan đến tổ chức tín dụng được thể hiện thông qua các đánh giá về sản phẩm tín dụng, tổ chức tín dụng và tác nhân tiếp thị với tất cả 7 biến quan sát, yếu tố nhân khẩu được khảo sát gồm giới tính, độ tuổi, thu nhập và trình độ học vấn. Bảng hỏi sử dụng thang đo Likert 5 bậc, với bậc 1 là yếu tố không ảnh hưởng, bậc 5 là rất ảnh hưởng. Phương pháp chọn cỡ mẫu theo xác suất được sử dụng trong nghiên cứu này. Với tổng thể mẫu hơn 200,000 tài khoản vay tín dụng tiêu dùng

bình quân cho một Ngân hàng thương mại trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh, sai số tiêu chuẩn là 0.05, cỡ mẫu được xác định như sau:

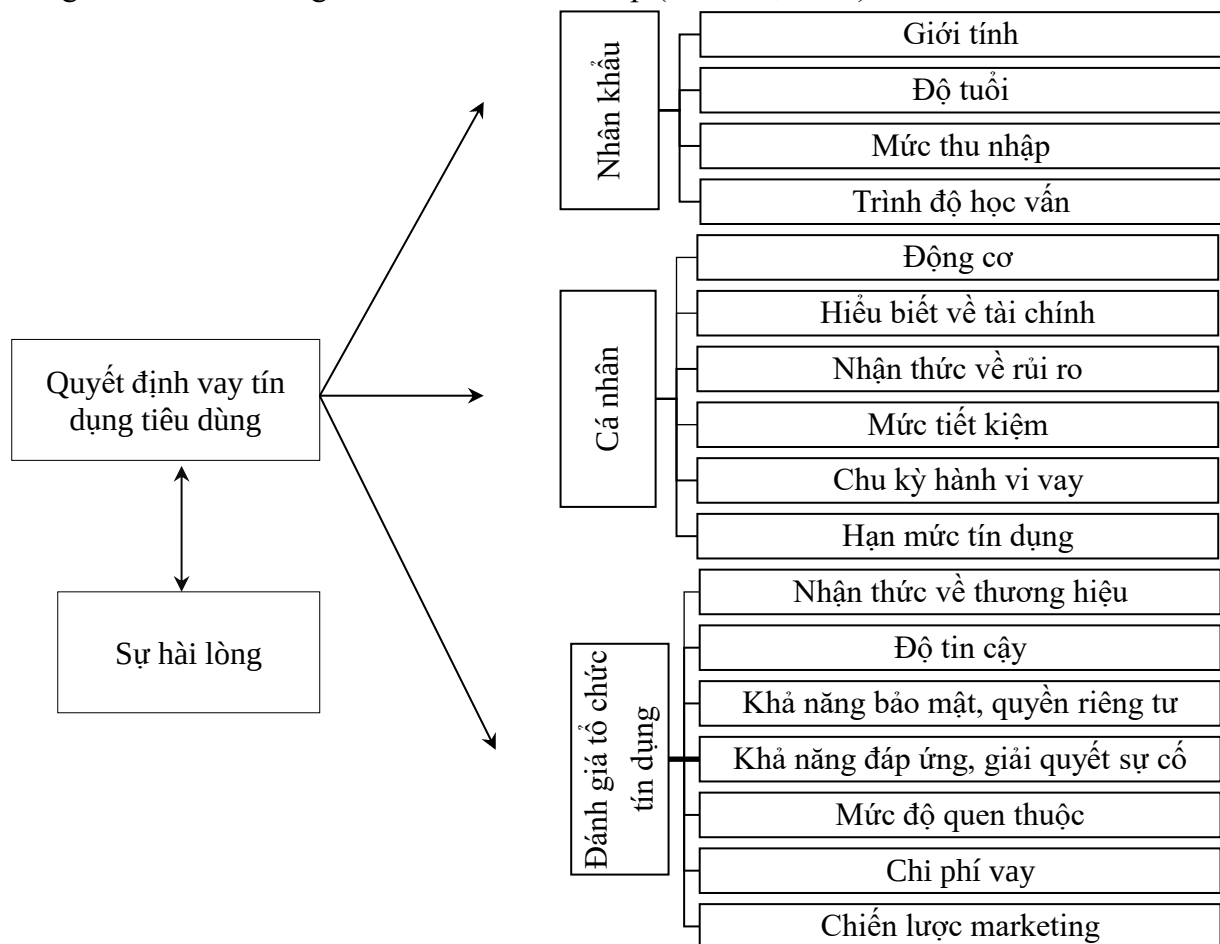
$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{200,000}{1 + 200,000(0.05)^2} = 399$$

Cỡ mẫu này phù hợp với phân tích nhân tố khám phá EFA (cỡ mẫu phải lớn hơn 5 lần số lượng câu hỏi) và gấp đôi mức tối thiểu của một phân tích hồi quy đa biến yêu cầu. Vì vậy, tỷ lệ mẫu thu thập tại ngân hàng đã được phân phối ngẫu nhiên với kích cỡ mẫu tối thiểu là 399. Nghiên cứu định lượng thực tế được thực hiện thông qua khảo sát 500 người vay tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Kiên Long. Số bảng hỏi thu về đạt yêu cầu là 427, trong đó có 195 nam, 232 nữ.

Mô hình SEM được sử dụng để xác định mối quan hệ nhân quả giữa các yếu tố ngoại vi và nội tại đến quyết định mua của khách hàng trực tuyến. Theo đó, phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) đã được sử dụng trong phân tích SEM để xác định số lượng và bản chất của các yếu tố giải thích cấu trúc hiệp phương sai của dữ liệu. Trong khi phương pháp phân tích yếu tố khẳng định CFA xem xét mức độ phù hợp của mô hình giả định với số liệu nghiên cứu. Vì hành vi vay của khách hàng là một phần của hợp đen ý thức trong mô hình hành vi mua nên cũng chịu ảnh hưởng của các nhân tố ngoại vi và nội tại tương tự như hành vi mua (Kamleitner & Kirchler, 2007). Theo đó, mô hình nghiên cứu được đề xuất sẽ bao gồm:

- Nhận thức về thương hiệu bao gồm mức độ nhận diện và chuỗi gợi nhắc liên quan đến thương hiệu của tổ chức tín dụng, ảnh hưởng bởi các yếu tố cá nhân và yếu tố sản phẩm. Nhận thức về thương hiệu có ảnh hưởng đến quy trình ra quyết định của khách hàng theo nghiên cứu của Rossiter và Prey (1987), Wu, Wann, Yih (2016). Một khía cạnh khác của tài sản thương hiệu có thể đề cập trong mô hình hành vi là mức độ quen thuộc (Reilly, Parkinson, 2012; Nguyễn, 2018) và sự hài lòng (Hira & Mugenda, 2000)
- Nhận thức về rủi ro bao gồm hai yếu tố: nhận thức rủi ro liên quan đến sản phẩm/ dịch vụ và rủi ro liên quan đến giao dịch (Bauer, 1960)
- Nhận thức về sự tiện lợi tập trung vào khả năng cung ứng thuận lợi nhất sản phẩm/dịch vụ, phạm vi tối ưu để tiếp cận (Berry, Seiders, Grewal, 2002). Trong nghiên cứu này nhận thức về sự tiện lợi được đánh giá thông qua khả năng đáp ứng và giải quyết sự cố (Elliehausen, Lundquist & Staten, 2007)
- Tác nhân nội tại có ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi của khách hàng là động cơ, được hình thành dựa trên các bậc nhu cầu của con người (Maslow, 1943).
- Chiến lược marketing có ảnh hưởng đến mô hình ra quyết định của khách hàng (Birciakova, 2014), đặc biệt là hoạt động quảng cáo có thể tác động đến cầu tín dụng tiêu dùng (Bertrand và cộng sự, 2010).
- Các yếu tố nhân khẩu học có ảnh hưởng tương đối đến quy trình ra quyết định của khách hàng thông thường gồm giới tính (Hira & Mugenda, 2000; Pirlympou, 2017), trình độ học vấn (Reilly, Parkinson, 2012), độ tuổi (Chen & Chivakul, 2008).

- Độ tin cậy trong thị trường tín dụng tiêu dùng chủ yếu dựa trên nhận thức về niềm tin, là yêu cầu cơ bản mà khách hàng đòi hỏi về tính an toàn và toàn vẹn của dịch vụ tài chính và tổ chức tín dụng (Wang và cộng sự 2015; Khatoun và cộng sự, 2020).
- Khả năng bảo mật xuất phát từ khả năng xử lý bất cân xứng về thông tin trên thị trường tín dụng khi tổ chức tín dụng định giá dựa trên sự pha trộn giữa sự không chắc chắn của nhu cầu và rủi ro không chắc chắn được giải quyết bằng thông tin đó (Nelson, 2017), trong khi quyền riêng tư trên internet và trong hoạt động ngân hàng chủ yếu là bảo mật thông tin (Davies, 1996; Omariba và cộng sự, 2012).
- Chi phí vay là mức độ chi phí tài chính được khách hàng quan tâm và chấp nhận chi trả khi sử dụng dịch vụ tài chính, có ảnh hưởng lớn đến ý định vay (Hoàng và cộng sự, 2021)
- Thu nhập thông qua mức lương tối thiểu ảnh hưởng trực tiếp đến hạn mức tín dụng mà khách hàng có thể tiếp cận (Dettling & Hsu, 2020), trong khi mức tiết kiệm thúc đẩy các khoản nợ ngắn hạn không có bảo đảm (Medina & Pagel, 2021)
- Hiểu biết về tài chính có thể làm giảm rủi ro của hành vi tài chính cá nhân và thúc đẩy quyết định tài chính tích cực (Xiao, Serido & Shim, 2011)
- Chu kỳ hành vi vay là quá trình lặp lại khoản nợ tín dụng để tài trợ cho các chi phí tiêu dùng dựa trên sự không chắc chắn của thu nhập (Livshits, 2015)



Các giả thuyết nghiên cứu gồm:

- H1: Giới tính có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H2: Độ tuổi có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H3: Trình độ học vấn có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H4: Thu nhập có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H5: Động cơ có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H6: Hiểu biết về tài chính có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H7: Nhận thức về rủi ro có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H8: Mức tiết kiệm có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H9: Chu kỳ hành vi vay có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H10: Hạn mức tín dụng có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H11: Nhận thức về thương hiệu có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H12: Độ tin cậy có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H13: Khả năng bảo mật, quyền riêng tư có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H14: Khả năng đáp ứng, giải quyết sự cố có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H15: Mức độ quen thuộc có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H16: Chi phí vay có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H17: Chiến lược marketing có tác động đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng
- H18: Sự hài lòng có thúc đẩy quyết định vay tín dụng tiêu dùng

4. Kết quả và thảo luận:

Trước khi ước lượng và kiểm định mô hình, kiểm định độ tin cậy và giá trị của thang đo bằng phương pháp Cronbach's Alpha sẽ được thực hiện. Tiêu chuẩn chọn để thang đo đo lường có thể sử dụng tốt trong nghiên cứu thực nghiệm là các yếu tố phải có hệ số tương quan biến-tổng (itemtotal-correlation) > 0.30 ; hệ số Cronbach Alpha > 0.60 (Hair & các tác giả, 1998). Đồng thời phân tích nhân tố khám phá (EFA) thông qua sử dụng phương pháp trích Principal Axis Factoring với phép xoay Promax (phương pháp trích này phản ánh cấu trúc dữ liệu chính xác hơn phương pháp trích Principal Components với phép xoay Varimax) để rút gọn các biến quan sát thành tập các nhân tố khác nhau cũng được tiến hành.

Bảng 1. Kết quả kiểm định thang đo

Kiểm định Cronbach's Alpha			VIF
Yếu tố	Tương quan biến - tổng	Cronbach's Alpha nếu loại bỏ biến	
Giới tính	0.132	0.627	1.087
Độ tuổi	0.122	0.630	1.080
Thu nhập	0.403	0.593	1.422
Trình độ học vấn	0.041	0.647	1.127
Động cơ	0.064	0.639	1.040
Hiểu biết về tài chính	-0.081	0.662	1.060

Nhận thức về rủi ro	0.047	0.641	1.054
Mức tiết kiệm	0.252	0.614	1.376
Chu kỳ hành vi vay	0.320	0.602	2.237
Hạn mức tín dụng	0.283	0.608	1.896
Nhận thức về thương hiệu	0.062	0.633	1.031
Độ tin cậy	0.366	0.595	1.565
Khả năng bảo mật, quyền riêng tư	0.425	0.586	1.645
Khả năng đáp ứng, giải quyết sự cố	0.372	0.596	1.481
Mức độ quen thuộc	0.381	0.595	1.584
Chi phí vay	0.512	0.582	1.995
Chiến lược marketing	0.427	0.589	1.863

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu

Hệ số Alpha của thang đo đạt 0.630, các biến động cơ, hiểu biết về tài chính, nhận thức về rủi ro, mức tiết kiệm, nhận thức về thương hiệu và một số biến thuộc yếu tố nhân khẩu có tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3, vì vậy cần loại bỏ khỏi mô hình. Bên cạnh đó, giá trị VIF (>2) cho thấy mô hình có một nhân tố bị đa cộng tuyến, các biến không hoàn toàn độc lập tuyến tính với nhau. Sau khi loại bỏ biến chu kỳ hành vi vay, về cơ bản các điều kiện của mô hình phân tích hồi quy đều được thỏa mãn hay nói cách khác mô hình phân tích hồi quy là phù hợp với dữ liệu thu thập được. Bảng 2 cho kết quả hệ số $KMO = 0.805$ ($0.5 < KMO < 1$), kiểm định Barlett có mức ý nghĩa $Sig.=0.00$ (<0.05), các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể, cho thấy phân tích EFA là thích hợp. Bảng 2 trình bày 8 biến quan sát được rút trích thành 2 nhóm nhân tố với các chỉ số Eigenvalues lớn hơn 1 và tích lũy trích đạt 53.836 %, nghĩa là giải thích được 53.836% sự biến thiên của dữ liệu khảo sát gốc, do đó thể giảm đáng kể sự phức tạp của bộ dữ liệu bằng cách sử dụng các thành phần này, chỉ với 12.89% mất thông tin. Kết quả EFA cũng cho thấy mô hình nghiên cứu có sự thay đổi so với mô hình nghiên cứu đề xuất, bao gồm 7 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc, được sử dụng tiếp theo cho phân tích hồi quy tuyến tính bội.

Bảng 2. Kết quả phân tích EFA

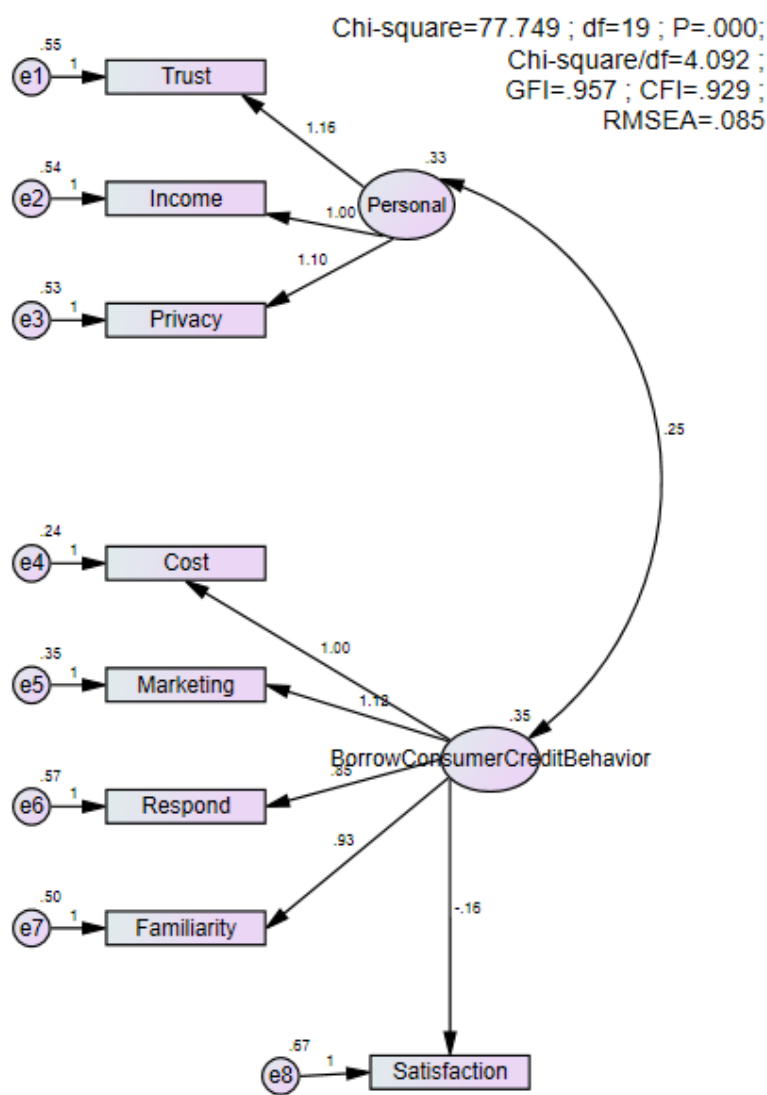
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.				.805			
Bartlett's Test of Sphericity				Approx. Chi-Square			
				849.754			
				df			
				28			
				Sig.			
				.000			
Nhân tố	Giá trị riêng gốc			Hệ số tải bình phương trích			Tổng bình phương tải xoa
	Tổng	% phương sai	% tích lũy	Tổng	% phương sai	% tích lũy	Total
1	3.276	40.950	40.950	3.276	40.950	40.950	3.271
2	1.031	12.886	53.836	1.031	12.886	53.836	1.092
3	.924	11.544	65.380				
4	.754	9.420	74.800				
5	.694	8.670	83.470				
6	.539	6.737	90.207				
7	.435	5.435	95.642				
8	.349	4.358	100.000				

Bảng 3. Kết quả Pattern Matrix

Biến	Yếu tố	Nhân tố	
		1	2
Cost	Chi phí vay	.724	
Privacy	Khả năng bảo mật, quyền riêng tư	.713	
Marketing	Chiến lược marketing	.700	
Trust	Độ tin cậy	.690	
Familiarity	Mức độ quen thuộc	.682	
Income	Thu nhập	.639	
Respond	Khả năng đáp ứng, giải quyết sự cố	.622	
Satisfactory	Sự hài lòng		.905

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu nghiên cứu

Hình 1. Kết quả phân tích CFA chuẩn hóa các nhân tố khẳng định



Sau khi thang đo được kiểm định bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA, các biến quan sát đạt yêu cầu sẽ tiếp tục được đưa vào phân tích nhân tố khẳng định CFA để đánh giá tính đơn hướng, độ tin cậy và độ giá trị của thang đo. Theo Hu và Bentler (1999), ở điều kiện quy mô mẫu $N=427$, với kết quả các thành phần $\text{Chi-square/df} = 4.092 < 5$; $\text{GFI}=0.957 > 0.9$; $\text{CFI} = 0.929 > 0.9$; $\text{RMSEA} = 0.085 < 0.1$, mô hình có thể chấp nhận được (khi giá trị giới hạn là 0.085, RMSEA từ chối từ 0.6-0.8% mô hình thực). Các trọng số chuẩn hóa đều đạt tiêu chuẩn cho phép ($\geq 0,5$) và có ý nghĩa thống kê ($p\text{-value} \leq 0,05$), trừ biến Sự hài lòng, cho thấy mô hình này phù hợp với dữ liệu nghiên cứu và các thang đo trong mô hình đều đạt tính đơn hướng, giá trị hội tụ, độ tin cậy và giá trị phân biệt.

Bảng 4. Giá trị ước lượng chuẩn hóa mối quan hệ của mô hình

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Cost	<---	BorrowConsumerCreditBehavior	.772			
Marketing	<---	BorrowConsumerCreditBehavior	.747	.084	13.464	***
Respond	<---	BorrowConsumerCreditBehavior	.554	.082	10.322	***
Familiarity	<---	BorrowConsumerCreditBehavior	.616	.082	11.451	***
Satisfaction	<---	BorrowConsumerCreditBehavior	-.116	.075	-2.154	.031
Income	<---	Personal	.616			
Trust	<---	Personal	.666	.123	9.437	***
Privacy	<---	Personal	.654	.117	9.355	***
Personal	<-->	BorrowConsumerCreditBehavior	.290	.036	8.171	***

Ước lượng (chuẩn hóa) đều có ý nghĩa thống kê trừ biến Sự hài lòng ($p < 5\%$). Theo trọng số hồi quy giữa các nhân tố cho thấy, nhân tố nhận thức cá nhân (gồm mức thu nhập, độ tin cậy và khả năng bảo mật, quyền riêng tư) có tác động qua lại đến nhân tố Quyết định vay tín dụng tiêu dùng của khách hàng (khả năng giải thích $R^2 = 29\%$). Theo đó, giả thuyết H4, H12, H13 được chấp nhận.

5. Kết luận và đề xuất

Thông qua các tiêu chí kiểm định, mô hình cấu trúc mạng SEM thể hiện nhiều ưu điểm và phù hợp để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong mối quan hệ nhân quả với nhận thức cá nhân, quyết định vay tín dụng tiêu dùng chịu ảnh hưởng bởi mức thu nhập, độ tin cậy và khả năng bảo mật, quyền riêng tư. Một số nhân tố mặc dù có cơ sở lý thuyết để giả định mô hình nhưng không có ý nghĩa thống kê khi phân tích ảnh hưởng của chúng đối với quyết định vay tín dụng tiêu dùng của nhóm khách hàng được khảo sát. Tuy nhiên, tất cả các nhân tố này đều có thể hữu ích đối với những nghiên cứu khác ở những phân khúc đa dạng hơn. Trong điều kiện thông tin đầy đủ, an toàn trong việc triển khai hành vi vay tín dụng tiêu dùng, khách hàng hoàn toàn có thể nhận thức được những khía cạnh lợi ích, hữu dụng của quyết định vay (căn cứ theo khái niệm “con người kinh tế”). Chính vì vậy, dựa vào số liệu phân tích, một số khía cạnh của nhận thức được xem xét trong mô hình chưa đủ để khái quát hết hợp đen ý thức của con người, việc loại bỏ nhu cầu như cơ sở của động cơ vay cũng là một điểm không phù hợp với cơ sở lý thuyết và thực tế. Hơn nữa, các chỉ tiêu phù hợp của mô hình chưa cao, cho thấy quy mô mẫu chưa đủ hoặc bậc tự do quá thấp. Do đó, cần tiến hành thực hiện thêm các nghiên cứu ngoại vi để bổ sung biến quan sát cần thiết, đồng thời cần phân biệt các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tín dụng tiêu dùng, đặc biệt là chế tài pháp luật hoặc chính sách điều tiết của Ngân hàng Trung ương. Vì vậy, phương hướng lâu dài của các tổ chức tín dụng là cần củng cố mức độ tin cậy vào thương hiệu và chất lượng sản phẩm, dịch vụ, hạn chế các rủi ro tài chính có thể phát sinh, đồng thời, bám sát theo chính sách điều tiết kinh tế vĩ mô của Chính phủ.

6. Tài liệu tham khảo

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological bulletin*, 84(5), 888.
- Ajen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50, 197-211.
- Albaibty, M & Rahman, M. (2019). The intention to use Islamic banking: an exploratory study to measure Islamic financial literacy. *Int. Journal of Emerging Markets*, 14(5), 988-1012.
- Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280-306.
- Bashir, I. & Madhavaih, C. (2014). Determinants of young consumers' intention to use internet banking service in India. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 18(3), 153-163.
- Bertrand, M., Karlan, D., Mullainathan, S., Shafir, E., Zinman, J. (2010). *The Quarterly Journal of Economics*, 125(1), 263–306.
- Bùi Thị Thùy Dương (2018). *Nghiên cứu ý định sử dụng dịch vụ Ebanking của khách hàng tại các NHTM Việt Nam*. Hà Nội, Việt Nam: Luận án Tiến sĩ Tài chính - Ngân hàng, Đại học Kinh tế quốc dân Hà Nội.
- Dwidienawati, D; Tjahjana, D; Abdinagoro, S.B; Gandasari, D & Munawaroh. (2020). Customer review or influencer endorsement: which one influences purchase intention more?. *Heliyon*, 6(11), 13-17.
- Farhat, R. & Khan, B. (2011). Importance of Brand Personality To Customer Loyalty: A Conceptual Study. *New Media and Mass Communication*, 1, 4-10
- Elliehausen, G., Lundquist, E. C. & Staten, M. (2007). The Impact of Credit Counseling on Subsequent Borrower Behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 41(1), 1-28.
- Hira, T. & Mugenda, O. (2000). - Gender Differences in Financial Perceptions, Behaviors and Satisfaction. *FPA Journal*.
- Hoang, V., Nguyen, P.M., Luu, T.M.N & Vu, T.M.H. (2021). Determinants of Intention to Borrow Consumer Credit in Vietnam: Application and Extension of Technology Acceptance Model. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 0885–0895
- Hox, J.J. & Bechger, T.M. (2009). An Introduction to Structural Equation Modeling. *Family Science Review*, 11, 354-373
- Hu, L., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55.

Iberahim, H., Mohd Taufik, N. K, Mohd Adzmir, A. S & Saharuddin, H. (2016). Customer satisfaction on Reliability and Responsiveness of self service technology for retail banking services. *Procedia Economics and Finance*, 37, 13-20.

Khatoon, S; Zhenliang, X & Hussain, H. (2020). The mediating effect of customer satisfaction on the relationship between electronic banking service quality and customer purchase intention: evidence from the Qatar Banking sector. *SAGE Open*, 10(2), 1-12.

Lutz Bornmann (2017). Measuring impact in research evaluations: a thorough discussion of methods for, effects of and problems with impact measurements. *High Education*, 73, 775–787. doi: 10.1007/s10734-016-9995-x

Medina, P. & Pagel, M. (2021). Does saving cause borrowing? (NBER Working Paper 28956). Massachusetts, US: NBER

Nilsson, J & Wall, O. (2017). *Online customer experience, satisfaction and repurchase intention for online clothing retailing*. Gohenburg, Sweden: University of Gothenburg, School of Business, Economics and Law.

Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*. TP.HCM, Việt Nam: Nhà xuất bản Lao động Xã hội.

Nguyễn Văn Ngọc (2012). *Từ điển Kinh tế học*. Hà Nội, Việt Nam: Đại học Kinh tế Quốc dân.

Omariba, Z. B; Masese, N. B & Wanyambi, D. G. (2012). Security and privacy of electronic banking. *International Journal of Computer Sciences Issues*, 9(4), 3, 432-446.

Parasuraman, A; Zeithaml, V. A & Berry, L. L. (1998). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of Retailing*, 64(1), 12.

Phạm Thị Thảo My (2020). *Rủi ro tín dụng trong hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Đồng Tháp*. TP. HCM, Việt Nam: Luận văn thạc sỹ Trường đại học Kinh tế TP. HCM.

Quốc hội (2010). *Luật số 47/2010/QH12: Luật các tổ chức tín dụng*. Hà Nội, Việt Nam.

Ramayah, T; Ahmad, N. H & Lo, M. C. (2010). The role of quality factors in intention to continue using an e-learning system in Malaysia. *Procedia Social and Behavioral Sciences* 2, 542-5426.

Rita, P; Oliveira, T & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10).

Singh, N; Neena, C. (2020). How perceived trust mediates merchant's intention to use a mobile wallet technology. *Journal of Retailing and Consumer Services* 52, 1-13.

Thanh Hằng (2018). *Tín dụng tiêu dùng là gì?* [Trực tuyến]. Truy cập tại: <https://vietnamfinance.vn/tin-dung-tieu-dung-la-gi-20180504224212539.htm> [01/03/2020].

