

Bản tin **BẢO HIỂM TIỀN GỬI**

Số 60 Quý II - 2023 • BẢN TIN CỦA BẢO HIỂM TIỀN GỬI VIỆT NAM

www.div.gov.vn



BẢO HIỂM TIỀN GỬI VIỆT NAM

KHÓA ĐÀO TẠO TRUYỀN THÔNG TRONG XU THẾ CHUYỂN ĐỔI SỐ VÀ CÁCH MẠNG CÔNG NGHIỆP 4.0

Hà Nội, ngày 15-17 tháng 5 năm 2023



TẠO SỰ ĐỒNG THUẬN XÃ HỘI VÀ LẤY NGƯỜI DÂN LÀM TRUNG TÂM TRONG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH BẢO HIỂM TIỀN GỬI

NIỀM TIN CÔNG CHÚNG VÀ VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH NGÀNH NGÂN HÀNG

Chịu trách nhiệm nội dung

TS. Vũ Văn Long

*Phó Tổng giám đốc phụ trách
điều hành BHTGVN*

Trưởng Ban biên tập

TS. Vũ Văn Long

*Phó Tổng giám đốc phụ trách
điều hành BHTGVN*

Phó Trưởng ban biên tập

ThS. Nguyễn Hoàng Nam

Trưởng phòng TTTT - BHTGVN

Thiết kế & Trình bày

Dương Đức Dũng

Địa chỉ:

Tòa nhà DIV
Lô D20 Đường Tôn Thất Thuyết,
Quận Cầu Giấy, TP Hà Nội
Điện thoại: (84-24) 39742886
Fax: (84-24) 39742866
Website: www.div.gov.vn
Email: thongtin@div.gov.vn

Giấy phép xuất bản số 22/GP - XBBT
ngày 13/4/2023 của Cục Báo chí -
Bộ TT&TT

In tại Công ty TNHH In -
Thương mại Đức Dương
In xong và nộp lưu chiểu tháng
7/2022

(Ảnh minh họa. Nguồn: Internet)

Mục lục

03

TIÊU ĐIỂM

- Tạo sự đồng thuận xã hội và lấy người dân làm trung tâm trong truyền thông chính sách Bảo hiểm tiền gửi - **PV (thực hiện)**
- Niềm tin công chúng và vai trò của truyền thông chính sách ngành Ngân hàng - **Vụ Truyền thông NHNN**

10

NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI

- Nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách Bảo hiểm tiền gửi trong bối cảnh tái cơ cấu các QTDND - **Ngô Quang Lương - Thành viên chuyên trách Hội đồng quản trị BHTGVN**
- Phổ biến kiến thức tài chính - nhìn từ góc độ truyền thông của BHTG - **TS. Phạm Bảo Khánh - Thành viên chuyên trách HĐQT BHTGVN**
- Ứng dụng chuyển đổi số vào công tác truyền thông chính sách BHTG - **TS. Vũ Văn Long - Phó Tổng giám đốc phụ trách điều hành BHTGVN**

19

VẤN ĐỀ HÔM NAY

- Ngành Ngân hàng đồng bộ các giải pháp tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp - **Thanh Thủy**
- Truyền thông chính sách - nhân tố quan trọng góp phần xây dựng hệ thống BHTG vững mạnh - **Phòng TTTT - BHTGVN**
- Sử dụng mạng xã hội trong truyền thông chính sách - Ưu thế và thách thức - **Nguyễn Hoàng**
- Nâng cao hiệu quả truyền thông chính sách bảo hiểm tiền gửi trên địa bàn khu vực Đồng bằng sông Cửu Long - **ThS. Hương Giang - Phòng Tổng hợp - Chi nhánh BHTGVN khu vực ĐBSCL**
- Truyền thông chính sách bảo hiểm tiền gửi tại Quỹ tín dụng nhân dân trên địa bàn Tây Bắc Bộ - **Hà Quang - Giám đốc Chi nhánh BHTGVN khu vực Tây Bắc Bộ**
- Truyền thông hiệu quả, chính sách sẽ tự đi vào đời sống - **Phòng TTTT - BHTGVN**