Wang, P., Zheng, H., Chen, D. & Ding, L. (2015). Exploring the critical factors influencing online lending intentions. *Financial Innovation*, 1(8). doi: 10.1186/s40854-015-0010-9

Xiao, J. J., Serido, J., & Shim, S. (2011). Financial Education, Financial Knowledge, and Risky Credit Behavior of College Students. *Consumer Knowledge and Financial Decisions*, 113–128. doi:10.1007/978-1-4614-0475-0_8

Xu, X. (2017). *The effects of website quality on customer satisfaction, use intention, purchase intention: A comparison among three types of booking channels*. Ames, Iowa: Iowa State University.

BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TRONG LĨNH VỰC TÍN DỤNG TIÊU DÙNG – THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

ThS Đặng Thị Bích Liên - Trường Đại học Hải Phòng

Tóm tắt

Tín dụng tiêu dùng là một hình thức tài chính còn khá mới mẻ ở Việt Nam nhưng đã có những bước phát triển nhất định. Thị trường cho vay tiêu dùng đang ngày càng sôi động với sự xuất hiện của nhiều nhà đầu tư mới, nhất là các nhà đầu tư nước ngoài. Tính đến cuối năm 2020, đã có 16 công ty tài chính đăng ký hoạt động, với tổng vốn điều lệ khoảng 22 nghìn tỷ đồng. Tín dụng tiêu dùng phát triển đem lại nhiều cơ hội hơn cho các cá nhân có nhu cầu tiêu dùng khi năng lực tài chính chưa đủ để trang trải nhu cầu. Tuy nhiên, đi kèm với đó lĩnh vực này cũng tiềm ẩn rất nhiều rủi ro có thể ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích của người tiêu dùng. Thông qua giới thiệu khái quát về tín dụng tiêu dùng, bài viết đã khái quát sự phát triển của thị trường tín dụng tiêu dùng và những rủi ro người tiêu dùng có thể gặp phải khi tham gia thị trường này. Bài viết cũng trình bày thực trạng các chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng, từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng khi tham gia hoạt động tín dụng tiêu dùng.

Từ khoá: *chính sách bảo vệ người tiêu dùng, người tiêu dùng, tín dụng tiêu dùng*

CONSUMER PROTECTION IN CONSUMER CREDIT – SITUATION AND SOLUTIONS

Abstract

Consumer credit is a relatively new form of finance in Vietnam, but there have been certain developments. The consumer lending market is increasingly active with the appearance of many new investors, especially foreign investors. By the end of 2020, there were 16 financial companies registered to operate, with a total charter capital of about 22 trillion VND. The development of consumer credit brings more opportunities for individuals with consumption needs when financial capacity is not enough to cover the needs. However, along with that, this field also has many potential risks that can directly affect the interests of consumers. Through an overview of consumer credit, the article outlines the development of the consumer credit market and the risks consumers may face when participating in this market. The article also presents the current situation of consumer protection policies in the field of consumer credit, thereby proposing some solutions to protect the interests of consumers when participating in consumer credit activities.

Keyword: *consumer protection policy, consumer, consumer credit*

1. Mở đầu

Năm 2020, trong bối cảnh dịch bệnh diễn biến phức tạp, tuy nhiên, tại Việt Nam, nhờ kiểm soát tốt tình hình dịch bệnh, tốc độ tăng trưởng GDP vẫn đạt 2,91% và thuộc nhóm cao hàng đầu trên thế giới. Kéo theo đó, thị trường tiêu dùng của Việt Nam tiếp tục tăng trưởng dương (+). Điều

này cho thấy thị trường tiêu dùng và cho vay tiêu dùng sẽ có cơ hội tăng trưởng tốt. Trên thực tế, dù thu nhập người dân đã bị giảm sút bởi Covid-19, nhưng nhu cầu vay vẫn rất lớn. Tăng trưởng bình quân của cho vay tiêu dùng giai đoạn 2010-2020 đạt 33,7%, trong khi tốc độ tăng dư nợ tín dụng chung toàn nền kinh tế đạt 17,3%. Dư nợ cho vay phục vụ nhu cầu đời sống, cho vay tiêu dùng đến cuối năm 2020 đạt 1,85 triệu tỷ đồng, tăng khoảng 10,15% so với cuối năm 2019 và tăng hơn 10 lần dư nợ cuối năm 2010. Về tỷ trọng dư nợ cho vay phục vụ nhu cầu đời sống, cho vay tiêu dùng cũng đã tăng từ 8,17%/dư nợ nền kinh tế năm 2010 lên hơn 20%/dư nợ nền kinh tế năm 2020. Việc mở rộng cho vay, đáp ứng nhu cầu vốn tiêu dùng cho người dân đã góp phần hạn chế người dân tiếp cận vốn từ những kênh không chính thức, giúp giảm thiểu các hệ lụy, bảo đảm an ninh trật tự xã hội. Tuy nhiên, do đặc thù của ngành mà lĩnh vực tín dụng tiêu dùng tiềm ẩn nhiều nguy cơ, rủi ro xâm phạm trực tiếp đến quyền lợi người tiêu dùng. Do đó, đòi hỏi cần có cơ chế chính sách nhằm bảo vệ quyền lợi của khách hàng trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng.

2. Khái niệm tín dụng tiêu dùng

Tín dụng tiêu dùng ra đời cùng với sự phát triển của hệ thống ngân hàng. Đây là một hình thức khá phổ biến hiện nay đặc biệt là ở một số nước phát triển trên thế giới. Tuy nhiên hình thức này còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Chúng ta đã quen với việc mua hàng hóa tiêu dùng có giá trị từ vài triệu lên đến vài trăm triệu được trả trực tiếp bằng tiền mặt nhưng việc này là rất hiếm hoi ở nước ngoài. Bởi vì ở nước ngoài việc thanh toán bằng tiền mặt đang bị thay thế dần và nhiều giao dịch hầu hết được thực hiện thông qua hệ thống ngân hàng.

Tín dụng tiêu dùng (consumer credit) là khái niệm chung dùng để chỉ các khoản tiền cho người tiêu dùng vay để mua hàng hóa và dịch vụ, trừ các khoản tiền cho vay để mua nhà ở. Thông thường người tiêu dùng có thể sử dụng tiền vay để mua bất kỳ hàng hóa gì (tức không bị ràng buộc), nhưng cũng có trường hợp nó gắn với việc mua một hàng hóa cụ thể, ví dụ tín dụng thuê mua.

Có thể hiểu theo một nghĩa khác tín dụng tiêu dùng là hình thức cấp tín dụng cho mục đích tiêu dùng của cá nhân bằng nghiệp vụ cho vay bao gồm cho vay trả góp, cho vay tiêu dùng và phát hành thẻ tín dụng

Để tạo điều kiện cho các khách hàng có thể thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng (mua sắm hàng hóa) của mình, các ngân hàng sẽ cho vay tiêu dùng bằng tiền hay hàng hóa. Người được hưởng tín dụng tiêu dùng không phải thế chấp bất cứ một loại tài sản nào mà chỉ cần bằng cách nào đó chứng minh được thu nhập định kỳ. Người vay tín dụng sẽ phải trả một phần gốc và lãi hàng tháng.

Hạn mức tín dụng căn cứ vào thu nhập bình quân của người đó. Thời hạn của tín dụng tiêu dùng thường dưới 5 năm.

Lãi suất tín dụng có thể được tính theo 2 cách: dư nợ giảm dần hay dư nợ gốc (tùy theo từng ngân hàng). Tính lãi theo dư nợ gốc là người vay tín dụng sẽ phải trả một khoản tiền lãi cố định từ đầu kì cho đến cuối kì tín dụng. Còn tính theo dư nợ giảm dần là người vay sẽ trả tiền lãi căn cứ vào số dư nợ thực tế trên trong từng kì.

So với tín dụng doanh nghiệp, tín dụng tiêu dùng có một số đặc điểm khác biệt đó là giá trị khoản vay nhỏ, do mục đích sử dụng khoản vay thường là mua sắm tài sản thường ngày hoặc đầu tư

kinh doanh nhỏ nên giá trị các khoản vay thường nhỏ. Số lượng khách hàng lớn, vì nhu cầu tiêu dùng hiện hữu ở tất cả các chủ thể trong xã hội nên đối tượng khách hàng của tín dụng tiêu dùng là rất lớn. Chi phí kinh doanh cao, do giá trị khoản vay nhỏ trong khi đối tượng khách hàng thường là cá nhân và có phạm vi không tập trung nên chi phí bình quân để thực hiện hoạt động cung cấp dịch vụ của công ty tín dụng tiêu dùng thường cao. Điều này dẫn tới lãi suất cung cấp dịch vụ cao. Chính vì vậy nó tiềm ẩn nhiều rủi ro như: để đáp ứng nhu cầu của các cá nhân, đặc biệt là yêu cầu về thủ tục đơn giản và thời gian nhanh chóng, hồ sơ tín dụng tiêu dùng thường đơn giản và ít bao gồm các giấy tờ, thủ tục chứng minh. Điều này dẫn tới việc thẩm định năng lực tài chính và khả năng trả nợ của người vay thường không được chính xác và an toàn.

3. Sự phát triển hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Việt Nam và những ảnh hưởng tiêu cực đến người tiêu dùng

Theo kết quả cuộc tổng điều tra dân số năm 2019, tại ngày 01/4/2019, dân số Việt Nam đạt trên 96 triệu người với 34,4% dân số sinh sống tại khu vực thành thị. Dân số đông, xu hướng đô thị hóa ngày càng phát triển, thu nhập ngày càng cải thiện và ngành Tài chính chuyển dần trọng tâm sang phân khúc cá nhân và hộ gia đình chính là động lực lớn đối với thị trường cho vay tiêu dùng tại Việt Nam. Trong giai đoạn 2015 - 2018, thu nhập GDP bình quân của mỗi người dân Việt Nam luôn tăng trưởng ổn định với mức tăng khoảng 6,57% (từ khoảng 2.120 USD/người/năm năm 2015 lên mức 2.540 USD/người/năm vào năm 2018). Tiềm năng doanh thu tài chính bán lẻ tại thị trường Việt Nam cũng tăng trưởng gấp gần 4 lần từ khoảng 1,5 tỷ đôla Mỹ năm 2012 lên 6,5 tỷ đôla Mỹ trong năm 2020.

Tốc độ tăng trưởng trung bình trong mảng cho vay tiêu dùng giai đoạn 2013 - 2014 chỉ đạt 15%/năm, giai đoạn 2015 - 2017 đã lên đến 61,3%/năm, riêng năm 2018 khoảng 29,38%. Tốc độ tăng trưởng này cao hơn rất nhiều so với tốc độ tăng trưởng tín dụng nói chung và dư nợ cho vay tiêu dùng chiếm tỷ trọng khoảng 19,7% trong tổng dư nợ toàn hệ thống.

Có thể nói đến nay, thị trường cho vay tiêu dùng đang ngày càng sôi động với sự xuất hiện của nhiều nhà đầu tư mới, nhất là các nhà đầu tư nước ngoài. Thị phần của nhóm công ty tài chính tiêu dùng trong tổng tín dụng tiêu dùng đã tăng đáng kể, từ mức 1% năm 2011, lên mức 16,3% năm 2020. Tính đến cuối năm 2020, đã có 16 công ty tài chính đăng ký hoạt động, với tổng vốn điều lệ khoảng 22 nghìn tỷ đồng.

Tín dụng tiêu dùng đem lại nhiều cơ hội hơn cho các cá nhân có nhu cầu tiêu dùng khi năng lực tài chính chưa đủ để trang trải nhu cầu. Trong điều kiện của dịch Covid-19, nhiều doanh nghiệp trong nền kinh tế đang tái cấu trúc quá trình sản xuất kinh doanh và hướng mạnh vào việc đáp ứng các nhu cầu tiêu dùng nội địa, thì việc cho vay tiêu dùng dưới dạng tín chấp dành cho nhóm khách hàng dưới chuẩn mà các tổ chức tài chính đang triển khai ngày càng phát triển mạnh mẽ. So với các hồ sơ vay tại ngân hàng, các công ty cung cấp dịch vụ tín dụng tiêu dùng không yêu cầu chặt chẽ về việc chứng minh tài chính, xác minh nhu cầu tiêu dùng hoặc các thủ tục liên quan khác, thời gian giải ngân cũng nhanh hơn và trong nhiều trường hợp khi mua sắm tài sản thì giải ngân ngay sau khi ký hợp đồng. Lợi thế này của các công ty tín dụng tiêu dùng khiến cho một bộ phận rất lớn người tiêu dùng đang sử dụng dịch vụ tín dụng tiêu dùng, góp phần thu hút sự tham gia của nhiều công ty

và tạo nên mức tăng trưởng lợi nhuận nhanh chóng cho một số công ty trong lĩnh vực này. Tuy nhiên, đi cùng sự phát triển nhanh chóng và hiệu quả của các lĩnh vực tín dụng tiêu dùng, rất nhiều hành vi xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng đã được ghi nhận. Phần lớn các hành vi có dấu hiệu xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng tập trung vào những nội dung như: cung cấp thông tin không chính xác, đầy đủ về hợp đồng theo mẫu, điều kiện giao dịch chung; Nhân viên tư vấn không thông báo đầy đủ, chính xác về mức lãi suất của hợp đồng; về cách thức tính lãi phạt; về thời hạn phải trả tiền hàng tháng và một số điều khoản đặc biệt trong hợp đồng tín dụng tiêu dùng. Thiếu sót này làm cho người tiêu dùng không biết chính xác về nghĩa vụ của mình, dẫn tới thực hiện sai hợp đồng và phát sinh khoản tiền phạt. Trong nhiều trường hợp, khi người tiêu dùng thắc mắc về mức tiền phạt thì không nhận được sự giải thích nhanh chóng, chính xác từ phía công ty. Thậm chí, đa số trường hợp gặp phải tình trạng đẩy trách nhiệm từ phía nhân viên tư vấn sang tổng đài công ty và ngược lại.

Dấu hiệu nữa để nhận biết sai phạm là bên ký kết không cung cấp hợp đồng cho người tiêu dùng. Sau khi ký kết hợp đồng, bản chính của hợp đồng không được cung cấp kịp thời cho người tiêu dùng. Đối với một số trường hợp, sau khi ký kết vài tháng và khi có yêu cầu của người tiêu dùng thì công ty mới gửi hợp đồng. Việc không cung cấp hợp đồng và thiếu sót trong cách thức cung cấp thông tin của các nhân viên tư vấn khiến cho người tiêu dùng không tiếp cận được với các điều khoản quy định điều chỉnh món tiền vay của mình, do đó, rất dễ mắc phải các lỗi phạt trong quá trình trả nợ hàng tháng;

Ngoài ra, việc không thông báo rõ ràng mục đích thu thập thông tin cũng được xem là dấu hiệu sai phạm. Trong quá trình thu thập thông tin để làm hồ sơ vay tiền, người tiêu dùng không được thông báo là các số điện thoại của người thân sẽ được sử dụng trong quá trình thu hồi nợ (nếu có) phát sinh về sau. Người tiêu dùng được thông báo là việc thu thập số điện thoại của người thân nhằm mục đích xác minh khoản vay, tuy nhiên, thực tế thì nhân viên thu hồi nợ thường xuyên và liên tục liên hệ với người thân để tác động kèm theo đe dọa và quấy nhiễu nhằm thu hồi nợ của khách hàng.

Cá biệt, đã có trường hợp quấy nhiễu, đe dọa khách hàng cũng như người thân của họ để thu hồi nợ. Nhân viên thu hồi nợ có dấu hiệu đe dọa, quấy nhiễu người tiêu dùng và người thân của người tiêu dùng trong quá trình thu hồi nợ. Người tiêu dùng và cả người thân của người tiêu dùng thường xuyên và liên tục bị các cuộc điện thoại, tin nhắn liên hệ với mục đích thu hồi nợ. Những cuộc điện thoại và tin nhắn này liên tục kèm theo nội dung đe dọa với lời lẽ thiếu tôn trọng người nghe. Thậm chí, rất nhiều cuộc gọi và tin nhắn được thực hiện lúc tối muộn và tần suất liên hệ trên dưới 10 cuộc/ngày.

Lĩnh vực tín dụng tiêu dùng đang tiềm ẩn nhiều nguy cơ xâm phạm quyền lợi người tiêu dùng. Các hành vi xâm phạm này được thực hiện rất khéo léo, thường đánh vào đặc điểm chính của loại hình tín dụng tiêu dùng là thủ tục đơn giản và thời gian giải ngân nhanh. Do đó cần thiết phải có một cơ chế riêng nhằm bảo vệ quyền lợi cho người tiêu dùng trong hoạt động của các tổ chức tín dụng.

4. Thực trạng các chính sách bảo vệ người tiêu dùng trong các hoạt động tín dụng tiêu dùng

Việc bảo vệ người tiêu dùng ở Việt Nam dựa trên căn cứ pháp lý chủ yếu là Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng được Quốc hội thông qua ngày 17/11/2010, có hiệu lực thi hành từ ngày 01/7/2011

Tuy nhiên, trong khi các cam kết về bảo vệ người tiêu dùng nói chung được thể hiện khá rõ nét trong Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, thì các quy định pháp lý về bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tài chính vẫn còn khá thô sơ. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 không tách riêng các quy định đối với quyền lợi của người tiêu dùng dịch vụ tài chính và thực tế là cũng không có bất cứ quy định nào dành riêng cho nhóm đối tượng này. Cụ thể theo điều 4 Luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 quy định nguyên tắc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng như sau:

- Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng là trách nhiệm chung của Nhà nước và toàn xã hội.
- Quyền lợi của người tiêu dùng được tôn trọng và bảo vệ theo quy định của pháp luật.
- Bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng phải được thực hiện kịp thời, công bằng, minh bạch, đúng pháp luật.
- Hoạt động bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng không được xâm phạm đến lợi ích của Nhà nước, quyền, lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân kinh doanh hàng hóa, dịch vụ và tổ chức, cá nhân khác.

Trong Bộ Luật này cũng đưa ra quy định Các tổ chức tín dụng có trách nhiệm bảo vệ quyền lợi của khách hàng được quy định cụ thể tại điều 10 Luật các tổ chức tín dụng năm 2010 như sau:

Thứ nhất, tham gia tổ chức bảo toàn, bảo hiểm tiền gửi và công bố công khai việc tham gia tại trụ sở chính và chi nhánh;

Thứ hai, tạo thuận lợi cho khách hàng gửi và rút tiền, bảo đảm thanh toán đủ, đúng hạn gốc và lãi của các khoản tiền gửi;

Thứ ba, từ chối việc điều tra, phong tỏa, cầm giữ, trích chuyển tiền gửi của khách hàng, trừ trường hợp có yêu cầu của cơ quan nhà nước có thẩm quyền theo quy định của pháp luật hoặc được sự chấp thuận của khách hàng;

Thứ tư, thông báo công khai lãi suất tiền gửi, phí dịch vụ, các quyền, nghĩa vụ của khách hàng đối với từng loại sản phẩm, dịch vụ đang cung ứng;

Thứ năm, công bố thời gian giao dịch và thực hiện việc ngừng giao dịch theo đúng quy định của pháp luật.

Như vậy, có thể thấy, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2010 (sửa đổi, bổ sung năm 2018) gần như chưa đề cập cụ thể đến những vấn đề liên quan đến bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, do có nhiều yếu tố đặc thù. Trong khi đó, các luật theo các lĩnh vực tài chính như Luật các Tổ chức tín dụng, Luật Chứng khoán hay Luật Kinh doanh bảo hiểm có quy định về việc bảo vệ quyền lợi của khách hàng nhưng chưa đầy đủ và thiếu những hướng dẫn cụ thể xử lý kịp thời, hiệu quả các khiếu nại của người tiêu dùng tài chính.

Ở khía cạnh khác, hệ thống các quy định về bảo vệ người tiêu dùng của Việt Nam hiện có rất ít các quy định cụ thể liên quan đến các dịch vụ tài chính, ví dụ như chưa có các quy định liên quan

đến tính minh bạch về giá cả dịch vụ, hoa hồng, các điều khoản và điều kiện trong hợp đồng cho vay và cấp thẻ tín dụng, các yêu cầu về đào tạo nhân viên và tư vấn sản phẩm phù hợp; thiếu giám sát và quản lý đối với một số người cho vay, ví dụ như các tổ chức tài chính vi mô bán chính thức; thiếu tiêu chuẩn hóa cho quy trình khiếu nại nội bộ và chế độ phân xử; các hạn chế liên quan đến quyền của người tiêu dùng trong việc truy cập và cung cấp báo cáo tín dụng... Về cung cấp thông tin cho khách hàng đã có quy định về những thông tin cơ bản cần thông báo như các điều khoản cơ bản, lãi, phí liên quan đến dịch vụ, hợp đồng mẫu và yêu cầu phải cho phép khách hàng có một khoảng thời gian nhất định để đọc hợp đồng, tuy nhiên những yêu cầu này là chưa đủ. Hệ thống pháp luật còn thiếu các quy định về cung cấp thông tin để tạo điều kiện cho khách hàng có thể so sánh lãi, phí cũng như các điều kiện khác giữa các sản phẩm, dịch vụ và giữa các nhà cung cấp; hoặc các quy định để đảm bảo rằng thông tin được thông báo một cách rõ ràng, ngắn gọn (thay vì các bản hợp đồng với ngôn ngữ lắt léo, khó hiểu, cỡ chữ quá nhỏ và khoảng cách các chữ dày đặc khiến cho việc đọc trở nên rất khó khăn). Điều này dẫn tới kết quả là, mặc dù các tổ chức tín dụng đều đã có các hình thức để cung cấp thông tin cho khách hàng song chất lượng thông tin, mức độ dễ hiểu và hoàn chỉnh của thông tin hoàn toàn phụ thuộc vào từng tổ chức tín dụng. Tương tự như vậy, đối với hoạt động đào tạo và nâng cao năng lực của nhân viên giao dịch với khách hàng, mặc dù các tổ chức tín dụng đều thực hiện đào tạo nhân viên cách thức giao dịch và thỏa thuận với khách hàng, nhưng từ phía các cơ quan quản lý, không có một tiêu chuẩn tối thiểu nào được đưa ra để giám sát năng lực của các nhân viên, từ đó ảnh hưởng đến kết quả của việc cung cấp thông tin, tư vấn của các nhân viên này đối với khách hàng.

Về phía các cơ quan quản lý, hiện nay cũng chưa có một cơ quan chuyên trách nào chịu trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng, trong khi cơ chế phân công trách nhiệm và phối hợp giữa các cơ quan chuyên ngành liên quan đến vấn đề này còn chưa đầy đủ, dẫn tới việc quản lý cũng như đầu tư các nguồn lực cần thiết để thực hiện công tác bảo vệ người tiêu dùng tài chính còn chưa thỏa đáng. Ví dụ như việc bảo vệ người tiêu dùng trong hoạt động tín dụng tiêu dùng hiện có ít nhất 4 cơ quan gồm: Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quản lý các tổ chức tín dụng cũng như hướng dẫn các nghiệp vụ cấp tín dụng; Cục Quản lý cạnh tranh (Bộ Công Thương) thực hiện chức năng thực thi pháp luật bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng cũng như quản lý nhà nước về bảo vệ người tiêu dùng trong tất cả các lĩnh vực; Bộ Thông tin và Truyền thông quản lý các vấn đề liên quan đến hoạt động quảng cáo; Hội Bảo vệ người tiêu dùng thực hiện các chức năng hỗ trợ người tiêu dùng và làm cầu nối giữa người tiêu dùng và cơ quan quản lý trong tất cả các lĩnh vực. Tuy nhiên, trách nhiệm quản lý của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam tập trung chủ yếu vào mục tiêu điều hành chính sách tiền tệ và đảm bảo sự an toàn hệ thống của các tổ chức tín dụng. Mặc dù việc đảm bảo sự an toàn hệ thống cũng như thực thi các quy định pháp luật bao gồm Luật Tổ chức tín dụng và các văn bản dưới luật có liên quan ở một số khía cạnh nhất định đến việc bảo vệ khách hàng vay tiêu dùng, song việc bảo vệ người đi vay không phải là nhiệm vụ trực tiếp cũng như không phải là chức năng chính được giao cho bất kỳ cơ quan nào trong cơ cấu tổ chức của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Các cơ quan như Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Thông tin và Truyền thông, Hội Bảo vệ người tiêu dùng hoạt động dưới sự điều tiết của Luật Bảo vệ người tiêu dùng, Luật Cạnh tranh, Luật Quảng cáo... song các Luật này không có các điều khoản quy định trực tiếp liên quan đến lĩnh vực

tín dụng tiêu dùng nói riêng và hoạt động tài chính nói chung. Tương tự như vậy, trong cơ cấu tổ chức của các cơ quan này không có các đơn vị cụ thể chịu trách nhiệm trong lĩnh vực tài chính. Như vậy, cả 4 cơ quan này đều có khả năng tham gia vào quá trình bảo vệ khách hàng đi vay, nhưng đều không có các bộ phận chuyên trách cũng như các quy trình quản lý cụ thể để thực hiện nhiệm vụ này. Bên cạnh đó, cũng chưa có các quy định cụ thể về cơ chế phối hợp giữa các cơ quan này khi khách hàng vay cần sự hỗ trợ cũng như cơ chế giải quyết khi mục tiêu quản lý của các cơ quan này có thể xảy ra xung đột liên quan đến quyền lợi của khách hàng vay tiêu dùng. Điều này dẫn đến thực tế là, vấn đề bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng tài chính nói chung và các khách hàng vay tiêu dùng nói riêng còn bị bỏ trống.

Trong một số năm gần đây đã xuất hiện một số vụ việc liên quan đến vấn đề quyền lợi của người vay tiêu dùng đã được báo chí và các phương tiện truyền thông đưa tin, ví dụ như cho vay với lãi suất quá cao, hợp đồng tín dụng quá dài và không rõ ràng, khách hàng không đọc hợp đồng trước khi ký... Tuy nhiên vẫn chưa có một cơ quan quản lý chuyên trách nào đứng ra tiếp nhận phản ánh trực tiếp từ khách hàng cũng như chưa có cơ chế xử lý khiếu nại giúp khách hàng khi có tranh chấp xảy ra. Hầu hết các tranh chấp theo quy định của các hợp đồng tín dụng được xử lý ở cơ quan cuối cùng là tòa án. Việc xử lý các hoạt động tín dụng tiêu dùng ở cơ quan tổ tụng là ít khả thi do hai lý do: Trình độ hạn chế của khách hàng vay tiêu dùng dẫn tới việc họ khó có khả năng tự nộp đơn và tham gia quy trình tố tụng khá phức tạp; quy trình tố tụng kéo dài và tốn kém nên khi áp dụng với các hợp đồng tín dụng có giá trị rất nhỏ thì thường không hiệu quả về mặt kinh tế, do đó, các chủ thể thường không muốn thực hiện quy trình này.

Sự thiếu rõ ràng trong các quy định pháp lý cũng như phân chia trách nhiệm giữa các cơ quan quản lý đang là một rào cản trong vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói chung và khách hàng trong hoạt động tín dụng tiêu dùng nói riêng.

5. Một số giải pháp nhằm bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng

Tín dụng tiêu dùng sau 10 năm hình thành và phát triển đã đóng một vai trò quan trọng trong nhiệm vụ xây dựng một hệ thống tài chính toàn diện tại Việt Nam. Tuy nhiên, thực tế vẫn nảy sinh những vấn đề khúc mắc, rào cản đòi hỏi cần có giải pháp lâu dài để lĩnh vực này phát triển lành mạnh và nhanh chóng.