36

HOẠT ĐỘNG CỦA TỔ CHỨC THAM GIA BHTG

- Một số vấn đề cần quan tâm nhằm tiếp tục phát huy hiệu quả công tác kiểm tra của BHTGVN - **Phòng Kiểm tra - BHTGVN**
- Một số điểm nổi bật của hệ thống ngân hàng quý 2/2023 - **Phòng Giám sát - BHTGVN**

41

NHÌN RA THẾ GIỚI

- Tăng cường hoạt động truyền thông chính sách BHTG - Kinh nghiệm quốc tế và khuyến nghị đối với Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam - **Phòng NCTH & HTQT BHTGVN**

44

TIN TỨC SỰ KIỆN

48

GÓC CẢM XÚC

50

**HỎI ĐÁP VỀ BẢO HIỂM TIỀN GỬI
TÌM HIỂU THUẬT NGỮ**

PGS-TS. Đỗ Chí Nghĩa - Ủy viên Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội:

TẠO SỰ ĐỒNG THUẬN XÃ HỘI VÀ LẤY NGƯỜI DÂN LÀM TRUNG TÂM TRONG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH BẢO HIỂM TIỀN GỬI

Đẩy mạnh truyền thông chính sách là một nhiệm vụ quan trọng mà Chính phủ đã giao cho các bộ, ngành, địa phương. Nhiệm vụ này đã được Thủ tướng Chính phủ nhấn mạnh tại Hội nghị trực tuyến toàn quốc về Truyền thông chính sách: Nhận thức - Hành động - Nguồn lực diễn ra tháng 12/2022. Đến tháng 3/2023, Thủ tướng tiếp tục có Chỉ thị số 07/CT-TTg về việc tăng cường công tác truyền thông chính sách. Chỉ thị số 07 nêu rõ, truyền thông chính sách là một nhiệm vụ, một chức năng quan trọng của cơ quan hành chính nhà nước các cấp

Bản tin Bảo hiểm tiền gửi đã có cuộc phỏng vấn PGS-TS. Đỗ Chí Nghĩa - Đại biểu Quốc hội, Ủy viên Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội về truyền thông chính sách nói chung và truyền thông về chính sách Bảo hiểm tiền gửi (BHTG) nói riêng.

PV: Ông đánh giá như thế nào về tầm quan trọng của truyền thông chính sách trong chu trình chính sách công?

PGS-TS. Đỗ Chí Nghĩa: Trước hết, có thể khẳng định, truyền thông chính sách tham gia và có vai trò, ý nghĩa quan trọng đối với toàn bộ chu trình chính sách công. Truyền thông chính sách phải được thực hiện đồng bộ và có hiệu quả trong từng khâu của chu trình chính sách.

Truyền thông chính sách có thể được hiểu là quá trình chia sẻ thông tin về một chính sách cụ thể của chính phủ đến người dân nhằm thu hút người dân và các bên liên quan vào quy trình chính sách, từ đó tạo sự chuyển biến về nhận thức và hành động của công chúng để đạt được mục tiêu chính sách. Truyền thông chính sách có ảnh hưởng rất lớn đến mọi vấn đề của xã hội. Truyền thông chính



PGS-TS. Đỗ Chí Nghĩa
Ủy viên Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội

sách tác động đến nhận thức của công chúng, từ nhận thức sẽ tác động đến hành động và ứng xử của công chúng.

Tính đặc trưng của truyền thông chính sách nói chung là hệ thống các nỗ lực chủ động thúc đẩy và tương tác hai chiều của Nhà nước được thiết kế có chủ đích nhằm tiếp nhận và chia sẻ thông tin tới đối tượng hướng đến nhằm thúc đẩy hiểu biết, phản biện, đồng thuận, sự tin cậy qua lại, vì sự hài lòng của người dân, doanh nghiệp và vì lợi ích cộng đồng.

Tuy nhiên, cần phải nhận thức, truyền thông khác với tuyên truyền,

do đó các chủ thể truyền thông muốn đạt được mục tiêu cần có phương pháp tiếp cận đối tượng truyền thông theo những nguyên tắc căn bản: Đúng đối tượng, sát mục tiêu, đúng thời điểm, thông tin chính xác, kịp thời và cần trọng, phương thức, hình thức phù hợp với đối tượng truyền thông.

PV: Đối tượng của truyền thông chính sách BHTG có phải là đối tượng đặc thù không, thưa ông?

PGS-TS. Đỗ Chí Nghĩa: Như chúng ta đều biết, việc xác định được đối tượng đích của truyền thông chính sách rất quan trọng,

nó sẽ quyết định thành bại của một chiến dịch truyền thông. Việc xác định đối tượng đích của truyền thông chính sách sẽ quyết định hình thức truyền thông, nội dung truyền thông. Với mỗi một đối tượng cụ thể cần có hình thức và nội dung truyền thông riêng, không thể dùng một nội dung, một hình thức cho các đối tượng khác nhau...

Trong số các tổ chức tài chính nhà nước, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) là một tổ chức tương đối đặc thù. Những đặc thù ấy thể hiện ở cơ chế, khuôn khổ pháp lý, mục đích, mô hình hoạt động, ở lĩnh vực hoạt động, cũng như chức năng, nhiệm vụ được giao. Dù hoạt động theo mô hình công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ, BHTGVN đã được Luật Bảo hiểm tiền gửi quy định rõ ràng về nhiệm vụ tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật về BHTG. Do đó, trong công tác truyền thông chính sách mà BHTGVN thực hiện, dù không nằm ngoài các nguyên lý truyền thông cơ bản, song cũng có những điểm riêng biệt điển hình.

BHTGVN là tổ chức tài chính nhà nước hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận, nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, thực hiện chính sách BHTG, góp phần duy trì sự ổn định của hệ thống các tổ chức tín dụng, bảo đảm sự phát triển an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng. Nếu như bảo hiểm thương mại kinh doanh với mục đích sinh lợi, thì BHTGVN hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận. Đối với BHTG tại Việt Nam, người gửi tiền là bên được bảo vệ, song trách nhiệm đóng phí thuộc về các tổ chức tín

dụng nhận tiền gửi. Xét về khía cạnh truyền thông, các công ty bảo hiểm thực hiện quảng bá, truyền thông về thương hiệu, sản phẩm của mình để đạt mục đích kinh doanh. Mục tiêu truyền thông của BHTGVN không nhằm để “bán” một sản phẩm cụ thể nào cả, mà hướng tới cái đích cuối cùng là xây dựng, gìn giữ niềm tin của công chúng đối với hệ thống ngân hàng thông qua nhận thức đúng đắn, đầy đủ về chính sách BHTG.

Từ cơ sở đó, cũng có thể nói đối tượng truyền thông chính sách BHTG mang tính đặc thù. Đối tượng truyền thông mục tiêu mà BHTGVN cần hướng tới không phải là công chúng một cách chung chung, mà cần xác định rõ, cụ thể. Đơn cử, người gửi tiền là một tập hợp quần chúng đông đảo, thuộc nhiều tầng lớp, lĩnh vực hoạt động, trình độ học vấn, độ tuổi, giới tính, cũng như địa bàn cư trú... Mỗi nhóm đối tượng người gửi tiền khác nhau sẽ là những khác biệt không chỉ về nhận thức mà còn về hành vi, do đó cần tới những phương pháp tiếp cận, thông điệp được xây dựng phù hợp.

Tuy nhiên, đối tượng công chúng mục tiêu của BHTGVN không chỉ là người gửi tiền, mà còn là các tổ chức tham gia BHTG, nhà hoạch định chính sách, thậm chí cả những người gửi tiền tiềm năng chính là học sinh, sinh viên. Thông qua quá trình truyền thông của mình, BHTGVN cần đem đến hiểu biết về chính sách BHTG tới mọi nhóm công chúng có liên quan ở các mức độ khác nhau, giúp họ hiểu được ý nghĩa của chính sách này cũng như có sự tương tác tích cực đối với chính sách.