Trước hết, về phía người tiêu dùng, để bảo vệ quyền lợi của mình khi có nhu cầu vay tiền, cần chú ý một số vấn đề sau:

Trước khi ký hợp đồng, người tiêu dùng cần tham khảo các hình thức tín dụng tại các ngân hàng. Nếu không còn lựa chọn nào khác mới tham khảo hình thức tín dụng tiêu dùng tại các tổ chức tài chính. Người tiêu dùng nên lựa chọn các công ty, tổ chức cung cấp dịch vụ cho vay có uy tín; tham khảo, hỏi ý kiến người thân, bạn bè hoặc tham khảo thông tin trên mạng Internet để xem các đánh giá của cộng đồng người tiêu dùng về dịch vụ, uy tín của công ty cung cấp dịch vụ; đọc thật kỹ hoặc yêu cầu nhân viên tư vấn làm rõ nội dung hợp đồng, đặc biệt lưu ý các điều khoản về lãi suất,

thời hạn và phương thức trả nợ, cách tính tiền phạt; lưu ý và cân trọng khi cung cấp các thông tin cá nhân của mình và của người khác cho bên cung cấp dịch vụ.

Sau khi ký hợp đồng, người tiêu dùng nên đề nghị nhân viên tư vấn hoặc công ty cung cấp một bản sao có giá trị pháp lý của hợp đồng đã ký kết. Trường hợp hợp đồng được gửi sau bằng đường bưu điện cần lưu ý nhân viên tư vấn có hình thức xác nhận về việc sẽ gửi hợp đồng cho người tiêu dùng và thời gian hoàn thành gửi hợp đồng.

Trong quá trình thực hiện hợp đồng, người tiêu dùng cần lưu giữ tất cả hóa đơn, tài liệu liên quan, bao gồm: hợp đồng, các tài liệu hướng dẫn do công ty cung cấp, các hóa đơn nộp tiền và các tài liệu liên quan khác để làm chứng cứ cho các hoạt động của mình. Nếu có vấn đề phát sinh hoặc thắc mắc, người tiêu dùng cần chủ động liên hệ trực tiếp theo số máy điện thoại được cung cấp trên hợp đồng của công ty. Trường hợp đã phản ánh, liên hệ nhưng vấn đề chưa được làm rõ hoặc giải quyết, cần phản ánh tới bên thứ ba (các hội bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, các Sở Công Thương trên địa bàn hoặc Cục QLCT) để được tư vấn, hỗ trợ kịp thời.

Về phía các cơ quan quản lý, chúng ta cần có những cải thiện pháp lý đáng kể trong vấn đề bảo vệ người tiêu dùng trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng. Về cơ cấu tổ chức các cơ quan quản lý, trước thực tế vừa chồng chéo, vừa thiếu phân công và phối hợp rõ ràng giữa các cơ quan chức năng như hiện nay, Chính phủ cần xem xét lại vai trò của các cơ quan này, đặc biệt là vai trò của Cục Quản lý cạnh tranh. Cụ thể trong ngắn hạn cần thành lập đơn vị chuyên trách về bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong cơ cấu của cơ quan chủ quản đối với các lĩnh vực này là Ngân hàng Nhà nước. Cách thức bố trí như vậy phù hợp với mô hình giám sát an toàn tài chính của Việt Nam hiện nay, đồng thời cơ quan chủ quản có thể phát huy các lợi thế về hiểu biết chuyên sâu đối với các sản phẩm, dịch vụ tín dụng tiêu dùng để đưa ra các giải pháp quản lý phù hợp.

Trong dài hạn, Chính phủ cần thành lập cơ quan chuyên trách độc lập về bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói chung. Khuyến nghị này được cho là chỉ phù hợp về mặt dài hạn, tuy nhiên sẽ có lợi ích rất lớn trong việc cho phép cơ quan này quan sát được tổng thể thị trường, cũng như tách riêng được mục tiêu giám sát an toàn tài chính và mục tiêu bảo vệ người tiêu dùng tài chính.

Bên cạnh việc cần thiết thành lập các cơ quan chuyên trách và thiết lập cơ chế phối hợp giữa các cơ quan này với Cục Cạnh tranh và Bảo vệ người tiêu dùng và Hội bảo vệ Người tiêu dùng về bảo vệ người tiêu dùng tài chính, nhiều ý kiến đề xuất cần sớm xây dựng chương trình đào tạo, giáo dục tài chính, nâng cao năng lực và kiến thức tài chính cũng như đẩy mạnh công tác phổ biến, tuyên truyền, giáo dục pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng tài chính.

Để phát triển thị trường tín dụng tiêu dùng lành mạnh, cạnh tranh đưa đến hạ lãi suất cho vay, Chính phủ cần tiếp tục hoàn thiện hành lang pháp lý trong việc quản lý, giám sát các công ty tài chính, nhất là các quy định về chuẩn mực an toàn cũng như minh bạch thông tin, tiếp thị sản phẩm, quản trị rủi ro...

Ngoài ra, Chính phủ tiếp tục khuyến khích, thúc đẩy sản phẩm tài chính gắn với công nghệ, phát triển các nền tảng công nghệ phục vụ cho vay tiêu dùng, giảm chi phí, tăng năng suất lao động, phối hợp phát triển các mô hình kinh doanh mới (Fintech, cho vay ngang hàng, Mobile money...);

song vẫn kiểm soát được rủi ro và tăng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính của người dân và doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, cần tạo điều kiện cho các công ty tài chính quy mô vừa và nhỏ phát triển, nhằm tăng tính cạnh tranh thông qua việc thu hút vốn từ nhà đầu tư nước ngoài, tiếp nhận nguồn vốn ưu đãi quốc tế... để hạn chế rủi ro tập trung vào số ít các công ty tài chính lớn. Điều này sẽ giúp giảm lãi suất, tăng đa dạng về sản phẩm - dịch vụ, mang lại nhiều lợi ích hơn cho người tiêu dùng cũng như nền kinh tế.

Tài liệu tham khảo

Nguyễn Văn Ngọc, Từ điển Kinh tế học, Đại học Kinh tế Quốc dân

TS. Nguyễn Thị Hiền, sách Tín dụng tiêu dùng Việt Nam - Thực trạng và khuyến nghị chính sách, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2017

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng , số 59/2020/QH12 ngày 17/11/2010

Đặng Hà My, “Cơ hội của tín dụng tiêu dùng”, <https://nhandan.vn/baothoinay-kinhte/co-hoi-cua-tin-dung-tieu-dung--639877/>

Ths. Trần Trọng Triết, “Tín dụng tiêu dùng phản ánh sức khỏe nền kinh tế”, <https://thitruongtaichinhliente.vn/tin-dung-tieu-dung-phan-anh-suc-khoe-nen-kinh-te-35568.html>

“Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong các giao dịch tín dụng tiêu dùng”, <https://dangcongsan.vn/kinh-te-va-hoi-nhap/bao-ve-quyen-loi-nguoi-tieu-dung-trong-cac-giao-dich-tin-dung-tieu-dung-321228.html>

“Thực trạng và giải pháp bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng”, <https://nhandan.vn/tin-tuc-kinh-te/thuc-trang-va-giai-phap-bao-ve-quyen-loi-nguoi-tieu-dung-trong-linh-vuc-tin-dung-tieu-dung-267226/>

“Khung pháp lý cần sát thực tiễn hơn để thúc đẩy tín dụng tiêu dùng”, <http://baochinhphu.vn/Kinh-te/Khung-phap-ly-can-sat-thuc-tien-hon-de-thuc-day-tin-dung-tieu-dung/426861.vgp>

“TÍN DỤNG ĐEN”- THỰC TRẠNG TỒN TẠI & NHỮNG GIẢI PHÁP CẤP BÁCH ĐƯỢC VIỆT NAM ÁP DỤNG HIỆN NAY

ThS Lê Thị Thu Hà⁴⁸ - Đại học Hải Phòng

Tóm tắt

Bài viết chỉ ra thực trạng hoạt động tín dụng đen đã và đang còn tồn tại trong nền kinh tế Việt Nam, những ảnh hưởng nghiêm trọng tới người tiêu dùng tài chính, các doanh nghiệp, xã hội. Là một đề tài mới mẻ và chưa có một bài viết nào đề cập hay có sẵn. Tại Việt Nam, tín dụng đen gây ra không ít hệ lụy cho xã hội như: lừa đảo, chiếm đoạt tài sản, tội phạm tín dụng đen với mức đáng báo động. Theo ước tính trung bình có 10.000 vụ/năm, mỗi ngày có 29 vụ và mỗi giờ làm việc có 3,6 vụ vi phạm liên quan đến tín dụng đen được phát hiện tại Việt Nam. Bài nghiên cứu đã làm rõ những bài học quản lý sâu sắc, những biện pháp đấu tranh kịp thời Việt Nam thực hiện trong bối cảnh mới của nền kinh tế nhằm hạn chế những bất cập mà hoạt động này gây ra cho người tiêu dùng tài chính, cho toàn xã hội và nền kinh tế.

Từ khóa: Hành vi chiếm dụng, Ngân hàng Nhà nước, người tiêu dùng tài chính, Tín dụng đen.

“BLACK CREDIT”- EXISTING STATUS & EMERGENCY SOLUTIONS APPLIED IN VIETNAM AT PRESENT

Abstract

The article points out the current status of black credit activities that have existed and are still existing in Vietnam's economy and its serious effects on financial consumers, businesses and society. It is a new topic. and not a single article mentioned or available. In Vietnam, black credit causes many social consequences such as fraud, property appropriation, and black credit crimes at an alarming rate. It is estimated that there are an average of 10,000 cases/year, 29 cases per day and 3.6 cases of black credit violations detected in Vietnam every working hour. The study has clarified the profound management lessons, the timely countermeasures that Vietnam has taken in the new context of the economy in order to limit the inadequacies that this activity causes to financial consumers. for the whole society and the economy

Keywords: Acts of appropriation, State Bank, consumer finance Black Credit.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Tín dụng đen gồm những hoạt động cho vay tín dụng dưới chuẩn, không qua hệ thống ngân hàng, trong đó người cho vay thực hiện những hành vi phi đạo đức và/hoặc trái pháp luật nhằm mục đích tư lợi cá nhân và thường gây ra hậu quả nghiêm trọng tới người đi vay. Đại dịch Covid-19 với những khó khăn về tài chính trong xã hội là thời điểm “vàng”, mảnh đất màu mỡ tạo điều kiện để tín dụng đen phát triển. Thủ tục vay tín dụng đen khá đơn giản, không cần tài sản thế chấp, không phụ

⁴⁸Email: lethuha1301@gmail.com, Điện thoại: 0904.335.933

phí, nhận tiền nhanh chóng, hướng tới những người tiêu dùng tài chính đang gặp khó khăn trong giai đoạn này.

Do tính cấp bách của việc nhận định đúng thực trạng tín dụng đen, rút kinh nghiệm sâu sắc từ bài học quản lý từ một số quốc gia láng giềng như Trung Quốc, Hàn Quốc, tác giả đã quyết định chọn đề tài “Tín dụng đen”- Thực trạng và giải pháp bảo vệ người tiêu dùng tài chính tại Việt Nam”. Từ đó tác giả sẽ phân tích rõ một số những biện pháp đấu tranh mang tính cấp thiết, tích cực và đổi mới của Việt Nam nhằm ngăn chặn kịp thời vấn nạn, từng bước vững chắc bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói riêng và nền kinh tế toàn xã hội nói chung.

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý luận về hoạt động tín dụng đen

2.1.1. Khái niệm về hoạt động tín dụng đen

Yuliya Demyanyk (2006) trong bài viết “Income Inequality: Time for Predatory Lending Laws?” cho rằng tín dụng đen thường liên quan đến khoản vay dành cho những người nghèo, những người không rõ về quy trình cho vay và những người có điểm tín dụng thấp. Andrew D Schmulow (2017) trong nghiên cứu “Curbing Reckless and Predatory Lending: A Statutory Analysis of South Africa’s National Credit Act” lại cho rằng tín dụng đen phải bao gồm ít nhất 2 trong số các đặc điểm sau:

- 1.Các khoản cho vay gây thiệt hại nghiêm trọng cho người tiêu dùng; các khoản vay liên quan đến gian lận và lừa đảo;
- 2.Các trường hợp thiếu minh bạch khác; và yêu cầu người tiêu dùng phải tự nguyện từ bỏ các quyền lợi hợp pháp của họ.

Còn theo tác giả Ánh (2016) trong nghiên cứu “Phát triển tín dụng vi mô -Giải pháp đẩy lùi “tín dụng đen” ở Việt Nam” nghiên cứu: Tín dụng đen là hình thức tín dụng phi chính thức, không đăng ký kinh doanh, không chịu sự giám sát của nhà nước. Tín dụng đen tăng trưởng tiềm ẩn nhiều rủi ro , ngăn cản hoạt động hiệu quả và minh bạch của các TCTD chính thức, gia tăng rủi ro về đạo đức khi xảy ra trường hợp người đi vay mất khả năng trả nợ.

Hiện nay tại Việt Nam, về mặt pháp lý thì chưa có khái niệm thế nào là “tín dụng đen” nhưng dựa trên những hiểu biết và nghiên cứu của mình, tác giả cho rằng: *Tín dụng đen là tổ hợp những khoản vay dưới chuẩn, trong đó người cho vay thực hiện những hành vi phi đạo đức và/hoặc trái pháp luật nhằm mục đích tư lợi cá nhân và thường gây ra hậu quả nghiêm trọng tới người đi vay, là hoạt động cho vay vốn bất hợp pháp, không phù hợp với các quy định của pháp luật.*

2.1.2. Đặc điểm hoạt động tín dụng đen

Bảng 1. Những hoạt động cơ bản của hoạt động tín dụng đen

STT	Đặc điểm
1	Cho vay quen biết giữa cá nhân
2	Có địa lý gần nhau, chủ yếu xảy ra ở nông thôn
3	Không theo chuẩn mực nào, chủ yếu là vay nóng
4	Thủ tục đơn giản, có thể tiếp cận mọi lúc, mọi nơi
5	Món vay thường có giá trị nhỏ

6	Tài sản đảm bảo cực kỳ đa dạng(Ti vi, tủ lạnh, điện thoại, giấy tờ..)
7	Có thể gia hạn(nếu cần)
8	Cực kỳ rủi ro

(Nguồn: Đặng Công Thức, 2018)

Theo Đặng Công Thức (2018) nhận định: “Tín dụng đen còn gọi là tín dụng nặng lãi, đây là loại hình tín dụng phi chính thức, với hoạt động cho vay mượn lẫn nhau giữa cá nhân và cá nhân, giữa cá nhân và tổ chức... không thông qua hệ thống ngân hàng và các tổ chức tài chính được Nhà nước cấp phép”. Trên lý thuyết, tín dụng đen là các khoản cho vay mà trong đó, chi phí mà người đi vay phải bỏ ra không tương xứng với chi phí và rủi ro của người cho vay”. Các khoản vay này có các đặc điểm sau:

- *Về thủ tục cho vay:* Thủ tục vay và cho vay rất đơn giản, có thể có tài sản thế chấp, có thể không cần tài sản thế chấp; việc vay và cho vay dựa trên sự tin tưởng nhau hoặc ràng buộc bằng các “quy tắc ngầm” của các đối tượng ngoài xã hội. Thực tế cho thấy, đối tượng đi vay tiền thường sử dụng giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, chứng minh nhân dân, căn cước công dân, giấy phép lái xe và các loại giấy tờ, bằng cấp của cá nhân... để cầm cố, thế chấp vay tiền. Đặc biệt có trường hợp còn câu kết với các đối tượng ngoài xã hội hoặc trên mạng Internet dùng công nghệ in màu để làm giả thẻ Đảng, chứng minh nhân dân, giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, các giấy tờ bổ nhiệm chức vụ; làm giả các hợp đồng hoặc trộm cắp tài sản của người khác... để cầm cố, thế chấp nhằm vay tiền tín dụng đen.

Về hoạt động thì không phải người đi vay chỉ vay tiền các đối tượng ngoài xã hội mà cá biệt hoạt động tín dụng đen lại được thực hiện ở ngay trong nội bộ một số cơ quan, đơn vị, nhà trường...

- *Về lãi suất cho vay:* Lãi suất cho vay vượt mức lãi suất theo quy định của pháp luật. Theo quy định tại Điều 201 Bộ luật Hình sự 2015 về tội “ Cho vay nặng lãi trong giao dịch dân sự” thì: Người nào trong giao dịch dân sự mà cho vay với lãi suất gấp 5 lần trở lên của mức lãi suất cao nhất quy định trong Bộ luật Dân sự, thu lợi bất chính từ 30 triệu đồng đến dưới 100 triệu đồng hoặc đã bị xử phạt vi phạm hành chính về hành vi này hoặc đã bị kết án về tội này, chưa được xóa án tích mà còn vi phạm thì bị phạt tiền từ 50 triệu đến 200 triệu đồng hoặc phạt cải tạo không giam giữ đến 03 năm. Phạm tội mà thu lợi bất chính 100 triệu đồng trở lên thì bị phạt tiền 200 triệu đến 01 tỷ đồng hoặc phạt tù từ 06 tháng đến 03 năm...

- *Về hình thức cho vay:* Hoạt động cho vay hiện nay đã được các chủ nợ biến tướng bằng việc: Các hợp đồng, giao dịch vay tiền thường được soạn thảo và ký nhận với nội dung giả tạo để che dấu mức lãi suất bất hợp pháp và tạo điều kiện cho chủ nợ dễ dàng khống chế con nợ để thu được nợ đồng thời cũng là ràng buộc pháp lý để khi con nợ không trả được thì chủ nợ có thể đề nghị cơ quan pháp luật xử lý bằng hình sự với con nợ.

2.1.3. Hệ lụy tới từ hoạt động tín dụng đen

Hoạt động tài chính ngầm, đặc biệt là tín dụng đen luôn tiềm tàng nguy cơ rủi ro lớn cho hệ thống tài chính, ảnh hưởng tới an sinh xã hội, tới cá nhân những người tiêu dùng tài chính. Các đối tượng chịu ảnh hưởng, rủi ro tới từ hoạt động tín dụng đen bao gồm các nhóm:

Nhóm 1. Rủi ro ngân hàng. Hoạt động ngân hàng tài chính ngầm (trong đó bao gồm cả tín dụng đen) thường phải chịu các loại rủi ro tài chính giống như hệ thống NHTM nhưng lại không được kiểm soát chặt chẽ. Nhiều hoạt động tín dụng đen được tài trợ bằng nguồn vốn ngắn hạn được lấy ra từ ngân hàng và sẽ chịu rủi ro rất lớn khi khách hàng đổ xô đến rút tiền ồ ạt hoặc khách hàng không có khả năng chi trả, các vụ đổ bể liên quan đến nhân viên ngân hàng.

Nhóm 2: Rủi ro vi phạm, lạm dụng, giảm hiệu quả quy định pháp luật tới từ tín dụng đen rất cao, đặc biệt là không có tài sản thế chấp. Khi người vay không trả nợ đúng hạn, hoặc mất khả năng chi trả, thì bị đòi nợ bằng các hình thức chiếm đoạt tài sản bất hợp pháp; bị "khủng bố" về tinh thần, sức khỏe, thậm chí đe dọa cả tính mạng, gây bất ổn an ninh trật tự và an toàn xã hội. Ngoài các hệ lụy trên, tín dụng đen là loại hình tín dụng hoạt động không theo một quy định cụ thể nào, không chịu sự quản lý và kiểm soát và quản lý của cơ quan nhà nước. Bởi vậy, khi xảy ra rủi ro mất khả năng chi trả, thì các chủ thể của tín dụng đen tự xử lý một cách tùy tiện, trái pháp luật.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu chính là phương pháp phân tích tổng hợp. Dữ liệu nghiên cứu chủ yếu được lấy từ các bài báo, kỷ yếu hội thảo và sách báo chuyên ngành của các tiến sĩ chuyên ngành tài chính, ngân hàng, quản lý Nhà nước về kinh tế cùng các tài liệu liên quan khác. Tác giả đã nghiên cứu các tài liệu, lý luận khác nhau bằng cách phân tích trên cơ sở lý thuyết đã có trong chuyên ngành tài chính, tín dụng, thương mại điện tử.... Sau khi phân tích các nội dung tham khảo, tác giả đã hệ thống lại và tổng hợp thành một bài viết có độ tập trung cao vào nội dung trọng tâm của chủ đề nghiên cứu: Chỉ ra thực trạng căn bản còn tồn tại của tín dụng đen tại thị trường Việt Nam. Trong đó, tác giả đã sắp xếp các tài liệu khoa học theo từng mặt, từng đơn vị, từng vấn đề có cùng dấu hiệu bản chất, cùng một hướng phát triển. Bên cạnh đó, dựa vào những nội dung đã được thực nghiệm và thực tiễn mà phân loại, sắp xếp các chiến lược tầm vĩ mô của Nhà nước và hệ thống lại theo từng bước của chiến lược đó.

3. THỰC TRẠNG, GIẢI PHÁP, KẾT QUẢ

3.1. Thực trạng Tín dụng đen tại Việt Nam

3.1.1. Thực trạng

Khảo sát thực tiễn cho thấy, cùng với sự phát triển của nền kinh tế, nhu cầu vay vốn của người dân và doanh nghiệp ngày càng gia tăng, trong khi tín dụng chính thức lại chưa thể đáp được nhu cầu vay vốn của các đối tượng, do vậy, hoạt động tín dụng đen vẫn tồn tại và diễn biến ngày càng phức tạp.



Hình 1. Sơ đồ cung ứng vốn của tín dụng đen

(Nguồn: Viện Nghiên cứu và Quản lý kinh tế)

Viện Nghiên cứu và Quản lý kinh tế Trung ương (2018) cho biết, các khoản vay tín dụng đen chiếm khoảng 30% tổng tín dụng thực do hệ thống ngân hàng cung cấp, tức là khoảng 50 tỷ USD. Báo cáo của Trung tâm Nghiên cứu thuộc Ngân hàng BIDV (2018) ghi nhận: Quy mô tín dụng phi chính thức tại Việt Nam hiện nay tương đương khoảng 15-20% tổng tín dụng của nền kinh tế; trong đó, quy mô tín dụng đen chiếm khoảng 30-35% tổng tín dụng phi chính thức, tương đương 6-8% tổng dư nợ nền kinh tế, khoảng 450-550 nghìn tỷ đồng.

Bảng 2. Tỷ lệ cấp tín dụng so với nguồn vốn huy động

STT	Loại hình TCTD	Tỷ lệ cấp tín dụng so với nguồn vốn huy động (%) ngày 31/12/2019	Tỷ lệ cấp tín dụng so với nguồn vốn huy động (%) ngày 31/03/2020
1	NHTM Nhà nước	91,89	83,29
2	NHTM cổ phần	84,33	72,79
3	NH Liên doanh, nước ngoài	58,05	38,16
4	Công ty tài chính, cho thuê tài chính	283,70	-
5	Tổ chức tín dụng hợp tác	105,62	57,90
6	Toàn hệ thống	87,41	73,81

(Nguồn: Ngân hàng Nhà nước Việt Nam)

Đánh giá thực trạng hoạt động tín dụng tại Việt Nam, theo Trần Minh Hưởng(2019) tại Hội thảo khoa học quốc gia, Học viện cảnh sát nhận dân đã thống kê, có khoảng 70% dân số Việt Nam chưa tiếp cận vốn ngân hàng, số doanh nghiệp có khả năng tiếp cận nguồn vốn tín dụng chính thức mới chiếm 1/3 tổng số doanh nghiệp. Xét toàn hệ thống, tỷ lệ cấp tín dụng so với nguồn vốn huy động (LDR) là 73,81%, đạt mức giới hạn trong quy định tại Thông tư số 22/2019/TT-NHNN (tối đa 85% với tất cả các tổ chức tín dụng). Đồng thời, đây là mức thấp kỷ lục trong nhiều năm trở lại đây.

- Thực trạng này còn làm nảy sinh vấn đề về rủi ro đạo đức, gây nên những hệ lụy trong lĩnh vực tài chính ngân hàng nếu không được giám sát, kiểm soát chặt chẽ. Theo Nguyễn Văn Hà (2018), toàn quốc đã xảy ra 7.624 vụ phạm tội liên quan đến tín dụng đen, trong đó có 56 vụ giết người, 389 vụ cố ý gây thương tích, 629 vụ cướp tài sản, 836 vụ cưỡng đoạt tài sản, 1809 vụ lừa đảo, 3581 vụ lạm dụng tín nhiệm, 165 vụ hủy hoại tài sản.

- Theo ông Trần Minh Hưởng (2018) cho biết: hiện tại có vô vàn các dịch vụ cho vay trực tuyến lãi suất rất cao kể tới như: “Vayvay”, “IDong”, “One Click Money”, “ATM online”,...đang từng ngày từng giờ để “giăng bẫy” trên các không gian mạng. Đáng chú ý trên thực tế, nhiều Website hay App cho vay trực tuyến đang hoạt động dựa trên mô hình cho vay ngang hàng(P2P Lending), toàn bộ hoạt động vay, trả nợ gốc giữa người đi vay và người cho vay được nền tảng giao dịch trực tuyến ghi nhận, lưu trữ vào các bảng điện tử, số hóa. Do vậy, rất nhiều những cá nhân và tổ chức cho vay nặng lãi đang núp bóng P2P lending để cho vay với lãi suất cắt cổ, kéo theo các cách thức đòi nợ mang tính xã hội đen.

3.1.2. Nguyên nhân khiến hoạt động tín dụng đen vẫn tồn tại và bùng phát mạnh mẽ trong thời gian gần đây

- *Thứ nhất*, do nhu cầu vay vốn làm ăn, kinh doanh trên thị trường hiện nay rất “nóng”, điển hình sau đại dịch COVID-19. Trên thực tế, không phải người dân và doanh nghiệp nào cũng có thể dễ dàng tiếp cận được với các nguồn vốn của ngân hàng do các quy định chặt chẽ về thủ tục và tài sản thế chấp. Trong khi đó, việc tiếp cận nguồn vốn “tín dụng đen” ở ngoài xã hội lại quá dễ dàng. Theo Đức Nghiêm (2018), người có nhu cầu vay vốn chỉ cần có các giấy tờ như CMND, sổ hộ khẩu và một số loại giấy tờ tùy thân có giá trị khác như thẻ sinh viên, thẻ ATM, bằng cấp là có thể vay được tiền trong thời gian rất ngắn (thông thường chỉ khoảng từ 30 phút).

Nhiều người đã sử dụng tiền nhàn rỗi để trực tiếp cho vay dưới dạng “tín dụng đen” hoặc tham gia với vai trò trung gian, huy động vốn, gây rủi ro rất lớn cho cả người cho vay và đi vay, dẫn đến tình trạng vỡ nợ, hui, họ xảy ra ở nhiều địa phương.

- *Thứ hai*, các biện pháp kiểm soát của cơ quan quản lý nhà nước nhằm đẩy lùi tín dụng đen chưa phát huy hiệu quả. Thậm chí, tín dụng đen ngày càng nở rộ và biến tướng sang hình thức cho vay online với mức lãi suất lên tới vài trăm % mỗi năm. Đặc biệt, dưới sự hỗ trợ của công nghệ, người vay và người cho vay chỉ cần đăng nhập vào ứng dụng công nghệ là có thể tiến hành giao dịch vay mượn. Thủ tục cho vay của loại hình tín dụng đen rất đơn giản, thuận tiện, nhiều hạn mức vay, từ nhỏ đến lớn; hình thức vay đa dạng; giải ngân nhanh gọn, có thể nhận tiền ngay, phương thức trả nợ linh hoạt. Hoạt động cho vay trực tuyến (vay online) trên một số website, ứng dụng di động (app) có thể lên đến hàng trăm phần trăm trên một năm.