PV: Xin ông đưa ra một vài gợi ý để việc truyền thông chính sách BHTG ngày một hoàn thiện hơn?

PGS-TS. Đỗ Chí Nghĩa: Bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 đã làm thay đổi phương thức truyền thông truyền thống, hàng loạt các phương thức truyền thông mới được sử dụng và phát huy hiệu quả đặc biệt, như việc sử dụng trí tuệ nhân tạo, không gian kết nối ảo; tương tác mạng xã hội: facebook; zalo; youtube; Instagram; twitter... Vì vậy, những người làm truyền thông chính sách cần phải thay đổi nhanh chóng, cả về nhận thức và tổ chức bộ máy để thích ứng với môi trường truyền thông số và đáp ứng quá trình dân chủ hóa đời sống xã hội. Trong quá trình truyền thông chính sách, BHTGVN có thể cân nhắc sử dụng các phương thức truyền thông hiệu quả. Theo đó, các công cụ truyền thông đại chúng sẽ giúp chính sách BHTG tiếp cận trên quy mô rộng, xây dựng nhận thức, dư luận chung về chính sách BHTG. Song đối với từng thời điểm, từng đối tượng công chúng cũng như đối với từng chiến dịch truyền thông, BHTGVN cần lựa chọn kênh truyền thông phù hợp, trong đó có thể cân nhắc tới các kênh truyền thông xã hội, truyền thông số. Truyền thông xã hội không chỉ đem tới cơ hội tiếp cận số đông công chúng với mức chi phí thấp hơn so với truyền thông truyền thống, mà còn là môi trường để tương tác, trao đổi thông tin, đem lại cho BHTGVN không chỉ cơ hội đưa chính sách BHTG tới với người gửi tiền mà còn là nơi tổ chức BHTG tiếp nhận những phản hồi, kịp thời nắm bắt xu hướng dư luận, thúc đẩy truyền thông đúng hướng, đúng đối tượng, đúng thông điệp.



Một điểm quan trọng không kém so với triển khai các chương trình, chiến dịch truyền thông nâng cao nhận thức chính là đánh giá hiệu quả của các chương trình, chiến dịch đó cũng như đánh giá tổng thể mức độ thay đổi trong nhận thức của người gửi tiền. Như vậy, BHTGVN cần có kế hoạch khảo sát thường niên (hoặc định kỳ 2 - 3 năm/lần) để đánh giá tổng thể về nhận thức của người gửi tiền, đồng thời đối với mỗi chương trình truyền thông, cần thiết kế một hợp phần đánh giá hiệu quả thực hiện, mức độ tác động đến nhận thức công chúng.

Có thể nói, BHTG là một lĩnh vực nhạy cảm, và truyền thông về chính sách BHTG cũng cần sự nhạy cảm. Người làm truyền thông về chính sách BHTG có thể sẽ đạt mức độ lan tỏa lớn, tạo ra tác động trên quy mô rộng nếu họ khoét sâu vào những yếu tố giật gân, tác động vào sự sợ hãi của công chúng, song như vậy, việc truyền

thông chính sách sẽ trở thành phản tác dụng khi không thể nâng cao niềm tin của công chúng mà còn làm niềm tin ấy rạn nứt. Cần nhận thấy rằng mọi thông tin được tổ chức BHTG đưa ra đều có thể tác động tới tâm lý của người gửi tiền đối với hệ thống ngân hàng. Truyền thông mà không gây hoang mang, từng bước xây dựng niềm tin, sự hiểu biết là một trọng trách mà BHTGVN sẽ từng bước đạt được trong thời gian tới. Tuy nhiên, để đạt được điều đó, trách nhiệm “truyền thông” không nên và không thể đặt vào riêng tổ chức, mà mỗi cán bộ tại BHTGVN đều phải là người làm truyền thông. Hơn thế nữa, việc tổ chức truyền thông chính sách BHTG phải được thực hiện một cách có bài bản, có hệ thống. BHTGVN cần phải khiến các cơ quan, tổ chức, các bên có liên quan truyền thông về mình, về chính sách BHTG thì mới có thể tạo ra hiệu ứng lan truyền thay vì chỉ một tổ chức BHTG đơn độc lên tiếng. Điều này giúp các chính sách

tiếp cận được đến đông đảo người dân, tạo được sự đồng thuận xã hội, đồng thời, nhận được những ý kiến góp ý, phản biện để kịp thời điều chỉnh cho phù hợp với thực tiễn cuộc sống.