- *Thứ ba*, chế tài xử lý các đối tượng cho vay nặng lãi, đòi nợ thuê chưa tương xứng với tính chất, mức độ vi phạm, chưa đủ sức răn đe. Sự quan tâm vào cuộc của chính quyền cơ sở, một số cơ quan chức năng chưa đúng mức.

3.2. Giải pháp

Kinh nghiệm quản lý tín dụng đen tại Trung Quốc

Trước khi đưa ra những giải pháp hữu tại Việt Nam, tác giả xin trích dẫn một vài những phân tích từ kinh nghiệm quản lý tín dụng đen tại Trung Quốc - quốc gia được biết đến với khả năng xử lý thực trạng về tín dụng đen hiệu quả so với nhiều nước trên thế giới.

Tại Trung Quốc, tín dụng đen thường được biết đến là các hoạt động bên ngoài hệ thống ngân hàng, thường xuyên tham gia như các trung gian tín dụng với các chức năng thanh khoản và chuyển đổi tín dụng, có thể sẽ tạo ra rủi ro hệ thống hoặc chênh lệch giá quy định (FSB, 2012). Các tổ chức tài chính phi ngân hàng chiếm khoảng 20% tổng tài sản hệ thống ngân hàng Trung Quốc, tương đương 4,3 nghìn tỷ USD và đang phát triển với tốc độ đáng kinh ngạc.

- Tự do hóa lãi suất: Trước đây, Ngân hàng Trung ương Trung Quốc (PBOC) đã áp đặt quy định về trần và sàn lãi suất với các khoản tín dụng của ngân hàng đã dẫn đến sự gia tăng của hoạt động tín dụng đen. Năm 2015, PBOC đã công bố bãi bỏ quy định trần và sàn lãi suất, nói lỏng quy định về lãi suất tham chiếu nhằm nâng cao tính cạnh tranh của các ngân hàng và tăng quyền chọn cho khách hàng.

- Truy quét các hoạt động ngân hàng ngầm trong danh mục cấm: Theo Danh, H. C. (2014), Trong tháng 4/2015, Bộ Công an đã phối hợp với PBOC, Cục Quản lý ngoại hối tổ chức một đợt truy quét hoạt động chuyển tiền trái phép của các “ngân hàng ngầm” và các công ty đặt ở nước ngoài. Công an các tỉnh, thành phố như Quảng Đông, Thượng Hải, Liêu Ninh, Triết Giang, Tân Cương đã liên tiếp phá được một loạt vụ án nghiêm trọng.

Một số những giải pháp tích cực và kịp thời mà Việt Nam có thể áp dụng trong thời gian sắp tới

Để hạn chế và đẩy lùi tín dụng đen, Nhà nước và các cơ quan quản lý cần có sự chung tay, đoàn kết của Chính phủ, các bộ, các cấp, hệ thống Ngân hàng trong và ngoài nhà nước, cá nhân tiêu dùng tài chính. Tác giả xin mạnh dạn đề xuất một số giải pháp như sau:

- *Thứ nhất*, kiểm soát chặt chẽ và liên tục các hoạt động, dịch vụ và đối tượng cho vay nặng lãi. Theo Xuân Hương, Bích Diệu(2018)-tạp chí khoa học công nghệ , về lãi suất thì lãi suất vay do các bên thỏa thuận không được vượt quá 150% của lãi suất cơ bản do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) công bố đối với loại cho vay tương ứng; Điều 163 Bộ luật Hình sự kết hợp Thông tư số 39/2016/TT-NHNN, Ngân hàng Nhà nước (2016) cho biết việc cho vay nặng lãi sẽ bị truy cứu trách nhiệm hình sự khi lãi suất cho vay cao hơn mức lãi suất theo quy định 10 lần và có tính chất chuyên bóc lột được hiểu là người phạm tội lợi dụng hoàn cảnh khó khăn, quần bách của người đi vay để cho vay với lãi suất cao nhằm thu lợi bất chính mà thực chất là bóc lột người đi vay. Các quy định về lãi suất cho vay cầm đồ trước đây có thông tư liên bộ của NHNN.

- *Thứ hai*, phát triển tín dụng chính thức cả chiều rộng và chiều sâu, thu hẹp thị phần của tín dụng đen. Cụ thể, Ngân hàng Nhà nước cần chỉ đạo các ngân hàng thương mại, ngân hàng chính sách xã hội và các tổ chức tín dụng triển khai mạnh mẽ chính sách tín dụng phục vụ sản xuất và đời sống như:

+ Các tổ chức tín dụng khi được giao nhiệm vụ thực hiện cho vay để đẩy lùi tín dụng đen, cần tách bạch nhiệm vụ này với các nhiệm vụ khác; đồng thời, cần áp dụng những quy định riêng cho loại tín dụng đặc biệt này, còn gọi là “tín dụng cấp thiết”.

+ Các ngân hàng, các tổ chức tín dụng cần được tự ấn định lãi suất cho vay cùng với việc nói lỏng tối đa các điều kiện, thủ tục cho vay trên tinh thần thỏa thuận với các đối tượng vay vốn, đảm bảo bù đắp rủi ro và mức lợi nhuận của ngân hàng mà không vi phạm luật pháp. Các ngân hàng, các tổ chức tín dụng cũng cần chú trọng công tác tiếp thị, quảng cáo để các đối tượng vay vốn dễ dàng tiếp cận các sản phẩm, gói vay, nhằm đẩy lùi tình trạng cho vay nặng lãi của tín dụng đen.

- *Thứ ba*, cải thiện an sinh xã hội, nâng cao đời sống người dân nhằm hạn chế các nguyên nhân gốc rễ dẫn đến hoạt động tín dụng đen. Hiện nay, công tác an sinh xã hội chưa tốt, chưa thể đáp ứng được nhu cầu của người dân. Do vậy, cần phải đảm bảo mỗi người dân phải có bảo hiểm y tế; có thể miễn phí cho học sinh từ mẫu giáo đến lớp 12; tạo ra những căn nhà xã hội cho người dân thuê với chi phí thấp... từ đó, hạn chế tác động xấu của tín dụng đen, góp phần ổn định xã hội. Ngân hàng cần phối hợp chặt chẽ với chính quyền địa phương, các tổ chức như Hội

nông dân, hội Phụ nữ,... để tuyên truyền, bằng quá chương trình tín dụng tiêu dùng tới với các hộ gia đình.

- *Thứ tư*, việc phát triển các tổ chức tài chính vi mô, quỹ tín dụng nhân dân, chi nhánh của công ty tài chính và minh bạch hóa thị trường tài chính là những biện pháp cần sớm được thực hiện trong thời gian tới. Theo đó, cần tiếp tục triển khai các kế hoạch mở rộng mạng lưới điểm giới thiệu dịch vụ, bán hàng thông qua việc hợp tác với các đối tác cung ứng sản phẩm; Hoàn tất thử nghiệm công nghệ cao trên các ứng dụng cho vay tự động nhằm tiếp cận nhanh chóng và mang đến các trải nghiệm vay linh hoạt cho các khách hàng tại khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa...

- *Thứ năm*, chú trọng tuyên truyền và giáo dục tài chính để làm thay đổi nhận thức của người tiêu dùng về vay tiêu dùng tín chấp tại các công ty tài chính cũng như các vấn đề liên quan đến tài chính toàn diện, tài chính cá nhân của người dân. Việc giáo dục tài chính cần được xem là một trong những trụ cột chính, vừa nâng cao hiểu biết của người dân về các dịch vụ nhằm giúp họ có ý thức tìm đến tín dụng hợp pháp thay vì tín dụng đen, đồng thời nâng cao ý thức trả nợ để đảm bảo quyền lợi của chính người đi vay và góp phần thúc đẩy thị trường tài chính phát triển bền vững hơn.

- *Thứ sáu*, cần có sự chung tay, phối hợp giữa Bộ Tài chính, Bộ Thông tin và Truyền thông tăng cường công tác quản lý nhà nước về an toàn thông tin, an ninh mạng, an ninh tài chính, tiền tệ; kiểm tra, xử lý các dịch vụ cho vay nặng lãi trực tuyến. Phối hợp với Ngân hàng Nhà nước tham mưu xây dựng văn bản quy phạm pháp luật quản lý loại hình công ty cho vay trực tuyến, vay ngang hàng (P2P Lending) ... chưa có quy định pháp lý về hoạt động cho vay ngang hàng (P2P Lending) bao gồm việc cho vay qua App.

3.3 Kết luận

Tại phiên thảo luận tình hình kinh tế – xã hội ngày 26/10/2018, vấn nạn tín dụng đen tiếp tục trở thành chủ đề “nóng” trên diễn đàn Quốc hội. Các đại biểu Quốc hội nêu thực trạng tín dụng đen hoành hành từ thành thị đến nông thôn, gây bất an xã hội trong thời gian gần đây. Tín dụng đen là một thực trạng tồn tại, là vấn đề khiến xã hội trở nên bất ổn, gây nên nhiều hệ lụy xấu cho những ai vướng phải, kèm theo bao tệ nạn xã hội. Để đẩy lùi vấn nạn về tín dụng đen, tác giả thiết nghĩ cần phải có sự nỗ lực và vào cuộc của Chính phủ, tất cả các cấp, các ngành và người tiêu dùng tài chính cùng chung tay. Do tính cấp bách của việc nhận định đúng thực trạng tín dụng đen, rút kinh nghiệm sâu sắc từ bài học quản lý từ một số quốc gia láng giềng như Trung Quốc, Hàn Quốc, tác giả đã hoàn thành việc phân tích, đề xuất một số giải pháp mang tính cấp thiết, tích cực và đổi mới góp phần xử lý kịp thời vấn nạn, từng bước vững chắc bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói riêng và nền kinh tế toàn xã hội nói chung.

4. TÀI LIỆU THAM KHẢO

Andrew D. Schmulow (2007), *Curbing Reckless and Predatory Lending: A Statutory Analysis of South Africa's National Credit Act*, Consumer Interests Annual, Volume 63, 2017.

Yuliya Demyanyk (2006), *Income inequality: time for predatory lending laws?*. The Regional Economist, 2006, issue Oct, 10-11.

Danh, H. C. (2018), *Những thách thức hoạt động tín dụng ngoài ngân hàng ở Trung Quốc*, Tạp Chí Đại Học Thủ Dầu 1, S15, 1.

Đặng Công Thức (2018), *Vai trò của Ngân hàng chính sách xã hội Việt Nam trong thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế-xã hội theo Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XII*, Tạp chí Ngân hàng.

Đức Nghiêm (2018), *Ngân hàng Nhà nước thực hiện nhiều giải pháp góp phần hạn chế tín dụng đen*, Thời báo Ngân hàng.

Trần Minh Hưởng (2019), “*Thực trạng hoạt động “Tín dụng đen” và những vấn đề đặt ra đối với công tác quản lý, đấu tranh, phòng chống tội phạm và vi phạm pháp luật liên quan đến “tín dụng đen” của lực lượng CSND*”, Hội thảo khoa học quốc gia, Học viện cảnh sát nhân dân.

Minh Hà (2018), *Đẩy lùi tín dụng đen: Khó nhưng khả thi*, Báo Realtimes;

Ngân hàng Nhà nước (2016), *Thông tư số 39/2016/TT-NHNN quy định về hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng*.

Ngân hàng Nhà nước (2019), *Thông tư số 22/2019/TT-NHNN quy định về tỷ lệ cấp tín dụng*.

Nguyễn Thị Xuân Hương, Dương Thị Bích Diệu (2016), *Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng vốn tín dụng cho hộ nghèo từ Ngân hàng chính sách xã hội quận Ô Môn, thành phố Cần Thơ*, Tạp chí Khoa học và Công nghiệp số 3.

Phan Cử Nhân (2017), *Ngân hàng chính sách xã hội đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy tài chính tỉnh Thanh Hoa, Tìm chế tài kiểm soát tín dụng đen*, Thời báo Kinh doanh toàn diện tại Việt Nam, Tạp chí Ngân hàng.

Trần Hữu Ý (2018), *Vai trò của Ngân hàng Chính sách xã hội trong thúc đẩy tài chính toàn diện, góp phần giảm nghèo bền vững*, Tạp chí Ngân hàng

TĂNG CƯỜNG GIÁM SÁT NHẪM BẢO VỆ NHÀ ĐẦU TƯ TRÊN THỊ TRƯỜNG CHỨNG KHOÁN

TS. Thái Quỳnh Mai Dung - Trưởng ban Đối ngoại, Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam

Tóm tắt:

Giám sát là một trong những hoạt động quan trọng trong quản lý của Nhà nước đối với Thị trường Chứng khoán (TTCK) ở Việt Nam. Đặc biệt, mục tiêu của giám sát là ưu tiên phòng ngừa, ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật nhằm bảo vệ nhà đầu tư trên TTCK. Thực trạng hoạt động giám sát trên TTCK Việt Nam được xem xét, phân tích dưới góc độ ảnh hưởng tới tính minh bạch của thị trường và tác động tới nhà đầu tư. Các giải pháp được đề xuất hướng tới việc hoàn thiện hoạt động giám sát một cách hiệu quả và đồng bộ, không chỉ là cơ sở thực hiện đúng vai trò nhà nước trong quản lý TTCK mà còn là giải pháp tạo niềm tin cho nhà đầu tư và đảm bảo sự phát triển bền vững của thị trường.

Từ khóa: *Giám sát, minh bạch, thị trường chứng khoán, nhà đầu tư*

Abstract:

Supervision is one of the important activities of the state management on the Stock Market in Vietnam. In particular, the objective of supervision is to prioritize the prevention of illegal acts in order to protect investors in the stock market. The current status of supervision on the Vietnam Stock Market is analyzed and reflected from the perspective of its impact on the market transparency and on investors. The recommendations are made to improve supervision activities effectively and synchronously. Effective supervision serves not only as a basis for performing its state role properly in the stock market management, but also as a solution to create confidence for investors and to ensure the sustainable development of the market.

Keywords: *Supervision, transparency, stock market, investors*

1. Bối cảnh

Trải qua 25 năm tính từ mốc Ủy ban Chứng khoán Nhà nước (UBCKNN) được thành lập năm 1996, Thị trường chứng khoán (TTCK) Việt Nam đã phát triển nhanh chóng cả chiều rộng lẫn chiều sâu. Tổng lượng vốn hoá ngày càng tăng thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế và trở thành một trong những kênh quan trọng trong thị trường vốn ở Việt Nam. Từ đó, TTCK hoàn thiện dần từng bước, song hành với sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước, cũng nhanh chóng tham gia vào hội nhập quốc tế để trở thành một kênh thu hút vốn không chỉ giới hạn ở phạm vi trong nước. Kết quả là hệ thống khuôn khổ pháp lý, cơ chế chính sách được xây dựng và hoàn thiện phù hợp với điều kiện, trình độ phát triển của đất nước, tiệm cận với các chuẩn mực quốc tế, bảo đảm cho thị trường phát huy được hiệu quả, bảo vệ nhà đầu tư và đặc biệt dần đáp ứng yêu cầu minh bạch hoá thị trường.

Quy mô và tính thanh khoản của thị trường chứng khoán đã tăng gấp hàng trăm lần so với những ngày đầu ra đời, thu hút đông đảo các nhà đầu tư trong và ngoài nước (UBCKNN, 2020). Cũng như các thị trường non trẻ khác, TTCK Việt Nam chịu ảnh hưởng lớn bởi tình trạng thông

tin kém minh bạch tạo nên những biến động thất thường từ khi ra đời đến nay. Công khai, minh bạch là một trong những yêu cầu quan trọng để đảm bảo nguyên tắc các bên cùng có lợi và sự phát triển bền vững của thị trường. Nhiều nghiên cứu đều khẳng định vai trò của Nhà nước đối với giám sát và sự cần thiết của hoạt động giám sát để đảm bảo TTCK hoạt động công khai, minh bạch. Giám sát trong thị trường tài chính nói chung và TTCK nói riêng, được hiểu là “một trong những chức năng quản lý của nhà nước do một cơ quan có thẩm quyền thực hiện đối với hoạt động của các định chế tài chính với mục đích nhằm: (i) đảm bảo sự ổn định và phát triển của khu vực tài chính; (ii) đảm bảo thị trường tài chính vận hành hiệu quả; và (iii) bảo vệ người tiêu dùng sử dụng sản phẩm dịch vụ tài chính như người gửi tiền ngân hàng, các nhà đầu tư nhỏ lẻ trên thị trường chứng khoán, những người tham gia bảo hiểm.... Đây cũng là những mục tiêu đã được khẳng định tại Việt Nam, đó là bảo vệ các nhà đầu tư, giảm rủi ro hệ thống, đảm bảo tính công bằng, minh bạch, hiệu quả của thị trường chứng khoán thông qua phát hiện, ngăn ngừa xử lý các hành vi giao dịch nội bộ, giao dịch thao túng TTCK và các hành vi vi phạm quy định pháp luật về giao dịch chứng khoán.

Việc giám sát TTCK là cách để bảo vệ lợi ích hợp pháp của các nhà đầu tư. Các nhà đầu tư là chủ thể quan trọng tham gia trên TTCK, tạo nên sự ổn định và phát triển của TTCK. Không phải mọi quyết định đầu tư đều mang đến thu nhập kỳ vọng, đi cùng với lợi nhuận lớn là rủi ro cao. TTCK cũng là thị trường có sự biến động mạnh về giá làm ảnh hưởng không nhỏ tới lợi ích của các nhà đầu tư. Khi quyết định tham gia một giao dịch, nhà đầu tư đã giao phó tiền của mình cho nhà phát hành và môi giới. Nhưng vì thông tin mà họ nhận được có thể không đầy đủ và mất cân xứng, họ không thể biết được độ chính xác của những thông tin do người phát hành, người môi giới cung cấp. Mặt khác, các hành vi thao túng, gian lận trên thị trường có thể xảy ra. Nếu những hành vi đó được kiểm soát bởi những cơ quan trung lập, không vì mục tiêu lợi nhuận thực hiện các hoạt động giám sát thị trường thì sẽ hạn chế tối đa những ảnh hưởng tiêu cực. Điều này sẽ làm lòng tin của nhà đầu tư sẽ tăng lên, thị trường sẽ hoạt động hiệu quả, thúc đẩy sự lưu chuyển vốn trong nền kinh tế (Hoàng Đức Long, 2001). Công việc của cơ quan giám sát là bảo vệ các nhà đầu tư trên TTCK bằng việc phát hiện ra các “lỗ hổng thông tin” cũng như các vi phạm lạm dụng thị trường và đưa ra các lệnh trừng phạt (FINANSINSPEKTIONEN (2015). Luật Chứng khoán số 54/2019/QH14 của Việt Nam cũng khẳng định vai trò của Nhà nước là “giám sát bảo đảm TTCK hoạt động công bằng, công khai, minh bạch, an toàn và hiệu quả”. Điều này khẳng định rõ mối quan hệ chặt chẽ giữa hành lang pháp lý của hoạt động giám sát với tính công khai, minh bạch của TTCK.

2. Thực trạng của giám sát trên TTCK Việt Nam và việc bảo vệ quyền lợi của nhà đầu tư

2.1. Mô hình giám sát

Hoạt động giám sát chứng khoán hiện nay đang được thực hiện bởi UBCKNN (trực thuộc Bộ Tài chính) với hoạt động giám sát tập trung vào: (1) Giám sát giao dịch thị trường; (2) Giám sát sự tuân thủ của các định chế tham gia thị trường bao gồm các công ty chứng khoán (CTCK), công ty quản lý Quỹ, công ty niêm yết và các định chế trung gian khác tham gia trên thị trường; (3) Giám sát các định chế thị trường bao gồm các Sở Giao dịch Chứng khoán (SGDCK), Trung tâm Lưu ký Chứng khoán (VSD) (Hoàng Đức Long, 2001). Từ năm 2004, UBCKNN là cơ quan thuộc Bộ Tài chính, chịu trách nhiệm thực hiện chức năng tham mưu, giúp Bộ trưởng Bộ Tài chính quản lý nhà nước về CK và TTCK; trực tiếp quản lý, giám sát hoạt động chứng khoán và

TTCK; quản lý các hoạt động dịch vụ thuộc lĩnh vực chứng khoán, TTCK theo quy định của pháp luật. Với vị thế là cơ quan quản lý chuyên ngành về CK và TTCK, UBCKNN có vai trò rất quan trọng tạo môi trường thuận lợi cho việc huy động vốn cho đầu tư phát triển, đảm bảo cho TTCK hoạt động có tổ chức, an toàn, công khai, công bằng và hiệu quả, bảo vệ quyền lợi và lợi ích hợp pháp của các nhà đầu tư.

Hiện nay, tại TTCK Việt Nam, hoạt động giám sát được thực hiện bởi nhiều cơ quan và được phân thành 3 cấp như sau:

- Cấp giám sát thứ nhất là UBCKNN, là cơ quan thuộc Bộ Tài chính có trách nhiệm tổ chức, phát triển thị trường chứng khoán; trực tiếp quản lý, giám sát hoạt động về chứng khoán và thị trường chứng khoán của các tổ chức, cá nhân, tức là bao gồm giám sát hoạt động nghiệp vụ chứng khoán của SGDCK Việt Nam và công ty con, Tổng công ty lưu ký và bù trừ CK Việt Nam (VSD), các hoạt động liên quan đến CK và TTCK của các tổ chức, cá nhân” (Lê Trung Thành, 2010) (Quốc hội, 2019). UBCKNN là cơ quan quản lý chuyên ngành đầy đủ của Nhà nước và trực tiếp thực hiện hoạt động giám sát TTCK. Bên cạnh đó, UBCKNN còn thực hiện vai trò QLNN đối với các CTCK, các SGDCK và các chủ thể khác tham gia trên TTCK nhằm đảm bảo sự ổn định của thị trường. Trong UBCKNN, hoạt động giám sát TTCK được giao cho một số đơn vị thực hiện và tương đối phân tán.

- Cấp giám sát thứ hai, giám sát được thực hiện ở các tổ chức tự quản. Các tổ chức tự quản có chức năng giám sát trên TTCK là SGDCK và VSD. Ban đầu, các Sở GDCK ở Việt Nam có SGDCK TP. Hồ Chí Minh – HOSE và SGDCK Hà Nội – HNX được phân cấp thực hiện giám sát giao dịch và giám sát tuân thủ trên TTCK. Thông qua việc giám sát trên hệ thống giao dịch trực tuyến, nếu Sở GDCK phát hiện có dấu hiệu giao dịch bất thường, biến động về giá, giao dịch, khối lượng sẽ phân tích và báo cáo UBCKNN. Từ đó, UBCKNN tiếp tục có bước xử lý tiếp theo như kiểm tra, thanh tra, thu thập hồ sơ, tài liệu,...theo quy định” (Nguyễn Thanh Tùng, 2016). Năm 2019, Quốc hội đã thông qua và ban hành những quy định mới, quy định sát nhập HOSE và HNX chỉ còn một SGDCK duy nhất mang tên “Sở giao dịch chứng khoán Việt Nam” và hình thành “công ty con của Sở giao dịch chứng khoán Việt Nam”. Ngày 4/1/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 37/2020/QĐ-TTg, có hiệu lực từ ngày 20-2-2021 thành lập Sở Giao dịch Chứng khoán Việt Nam (VNX) theo mô hình công ty mẹ - công ty con do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ trên cơ sở sắp xếp lại Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội (HNX) và Sở Giao dịch chứng khoán TP Hồ Chí Minh (HoSE). VNX có nhiệm vụ chính là xây dựng và ban hành các quy chế về niêm yết chứng khoán, giao dịch chứng khoán, công bố thông tin, thành viên của VNX và các quy chế nghiệp vụ khác liên quan tổ chức và hoạt động thị trường giao dịch chứng khoán; ban hành tiêu chí giám sát giao dịch...

Ngoài ra, từ năm 2017, để công tác giám sát được sâu rộng hơn, UBCKNN đã bổ sung thêm chủ thể giám sát mới là VSD (theo Thông tư 115/2017/TT-BTC). “VSD sẽ thực hiện phương thức giám sát các trường hợp vi phạm tỷ lệ sử dụng tài sản ký quỹ của nhà đầu tư, giới hạn vị thế dựa trên một hoặc các nguồn dữ liệu được phép (khoản 1 Điều 19 của Thông tư 115/2017/TT-BTC). VSD còn được phép yêu cầu các tổ chức, cá nhân thuộc đối tượng giám sát của mình cung cấp thông tin và giải trình để làm rõ. Ngoài ra, việc phối hợp với UBCKNN kiểm tra định kỳ hoặc bất thường cũng là một kênh giám sát hữu hiệu đối với VSD. Tuy nhiên, hạn chế đối với VSD là doanh nghiệp hoạt động không nhằm mục đích lợi nhuận nhưng các cơ chế, chính sách,

pháp luật áp dụng với VSD cơ bản giống như các doanh nghiệp thông thường (trừ một số ít quy định đặc thù). Điều này gây không ít khó khăn cho VSD trong thực hiện, cân bằng giữa chức năng hỗ trợ cơ quan quản lý nhà nước trong quản lý, giám sát và hỗ trợ sau giao dịch với nhiệm vụ bảo toàn vốn và hoạt động kinh doanh có lãi của một doanh nghiệp. Luật Chứng khoán năm 2019 đã bổ sung thêm quy định về lưu lý và bù trừ CK, khắc phục những hạn chế về giám sát của VSD so với các quy định cũ.

- Cấp giám sát thứ ba: Luật Chứng khoán số 54/2019/QH14 đã sửa đổi và bổ sung thêm một cấp giám sát là tại CTCK. Các CTCK khi cung cấp dịch vụ, phát hiện giao dịch bất thường phải báo cáo Sở GDCK. Đây là thông lệ quốc tế mà tất cả các nước ASEAN, các nước phát triển, Liên minh Châu Âu áp dụng.

Như vậy, trải qua 25 năm phát triển của TTCK, hệ thống giám sát thị trường đã được xây dựng và hoàn thiện với việc phân cấp tiệm cận với thông lệ quốc tế. Đây cũng là bước giúp cho hoạt động giám sát được thực hiện chặt chẽ hơn và hiệu quả hơn nhằm đạt được mục tiêu giám sát đã đặt ra.

2.2. Khung khổ pháp lý

Các quy định pháp luật về giám sát TTCK được liên tục xây dựng, bổ sung và hoàn thiện tương đối đầy đủ, nhất là giai đoạn từ 2011 đến nay. Thành công lớn nhất của UBCKNN trong giai đoạn này chính là đã phát hiện và trình Chính phủ phương án tái cấu trúc TTCK, tạo điều kiện để thị trường phát triển về chiều sâu. Các văn bản pháp luật quy định về giám sát giao dịch chứng khoán và giám sát tuân thủ trong lĩnh vực chứng khoán và TTCK thường xuyên được rà soát, bổ sung, đổi mới, phù hợp hơn với thực tế phát triển và tiêu chuẩn quốc tế, là căn cứ cơ sở để cơ quan giám sát TTCK thực thi các hoạt động của mình, kiểm soát và nâng cao tính minh bạch của thị trường ở mọi khía cạnh.

Sự phát triển mạnh mẽ của TTCK các nước trên thế giới và khu vực đã đặt ra yêu cầu cải cách với TTCK Việt Nam, đặc biệt là hệ thống pháp luật về chứng khoán và TTCK ở Việt Nam để phù hợp với chuẩn mực và thông lệ quốc tế. Bên cạnh đó, nhận thức, ý thức chấp hành pháp luật của một số tổ chức, cá nhân tham gia đầu tư, hoạt động trên TTCK còn hạn chế, ảnh hưởng tới hiệu quả thi hành Luật, cá biệt có những hành vi vi phạm pháp luật mà cơ quan quản lý nhà nước phải xử lý. Luật Chứng khoán 2019 đã bổ sung nhiều quy định liên quan đến bổ sung chủ thể giám sát, các hoạt động giám sát cũng được thay đổi nhằm phù hợp với sự phát triển của thị trường cũng như bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang lan rộng trên toàn cầu. Gần nhất năm 2019, Văn bản hợp nhất số 48/VBHN-BTC hướng dẫn giám sát giao dịch chứng khoán trên TTCK được ban hành để sửa chữa những hạn chế mà các văn bản trước đây gặp phải. Tương tự, những quy định về giám sát tuân thủ đối với hoạt động trong lĩnh vực chứng khoán của SGDCK, VSD cũng có một quá trình dài hình thành, bổ sung, sửa chữa. Văn bản quy định mới nhất là “Văn bản hợp nhất số 47/VBHN-BTC hướng dẫn công tác giám sát tuân thủ của UBCKNN đối với hoạt động trong lĩnh vực chứng khoán của SGDCK, VSD ngày 14/10/2019.

Có thể thấy, khung khổ pháp lý về giám sát TTCK ở Việt Nam không cố định mà có sự vận động, thay đổi bắt đầu từ khi TTCK ra đời. Tuy nhiên, sự thay đổi không mang ý nghĩa thiếu ổn định mà chỉ để bổ sung, sửa chữa, khắc phục các hạn chế của các quy định trước đó sau thời gian thực hiện trên thực tiễn, đồng thời phù hợp với sự phát triển của TTCK trong suốt 25 năm qua. Nỗ

lực của cơ quan quản lý trong việc thường xuyên đánh giá, rà soát tính hiệu quả của văn bản hướng tới việc điều chỉnh các quy định phù hợp với thực tiễn phát triển của TTCK, đồng thời chú trọng vào việc xây dựng các quy trình xử lý công việc liên quan đến công tác giám sát đáp ứng yêu cầu của Hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn TCVN ISO 9001:2008 nhằm đảm bảo tính bảo mật và hiệu quả của việc xử lý các dữ liệu giao dịch, nâng cao trách nhiệm của mỗi cá nhân khi triển khai công việc. Bên cạnh đó, sự phối kết hợp giữa UBCKNN với các SGDCK, VSD, và các tổ chức khác liên quan trong thời gian qua đã dần tạo nên quy trình giám sát đồng bộ, nhất quán.

2.3. Nội dung giám sát

Đối với công tác giám sát giao dịch định kỳ, thông qua dữ liệu giao dịch chứng khoán hàng ngày và các báo cáo do SGDCK, VSD định kỳ thực hiện, UBCKNN đã phối hợp chặt chẽ với các đơn vị này phát hiện các dấu hiệu giao dịch bất thường cũng như các vi phạm liên quan đến giao dịch của thành viên. Đa phần các vi phạm phát hiện được là vi phạm CBTT của cổ đông lớn, cổ đông nội bộ và người có liên quan khi thực hiện giao dịch. UBCKNN đã có hình thức xử lý là nhắc nhở hoặc ra quyết định xử phạt đối với các trường hợp vi phạm quy định về CBTT liên quan đến hoạt động GDCK. UBCKNN cũng thực hiện giám sát giao dịch bất thường nhằm ngăn chặn các hành vi giao dịch nội bộ, thao túng giá trên TTCK. Các hoạt động giám sát giao dịch thể hiện rõ thông điệp của cơ quan quản lý trong việc kiên quyết xử lý các hành vi vi phạm trong giao dịch chứng khoán, các thành viên thị trường và nhà đầu tư vì thế sẽ tự mình nâng cao ý thức tuân thủ pháp luật, ngăn ngừa được hành vi vi phạm. “Các dấu hiệu thao túng, nội gián trên thị trường rất khó giám sát do UBCKNN không có thẩm quyền yêu cầu các cơ quan, đối tượng, cá nhân cung cấp thông tin (về dòng tiền, thông tin liên quan đến đối tượng nghi vấn), triệu tập đối tượng liên quan đến làm việc” (Nghiem Hong Hai, 2017).

Đối với việc giám sát công bố thông tin, Luật Chứng khoán số 54/2019/QH14 đã bổ sung nhiều đối tượng có nghĩa vụ CBTT trên TTCK ở Việt Nam và quy định chặt chẽ “nguyên tắc CBTT” đưa ra những nguyên tắc cơ bản mà các chủ thể cần tuân thủ, đảm bảo cho hoạt động CBTT đạt được hiệu quả. Các giám sát CBTT chỉ mới dừng lại ở kiểm soát hình thức chứ chưa đi sâu vào nội dung. Chỉ cần các công ty niêm yết gửi báo cáo CBTT và có CBTT là được chấp nhận. Các đơn vị có chức năng không thực hiện kiểm tra thông tin được công bố.

Hiện nay, việc giám sát quản trị điều hành của công ty niêm yết còn khá hạn chế và dựa vào các báo cáo của doanh nghiệp hoặc các Sở GDCK. Mặc dù các Sở GDCK đã tạo điều kiện tổ chức hướng dẫn, công bố quy định về quản trị công ty nhưng doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa vẫn không tuân thủ nhưng không được coi là vấn đề nghiêm trọng ở các báo cáo giám sát. Giám sát hoạt động của HĐQT trong nội bộ doanh nghiệp chưa hiệu quả. Nhiều doanh nghiệp chưa có hệ thống kiểm toán nội bộ hoặc sử dụng công ty kiểm toán độc lập để giám sát. Chính vì vậy, báo cáo giám sát quản trị công ty mang nặng tính hình thức. Các thông tin quản trị công ty không bắt buộc phải công bố nên các cơ quan chức năng giám sát của UBCKNN chỉ nhận báo cáo mà chưa thực sự thực hiện các nghiệp vụ giám sát.

3. Đánh giá chung về giám sát và ảnh hưởng của giám sát tới tính minh bạch của thị trường chứng khoán nhằm bảo vệ nhà đầu tư

3.1. Tác động tích cực

Giám sát TTCK được thực hiện ở Việt Nam thời gian qua đã có những tác động tích cực đến tính minh bạch của thị trường, cụ thể.

Thứ nhất, giám sát thúc đẩy phát triển và mở rộng hệ thống thông tin của thị trường. Nhờ có sự chia sẻ thông tin giữa các cơ quan giám sát chuyên ngành, UBGSTCQG cùng với UBCKNN đã bước đầu xây dựng và “thiết lập được hệ thống cơ sở thông tin, dữ liệu về khu vực tài chính và phi tài chính trên cơ sở thu thập, tổng hợp các số liệu, thông tin từ báo cáo của các Bộ, ngành về kinh tế vĩ mô, TTTC, TTCK và báo cáo của các định chế tài chính (ngân hàng, CK, bảo hiểm)”. Để quản lý cơ sở dữ liệu như trên, Ủy ban đã xây dựng phần mềm xử lý và đang từng bước ứng dụng CNTT để chuẩn hóa các số liệu, tiến đến tự động hóa việc xây dựng hệ thống thông tin dữ liệu độc lập.

Thứ hai, hệ thống văn bản pháp luật về giám sát được bổ sung, sửa chữa trong thời gian qua đều hướng tới tăng cường minh bạch hoá TTCK. Để đảm bảo vai trò giám sát của các cơ quan QLNN thì việc xây dựng các văn bản pháp luật được coi là một trong những hoạt động quan trọng nhất. Xuất phát từ thực tiễn, việc xây dựng và thực thi khung khổ pháp lý điều chỉnh giám sát giao dịch CK phù hợp không chỉ giúp cho công tác giám sát được hiệu quả mà còn góp phần không nhỏ cho sự công bằng, minh bạch và phát triển ổn định TTCK tại Việt Nam suốt thời gian qua. Kết quả tác động của khung khổ pháp lý về giám sát đã ảnh hưởng tích cực tới tính minh bạch của thị trường. Có thể thấy, trong suốt 25 năm qua, cùng với sự phát triển của thị trường, hệ thống thể chế, chính sách điều chỉnh TTCK đã có những thay đổi rõ rệt. Từ những quy định pháp lý còn hạn chế được ban hành vào thời gian mới hình thành thị trường, cho đến nay, Việt Nam đã có một hệ thống văn bản pháp quy về quản lý mọi mặt trên TTCK. Không chỉ quản lý các hoạt động trên thị trường, nhấn mạnh vào CBTT và niêm yết, Nhà nước còn đặc biệt quan tâm đến công tác quản trị công ty đại chúng nhằm minh bạch hoá thị trường. Mặc dù cho đến nay vẫn còn tồn tại những vi phạm nghiêm trọng về CBTT, về các giao dịch trên thị trường thể hiện những hạn chế về các quy định pháp lý nhưng TTCK Việt Nam được đánh giá đang dần minh bạch hoá.

Thứ ba, phát hiện xử lý nhiều vi phạm trên thị trường. Hệ thống giám sát TTCK ở Việt Nam đã bước đầu thực hiện đầy đủ trách nhiệm của mình như ban hành các quy định về giám sát, xây dựng và triển khai giám sát các giao dịch và CBTT trên thị trường. Thông qua dữ liệu giao dịch CK hàng ngày và báo cáo do SDGCK, VSD định kỳ thực hiện, UBCKNN đã phối hợp chặt chẽ với các đơn vị để phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi vi phạm, các dấu hiệu bất thường và đưa ra một số cảnh báo sớm đối với thị trường. Hệ thống giám sát trên TTCK của Việt Nam được đánh giá là có khả năng nhất định trong việc phát hiện, xử lý các hành vi vi phạm nhằm đảm bảo tính tuân thủ, công bằng, minh bạch trên TTTC; “bước đầu có khả năng cảnh báo kịp thời khi nhận thấy những rủi ro tiềm tàng của TTCK và ngăn chặn thành công những dấu hiệu của khủng hoảng; đưa ra được những khuyến nghị về mặt chính sách trong quản lý TTCK để cơ quan quản lý có thể kịp thời đưa ra biện pháp điều chỉnh hoặc can thiệp phù hợp” (Nguyễn Thanh Tùng, 2016).

3.2. Những hạn chế của giám sát

Thứ nhất, giám sát chưa nhận biết các rủi ro hệ thống ngày càng tinh vi hơn. Tính hiệu quả và bền vững của TTTC nói chung và TTCK Việt Nam nói riêng cần được nghiên cứu trên cơ sở việc nhận diện rủi ro hệ thống của thị trường. Hiện tại, “việc nhận diện rủi ro hệ thống và phòng ngừa khủng hoảng chưa được thực hiện một cách đồng bộ và toàn diện cho tổng thể hệ thống tài

chính mà mới chỉ được thực hiện trong phạm vi ngành” (Trần Đăng Khâm, 2017). Do không có sự phối kết hợp giữa các cơ quan giám sát chuyên ngành trong lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm, CK nên chưa thể xây dựng một bản báo cáo tổng thể về phân tích sự ổn định tài chính. Ở các quốc gia có hệ thống giám sát tài chính phát triển, báo cáo này được xây dựng với trọng tâm phân tích mức độ an toàn và ổn định của hệ thống tài chính thông qua việc phân tích môi trường kinh tế vĩ mô toàn cầu, kinh tế trong nước và TTTC. Tại Việt Nam, việc đưa ra các cảnh báo để nhận diện và phòng tránh các rủi ro tiềm tàng cũng như rủi ro hệ thống còn rất sơ khai. Điều này, ngược lại khiến cho các chủ thể tham gia TTCK dễ dàng tìm ra cách thức “lách luật” và thực hiện các hành vi vi phạm tinh vi hơn. Điều này gây ảnh hưởng tiêu cực tới tính minh bạch của thị trường.

Thứ hai, hạn chế của giám sát khiến những vi phạm trên TTCK vẫn còn tồn tại và ngày càng tăng. Trong những năm qua, các vi phạm về tuân thủ quy định của pháp luật trong TTCK chủ yếu nằm ở việc CBTT. Các vi phạm khác rất ít được phát hiện hoặc phát hiện không kịp thời hay không chính xác. Ví dụ: hiện tượng các CTCK không ưu tiên lệnh của khách hàng trước lệnh của công ty hoặc ưu tiên thứ tự nhập lệnh cho các khách hàng “VIP” rất ít được phát hiện và xử lý kiên quyết, kịp thời. Khả năng phát hiện sớm và chính xác các vi phạm giao dịch trên TTCK nhất là giao dịch nội gián, hoạt động thao túng thị trường hay các hành vi vi phạm khác vẫn còn rất hạn chế. Những vi phạm này chỉ được cơ quan giám sát ghi nhận khi quá lộ liễu hoặc có đơn thư khiếu nại. Và đây là một tác động tiêu cực của hệ thống giám sát TTCK ở Việt Nam hiện nay làm cho tính minh bạch hoá của thị trường vẫn còn thấp.

Thứ ba, hạn chế của giám sát khiến thị trường vẫn còn những bất ổn chưa được giải quyết. Hiện nay, hệ thống giám sát tài chính nói chung và giám sát TTCK nói riêng gặp khó khăn trong việc giám sát các sản phẩm tài chính theo xu hướng tích hợp. Ví dụ như các CTCK cũng có thể cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng của mình. Trong khi đó các cơ quan giám sát TTCK chỉ làm nhiệm vụ giám sát các giao dịch chứng khoán. Chính vì vậy, vẫn còn tồn tại những vi phạm cho khách hàng vay trái quy định, bán CK khi khách hàng không có tiền hoặc chưa đủ tiền, vi phạm giao dịch ký quỹ... Việc thiếu cơ chế phối hợp và sự phân định rõ ràng về phạm vi giám sát giữa các cơ quan giám sát chuyên ngành đã dẫn đến hiện tượng giám sát trùng lặp hoặc không giám sát hết các hoạt động của các tổ chức cung cấp nhiều sản phẩm chéo giữa các lĩnh vực. Điều này dẫn đến việc các CTCK, công ty niêm yết có thể phải báo cáo nhiều lần khi đối mặt với sự giám sát chồng chéo mất nhiều thời gian. Thậm chí, các cơ quan giám sát có thể đưa ra các nhận định không thống nhất về thị trường dẫn đến những bất ổn không cần thiết.

4. Khuyến nghị chính sách giám sát nhằm bảo vệ tốt hơn nữa nhà đầu tư trên TTCK

Về cơ bản, mục tiêu phát triển TTCK đến năm 2025, tầm nhìn 2030 vẫn tiếp nối Chiến lược phát triển TTCK Việt Nam giai đoạn 2011-2020, đó là “Phát triển TTCK ổn định, vững chắc, có cấu trúc hoàn chỉnh với nhiều cấp độ và “đồng bộ về các yếu tố cung - cầu; tăng quy mô và chất lượng hoạt động của thị trường, đa dạng hóa các sản phẩm, nghiệp vụ, đảm bảo thị trường hoạt động hiệu quả và trở thành một phần quan trọng của thị trường tài chính, góp phần đắc lực trong việc huy động vốn trung và dài hạn cho đầu tư phát triển và cải cách nền kinh tế. Bảo đảm tính công khai, minh bạch, các tiêu chuẩn và thông lệ QTCT, tăng cường năng lực quản lý, giám sát và cường chế thực thi, bảo vệ lợi ích của nhà đầu tư và lòng tin của thị trường. Chủ động hội nhập thị trường tài chính quốc tế, từng bước tiếp cận với các chuẩn mực chung và thông lệ quốc tế”

(Quyết định số 252/QĐ-TTg ngày 1/3/2012 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển TTCK giai đoạn 2011-2020).

TTCK nước ta được ghi nhận là thị trường mới nổi có sức hút lớn đối với không chỉ các nhà đầu tư trong nước, mà còn là thị trường được các nhà đầu tư nước ngoài đặc biệt quan tâm. Sau sự bứt phá của năm 2020, trong 6 tháng đầu năm 2021, thị trường chứng khoán Việt Nam tiếp tục thăng hoa và có mức tăng trưởng thuộc nhóm cao nhất thế giới. Chỉ số Vn-Index liên tục lập đỉnh mới, đạt hơn 1.400 điểm khi kết thúc phiên giao dịch ngày 28/6. Giai đoạn mới bắt đầu Covid-19, thanh khoản thị trường chưa được mạnh mẽ, dòng tiền chỉ đạt từ 3.000-4.000 tỷ đồng/phiên, nhưng đến tháng 6 năm 2021, thanh khoản nhiều phiên đạt 1 tỷ USD. Có thể nói, giai đoạn từ 2020 đến nay là thời kỳ tỏa sáng rực rỡ của TTCK Việt Nam và cũng cho thấy sức hấp dẫn của thị trường dù chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19.

Tuy nhiên, một trong vấn đề được đông đảo nhà đầu tư chứng khoán quan tâm từ những tháng cuối năm 2020 đến gần đây là tình trạng nghẽn lệnh trên sàn HOSE đã được đẩy lên đến cao trào. Hiện tượng nghẽn lệnh trên HOSE được đánh giá là một yếu tố rủi ro thị trường, do đó, Bộ trưởng Bộ Tài chính đã ký quyết định tiến hành thanh tra, làm rõ trách nhiệm của người đứng đầu của HOSE trong việc điều hành hoạt động của sàn giao dịch chứng khoán. Tháng 6/2021, MSCI đã công bố báo cáo đánh giá tiếp cận thị trường toàn cầu. Theo đó, tổ chức này không có thay đổi nào về các chỉ tiêu tiếp cận thị trường của Việt Nam (các quy định dành cho nhà đầu tư nước ngoài, công bố thông tin, quy định về thanh toán và bù trừ...). MSCI cho biết sẽ tiếp tục theo dõi sát sao những diễn biến nghẽn lệnh tại HOSE. Từ ngày 5/7/2021, hệ thống giao dịch mới do FPT cung cấp chính thức đi vào vận hành thử nghiệm, thay thế hệ thống cũ của HoSE. Theo ghi nhận, sau 1-2 ngày đầu vận hành còn gặp một số trục trặc kỹ thuật đã được khắc phục, việc đặt lệnh mua, bán cổ phiếu niêm yết trên sàn HoSE diễn ra khá mượt, suôn sẻ.

Để thị trường phát triển bền vững và làm yên lòng các nhà đầu tư, nhất là các nhà đầu tư tổ chức với dòng tiền lớn, thị trường chứng khoán Việt Nam phải nâng hạng. Một số khuyến nghị cụ thể như sau:

Thứ nhất, tiếp tục hoàn thiện khung khổ pháp lý về giám sát TTCK, đây là yêu cầu cần thiết khách quan nhằm tạo môi trường pháp lý bình đẳng, minh bạch đối với các chủ thể trên TTCK; nhằm điều chỉnh các hoạt động của TTCK theo hướng chuyên nghiệp, lành mạnh hóa thị trường, phát triển bền vững và hội nhập sâu rộng với TTCK thế giới. Đặc biệt, cần lưu ý về thẩm quyền giám sát của UBCKNN. Để hoạt động giám sát TTCK có hiệu quả, thì thẩm quyền điều tra, giám sát của UBCKNN là một nhân tố cơ bản. Điều này, đã được nhiều quốc gia có nền CK phát triển trên thế giới như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc... áp dụng có hiệu quả trong nhiều năm qua. Điều 130 Luật Chứng khoán 2019 quy định UBCKNN có quyền yêu cầu cơ quan, tổ chức, cá nhân có thông tin, tài liệu, dữ liệu liên quan đến nội dung thanh tra, kiểm tra cung cấp thông tin, tài liệu, dữ liệu đó hoặc yêu cầu tổ chức, cá nhân giải trình, đến làm việc liên quan đến nội dung thanh tra, kiểm tra; Yêu cầu tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài cung cấp thông tin liên quan đến giao dịch trên tài khoản của khách hàng đối với các trường hợp có dấu hiệu thực hiện hành vi bị nghiêm cấm quy định của Luật Chứng khoán; Yêu cầu doanh nghiệp viễn thông cung cấp tên, địa chỉ, số máy gọi, số máy được gọi, thời gian gọi để xác minh, xử lý hành vi bị nghiêm cấm quy định của Luật Chứng khoán. Những quy định mới này đã có thể tiệm cận gần hơn với các nguyên tắc của Tổ chức quốc tế các Ủy ban Chứng khoán (IOSCO). Tuy nhiên, để đảm bảo phát

hiện kịp thời, xử lý các vi phạm pháp luật về CK, cần cân nhắc, xem xét đến giải pháp trao thêm thẩm quyền cho UBCKNN trong hoạt động thanh tra, giám sát TTCK, hoặc cần phải xây dựng cơ chế phối hợp chặt chẽ giữa UBCKNN với các cơ quan thực thi pháp luật (công an, tòa án).

Thứ hai, hoàn thiện hệ thống pháp luật về công bố thông tin. Luật Chứng khoán năm 2019 đã quy định hoạt động CBTT theo hướng khắc phục một số hạn chế phát sinh thực tiễn, phù hợp hơn với bối cảnh mới của thị trường và tiệm cận gần hơn với thông lệ tốt của quốc tế. Tuy nhiên, để TTCK Việt Nam phát triển bền vững, cần tiếp tục nghiên cứu, sửa đổi, bổ sung các quy định về CBTT nhằm nâng cao chất lượng CBTT trên TTCK, để các doanh nghiệp trong quá trình hoạt động không chỉ hướng đến mục tiêu phát triển của doanh nghiệp mà còn thực hiện trách nhiệm với xã hội tốt hơn.

Thứ ba, xây dựng và hoàn thiện các quy chế an toàn trên TTCK, yêu cầu các CTĐC phải công khai, minh bạch về thông tin, cũng như sử dụng nguồn vốn góp của nhà đầu tư một cách có hiệu quả, phải tuân thủ các quy định của pháp luật và thực hiện đầy đủ các cam kết với cổ đông. Cần bổ sung các quy định liên quan đến việc bảo vệ nhà đầu tư, đặc biệt là các quy định liên quan đến trách nhiệm của CTCK khi thực hiện làm trung gian, tư vấn liên quan đến từng loại sản phẩm và từng loại khách hàng. Cần nhanh chóng hoàn thiện các quy định để bảo đảm cơ sở pháp lý cho việc đa dạng hóa cơ sở nhà đầu tư, phát triển hệ thống nhà đầu tư tổ chức, nhà đầu tư chuyên nghiệp.

Thứ tư, hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng giám sát thị trường CK. Xây dựng cơ sở dữ liệu và nâng cấp hệ thống phần mềm giám sát. theo hướng hiện đại nhằm xây dựng cơ sở dữ liệu một cách tập trung, thống nhất khắc phục những hạn chế do thiếu cơ sở dữ liệu ở nước ta hiện nay. Ứng dụng phần mềm giám sát TTCK sẽ cho phép các cơ quan quản lý, bộ phận giám sát cài đặt tự động các nội dung, chỉ tiêu giám sát TTCK, phần mềm này có khả năng kết nối hệ thống cơ sở dữ liệu được tích hợp từ hệ thống đăng ký - lưu ký - thanh toán bù trừ CK cùng với hệ thống giao dịch và hệ thống CBTT với nhau” (Nguyễn Thanh Tùng, 2016).

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Finansinspektionen (2015), *Supervision of the securities market*, truy cập ngày 17/05/2018 tại https://www.fi.se/contentassets/9c07f6279ac04a3ab6ad0fe50b67f6a2/rot_marknad_2014eng.pdf

Hoàng Đức Long (2001), *Những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giám sát TTCK Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp Bộ 08-UBCK- 2001, Thanh tra UBCKNN.

Khánh Giang (2020), *Hoàn thiện khung pháp lý, thúc đẩy thị trường phát triển*, truy cập ngày 18/07/2020 tại <https://www.nhandan.com.vn/chungkhoan/item/43057702-hoan-thien-khung-phap-ly-thuc-day-thi-truong-phat-trien.html>.

Lê Trung Thành (2010), *Giám sát giao dịch chứng khoán trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân.

Nguyễn Phương Thảo (2016), *Pháp luật về thanh tra, giám sát TTCK của UBCKNN Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ luật học, Khoa Luật, ĐHQGHN, Hà Nội.

Quốc hội (2019), *Luật chứng khoán số 54/2019/QH14* ban hành ngày 26/11/2019

Sam Peltzman (1976), *Toward a More General Theory of Regulation*, NBER Working Paper No. 133, Issued in April 1976.

Thanh Hà (2020), *Nhìn lại những dấu mốc gần 20 năm phát triển thị trường chứng khoán Việt Nam*, truy cập ngày 23/05/2020 tại <https://bizlive.vn/>.

Thủ tướng Chính phủ (2019), *Quyết định số 242/QĐ/TTg phê duyệt Đề án cơ cấu lại thị trường chứng khoán và thị trường bảo hiểm đến năm 2020 và định hướng đến năm 2025* ngày 28/2/2019, Hà Nội.

Trần Đăng Khâm (2015), *Hoàn thiện thể chế cho phát triển TTCK của việt nam minh bạch, hiệu quả và bền vững giai đoạn 2016 đến 2020*, Đề tài cấp quốc gia mã số: ĐTĐL.XH.09/15.

Trần Thị Thu Hương (2020), *Xử lý vi phạm hành chính trong lĩnh vực chứng khoán*, truy cập ngày 14/05/2020 tại <http://tapchitaichinh.vn/kinh-te-vi-mo/xu-ly-vi-pham-hanh-chinh-trong-ling-vuc-chung-khoan-322252.html>.

HOẠT ĐỘNG BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH TRONG LĨNH VỰC CHỨNG KHOÁN Ở VIỆT NAM – THỰC TIỄN VÀ ĐỀ XUẤT CHÍNH SÁCH

ThS Nguyễn Phương Thảo - Học viện ngân hàng

Tóm tắt

Trong những năm vừa qua, vấn đề bảo vệ người tiêu dùng tài chính nói chung và bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong lĩnh vực chứng khoán nói riêng ngày càng được quan tâm nghiên cứu. Bởi lẽ, chỉ khi thiết lập được một cơ chế bảo vệ hữu hiệu đối với người tiêu dùng tài chính thì thị trường tài chính mới có thể phát triển hiệu quả, an toàn và bền vững. Bài viết tập trung phân tích thực tiễn hoạt động bảo vệ người tiêu dùng tài chính trong lĩnh vực chứng khoán ở Việt Nam hiện nay, chỉ ra những hạn chế trong việc cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng trong lĩnh vực chứng khoán và đưa ra một số đề xuất về chính sách.

Từ khóa: bảo vệ, người tiêu dùng tài chính, chứng khoán, thị trường chứng khoán

Abstract

In recent years, the issue of financial consumer protection in general and financial consumer protection in the securities sector in particular has been increasingly researched. Because the effective protection mechanism for financial consumers is established, the financial market develop effectively, safely and sustainably. The article focuses on analyzing the financial consumer protection activities in the securities sector of Vietnam, pointing out the weaknesses in providing services to consumers in the securities sector, and providing some policy recommendations.

Keywords: protection, consumer finance, securities, stock market

Ở bất kỳ một thị trường chứng khoán (TTCK) nào, vấn đề bảo vệ nhà đầu tư (NĐT)– người tiêu dùng trong lĩnh vực chứng khoán luôn được xác định là một trong những mục tiêu quan trọng và cơ bản nhất mà cơ quan quản lý nhà nước hướng đến nhằm phát triển TTCK ổn định, công bằng và bền vững. Sẽ không có một TTCK “mạnh khỏe” nếu như quyền lợi hợp pháp của nhà đầu tư - những người kiến tạo nên thị trường không được đảm bảo. Nhận thức được vấn đề này, trong một vài năm trở lại đây hoạt động bảo vệ nhà đầu tư ở Việt Nam được thực hiện ngày một hiệu quả. Thông thường, hoạt động bảo vệ NĐT trên TTCK bao gồm 2 nội dung: một là, đảm bảo cho quyền lợi của NĐT được thực thi trên thực tế; hai là, ngăn ngừa, phát hiện và xử lý các vi phạm pháp luật xâm phạm đến quyền lợi NĐT. Các hoạt động này sẽ được thực hiện thông qua cơ chế tự bảo vệ của nhà đầu tư hoặc thông qua hoạt động của các chủ thể khác trên thị trường bao gồm: cơ quan quản lý nhà nước (Bộ tài chính, Ủy ban chứng khoán nhà nước..), các tổ chức kinh doanh chứng khoán (công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ,...), công ty niêm yết, tổ chức tự quản (Sở giao dịch chứng khoán, Trung tâm lưu ký chứng khoán...).