Nói tóm lại, truyền thông chính sách nói chung, đặc biệt truyền thông chính sách BHTG nên tập trung vào các giải pháp như sau: giữ được vai trò chủ đạo trong truyền thông chính sách; truyền thông chính sách phải góp phần tạo sự đồng thuận xã hội; truyền thông chính sách phải lấy người dân làm trung tâm; truyền thông chính sách cần phải tận dụng triệt để ưu thế truyền thông 4.0 và chú trọng đào tạo đội ngũ làm truyền thông chính sách./.

PV (thực hiện)

NIỀM TIN CÔNG CHÚNG VÀ VAI TRÒ CỦA TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH NGÀNH NGÂN HÀNG

Vụ Truyền thông Ngân hàng Nhà nước

Với tính chất nhạy cảm của ngành Ngân hàng, truyền thông được coi như một công cụ truyền dẫn của chính sách tiền tệ, qua đó ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, hỗ trợ tăng trưởng nền kinh tế. Trong bối cảnh có nhiều diễn biến phức tạp, khó lường từ tình hình kinh tế- địa chính trị trên thế giới, điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng trong nước đứng trước nhiều khó khăn, thách thức, công tác truyền thông chính sách của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) nói riêng, của ngành Ngân hàng nói chung càng trở nên quan trọng, qua đó góp phần giữ vững được niềm tin của công chúng, duy trì sự ổn định, an toàn hoạt động ngân hàng.

Truyền thông trong bối cảnh nhiều khó khăn, thách thức

Từ đầu năm 2023 đến nay, bối cảnh kinh tế, địa chính trị trên thế giới tiếp tục có nhiều diễn biến phức tạp, khó lường. Lạm phát toàn cầu tăng cao, đồng đô la Mỹ mất giá mạnh, Cục Dự trữ liên bang Mỹ (FED) tăng lãi suất với tốc độ nhanh và mạnh, đồng tiền nhiều nước trên thế giới đã mất giá, xu hướng của việc tăng lãi suất của các ngân hàng trung ương, căng thẳng địa chính trị kéo dài; đặc biệt sự đổ vỡ của nhiều định chế tài chính lớn trên thế giới...

Trong nước, sự khó khăn trên thị trường trái phiếu doanh nghiệp, bất động sản, vi phạm của một số cá nhân, đặc biệt những diễn biến bất lợi từ Ngân hàng TMCP Sài Gòn (SCB)... đã ảnh hưởng không nhỏ đến niềm tin của công chúng với hệ thống tài chính ngân hàng. Chưa kể ảnh hưởng hậu Covid-19 tác động khó khăn mọi mặt đời sống người dân, ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất-kinh doanh của doanh nghiệp. Việc tiếp cận vốn của doanh nghiệp khó khăn khi nhu cầu vốn suy giảm, khả năng hấp thụ vốn của nền kinh tế yếu.

Trong bối cảnh đó, việc nâng cao niềm tin công chúng đối với hệ



Vụ Truyền thông (NHNN) phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) đã tổ chức họp báo ra mắt chương trình “Tiền khéo Tiền khôn”

thống tài chính ngân hàng được các quốc gia, đặc biệt ngân hàng trung ương các nước rất quan tâm, và Việt Nam cũng không nằm ngoài xu hướng đó.

Ngân hàng Trung ương các nước trên thế giới đều coi truyền thông là một hoạt động quan trọng, góp phần thực hiện các chức năng, nhiệm vụ như công bố, minh bạch chính sách, nâng cao nhận thức, niềm tin công chúng với hệ thống ngân hàng và kinh tế vĩ mô, hỗ trợ nâng cao hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ.

Chiều sâu về hiểu biết tài chính,

niềm tin của cộng đồng có ý nghĩa quan trọng góp phần ổn định, phát triển hệ thống tài chính ngân hàng của mỗi quốc gia. Trong bối cảnh diễn biến tình hình kinh tế, địa chính trị thế giới có nhiều biến động phức tạp, khó lường hiện nay, các quốc gia trên thế giới đều đặc biệt quan tâm đến việc truyền thông giáo dục tài chính.

Theo số liệu của Ngân hàng Nhà nước, có khoảng 75% người trưởng thành tại Việt Nam có tài khoản thanh toán tại ngân hàng. Tỷ lệ này ngày càng gia tăng, kéo theo đó là những rủi ro trong giao dịch ngày càng nhiều như: lộ, lọt, mất thông tin

tài khoản, vì vậy cần có những giải pháp để nâng cao nhận thức của người dân về các dịch vụ tài chính ngân hàng, giúp khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính ngân hàng một cách an toàn, hiệu quả trên nền tảng số, khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng số, thanh toán không tiền mặt...

Ngày 22/1/2020, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 tại Quyết định số 149/QĐ-TTg. Trong đó, một nội hàm quan trọng là tăng cường hiểu biết tài chính cho người dân nhằm mục tiêu thay đổi nhận thức, hành vi và tạo thói quen tài chính tốt trong cộng đồng.

Hỗ trợ đặc lực vào hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng

Thời gian qua, hoạt động truyền thông chính sách của NHNN đã có nhiều đổi mới theo hướng chủ động, chuyên nghiệp, hỗ trợ đặc lực vào hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng. Đồng thời, truyền thông đã khẳng định vai trò và tầm quan trọng của mình như một phần không thể tách rời của hoạt động xây dựng và thực thi các chính sách của NHNN. Tuy nhiên, trong bối cảnh thế giới và trong nước thay đổi nhanh chóng, đặt áp lực không nhỏ lên công tác điều hành chính sách tiền tệ - ngân hàng, đòi hỏi hoạt động truyền thông chính sách của NHNN cần được tăng cường hơn nữa hiệu quả hoạt động, thích ứng với tình hình mới, qua đó đáp ứng yêu cầu và thách thức ngày càng tăng trong lĩnh vực thông tin tiền tệ - ngân hàng.

Theo đó, NHNN đã thực hiện nghiêm túc việc công khai thông tin theo quy định của Luật Tiếp cận thông tin, Luật Phổ biến giáo

Kết luận Hội nghị trực tuyến toàn quốc về truyền thông chính sách cuối năm 2022, Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính nêu rõ, làm tốt công tác truyền thông chính sách sẽ mở ra những nguồn lực lớn, tạo nên sức mạnh lớn, hiệu quả cao trong xây dựng, thực hiện các chính sách. Truyền thông chính sách tốt là giải pháp quan trọng để đưa chính sách pháp luật vào cuộc sống. Tại Chỉ thị số 07/CT-TTg ngày 21/3/2023 của Thủ tướng Chính phủ về việc tăng cường công tác truyền thông chính sách nêu rõ: Trong bối cảnh bùng nổ thông tin như hiện nay, công tác truyền thông chính sách cần được chú trọng, nâng cao tính chuyên nghiệp trong toàn hệ thống cơ quan hành chính nhà nước, góp phần tạo sự đồng thuận, nâng cao hiệu quả, hiệu lực trong việc thực thi chính sách.

dục pháp luật... Hoạt động truyền thông của NHNN đã có sự đổi mới cả về nội dung và hình thức, phương thức truyền thông tới công chúng.

NHNN đã có nhiều biện pháp nhằm nâng cao chất lượng, hoạt động truyền thông chính sách để thực hiện mục tiêu nâng cao hiệu quả niềm tin công chúng; nâng cao hiệu quả điều hành chính sách tiền tệ và truyền thông giáo dục tài chính, phổ biến pháp luật theo quy định của pháp luật và các Đề án của Chính phủ. NHNN rất chú trọng công tác truyền thông trước, trong và sau khi ban hành chính sách để đảm bảo hiệu quả, hiệu lực của chính sách pháp luật.