1. Khái quát về tình hình bảo vệ nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam hiện nay

Mặc dù tình hình dịch bệnh Covid 19 có tác động mạnh mẽ đến hoạt động của các TTCK trên thế giới, tuy nhiên TTCK Việt Nam vẫn là một trong số ít các thị trường có tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ. Những tháng đầu năm 2020, TTCK Việt Nam đã chứng kiến những đợt giảm điểm mạnh. Cuối quý I/2020, VN-Index giảm 33% so với cuối năm 2019. Nhưng từ quý II/2020 đến nay, thị trường đã phục hồi bền vững, tăng trưởng ngoạn mục và kéo dài tới giai đoạn cuối năm 2020. Kết thúc phiên giao dịch năm 2020, chỉ số VN-Index vượt 1.100 điểm, đạt 1103,87 điểm, tăng mạnh tới 67% so với thời điểm thấp nhất của năm 2020 (ngày 24/3/2020, đóng cửa ở mức 659,21 điểm), tăng 14,9% so với thời điểm cuối năm 2019. Chỉ số HNX-Index cũng đã có một năm tăng trưởng mạnh. Kết thúc phiên giao dịch năm 2020, chỉ số HNX-Index tăng gần 119% so với thời điểm cuối quý I/2020 và tăng 98,1% so với cuối năm 2019 [13]. “TTCK Việt Nam được đánh giá là thị trường phục hồi mạnh nhất Đông Nam Á, nằm trong danh sách 10 TTCK có mức tăng trưởng tốt nhất trên thế giới”⁴⁹. Số lượng NĐT tham gia thị trường vẫn có sự gia tăng trong giai đoạn cuối năm 2020 đầu năm 2021 dù tình hình dịch bệnh ảnh hưởng không nhỏ đến tâm lý NĐT.

Bảng 3.1 Số lượng tài khoản nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán Việt Nam năm 2020-2021⁵⁰

SỐ LƯỢNG TÀI KHOẢN NHÀ ĐẦU TƯ							
(Tính đến tháng 03/2021)							
						Đơn vị tính: Tài khoản	
						Nguồn: UBCKNN	
Thời gian	Trong nước		Nước ngoài		Tổng cộng	Tăng/giảm (%)	
	Cá nhân	Tổ chức	Cá nhân	Tổ chức		So với tháng trước	So với năm trước
30/5/2020	2,462,938	10,508	29,416	3,795	2,506,657	1.38%	5.55%
30/6/2020	2,497,903	10,589	29,589	3,806	2,541,887	1.40%	7.03%
31/7/2020	2,524,975	10,686	29,783	3,817	2,569,261	1.07%	8.18%
31/8/2020	2,553,246	10,777	30,001	3,828	2,597,852	1.11%	9.39%
30/9/2020	2,584,586	10,855	30,249	3,871	2,629,561	1.22%	10.72%
31/10/2020	2,620,932	10,960	30,506	3,885	2,666,283	1.40%	12.27%
30/11/2020	2,662,012	11,083	30,763	3,922	2,707,780	1.56%	14.02%
31/12/2020	2,725,087	11,251	31,134	3,937	2,771,409	2.35%	16.70%
30/1/2021	2,811,194	11,413	31,594	3,953	2,858,154	3.13%	3.13%
28/2/2021	2,868,212	11,481	31,889	3,950	2,915,532	2.01%	5.20%
31/3/2021	2,981,403	11,630	32,391	3,983	3,029,407	3.91%	9.31%

Có được những kết quả trên ngoài lý do Việt Nam khống chế tốt dịch bệnh thì phải kể đến nguyên nhân là những thay đổi về chính sách pháp luật chứng khoán, pháp luật doanh nghiệp....sự gia tăng hoạt động bảo vệ quyền lợi NĐT trên TTCK thông qua các chương trình bình chọn doanh nghiệp niêm yết mà tiêu chí bảo vệ NĐT được coi là một tiêu chí cơ bản như: Cuộc bình chọn doanh nghiệp niêm yết hàng năm (VIETNAM LISTED COMPANY AWARDS)⁵¹; Chương trình Bình chọn Doanh nghiệp niêm yết có hoạt động Quan hệ nhà đầu tư tốt nhất (IR AWARDS)⁵²; hoạt động ngày càng mạnh mẽ và chuyên nghiệp của VAFI (Hiệp hội các nhà đầu tư tài chính Việt Nam)....

⁴⁹ Công bố của UBCKNN tại Hội nghị Tổng kết công tác năm 2020 và triển khai nhiệm vụ năm 2021

⁵⁰ Số liệu cập nhật trên trang web của UBCKNN <http://www.ssc.gov.vn/>

⁵¹ Chương trình được tiến hành từ năm 2007 bởi Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh, Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội cùng Báo Đầu tư Chứng khoán với sự tài trợ của Dragon Capital trong đó tiêu chí về bảo vệ quyền lợi NĐT là một tiêu chí cơ bản để đánh giá

⁵² Chương trình được tổ chức hằng năm nhằm đánh giá toàn diện về hoạt động IR của các doanh nghiệp niêm yết, bao gồm thống kê khảo sát thực tế về hoạt động công bố thông tin trên thị trường chứng khoán, mở bình chọn IR dành cho cộng đồng nhà đầu tư và hệ thống đánh giá chuyên môn IR từ các định chế tài chính chuyên nghiệp

Ngoài ra, để đánh giá thực trạng hoạt động bảo vệ NĐT trên TTCK có thể xem xét các Báo cáo về môi trường kinh doanh thế giới (Doing Business) của Ngân hàng thế giới (World Bank) – đây có thể được coi là một trong những đánh giá khách quan và uy tín nhất về tình hình bảo vệ NĐT nói chung và NĐT trên TTCK ở Việt Nam nói riêng. Báo cáo là kết quả điều tra, khảo sát về các quy định dẫn tới thúc đẩy hoặc hạn chế hoạt động kinh doanh tại các quốc gia trên thế giới. Báo cáo Môi trường kinh doanh lần đầu tiên được giới thiệu vào năm 2003 (với tên gọi Doing Business 2004) xem xét 5 chỉ số và 133 nền kinh tế [2,Tr.7]. Đến năm 2019, Doing Business 2020 xếp hạng 190 nền kinh tế; gồm cả những nền kinh tế nhỏ nhất và một số nước nghèo nhất trên thế giới [16]. Một trong những tiêu chí cơ bản để đánh giá và xếp hạng môi trường kinh doanh của Ngân hàng thế giới là chỉ tiêu về bảo vệ NĐT (đặc biệt là các NĐT thiểu số). Theo quan điểm của ngân hàng thế giới một quốc gia bảo vệ tốt quyền lợi của NĐT đòi hỏi phải có sự công bố thông tin chi tiết, xác định nhiệm vụ rõ ràng đối với người quản lý doanh nghiệp và cung cấp cho NĐT quyền tiếp cận rộng rãi vào thông tin của công ty. Hệ thống tòa án cũng cần hoạt động tốt và có các quy tắc tố tụng nhằm giúp cho các NĐT thiểu số chứng minh yêu cầu khởi kiện của họ và đảm bảo NĐT nhận được bản án trong một thời gian hợp lý [16].

Trong báo cáo về môi trường kinh doanh của Ngân hàng thế giới có 6 chỉ số được sử dụng để đánh giá mức độ bảo vệ NĐT bao gồm: Mức độ công khai hóa thông tin (0-10); Mức độ trách nhiệm người quản lý (0-10); Mức độ dễ dàng khi cổ đông khởi kiện người quản lý (0-10); Quyền của cổ đông (0-10) năm 2020 điều chỉnh (0-6); Cơ cấu sở hữu và kiểm soát (0-10) năm 2020 điều chỉnh (0-7); Mức độ minh bạch hóa quản trị công ty (0-10) [2,Tr.33] năm 2020 điều chỉnh (0-7). Từ năm 2017 đến 2020 Xếp hạng chỉ số Bảo vệ NĐT của Việt Nam không có nhiều thay đổi, thậm chí có xu hướng giảm nhẹ: năm 2017 Việt Nam đứng thứ 87, năm 2018 đứng thứ 81, đến năm 2019 đứng thứ 89 và năm 2020 giảm xuống đứng thứ 97 thế giới. Trong đó có một số chỉ số Việt Nam được đánh giá tương đối tốt như chỉ số Mức độ công khai hóa thông tin (7/10); Quyền cổ đông (4/6); Cơ cấu sở hữu và kiểm soát (5/7); Mức độ minh bạch hóa quản trị công ty (5/7). Tuy nhiên vẫn còn một số chỉ số được đánh giá thấp như Mức độ trách nhiệm của người quản lý (4/10); rất thấp như Mức độ dễ dàng khi cổ đông khởi kiện người quản lý (2/10) và không có sự cải thiện kể từ năm 2017 đến năm 2020.

Bảng 3.2 Xếp hạng chỉ số Bảo vệ NĐT của Việt Nam và các đánh giá về nhóm chỉ số thành phần từ năm 2017 -2020

STT	Nội dung	DB 2017	DB 2018	DB 2019	DB 2020
1	Xếp hạng của Việt Nam theo chỉ số Bảo vệ NĐT	87	81	89	97
2	Mức độ công khai hóa thông tin (0-10)	7	7	7	7
3	Mức độ trách nhiệm người quản lý (0-10)	4	4	4	4
4	Mức độ dễ dàng khi cổ đông khởi kiện người quản lý (0-10)	2	2	2	2

5	Quyền của cổ đông (0-10)	7	7	7	4 (đã điều chỉnh thang điểm 0-6)
6	Cơ cấu sở hữu và kiểm soát (0-10)	5	6	6	5 (đã điều chỉnh thang điểm 0-7)
7	Mức độ minh bạch hóa quản trị công ty (0-10)	7	7	7	5 (đã điều chỉnh thang điểm 0-7)

(Thông tin được tác giả tổng hợp từ Báo cáo Doing Business của Ngân hàng thế giới từ năm 2017 - 2020 [16])

Ngoài ra, theo kết quả năm 2020, với những nỗ lực và cải cách nhất định trong quy định pháp luật và các biện pháp thực thi hướng tới bảo vệ quyền lợi của NĐT theo đánh giá của WB, nhìn chung hoạt động bảo vệ quyền lợi NĐT tại Việt Nam đã dần thu hẹp khoảng cách với các nước trong khu vực và quốc tế.

Bảng 3.4 So sánh mức độ bảo vệ NĐT ở Việt Nam với các nước Đông Á – Thái Bình Dương và các nước có thu nhập cao trong khối OECD năm 2020 [16]

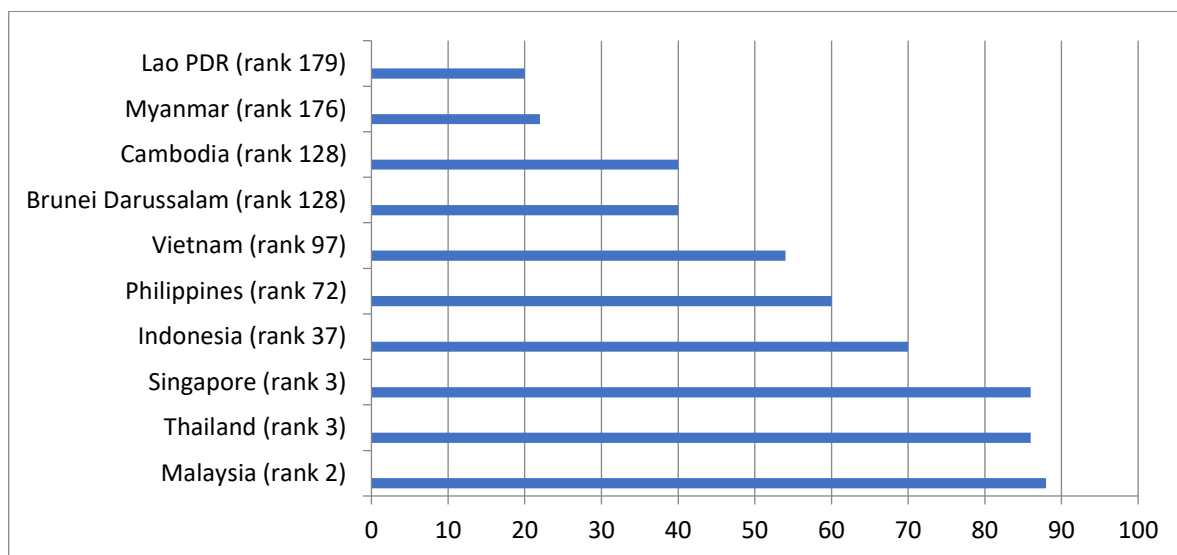
Tiêu chí	Việt Nam	Các nước Đông Á, Thái Bình Dương	Các nước có thu nhập cao trong khối OECD
Mức độ công khai hóa thông tin (0-10)	7	5,9	6,5
Mức độ trách nhiệm người quản lý (0-10)	4	5,2	5,3
Mức độ dễ dàng khi cổ đông khởi kiện người quản lý (0-10)	2	6,7	7,3
Quyền của cổ đông (0-6)	4	2	4,7
Cơ cấu sở hữu và kiểm soát (0-7)	5	2,4	4,5
Mức độ minh bạch hóa quản trị công ty (0-7)	5	2,6	5,7

Khi so sánh chỉ số bảo vệ NĐT năm 2020 của Việt Nam với trung bình các nước Đông Á – Thái Bình Dương và các nước có thu nhập cao trong khối OECD có thể thấy nhìn chung các chỉ số bảo vệ NĐT của Việt Nam ở mức độ tương đối tốt. Có những chỉ số Việt Nam cao hơn so với trung bình của các nước Đông Á – Thái Bình Dương và các nước có thu nhập cao trong khối

OECD như Mức độ công khai hóa thông tin; hay Cơ cấu sở hữu và kiểm. Tuy nhiên có 2 chỉ số mà Việt Nam thấp hơn hẳn so với trung bình chung đó là Mức độ dễ dàng khi cổ đông khởi kiện người quản lý và Mức độ trách nhiệm người quản lý.

Khi xem xét thứ hạng của Việt Nam so với các nước trong khối ASEAN trong việc bảo vệ NĐT, có thể thấy Việt Nam xếp thứ hạng trung bình của khối:

Bảng 3.5 Xếp hạng chỉ số bảo vệ NĐT trong khối ASEAN năm 2020



(Trích từ bảng xếp hạng chỉ số bảo vệ NĐT của các nước Đông Á – Thái Bình Dương năm 2020 của WB) [16]

Nhìn chung các nước ASEAN có sự chênh lệch khá lớn về chỉ số bảo vệ NĐT theo đánh giá của WB. Trong 10 quốc gia thuộc ASEAN được WB xếp hạng về bảo vệ NĐT năm 2020, quốc gia đứng đầu khu vực (Malaysia) xếp thứ 2 thế giới trong khi quốc gia đứng cuối (Lào) xếp thứ 179 thế giới. Việt Nam đứng thứ 6 trong khu vực với 54 điểm và xếp hạng 97 thế giới tuy nhiên khi so sánh với các quốc gia đứng đầu về chỉ số bảo vệ NĐT trong khu vực ASEAN, dễ thấy có một sự chênh lệch lớn về điểm số và thứ hạng. Ba quốc gia đứng đầu trong khu vực về chỉ số bảo vệ NĐT có điểm số và thứ hạng trên thế giới bao gồm Malaysia (được 88 điểm xếp thứ 2 thế giới), Thái Lan và Singapore (cùng được 86 điểm và xếp thứ 3 thế giới).

Như vậy, thông qua việc đánh giá chỉ số bảo vệ NĐT nói chung tại Việt Nam, World Bank đã vẽ ra bức tranh toàn cảnh về thực trạng bảo vệ NĐT ở Việt Nam trong đó có cả NĐT trên TTCK. Mặc dù chưa có những đánh giá riêng về NĐT chứng khoán, tuy nhiên với những chỉ tiêu đánh giá về việc thực hiện quyền của cổ đông ở Việt Nam thì những báo cáo Doing Business hàng năm của World Bank vẫn là nguồn tài liệu có giá trị để đánh giá về hoạt động bảo vệ quyền lợi NĐT trên TTCK, đặc biệt trong bối cảnh hiện nay cũng chưa có tổ chức nào trên thế giới đưa ra những đánh giá đầy đủ về vấn đề này.

Ở trong nước, chưa có những báo cáo đánh giá chuyên biệt về vấn đề bảo vệ quyền lợi NĐT chứng khoán, chỉ có thể tìm thấy một số những nội dung nhỏ, rời rạc về bảo vệ quyền lợi của cổ đông trong các báo cáo và đánh giá về tình hình QTCT của UBCKNN, SGDC hay các tổ chức độc lập. Về cơ bản các chuyên gia cả trong và ngoài nước đều đánh giá tình hình bảo vệ quyền lợi NĐT ở Việt Nam dù đã có nhiều bước chuyển biến nhưng vẫn là chưa đủ bởi lẽ trong khi các

quốc gia trên thế giới đã có sự cải cách mạnh mẽ về chính sách bảo vệ quyền lợi của NĐT trong khi Việt Nam vẫn chưa có sự thay đổi nào đáng kể [11].

2. Một số hạn chế, tồn tại trong hoạt động bảo vệ quyền lợi nhà đầu tư trên thị trường chứng khoán ở Việt Nam

Một là, còn tồn tại nhiều vi phạm pháp luật liên quan đến người hành nghề chứng khoán không đủ điều kiện cung ứng dịch vụ cho nhà đầu tư

Theo quy định của pháp luật, các chủ thể kinh doanh chứng khoán (công ty chứng khoán - CTCK, Công ty quản lý quỹ - CTQLQ) phải bố trí người hành nghề chứng khoán tức là các nhân viên có chứng chỉ hành nghề chứng khoán làm việc tại các bộ phận nghiệp vụ phù hợp với chứng chỉ của họ. Điều này nhằm đảm bảo cho các khách hàng của công ty được thụ hưởng các dịch vụ từ những người hành nghề có đầy đủ năng lực, trình độ và kinh nghiệm, giảm thiểu những rủi ro, bất lợi mà khách hàng có thể gặp phải do sự yếu kém chuyên môn của đội nhân viên chứng khoán. Tuy nhiên trên thực tế đây lại là một trong những vi phạm khá phổ biến của các CTCK, CTQLQ trong thời gian gần đây. Trong 2 năm 2020 – 2021 (tính đến 6 tháng đầu năm 2021) có 13 trường hợp tổ chức kinh doanh chứng khoán (bao gồm CTCK, CTQLQ) bị UBCKNN xử phạt hành chính thì có 6 trường hợp có vi phạm liên quan đến người hành nghề chứng khoán⁵³. Vi phạm thường thấy liên quan đến người hành nghề chứng khoán có thể kể đến như: bố trí người chưa có chứng chỉ hành nghề chứng khoán thực hiện nghiệp vụ, bổ nhiệm người chưa có chứng chỉ hành nghề đảm nhiệm chức danh quản lý các bộ phận nghiệp vụ hay không có đủ người hành nghề chứng khoán, bố trí người chưa có chứng chỉ hành nghề chứng khoán ký trên một số hợp đồng mở tài khoản giao dịch chứng khoán với khách hàng...có thể kể đến một số vụ việc điển hình như vi phạm của Công ty cổ phần Chứng khoán SmartInvest, Công ty liên doanh quản lý quỹ đầu tư chứng khoán Vietcombank, Công ty cổ phần Chứng khoán VNDIRECT, Công ty cổ phần chứng khoán VPS...Các vi phạm pháp luật này ảnh hưởng nghiêm trọng đến quyền lợi của NĐT đặc biệt là các NĐT cá nhân, nhà đầu tư nhỏ.

Hai là, còn tồn tại vi phạm liên quan đến việc công ty chứng khoán cung ứng dịch vụ cho nhà đầu tư mà không ký kết các hợp đồng sử dụng dịch vụ.

Theo quy định của LCK, CTCK phải ký hợp đồng bằng văn bản khi cung cấp các dịch vụ cho khách hàng (khoản 4 điều 89 Luật chứng khoán năm 2019). Việc ký hợp đồng bằng văn bản với CTCK khi sử dụng các dịch vụ là vô cùng quan trọng bởi đây chính là căn cứ để xác định quyền và nghĩa vụ của mỗi bên đồng thời là cơ sở để NĐT khiếu nại hay yêu cầu bồi thường khi có hành vi vi phạm từ phía các nhân viên hay CTCK. Đặc biệt khi các tranh chấp giữa NĐT và CTCK trở nên nghiêm trọng không thể tự giải quyết, hợp đồng dịch vụ bằng văn bản sẽ là bằng chứng quan trọng để NĐT tiến hành khởi kiện yêu cầu giải quyết tranh chấp bằng trọng tài hoặc tòa án. Mặc dù việc ký kết hợp đồng bằng văn bản được xác định là nghĩa vụ cơ bản của CTCK, nhưng hiện nay vẫn còn có những CTCK vi phạm quy định này. Trường hợp mới nhất là vi phạm của công ty cổ phần chứng khoán FPT cụ thể là trong năm 2019, khi cung cấp dịch vụ tư vấn đầu tư chứng khoán cho khách hàng, Công ty cổ phần chứng khoán FPT không ký hợp đồng tư vấn đầu tư chứng khoán với khách hàng (Ngày 31/12/2019, Công ty đã bị UBCKNN xử phạt vi phạm hành chính 85 triệu đồng theo Quyết định số 412/QĐ-XPVPHC). Như vậy, với việc còn tồn tại

⁵³ Số liệu tính đến ngày 28/6/2021, <https://www.ssc.gov.vn/>

tình trạng các tổ chức kinh doanh chứng khoán cung cấp dịch vụ mà không ký kết hợp đồng bằng văn bản đã xâm phạm trực tiếp đến quyền tham gia và giao dịch chứng khoán của NĐT, bởi đây được xác định là một trong những nghĩa vụ cơ bản của tổ chức kinh doanh chứng khoán khi thực hiện hoạt động kinh doanh.

Ba là, còn tồn tại vi phạm quy định về quản lý tách bạch tài sản của nhà đầu tư tại công ty chứng khoán

Theo quy định pháp luật, CTCK phải quản lý tách bạch tiền gửi giao dịch chứng khoán của từng khách hàng, tách bạch tiền của khách hàng với tiền của CTCK (Khoản 1 Điều 17 Thông tư 121/2020/TT-BTC quy định về hoạt động của công ty chứng khoán); CTCK cũng phải quản lý tách biệt chứng khoán thuộc sở hữu của khách hàng với chứng khoán thuộc sở hữu của công ty (Điểm a, Khoản 1, Điều 18 Thông tư 121/2020/TT-BTC quy định về hoạt động của công ty chứng khoán). Các quy định này đều hướng tới việc ngăn ngừa nguy cơ các hành vi lạm dụng tiền, chứng khoán của khách hàng từ phía các CTCK. Mặc dù đã có quy định và có các hướng dẫn cụ thể để triển khai việc quản lý tách bạch tài sản của khách hàng từ sớm tuy nhiên hiện nay vẫn còn có tình trạng CTCK nhập nhằng để giữ tiền, chứng khoán của các NĐT trong tài khoản của mình ví dụ như trường hợp của công ty CP Chứng khoán IB (IBSC - Mã: VIX) năm 2018, theo kết luận của UBCKNN, trong tháng 1, 4, 10, 12/2017 có một số ngày, IBSC đã chuyển tiền từ tài khoản tổng quản lý tiền gửi giao dịch chứng khoán của NĐT sang tài khoản thanh toán của Công ty chưa đúng yêu cầu của NĐT. Công ty đã bị UBCKNN xử phạt 150 triệu đồng vì hành vi này [1]. Hay như vụ việc của Công ty cổ phần chứng khoán Globalmind Capital, công ty bị xử phạt 150 triệu đồng do tại thời điểm UBCKNN kiểm tra vào 7/2019, công ty chưa hoàn thiện việc xây dựng hệ thống quản lý tách bạch tiền của khách hàng theo phương thức NĐT trực tiếp mở tài khoản tại ngân hàng thương mại [9]. Mới đây nhất là vụ việc ngày 10/1/2020, CTCK SJC bị UBCKNN phạt tiền 150.000.000 đồng do không quản lý tách bạch tiền của khách hàng với tiền của CTCK [15]. Có thể thấy rõ ràng các quy định về tách bạch quản lý tài sản của NĐT và CTCK đã được thiết lập từ lâu tuy nhiên hiện nay vẫn còn có những CTCK vi phạm ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của NĐT.

Bốn là, về lỗi giao dịch trực tuyến của công ty chứng khoán

Cùng với sự phát triển của nền tảng công nghệ, giao dịch trực tuyến đang dần trở nên phổ biến và thay thế các phương thức giao dịch truyền thống. Tuy nhiên do tính chất của mạng giao dịch trực tuyến đó là không thể tiến hành giao dịch khi mạng kết nối có vấn đề, điều này sẽ gây những thiệt hại cho các NĐT đang sử dụng dịch vụ của CTCK đó. Đây là một trong những lỗi xảy ra khá phổ biến trên TTCK Việt Nam có thể kể đến một số vụ việc xảy ra gần đây như: ngày 20/4/2020 Sở GDCK TP.HCM (HoSE) vừa ra thông báo ngắt kết nối giao dịch trực tuyến đối với CTCP Chứng khoán VNDIRECT do đã có số lượng lỗi 2G vượt quy định (lỗi kỹ thuật vi phạm quy định giao dịch) [13]; ngày 19/5/2020 hệ thống giao dịch chứng khoán phái sinh trên website của CTCK VPS đã gặp sự cố khiến NĐT không thể đăng nhập [11]. Trong trường hợp xảy ra lỗi giao dịch trực tuyến của các CTCK sẽ gây ra những thiệt hại đáng kể cho NĐT, như trong trường hợp của CTCK VNDIRECT, do bị ngắt kết nối giao dịch trực tuyến, công ty phải sử dụng hệ thống nhập lệnh tại sàn của Sở GDCK TP.HCM để nhập lệnh cho NĐT. Với việc nhập lệnh thủ công, tốc độ lệnh được nhập vào thị trường rất chậm trễ và dễ mắc sai sót trong khi thị trường thay đổi nhanh chóng từng phút. Hay như trường hợp của CTCK VPS, NĐT không thể đăng nhập

vào hệ thống giao dịch chứng khoán phái sinh dẫn đến việc những NĐT (ở vị thế bán) gặp phải rủi ro khi không thể thực hiện vị thế bán trong khi phải ký quỹ ngay trong phiên tiếp theo; trong khi NĐT (ở vị thế mua) mất cơ hội kiếm lời khi không thể thực hiện vị thế mua trong bối cảnh thị trường tăng tích cực. Về trách nhiệm của CTCK khi để xảy ra lỗi giao dịch trực tuyến thường được đặt ra một cách hạn chế, các CTCK thường chỉ bị nhắc nhở, Cảnh cáo, ngắt kết nối giao dịch trực tuyến... (theo quy định tại Điều 11 Quy định giao dịch trực tuyến tại sở giao dịch chứng khoán TP Hồ Chí Minh - Ban hành kèm theo Quyết định số 248/QĐ-SGDHCM ngày 22 tháng 6 năm 2016 của Tổng Giám đốc Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh). Về phía các NĐT mặc dù rõ ràng có thiệt hại thực tế xảy ra cũng không được bồi thường do pháp luật chứng khoán hiện nay không có quy định cụ thể về vấn đề này và hầu hết các CTCK thoái thác trách nhiệm bồi thường thiệt hại cho NĐT do lỗi về giao dịch trực tuyến (điều này thường được ghi nhận trong các hợp đồng mở tài khoản giao dịch và trong các bản công bố rủi ro của CTCK đăng trên website của công ty, khi xảy ra lỗi giao dịch trực tuyến thì CTCK sẽ được miễn trừ trách nhiệm bồi thường thiệt hại).

Năm là, về tình trạng nghẽn lệnh trên hệ thống của các Sở giao dịch chứng khoán

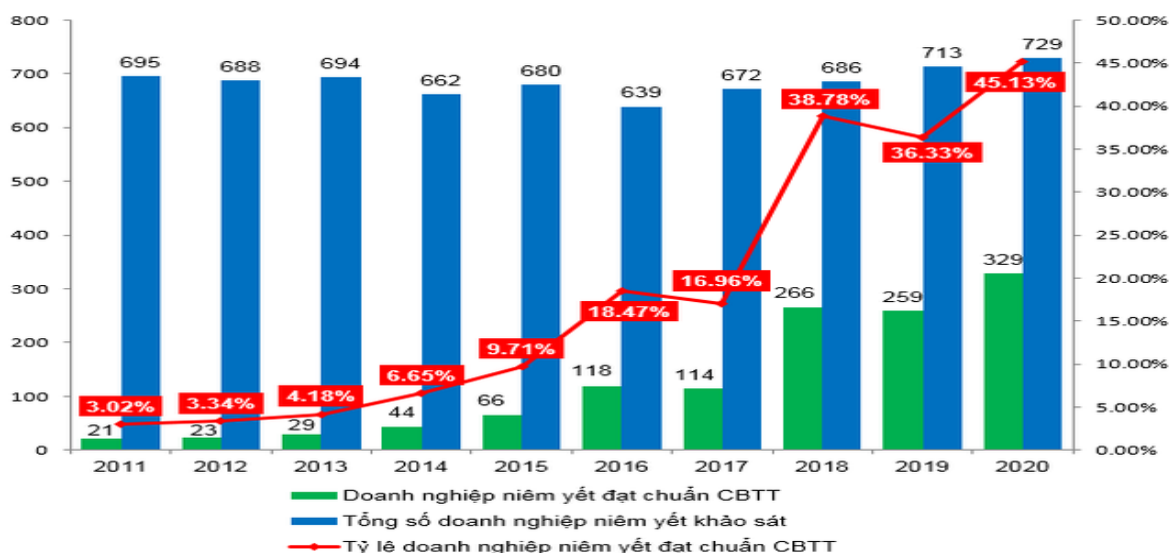
Ngày nay, các hoạt động giao dịch trên TTCK tập trung thường phụ thuộc rất lớn vào hệ thống cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin của các CTCK và các SGDC. Ngoài các lỗi giao dịch trực tuyến của bản thân các CTCK thì một trong những vấn đề về nền tảng công nghệ thông tin ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của NĐT đó là tình trạng nghẽn lệnh trên hệ thống của các SGDC. Từ cuối năm 2020 đến 6 tháng đầu năm 2021 có hàng loạt các phiên giao dịch trên SGDC thành phố Hồ Chí Minh (HOSE) bị nghẽn lệnh (các phiên giao dịch cuối năm 2020 và trong tháng 3,5,6 năm 2021)[7]. Do hệ thống giao dịch của HOSE có công suất thiết kế là 900.000 lệnh, hoạt động theo cơ chế phân bổ đều cho các CTCK, thường chỉ hoạt động bình thường khi tổng khối lượng giao dịch lên đến 10.000 tỷ/phiên. Tuy nhiên kể từ cuối năm 2020 đến nay số lượng NĐT tham gia vào TTCK tăng đột biến dẫn đến việc khối lượng lệnh được đưa vào hệ thống của HOSE vượt rất nhiều công suất thiết kế của SGDC (bình quân 6 tháng đầu năm 2021 tổng khối lượng giao dịch trên HOSE là 14.000- 15.000 tỷ/ phiên, có những phiên tăng khối lượng giao dịch tăng kỷ lục lên đến 21.000 tỷ – 23.000 tỷ/ phiên) [3].

Điều này dẫn đến tình trạng hệ thống của HOSE bị quá tải, các chỉ số trên bảng điện tử hoặc là đứng yên trong nhiều giờ hoặc là bị nhảy loạn xạ, khiến nhà đầu tư xác định được giá cả để tiến hành giao dịch, thậm chí nhiều phiên NĐT không thể đặt được lệnh mua bán, hoặc có đặt được lệnh thì phải chờ sau 5-7 phút mới hiển thị và báo khớp, khiến họ bỏ qua nhiều cơ hội mua bán giá tốt nhất. Trước tình hình này, HOSE buộc phải thực hiện một loạt các biện pháp như: chuyển bớt các giao dịch cổ phiếu từ sàn HoSE sang HNX, nâng lô cổ phiếu giao dịch tối thiểu từ lô từ 10cp/lô lên 100cp/lô rồi lên đến 1000cp/lô, khuyến cáo các công ty chứng khoán dừng hủy, sửa lệnh... Tình trạng nghẽn lệnh trên SGDC đã ảnh hưởng trực tiếp và nghiêm trọng đến quyền tham gia và giao dịch trên TTCK của NĐT. Đây đang là giai đoạn TTCK Việt Nam diễn ra các hoạt động giao dịch đặc biệt sôi động tuy nhiên NĐT lại không thể tham gia giao dịch mua bán như bình thường, điều này không chỉ ảnh hưởng đến các NĐT nhỏ lẻ mà ngay cả các NĐT chuyên nghiệp, các quỹ đầu tư nước ngoài cũng bị ảnh hưởng (giai đoạn đầu năm 2021 một số quỹ đầu tư chứng khoán của Singapore bán ra do lo ngại về hệ thống giao dịch của SGDC TP.HCM (HOSE) không thông suốt) [6]

Sáu là hạn chế liên quan đến việc tiếp cận thông tin của nhà đầu tư

Công bố thông tin là nghĩa vụ bắt buộc và quan trọng với các chủ thể trên TTCK nói chung và TTCK tập trung nói riêng. Bởi thông qua hoạt động này giúp cho các NĐT trên thị trường đưa ra được các quyết định đầu tư hiệu quả và an toàn. Tuy nhiên trên thực tế hoạt động công bố thông tin của các chủ thể trên TTCK Việt Nam trong những năm qua đã mặc dù có nhiều cải thiện nhưng vẫn còn tồn tại một số những chế cần khắc phục.

Bảng 3.7 DNNY đạt chuẩn công bố thông tin từ năm 2011 -2020 [4]



Dựa trên Báo cáo Chương trình bình chọn Doanh nghiệp niêm yết có hoạt động IR tốt nhất 2020 - IR Awards 2020 của Vietstock cùng kết hợp với Báo Tài chính và Cuộc sống (FiLi), việc tuân thủ các nghĩa vụ công bố thông tin trên TTCK trong thời gian qua vẫn còn những điểm hạn chế. Tỷ lệ DNNY đạt chuẩn công bố thông tin trên tổng số DNNY được khảo sát là chưa cao, đặc biệt năm 2019, tổng số DNNY được khảo sát tăng 27 doanh nghiệp so với năm 2018, tuy nhiên, số lượng DNNY đạt chuẩn CBTT lại giảm 7 doanh nghiệp, tương ứng với tỷ lệ giảm 2.45%. Năm 2020, tình hình có khả quan hơn khi số DNNY đạt chuẩn CBTT chiếm tỷ lệ 45,13% cao nhất trong 10 năm trở lại đây.

Trong Báo cáo đánh giá quản trị công ty của các công ty niêm yết tại Việt Nam năm 2019, 2020 khi đánh giá về vấn đề công bố thông tin và minh bạch của doanh nghiệp niêm yết cũng chỉ ra một số những hạn chế còn tồn tại trong việc công bố thông tin của các DNNY bao gồm: hạn chế về công bố thông tin liên quan đến thù lao, tiền lương, thưởng của thành viên HĐQT, những người quản lý trong công ty; hạn chế về việc tuân thủ đầy đủ thời hạn công bố các loại báo cáo tài chính (BCTC); hạn chế cung cấp thông tin về cơ cấu cổ đông của công ty; về sở hữu cổ phần trực tiếp của cổ đông lớn và thông tin lý lịch của từng thành viên HĐQT....

Ngoài ra đối với các quy định pháp luật về việc tiếp cận thông tin của nhà đầu tư vẫn còn một số những hạn chế như:

i)Hiện nay ngôn ngữ sử dụng chủ yếu trong các bố thông tin của các chủ thể trên TTCK là tiếng Việt, tiếng Anh có được sử dụng tuy nhiên không nhiều và thường không bắt buộc điều này tạo ra những khó khăn cho NĐT nước ngoài trong việc tiếp cận thông tin trong BCTC.

ii) Trong BCTC hiện nay đa số được xây dựng theo chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS), trong khi chuẩn mực kế toán này vẫn còn những sự khác biệt khá rõ rệt với hệ thống chuẩn mực kế toán quốc tế (IAS và IFRS)[10]. Điều này có thể ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng của BCTC doanh nghiệp từ đó tác động trực tiếp đến tính rõ ràng và minh bạch thông tin trên TTCK, đồng thời sự khác biệt giữa chuẩn mực kế toán Việt Nam và các chuẩn mực quốc tế tạo ra những rào cản cho NĐT nước ngoài trong việc nắm bắt và phân tích các thông tin về doanh nghiệp phát hành.

iii) Hiện nay mặc dù LDN 2020 đã có sự điều chỉnh nhưng vẫn còn khoảng cách giữa các quy định của pháp luật Việt Nam và thông lệ quốc tế khi đề cập đến tỷ lệ sở hữu cổ phần cần có để NĐT được tiếp cận với các thông tin quan trọng của doanh nghiệp. Nhiều quốc gia trên thế giới nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động quản trị doanh nghiệp đã ngày càng gia tăng mức độ bảo vệ cổ đông, quyền lợi cổ đông mà đặc biệt là các quyền liên quan đến việc tiếp cận thông tin ngày càng được quan tâm và bảo vệ. Theo đó, một số quốc gia như Nhật Bản tỷ lệ sở hữu NĐT phải thỏa mãn để tiếp cận với các thông tin quan trọng như báo cáo tài chính, sổ sách kế toán và các giấy tờ của công ty là 3% (Điều 433 của Đạo luật công ty Nhật Bản) tổng số cổ phần và ở Hàn Quốc tỷ lệ này là 1% (Điều 403 – Bộ luật thương mại Hàn Quốc). Do đó việc tiếp tục duy trì một tỷ lệ sở hữu cổ phần cao (cụ thể là 10% LDN 2014 và 5% trong LDN 2020) mới được tiếp cận những thông tin quan trọng của doanh nghiệp là không phù hợp.

Bảy là, hạn chế về quyền khởi kiện của nhà đầu tư

Quyền khởi kiện của NĐT được coi là một trong những biện pháp hiệu quả để NĐT tự bảo vệ mình trước cách hành vi xâm hại trên TTCK. tuy nhiên trên thực tế việc thực thi các quy định này không hề dễ dàng đặc biệt là việc khởi kiện của NĐT. Theo đánh giá của ngân hàng thế giới – WB về chỉ số bảo vệ NĐT của Việt Nam qua các năm thì chỉ số bị đánh giá thấp nhất và không có sự thay đổi từ năm 2017 – 2020 là chỉ số Mức độ dễ dàng khi cổ đông khởi kiện người quản lý, Việt Nam chỉ được 2/10.

Xem xét kỹ các nội dung liên quan đến đánh giá của WB về mức độ dễ dàng trong việc khởi kiện người quản lý của cổ đông, có thể nhìn thấy những khó khăn mà NĐT gặp phải đó là việc khó tiếp cận thông tin, các tài liệu, giấy tờ chứng minh cho yêu cầu khởi kiện và chi phí khởi kiện. Đây không chỉ là khó khăn của cổ đông khi khởi kiện người quản lý mà còn là khó khăn chung khi NĐT tiến hành khởi kiện dân sự yêu cầu bồi thường thiệt hại do các vi phạm pháp luật về chứng khoán và TTCK. Một vấn đề nữa mà NĐT gặp phải khi tiến hành khởi kiện dân sự đó là việc thiếu các căn cứ pháp luật cụ thể để tính toán thiệt hại thực tế khi có hành vi vi phạm do đó NĐT sẽ gặp nhiều khó khăn trong quá trình yêu cầu bồi thường khi không thể chứng minh được thiệt hại thực tế và mối quan hệ nhân quả giữa thiệt hại thực tế và hành vi vi phạm. Bên cạnh đó do các quy định về thủ tục tố tụng của Việt Nam còn khá phức tạp, chưa có cơ chế riêng dành cho các vụ khởi kiện của NĐT, do đó trên thực tế các vụ NĐT chủ động khởi kiện dân sự thường chỉ liên quan đến khởi kiện yêu cầu hủy quyết định của ĐHĐCĐ hoặc khởi kiện người quản lý doanh nghiệp mà không có việc khởi kiện do các vi phạm khác.

3. Một số những đề xuất về chính sách nhằm đẩy mạnh hoạt động bảo vệ nhà đầu tư – người tiên dùng tài chính trong lĩnh vực chứng khoán

3.1. Đề xuất hoàn thiện quy định pháp luật

Một là, tăng các chế tài xử phạt đối với các vi phạm lặp lại nhiều lần của công ty chứng khoán khi cung cấp dịch vụ cho khách hàng

Một điểm dễ nhận thấy là các vi phạm pháp luật của CTCK trong thời gian qua so với tổng số các vi phạm trên thị trường là không nhiều tuy nhiên các vi phạm thường xảy ra có tính phổ biến và lặp lại nhiều lần như các vi phạm về bố trí người hành nghề chứng khoán, vi phạm về giao dịch ký quỹ, vi phạm về công bố thông tin.... Nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng này là do các chế tài xử phạt vi phạm đối với CTCK còn tương đối nhẹ so với các vi phạm pháp luật trong lĩnh vực chứng khoán khác: Ví dụ như trong quy định của Nghị định 156/2020/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực chứng khoán và thị trường chứng khoán, ở mục 9 các hành vi vi phạm quy định về kinh doanh chứng khoán và hành nghề chứng khoán thì mức phạt tiền cao nhất chỉ là 500.000.000đ (Khoản 6 Điều 26) trong khi mức phạt tiền tối đa đối với các vi phạm pháp luật trong lĩnh vực chứng khoán là 3.000.000.000đ với tổ chức và 1.500.000.000đ với cá nhân (Khoản 2, Điều 5 NĐ 156/2020/NĐ-CP). Đặc biệt, hiện nay các quy định pháp luật về xử lý vi phạm trong lĩnh vực chứng khoán cũng chưa có các chế tài đủ mạnh đối với trường hợp CTCK đã bị xử phạt nhưng vẫn tiếp tục vi phạm. Do đó để ngăn ngừa các hành vi vi phạm của CTCK trong quá trình cung cấp dịch vụ và bảo vệ quyền lợi của NĐT cần nâng cao mức xử phạt đối với các vi phạm liên quan đến chủ thể kinh doanh chứng khoán và hành nghề chứng khoán, bổ sung các chế tài xử phạt trong trường hợp có hành vi tái phạm.

Hai là, bổ sung quy định cụ thể về bồi thường thiệt hại trong trường hợp xảy ra lỗi giao dịch trực tuyến của các công ty chứng khoán

Giao dịch trực tuyến là phương thức giao dịch được thực hiện chủ yếu hiện nay trong các hoạt động giao dịch chứng khoán do tích chất tiện lợi, nhanh chóng. Tuy nhiên phương thức này lại tiềm ẩn nhiều rủi ro cho NĐT khi mà việc thực hiện các giao dịch lại phụ thuộc vào nền tảng công nghệ của CTCK và bên thứ ba cung cấp dịch vụ trong khi các chủ thể này thường thoái thác trách nhiệm khi có lỗi giao dịch trực tuyến xảy ra. Do đó cần bổ sung các quy định cụ thể về việc bồi thường thiệt hại cho NĐT do lỗi giao dịch trực tuyến. Cần có quy định cụ thể những trường hợp nào nhà đầu tư được yêu cầu bồi thường và những trường hợp nào CTCK được miễn trừ trách nhiệm, và các thức tính toán mức thiệt hại. Đồng thời để đảm bảo hạn chế tình trạng xuất hiện các lỗi giao dịch trực tuyến khiến NĐT không thể thực hiện giao dịch, nhà làm luật cần bổ sung các chế tài nghiêm khắc hơn đối với các CTCK để xảy ra lỗi giao dịch trực tuyến do không đảm bảo về hạ tầng công nghệ thông tin, cụ thể là cần bổ sung các biện pháp xử phạt về tài chính mà không chỉ đơn giản là các biện pháp mang tính kỹ thuật như cảnh cáo hay đình chỉ giao dịch trực tuyến như hiện nay.

Ba là, bổ sung chế tài xử phạt đối với Sở giao dịch chứng khoán và quy định về bồi thường thiệt hại cho nhà đầu tư khi để tình trạng nghẽn lệnh xảy ra thường xuyên

Về bản chất, Sở giao dịch chứng khoán cũng là một doanh nghiệp kinh doanh ngành nghề đặc thù đó là tổ chức và vận hành thị trường giao dịch chứng khoán. Ở Việt Nam do yếu tố độc quyền (theo quy định tại Khoản 2, Điều 42 LCK 2019 “Ngoài Sở giao dịch chứng khoán Việt Nam và công ty con, không tổ chức, cá nhân nào được phép tổ chức và vận hành thị trường giao dịch chứng khoán”), NĐT và các tổ chức kinh doanh chứng khoán (CTCK, CTQLQ...) không cơ hội lựa chọn sử dụng dịch vụ do chủ thể khác cung cấp mà chỉ có thể sử dụng dịch vụ của SGDCK Việt Nam và 2 công ty con là SDGCK Hà Nội, SGDCK thành phố Hồ Chí Minh. Trong

khi đó, một vài năm trở lại đây do sự lạc hậu về nền tảng công nghệ, các dịch vụ mà hai SGDCK Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh cung cấp ngày càng bộc lộ những hạn chế, ảnh hưởng trực tiếp đến quyền lợi của NĐT nói riêng và của các chủ thể trên thị trường (đã được phân tích tại mục 3.2.2.1. Hạn chế về việc thực thi các quy định về quyền lợi của nhà đầu tư trong việc tham gia và thực hiện các giao dịch trên thị trường). Trong các văn bản pháp luật Việt Nam hiện nay (trong LCK 2019, Nghị định 156/2020/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực chứng khoán và thị trường chứng khoán...) cũng chưa có các quy định cụ thể về việc xử phạt đối với SGDCK khi cung ứng dịch vụ kém chất lượng (ví dụ như để tình trạng nghẽn lệnh xảy ra thường xuyên) hay quy định về bồi thường thiệt hại cho NĐT. Ở nhiều quốc gia có TTCK phát triển, cơ quan quản lý nhà nước thường đưa ra mức xử phạt rất nặng khi SGDCK để tình trạng trục trặc trong hệ thống giao dịch của mình. Như ở Mỹ, SGDCK NewYork (NYSE) đã từng bị UBCK Mỹ (SEC) bị xử phạt 14 triệu đô la cho một loạt các vi phạm trong đó có vi phạm điển hình là để tình trạng ngừng giao dịch trong 3,5 tiếng vào một phiên giao dịch tháng 7/2015[17]. Hay như ở Nhật Bản, năm 2005 chỉ vì để xảy ra tình trạng “*đặt lệnh mua nhằm nhưng không hủy được*” gây hậu quả nghiêm trọng (sự cố “J-com”) mà chủ tịch SGDCK Tokyo lúc bấy giờ và người phụ trách hệ thống máy tính của SGDCK phải từ chức và cũng dẫn đến một loạt những cuộc điều tra xung quanh hoạt động của các SGDCK ở Nhật Bản[6]. Ở Việt Nam, để hạn chế tình trạng trục trặc hệ thống của các SGDCK thì ngoài việc đầu tư cho cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin thì cần bổ sung quy định cụ thể về việc xử phạt đối với SGDCK khi cung ứng dịch vụ kém chất lượng hay quy định về bồi thường thiệt hại cho NĐT. Điều này không chỉ là biện pháp cảnh báo đối với các SGDCK mà còn giúp NĐT và các tổ chức kinh doanh chứng khoán tin tưởng và tiếp tục tham gia giao dịch trên thị trường.

Bốn là, hoàn thiện các quy định về quyền tiếp cận thông tin

Về ngôn ngữ sử dụng trong các bản công bố thông tin

Hiện nay ngôn ngữ sử dụng chủ yếu trong các bản công bố thông tin của các chủ thể trên TTCK là tiếng Việt, tiếng Anh có được sử dụng tuy nhiên không nhiều và thường không bắt buộc. Do đó để đảm bảo sự công bằng trong quyền tiếp cận thông tin của NĐT trong nước và nước ngoài Thông tư 96/2020/TT-BTC cần bổ sung quy định yêu cầu các chủ thể trên thị trường đặc biệt là các công ty niêm yết có vốn hóa lớn bắt buộc phải công bố thông tin bằng tiếng Anh. Thời điểm công bố các thông tin bằng tiếng Anh cần đảm bảo cùng thời điểm với các công bố thông tin bằng tiếng Việt.

Về việc áp dụng các chuẩn mực quốc tế trong báo cáo tài chính

Việc BCTC của các doanh nghiệp hiện nay đa số được xây dựng theo chuẩn mực kế toán Việt Nam (VAS) có nhiều điểm khác biệt khá rõ rệt với hệ thống chuẩn mực kế toán quốc tế (IAS và IFRS) [9] sẽ tạo những khó khăn trong việc tiếp cận thông tin của các NĐT nước ngoài. Do đó cần có sự điều chỉnh các chuẩn mực kế toán của Việt Nam cho tương thích với các chuẩn mực kế toán quốc tế và dần dần tiến việc sử dụng thống nhất theo các chuẩn mực kế toán quốc tế.

Về tỷ lệ cổ phần NĐT cần phải sở hữu để có quyền tiếp cận các thông tin quan trọng của doanh nghiệp để phù hợp với thông lệ quốc tế

Cần xem xét sửa đổi tỷ lệ sở hữu cổ phần để NĐT được tiếp cận các thông tin quan trọng như biên bản và các nghị quyết của Hội đồng quản trị, báo cáo tài chính giữa năm và hằng năm

và các báo cáo của Ban kiểm soát....trong LDN theo hướng giảm từ tỷ lệ 5% xuống một tỷ lệ phù hợp có thể từ 2% đến dưới 5% để nhằm hài hòa giữa lợi ích của cả công ty và các cổ đông. Đây là mức điều chỉnh phù hợp đủ để tránh nguy cơ cổ đông sở hữu lượng cổ phần vừa phải, nhưng lại có nhiều quyền trong tiếp cận thông tin của doanh nghiệp dẫn đến “quấy phá” doanh nghiệp [5].

Năm là cần bổ sung các quy định pháp luật cụ thể làm căn cứ để NĐT có thể tiến hành khởi kiện bảo vệ quyền lợi của mình khi bị xâm phạm bởi các vi phạm pháp luật trên thị trường

Hiện nay các vi phạm pháp luật trên TTCK xâm hại đến quyền lợi NĐT diễn ra ngày một phổ biến và tinh vi, tuy nhiên có một số vi phạm điển hình có thể kể đến như hành vi thao túng giá chứng khoán, giao dịch nội gián, các vi phạm về công bố thông tin... Tuy nhiên hiện nay các quy định của pháp luật Việt Nam làm căn cứ để NĐT khởi kiện yêu cầu bồi thường thiệt hại khi những vi phạm này xảy ra gần như không có hoặc rất chung chung. Luật chứng khoán thường không quy định mà phải viện dẫn các căn cứ chung trong Luật dân sự và Luật tố tụng dân sự. Điều này tạo ra rất nhiều khó khăn cho NĐT trong quá trình tiến hành khởi kiện. Do đó, đối với hành vi thao túng giá chứng khoán, giao dịch nội gián LCK và các văn bản có liên quan cần quy định rõ các chủ thể khi thực hiện hai hành vi này thì ngoài việc phải chịu trách nhiệm hành chính hay hình sự thì phải chịu cả trách nhiệm bồi thường dân sự cho NĐT. Đồng thời bổ sung các quy định cụ thể về các chủ thể được yêu cầu bồi thường dân sự, các chủ thể có trách nhiệm bồi thường, phương thức tính toán thiệt hại thực tế cũng như quy trình yêu cầu và chi trả tiền bồi thường. Tòa án nhân dân tối cao cũng cần nghiên cứu để đưa ra các hướng dẫn cụ thể thủ tục khởi kiện của NĐT đối với hai hành vi này trong đó xác định rõ: chủ thể được khởi kiện, đối tượng bị khởi kiện, các tài liệu chứng cứ cần cung cấp, phương thức tính toán thiệt hại...

Đối với các vi phạm về công bố thông tin là vi phạm khá phổ biến trên thị trường nhưng khó xác định chính xác mức độ thiệt hại của NĐT do đó cần bổ sung cách thức tính toán thiệt hại cụ thể để NĐT có căn cứ yêu cầu chủ thể vi phạm phải bồi thường hoặc tiến hành khởi kiện tại tòa án. Nội dung này nên được quy định cụ thể trong Thông tư về hoạt động công bố thông tin và xác định rõ loại vi phạm nào thì NĐT có thể yêu cầu bồi thường thiệt hại, cách thức tính toán thiệt hại và chủ thể phải bồi thường... Về nguyên tắc chung, các hành vi vi phạm về công bố thông tin thì đều có nguy cơ gây thiệt hại cho NĐT, tuy nhiên có nhiều vi phạm rất khó để chứng minh có thiệt hại thực tế cho NĐT và mối quan hệ nhân quả giữa hành vi vi phạm và thiệt hại thực tế. Do đó, trong giai đoạn này các nhà làm luật cần quy định một số vi phạm về công bố thông tin gây thiệt hại rõ ràng cho NĐT như các vi phạm về công bố thông tin trong hồ sơ chào bán chứng khoán, vi phạm về công bố thông tin trong các báo cáo thường niên, báo cáo kiểm soát nội bộ hoặc báo cáo về việc mua lại cổ phần... và quy định về phương thức tính toán thiệt hại cụ thể.

Ngoài ra cần bổ sung các quy định về khởi kiện tập thể đối với các vụ tranh chấp trên TTCK. Trong hầu hết các vi phạm pháp luật trên TTCK thường ảnh hưởng đến một lượng lớn các NĐT. Trong các trường hợp này nếu NĐT tiến hành các vụ khởi kiện đơn lẻ thì sẽ gặp rất nhiều khó khăn trong việc thu thập chứng cứ chứng minh yêu cầu khởi kiện, đối mặt với chi phí pháp lý lớn. Về phía tòa án cũng sẽ phải đối mặt với việc giải quyết một số lượng lớn các vụ án có đương sự và tính chất vụ việc là như nhau, từ đó gây lãng phí thời gian và tiền bạc. Do đó việc khởi kiện tập thể được coi là một phương thức khởi kiện phù hợp. Tuy nhiên hiện nay trong quy định của pháp luật Việt Nam mà cụ thể là quy định của BLTTDS đang thiếu đi các quy định làm căn cứ

cho việc khởi kiện tập thể. Do đó trong tương lai, các nhà là luật cần bổ sung quy định về khởi kiện tập thể vào BLTTDS (bao gồm các quy định liên quan đến đối tượng, điều kiện khởi kiện tập thể; trình tự, thủ tục khởi kiện tập thể). Điều này sẽ giúp tạo ra cơ chế hữu hiệu để NĐT trên TTCK tập trung tự bảo vệ khi có các hành vi xâm hại đến quyền lợi của mình đồng thời giúp gia tăng hiệu quả của công tác xét xử các vụ việc chứng khoán của Tòa án.