Bên cạnh đó, việc xác định nhóm công chúng giúp NHNN lựa chọn kênh và phương thức truyền thông phù hợp, hướng tới mục tiêu thông điệp cần truyền tải sẽ đến được đối tượng cần tiếp nhận thông tin.

Về nội dung truyền thông, ngành Ngân hàng thực hiện truyền thông trên cơ sở bám sát những nhiệm vụ trọng tâm của Ngành, hướng đến vấn đề người dân và doanh nghiệp quan tâm, trong đó đặc biệt là các chính sách mới, các chính sách tác động trực tiếp đến người sử dụng dịch vụ ngân hàng như chính sách tỷ giá, tín dụng, lãi suất, tiết kiệm, quy trình vay vốn, thanh toán... Đồng thời cung cấp kiến thức về tài chính ngân hàng, giúp người dân phân biệt và

lựa chọn các sản phẩm đầu tư tài chính phù hợp như gửi tiết kiệm, chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu doanh nghiệp, bảo hiểm...

Ví dụ, liên quan đến chính sách tín dụng, thời điểm này, truyền thông giúp công chúng hiểu nguyên nhân tín dụng tăng trưởng thấp do cầu tín dụng suy giảm, sức hấp thụ vốn của nền kinh tế yếu. Với các doanh nghiệp sản xuất, đầu ra tiêu thụ sản phẩm gặp khó khăn do thiếu đơn hàng, dẫn đến nhu cầu vay vốn mới để sản xuất giảm mạnh. Đặc biệt với doanh nghiệp nhỏ và vừa, tình hình tài chính suy yếu, thiếu phương án kinh doanh khả thi nên chưa đáp ứng điều kiện vay vốn. Trong khi đó, ngân hàng phải đảm bảo an toàn tiền gửi, không thể hạ chuẩn cho vay, để tránh hệ lụy về sau như nợ xấu, thậm chí vướng vào lao lý nếu cho vay không đúng quy định... Trên thị trường bất động sản, nhiều dự án bất động sản gặp khó khăn về pháp lý, ít dự án mới triển khai, dẫn đến nhu cầu tín dụng bất động sản tăng chậm so với thời gian trước đây. Đây cũng là những nguyên nhân chính khiến tăng trưởng tín dụng thấp 6 tháng đầu năm 2023. Do đó cần sự phối hợp đồng bộ các chính sách, giải pháp vĩ mô khác sẽ góp phần tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, tăng sức cầu cho nền kinh tế, khơi thông dòng chảy tín dụng.

Bên cạnh đó, NHNN chỉ đạo các tổ chức tín dụng (TCTD) tăng cường

truyền thông về các sản phẩm cho vay, trong đó có cho vay tiêu dùng, các chương trình tín dụng, minh bạch lãi suất, quy trình, thủ tục tiếp cận vốn, tạo điều kiện cho người dân, doanh nghiệp, đặc biệt người dân khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa, vùng khó khăn tiếp cận các sản phẩm tín dụng. Truyền thông giúp người dân phân biệt được các công ty tài chính được NHNN cấp phép với các tổ chức tự xưng là công ty tài chính, giúp người dân tránh xa các app “đội lốt” cho vay ngang hàng (P2P Lending) với lãi suất vay cắt cổ và đòi nợ kiểu xã hội đen, đồng thời hướng dẫn người dân tiếp cận vốn qua các kênh chính thức; truyền thông các giải pháp của ngành Ngân hàng đã và đang góp phần ngăn chặn, đẩy lùi tín dụng đen.