Bảo vệ NĐT – người tiêu dùng tài chính trong lĩnh vực chứng khoán chưa bao giờ là một vấn đề đơn giản với bất kỳ một quốc gia nào. Đối với Việt Nam, có nhiều nguyên nhân dẫn đến việc bảo vệ nhà đầu tư trên TTCK gặp nhiều khó khăn, nhưng nguyên nhân cơ bản nhất là do những hạn chế trong các quy định pháp luật quốc gia và việc thực thi trên thực tế các quy định về bảo vệ nhà đầu tư trên TTCK. Điều này cần phải được khắc phục nhanh chóng, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam hội nhập ngày càng sâu và rộng vào nền kinh tế thế giới. Cũng cần phải lưu ý rằng vấn đề bảo vệ nhà đầu tư không thể thực hiện một cách hiệu quả ngay mà là một quá trình diễn ra liên tục và lâu dài. Do đó, rất cần sự chung tay góp sức của các chủ thể trên thị trường bao gồm cơ quan quản lý nhà nước, các chủ thể kinh doanh chứng khoán, các tổ chức phát hành, các tổ chức tự quản.... và đặc biệt là chính các nhà đầu tư cũng cần tích cực tham gia vào việc hoàn thiện cơ chế bảo vệ quyền lợi nhà đầu tư ở Việt Nam. Có như vậy mới đảm bảo cho TTCK Việt Nam phát triển lâu dài, bền vững và thực sự trở thành kênh huy động vốn trung và dài hạn hiệu quả của nền kinh tế.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Minh Anh (2018), Cho vay margin vượt sức mua và không tách bạch tài sản, Chứng khoán IB bị phạt 450 triệu đồng . <https://kinhtetieudung.phapluatxahoi.vn/cho-vay-margin-vuot-suc-mua-va-khong-tach-bach-tai-san-chung-khoan-ib-bi-phat-450-trieu-dong-65388.htm>

Bộ Kế hoạch và Đầu tư; Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, 2019, Tìm hiểu về chỉ số Môi trường kinh doanh của Ngân hàng thế giới, Tài liệu hướng dẫn thực hiện Nghị quyết số 02/NQ-CP ngày 1/1/2019 của Chính phủ về tiếp tục thực hiện những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia 2019 và định hướng đến năm 2021;

Châu Cao, (2021), Lời cảnh báo của chuyên gia Thái Lan 20 năm trước và thế khó của HOSE. <https://doanhnghieptiepthi.vn/loi-can-bao-cua-chuyen-gia-thai-lan-20-nam-truoc-va-the-kho-cua-hose-1612110032036071.htm>.

Hiệp hội Các nhà Quản trị Tài chính Việt Nam (vafe.org.vn), Vietstock (vietstock.vn), Tạp chí điện tử Tài chính và Cuộc sống (FiLi.vn) Chương trình bình chọn Doanh nghiệp niêm yết có hoạt động IR tốt nhất 2019 - IR Awards 2019.

Hữu Hòe (2020), Sửa LDN, tăng vị thế cổ đông <https://tinnhanhchungkhoan.vn/chung-khoan/sua-luat-doanh-nghiep-tang-vi-the-co-dong-316079.html>

Hoàng Minh – Nguyễn Thu, Còn ghen ghen, còn thiệt hại đến tất cả các chủ thể trên thị trường chứng khoán. <https://tinnhanhchungkhoan.vn/con-nghe-n-lenh-con-thiet-hai-den-tat-ca-cac-chu-the-tren-thi-truong-chung-khoan-post264167.html>

Trần Nguyễn, Ghen ghen chứng khoán, nhà đầu tư thiệt hại: Từ chế tài của thế giới, nhìn về Việt Nam. <https://phaply.net.vn/nghe-n-lenh-chung-khoan-nha-dau-tu-thiet-hai-tu-che-tai-cua-the-gioi-nhin-ve-viet-nam-a248012.html>

Mai Phương (2021), Bộ Tài chính thanh tra khẩn cấp tại HOSE về tình trạng nghẽn lệnh. <https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/bo-tai-chinh-thanh-tra-khan-cap-tai-hose-ve-tinh-trang-nghen-lenh-1397137.html>.

Hồng Uyên (2019), Vi phạm hàng loạt lỗi, Chứng khoán Globalmind Capital bị phạt 665 triệu đồng <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/chung-khoan/2019-09-18/vi-pham-hang-loat-loi-chung-khoan-globalmind-capital-bi-phat-665-trieu-dong-76497.aspx>

Trịnh Lê Tân, Đào Thị Đài Trang (2016), Tính cấp thiết trong việc triển khai áp dụng hệ thống chuẩn mực BCTC quốc tế tại Việt Nam và một số kiến nghị- Kỷ yếu hội thảo Quốc gia: IFRS- Cơ hội và thách thức khi áp dụng tại Việt Nam

Duy Thái (2020), Hệ thống giao dịch chứng khoán phái sinh của VPS gặp sự cố. <http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/chung-khoan/2020-05-19/he-thong-giao-dich-chung-khoan-phai-sinh-cua-vps-gap-su-co-86969.aspx>

Thanh Thanh (2019). Sửa LDN: Cổ đông nắm 1% cổ phần có quyền tiếp cận thông tin doanh nghiệp. <https://baophapluat.vn/kinh-te/sua-luat-doanh-nghiep-co-dong-nam-1-co-phan-co-quyen-tiep-can-thong-tin-doanh-nghiep-475806.html>.

Sơn Tùng (2020), HOSE ngắt kết nối giao dịch trực tuyến đối với VNDirect do số lượng lỗi phiên 20/4 vượt qui định. <https://kinhthetieudung.phapluatxahoi.vn/hose-ngat-ket-noi-giao-dich-truc-tuyen-doi-voi-vndirect-do-so-luong-loi-phien-20-4-vuot-qui-dinh-20200420224432556.htm>

UBCKNN, Báo cáo tổng kết kết công tác năm 2020 và triển khai nhiệm vụ năm 2021 của UBCKNN

UBCKNN, (2019) Quyết định số 24/QĐ-XPVPHC về việc xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực chứng khoán và thị trường chứng khoán đối với Công ty cổ phần Chứng khoán SJC. <https://www.ssc.gov.vn/>,

World bank, Doing Business 2017- 2020.

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-03-06/nyse-fined-14-million-by-sec-for-a-series-of-rule-violation>

BẢO VỆ NGƯỜI TIÊU DÙNG TÀI CHÍNH CAO TUỔI THÔNG QUA GIÁO DỤC TÀI CHÍNH CÁ NHÂN, KINH NGHIỆM CỦA HOA KỲ VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

*ThS Hứa Phương Linh - Trường đại học Ngoại ngữ, Đại học Quốc gia Hà Nội,
TS.Nguyễn Đăng Tuệ - Viện Kinh tế và Quản lý, Trường đại học Bách khoa Hà Nội*

Tóm tắt:

Trong bối cảnh già hóa dân số diễn ra ở Việt Nam và sự phát triển mạnh mẽ nhưng phức tạp của thị trường và các sản phẩm tài chính, các nhà hoạch định chính sách của Việt Nam đứng trước thách thức đưa ra các biện pháp bảo vệ người tiêu dùng tài chính cao tuổi. Một trong những biện pháp có thể được cân nhắc là triển khai giáo dục tài chính cá nhân cho người cao tuổi để phòng tránh nguy cơ lừa đảo tài chính. Ở một số nước phát triển như Hoa Kỳ, chính phủ có Chiến lược quốc gia định hướng cho chương trình Giáo dục tài chính cá nhân cho người cao tuổi để giải quyết vấn đề này. Bài viết này giới thiệu các chương trình đào tạo tài chính cho người cao tuổi là kết quả của chiến lược quốc gia về hiểu biết tài chính cá nhân của Hoa Kỳ. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra một số gợi ý cho Việt Nam trong việc bảo vệ người tiêu dùng tài chính cao tuổi thông qua giáo dục tài chính cá nhân.

Từ khóa: *bảo vệ, người tiêu dùng tài chính, giáo dục tài chính cá nhân, người cao tuổi, Việt Nam, Hoa Kỳ*

FINANCIAL CONSUMER PROTECTION FOR OLDER PEOPLE VIA PERSONAL FINANCIAL EDUCATION, EXPERIENCE FROM THE US AND LESSON FOR VIETNAM

Abstract:

In the context of Vietnam's aging population and the strong but complex development of markets and financial products, Vietnam's policymakers are faced with the challenge of putting in place measures to protect protect elderly financial consumers. One of the measures that can be considered is implementing personal financial education for the elderly to prevent the risk of financial fraud. In some developed countries such as the United States, the government has a National Strategy for Personal Financial Education for the Elderly to address this issue. This article introduces financial literacy programs for the elderly as a result of the US financial literacy national strategy. On that basis, the author gives some suggestions for Vietnam in protecting elderly financial consumers through personal financial education.

Keywords: *Protection, financial consumer, personal financial education, older people, Vietnam, US*

1. Tầm quan trọng hiểu biết tài chính cá nhân

Hiểu biết tài chính cá nhân là một kỹ năng sống quan trọng giúp tạo nên nền móng chắc chắn cho sự bền vững trong cuộc sống. Mỗi cá nhân ngày nay phải chịu trách nhiệm ngày càng lớn hơn đối với việc quản lý tài chính. Những người có quyết định tài chính tốt và lựa chọn đúng sản phẩm dịch vụ tài chính phù hợp có thể tăng phúc lợi cho gia đình và giảm rủi ro tài chính. Ở

góc độ vĩ mô, hiểu biết tài chính cá nhân được nâng cao tạo điều kiện cho sự phát triển của các dịch vụ tài chính, sự minh bạch của thị trường tài chính và thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội.

Nhiều quốc gia đã nhận thức được tầm quan trọng của hiểu biết tài chính cá nhân và đã xây dựng các chương trình giáo dục tài chính cá nhân. Một trong những mục tiêu hàng đầu của giáo dục tài chính cá nhân là cung cấp khả năng xác định những sản phẩm tài chính phù hợp để đưa ra những quyết định tài chính đúng đắn.

Với người cao tuổi, nhiều nghiên cứu cho thấy người cao tuổi có hiểu biết tài chính giảm dần cùng với độ tuổi. Theo Finke và cộng sự (2016), điểm số hiểu biết tài chính cá nhân giảm đi 1 phần trăm mỗi năm sau 60 tuổi. Tương tự, Boyle và cộng sự (2013) đã cho thấy việc giảm khả năng nhận thức đối với người cao tuổi là nguyên nhân chính dẫn đến các câu trả lời không chính xác khi đưa ra quyết định tài chính và làm người cao tuổi dễ trở thành nạn nhân của các vụ lừa đảo tài chính.

Các hoạt động lừa đảo tài chính đối với người cao tuổi diễn ra phổ biến trong các lĩnh vực như kinh doanh, ngân hàng, bảo hiểm, sức khỏe y tế (MetLife Mature Market Institute, 2011). Khoảng 17% dân số Hoa Kỳ trên 65 tuổi thừa nhận đã từng bị lừa đảo về tài chính. Người cao tuổi là đối tượng hấp dẫn của các vụ lừa đảo tài chính vì có tài sản rủng rỉnh trong khi họ thường cô độc, giảm khả năng nhận thức, gặp vấn đề sức khỏe, bị khuyết tật hoặc mất đi người thân (Fry, 2011). Người cao tuổi cũng thường nhẹ dạ cả tin, thường ở nhà để nhận điện thoại hoặc gặp người lạ, và họ không có người thân hoặc bạn bè ở gần để hỏi ý kiến (Human Resources & Skills Development Canada, 2017). Mặt khác, những người cao tuổi này thường ít khi báo cáo các vụ việc lừa đảo xảy ra với mình (True Link Financial, 2015)

Việc người cao tuổi bị lừa đảo tài chính có thể dẫn đến mất khả năng độc lập tài chính hoặc khó khăn trong tài chính, ảnh hưởng tiêu cực đến cuộc sống của người cao tuổi cả về vật chất và tinh thần. Việc lừa đảo tài chính người cao tuổi cũng có thể gây tác hại lớn đến xã hội khi xã hội phải dành thêm nguồn lực để hỗ trợ những người cao tuổi này.

Việt Nam chính thức bước vào thời kỳ già hóa dân số từ 2011 nhưng tốc độ thuộc hàng nhanh nhất thế giới. Đến năm 2050, nước ta sẽ có 22,3 triệu người cao tuổi, chiếm 20,4% tổng dân số. Mặc dù hiện chưa có những báo cáo cụ thể về việc lừa đảo tài chính người cao tuổi ở Việt Nam, gần đây liên tục xảy ra vụ việc lừa đảo tài chính nhằm vào người cao tuổi. Điều này cho thấy người cao tuổi là một đối tượng cần sự quan tâm nhiều hơn từ các nhà nước và các tổ chức tài chính ở Việt Nam.

2. Chương trình giáo dục tài chính cá nhân cho người cao tuổi ở Hoa Kỳ

Giáo dục tài chính cá nhân được chính phủ Hoa Kỳ sử dụng như một công cụ đắc lực để để xử lý tình trạng lừa đảo tài chính đối với người cao tuổi. Năm 2003, Ủy ban Giáo dục và Hiểu biết tài chính cá nhân Hoa Kỳ được thành lập để xây dựng và thực hiện Chiến lược quốc gia nhằm đẩy mạnh giáo dục và hiểu biết tài chính cá nhân. Hoa Kỳ là một trong 15 nước đầu tiên đã hoàn thành Chiến lược quốc gia về hiểu biết tài chính cá nhân (OECD/INFE, 2015) với 4 mục tiêu bao gồm: (1) tăng cường hiểu biết và tiếp cận giáo dục tài chính cá nhân hiệu quả, (2) xác định và kết hợp các khả năng tài chính, (3) phát triển cơ sở vật chất của giáo dục tài chính cá nhân và (4) phát hiện, đề cao và chia sẻ những thói quen hiệu quả. Chiến lược quốc gia nhận được sự quan tâm và phản hồi tích cực của người dân Hoa Kỳ ngay từ khi bắt đầu triển khai. Đối với người cao tuổi,

một số chương trình dành riêng cho đối tượng này đã được triển khai trong khuôn khổ thực hiện chiến lược.

Nhằm thực hiện mục tiêu 1, Quỹ bảo hiểm tiền gửi (FDIC) và Cục bảo vệ tài chính cho người tiêu dùng (CFPB) đã phát triển chương trình Giáo dục tài chính cá nhân cho người cao tuổi - MSOA (Money Smart for Older Adults). Tài liệu chương trình gồm sách hướng dẫn cho người dạy, sách hướng dẫn cho người học, slide thuyết trình hỗ trợ việc giảng dạy trên lớp có sẵn và miễn phí trên trang chủ của FDIC và CFPB. Chương trình giảng dạy bao gồm 7 chủ đề chính: Những kiểu lừa đảo tài chính người cao tuổi hay gặp, những mảnh khòe lừa đảo, trộm cắp nhân thân, lừa đảo liên quan đến y tế, lừa đảo nhằm vào người chủ nhà, lập kế hoạch cho những sự kiện bất ngờ và chuẩn bị tài chính cho điều bất hạnh. Với 5 trên 7 chủ đề có nội dung liên quan đến các vấn đề lừa đảo và lừa đảo tài chính, MSOA là một chương trình đào tạo giảng dạy giúp tăng cường nhận thức về cách phòng chống việc lừa đảo tài chính người cao tuổi và khuyến khích người cao tuổi lập kế hoạch tài chính tương lai. Các nội dung này được lồng ghép vào chương trình học MSOA gồm 11 câu phần trong đó sau mỗi phần lý thuyết là các câu hỏi tình huống, sau đó là bài kiểm tra kiến thức tổng quát dưới dạng câu hỏi trắc nghiệm và thang đánh giá hiệu quả chương trình cho người tham gia.

Chương trình cung cấp những hiểu biết cơ bản về chống lừa đảo tài chính đối với người cao tuổi như: Lừa đảo tài chính đối với người cao tuổi là gì, nạn nhân của lừa đảo tài chính đối với người cao tuổi, những lý do người cao tuổi có nguy cơ bị lừa đảo tài chính, các ví dụ cụ thể của lừa đảo tài chính (trộm cắp tài sản do thành viên trong gia đình, người chăm sóc hoặc người giúp việc, lừa đảo đầu tư,...), những lý do người cao tuổi không báo cáo việc bị lừa đảo tài chính và việc cần làm khi biết người cao tuổi bị lừa đảo tài chính. Mặc dù không thể trình bày hết các kiểu lừa đảo tài chính người cao tuổi, tài liệu chương trình đã tổng hợp những điểm chính, hướng dẫn cơ bản để phát hiện lừa đảo tài chính cũng như các cách phòng tránh và các cơ quan có thẩm quyền có thể giúp đỡ người cao tuổi khi gặp các tình huống này.

Khung giảng dạy của chương trình MSOA đã được áp dụng thành công tại trên 300 tổ chức và cộng đồng trên tổng số hơn 470 thành viên liên kết của chương trình Money Smart. Hoạt động giảng dạy được những tổ chức cung cấp tài chính, tổ chức vì cộng đồng hoặc bởi trung tâm tài chính hợp tác với các cộng đồng thực hiện. Phần lớn học viên đều đánh giá chương trình học là “xuất sắc” hoặc “rất tốt”. (Financial Literacy and Education Commission, 2019)

Ủy ban an ninh và trao đổi (SEC) của Hoa Kỳ cung cấp các bài báo với nội dung giúp người cao tuổi nắm được các sản phẩm đầu tư và cách phòng tránh lừa đảo tài chính trên trang investor.gov/seniors. Một số bài xuất bản có nội dung dành cho người cao tuổi như: “Hướng dẫn dành cho người cao tuổi: Bảo vệ bản thân khỏi lừa đảo đầu tư”, “Tiền hưu trí và các dòng tiền khi nghỉ hưu”. Ủy ban còn tạo ra công cụ tìm kiếm có tên EDGAR cung cấp cho người cao tuổi tham gia đầu tư những thông tin về các công ty đầu tư tiềm năng. Ủy ban còn tổ chức những buổi thuyết trình để giải thích về dấu hiệu nhận biết các công ty không tốt.

Cục bảo vệ tài chính cho người tiêu dùng (CFPB) soạn thảo bộ “Hướng dẫn việc quản lý tiền của người khác” bao gồm bốn bản cho bốn mức độ khả năng của người được ủy thác: cơ quan nằm trong giấy tờ được ủy thác, người giám hộ được chỉ định bởi tòa án, người được ủy thác, người được ủy thác của chính phủ (đại diện người được trả tiền phúc lợi xã hội, người được ủy thác của cựu chiến binh). Mỗi bản hướng dẫn bao gồm các thông tin về trách nhiệm người

được ủy thác, hướng dẫn về cách nhận biết và phòng tránh lừa đảo tài chính, mục “Nơi liên hệ giúp đỡ” với một danh sách các cơ quan và nhà cung cấp dịch vụ liên quan. Các bản hướng dẫn cung cấp điều luật riêng biệt, các thói quen cũng như các nguồn tài liệu riêng biệt cho các bang ở Hoa Kỳ. (CFPB, 2017)

Để thực hiện mục tiêu số 2 - xác định và kết hợp các khả năng tài chính - chương trình MyMoney Five trên trang mymoney.gov của FLEC tập hợp thông tin giáo dục tài chính cá nhân từ nhiều cơ quan. Trang cung cấp các nguồn tài liệu và hướng dẫn ở trong năm lĩnh vực chủ yếu: Tiết kiệm & Đầu tư, Bảo vệ, Tiêu dùng, Vay mượn, và Kiểm tiền dưới dạng tiếng Anh và tiếng Tây Ban Nha. Nhiều tổ chức đã sử dụng cấu trúc và chủ đề chính của MyMoney Five để xây dựng nguồn tài liệu giáo dục tài chính cá nhân của họ.

Để thực hiện mục tiêu số 3, CFPB cung cấp kênh hướng dẫn để người cao tuổi Hoa Kỳ có thể làm việc với ngân hàng hoặc liên hiệp tín dụng của họ để bảo vệ họ khỏi lừa đảo tài chính. Việc hướng dẫn bao gồm cả các bản báo cáo dành cho trung tâm tài chính về các quy tắc nhằm ngăn chặn vấn đề lừa đảo tài chính với người cao tuổi. Ví dụ, trong hướng dẫn “Gợi ý và báo cáo dành cho Trung tâm tài chính khi làm việc với người cao tuổi và ngăn chặn lừa đảo tài chính” có nêu ra dấu hiệu nhận biết khi người cao tuổi bị lừa đảo tài chính (như cách thức và tần suất giao dịch thay đổi, hành vi khác lạ và căng thẳng của người cao tuổi, địa chỉ tài khoản thay đổi...). Theo hướng dẫn này, nhân viên ngân hàng hoặc trung tâm cung cấp dịch vụ có thể thực hiện các bước như yêu cầu khách hàng giải thích và đính chính lại giao dịch, nhận biết khả năng suy giảm của khách hàng trong giao dịch dựa vào các biểu hiện bên ngoài, giáo dục người cao tuổi nhận thức về vấn đề lạm dụng và lừa đảo tài chính qua các câu hỏi đơn giản như “Ông/bà đã đọc thông tin mới nhất về vụ lừa đảo tài chính này chưa?”.

3. Kiến nghị về chương trình giáo dục tài chính cho người cao tuổi Việt Nam

Dựa trên những hoạt động mà Hoa Kỳ đã thực hiện để nâng cao hiểu biết tài chính hướng tới bảo vệ người tiêu dùng tài chính cao tuổi, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm như sau.

Về phương thức: Hoa Kỳ đưa ra khung chương trình giáo dục tài chính mẫu từ đó vận động nguồn lực các tổ chức, ngân hàng, cá nhân, cộng đồng để đưa nội dung chương trình đến với người cao tuổi. Các chương trình này có nội dung chuẩn hóa, dễ hiểu, cụ thể dễ dàng cho việc truyền đạt. Ngoài ra, các tổ chức chính phủ, tổ chức tư nhân, phi lợi nhuận cũng xuất bản những bài báo, báo cáo trên trang của tổ chức để nâng cao hiểu biết của người cao tuổi trong vấn đề này. Đối với Việt Nam, để thực hiện thành công hoạt động nâng cao hiểu biết tài chính, cần xây dựng được một khung chương trình giáo dục tài chính đầy đủ, toàn diện, thích hợp với hoàn cảnh của nền tài chính và thói quen của người cao tuổi Việt Nam.

Để xây dựng chương trình đào tạo tài chính cho người cao tuổi, có thể tham khảo bộ nội dung chương trình của Hoa Kỳ, như MSOA. Các chương trình này đã có độ chuẩn hóa cao, được trình bày logic, các phần cụ thể và có tính linh hoạt trong sử dụng. Tuy vậy, nội dung của các chương trình này cần được Việt hóa không chỉ về ngôn ngữ mà cả về văn hóa, hoàn cảnh để người cao tuổi Việt Nam có thể hiểu được dễ dàng. Bên cạnh đó, cần thực hiện nghiên cứu, cập nhật và tổng kết các cách thức lừa đảo tài chính đối với người cao tuổi ở Việt Nam. Ngoài ra, đối với các ngân hàng thương mại và các tổ chức tín dụng phi ngân hàng (công ty tài chính, công ty

cho thuê tài chính,...), nhân viên của các tổ chức này cần có hiểu biết về cách làm việc với người cao tuổi ở Việt Nam để nhận diện được dấu hiệu và ngăn chặn việc lừa đảo người cao tuổi.

Về đối tượng: Hoa Kỳ phân chia đối tượng rõ ràng trong từng giai đoạn khi triển khai chương trình hiểu biết tài chính với nhóm đối tượng người cao tuổi là một trong các nhóm đối tượng tập trung ưu tiên. Điều này sẽ giúp cho nguồn lực được tập trung giải quyết vấn đề của từng nhóm đối tượng một cách hiệu quả. Vì vậy đối với Việt Nam, trong bối cảnh nguồn lực hạn hẹp, cần xác định được đối tượng có nhu cầu về nâng cao hiểu biết tài chính cấp thiết nhất để ưu tiên tập trung nguồn lực, đem lại hiệu quả thiết thực ở từng giai đoạn trong chiến lược nâng cao hiểu biết tài chính.

Để thực hiện chương trình giáo dục tài chính cá nhân để bảo vệ người tiêu dùng tài chính cao tuổi cần có sự phối kết hợp giữa các tổ chức ban ngành của chính phủ và các tổ chức phi chính phủ, các tổ chức giáo dục tài chính cá nhân cá nhân khác. Ví dụ, việc đề ra các mục tiêu, tầm nhìn và kế hoạch dài để đạt được mục tiêu đó có thể do một cơ quan nhà nước (Như Ngân hàng Nhà nước, Bộ tài chính hoặc Bộ Lao động thương binh và xã hội) thực hiện. Cơ quan này sẽ có trách nhiệm gắn kết các bộ ngành liên quan trong việc phát triển và thực hiện các chương trình giáo dục tài chính cá nhân dành cho người cao tuổi. Để đảm bảo tính lan tỏa, sự tham gia của các định chế tài chính như ngân hàng thương mại và sự hỗ trợ của các tổ chức phi lợi nhuận nhằm nhân rộng các chương trình giáo dục tài chính cá nhân cho người cao tuổi là hết sức cần thiết.

4. Tài liệu tham khảo

Boyle, P., Yu, L., Wilson, R., Segawa, E., Buchman, A., & Bennett, D. (2013). Cognitive decline impairs financial and health literacy among community-based older persons without dementia. *Psychol Aging*, 28(3), 614-624. doi:10.1037/a0033103

CFPB. (2017). *Money Smart for Older Adults Resource Guide*. New York: FDIC.

Financial Literacy and Education Commission. (2019). *Promoting Financial Success in the United States: National Strategy for Financial Literacy 2019 Update*. New York: Financial Literacy and Education Commission.

Finke, M., Howe, J., & Huston, S. (2016). Old Age and the Decline in Financial Literacy. *Management Science*, 213 - 230. doi:<https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2293>

Fry, R. (2011, 11 7). *The Rising Age Gap in Economic Well-Being*. Retrieved from Pew Research Center: <http://www.pewsocialtrends.org/2011/11/07/the-rising-age-gap-in-economic-well-being/4/>

Human Resources & Skills Development Canada *What every older Canadian should know about: Fraud and scams (Người Canada cần biết về lừa đảo tài chính)*. Truy cập từ Website của HRSDC <https://www.canada.ca/en/employment-social-development/corporate/seniors/forum/fraud-scams.html> truy cập ngày 1 tháng 6 năm 2021.

MetLife Mature Market Institute (2011). *The MetLife Study of Elder Financial Abuse*. Virginia: National Committee for the Prevention of Elder Abuse, VirginiaTech.

OECD/INFE. (2015). *National Strategies for Financial Education Handbook*. New York: OECD/International Network on Financial Education.

True Link Financial. (2015). *The True Link Report on Elder Financial Abuse 2015*. San Francisco: True Link



ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
VNU UNIVERSITY OF ECONOMICS & BUSINESS

ĐƠN VỊ ĐỒNG TỔ CHỨC:



ISBN: 978-604-70-3217-4



9 786047 032174

SÁCH KHÔNG BÁN
BOOK NOT FOR SALE