Mới đây, NHNN đã ban hành Thông tư số 06/2023/TT-NHNN ngày 28/6/2023 của Thống đốc NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/2016/TT-NHNN ngày 30/12/2016 quy định về hoạt động cho vay của TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng (Thông tư số 06). Thông tư số 06 có hiệu lực thi hành từ ngày 01/9/2023. Đối với Thông tư 06, điểm mới mà thị trường chờ đợi là bổ sung quy định về cho vay bằng phương tiện điện tử - qua đó góp phần hiện thực hóa các chủ trương, định hướng chuyển đổi số của ngành Ngân hàng, phù hợp với xu thế phát triển của công nghệ tài chính cũng như các quy định pháp luật liên quan, gia tăng trải nghiệm và tiện ích cho khách hàng khi tiếp cận vốn ngân hàng... Đồng thời, một số quy định khác về cho vay tại Thông tư có mục tiêu lâu dài là đảm bảo an toàn hoạt động ngân hàng, tránh hệ lụy đến nền kinh tế.

Hoặc đối với lĩnh vực tiết kiệm, ngành ngân hàng tập trung truyền thông về các quy định của NHNN về gửi tiết kiệm, trách nhiệm của các

tổ chức nhận tiền gửi như: bắt buộc phải cung cấp biện pháp thông báo biến động số dư tiền gửi đến khách hàng, quy định về tính lãi suất; không được nhận tiền gửi của khách hàng tại các địa điểm bất hợp pháp... Ngoài ra, NHNN cũng phối hợp truyền thông về những nội dung cần lưu ý khách hàng để hạn chế rủi ro khi gửi tiết kiệm, như không nên nhờ người khác gửi tiết kiệm hộ, cho người khác mượn sổ tiết kiệm, ký khống giấy tờ ngân hàng...

Với lĩnh vực thanh toán, truyền thông ngành ngân hàng xác định trách nhiệm góp phần thay đổi thói quen, hành vi của người sử dụng dịch vụ ngân hàng để thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt. Nội dung truyền thông tập trung vào một số vấn đề như lợi ích của thanh toán không dùng tiền mặt, cách sử dụng internet banking, mobile banking, thanh toán bằng QR code, thanh toán các dịch vụ công qua ngân hàng, các ngân hàng miễn phí các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng như thế nào, những lưu ý cần tránh khi thực hiện thanh toán trực tuyến như không cho người khác mật khẩu, mã OTP, không nên bấm vào đường link lạ...

Liên quan đến Dự thảo Luật TCTD (sửa đổi), công tác truyền thông cần nắm được những vấn đề nóng mà người dân, đại biểu Quốc hội quan tâm để xây dựng kịch bản truyền thông phù hợp khi Luật được ban hành, như sở hữu chéo, xử lý ngân hàng yếu kém, biện pháp can thiệp sớm khi tổ chức tín dụng có nguy cơ đổ vỡ, vấn đề Luật hóa Nghị quyết 42 về xử lý nợ xấu giúp hoàn thiện pháp lý để “phá băng” nợ xấu, xử lý tài sản đảm bảo...

Đặc biệt thời điểm xảy ra sự cố người dân rút tiền tại các chi nhánh của SCB, thông điệp truyền thông đưa ra là “quyền và lợi ích hợp pháp

của người gửi tiền luôn được đảm bảo theo quy định pháp luật”; đồng thời truyền thông chính sách bảo hiểm tiền gửi, nâng cao niềm tin công chúng với hệ thống ngân hàng, từ đó ngăn ngừa được hiệu ứng lan truyền trên hệ thống.

Để đưa các chủ trương, chính sách của NHNN đến với công chúng, tạo sự đồng thuận trong dư luận đối với việc điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng, không thể không kể tới vai trò của các cơ quan báo chí. Thời gian qua, NHNN đã chủ động phối hợp với các cơ quan báo chí trong việc cung cấp thông tin về điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng, các nhiệm vụ trọng tâm của Ngành. Với các chính sách mới, NHNN cũng đã phối hợp với các cơ quan báo chí để thực hiện truyền thông trước, trong và sau khi ban hành các chính sách. Nhờ đó, công chúng hiểu, đồng thuận với chính sách của NHNN, hiểu được những gánh nặng trên vai NHNN trong bối cảnh nhiều khó khăn, thách thức hiện nay, có niềm tin với điều hành chính sách tiền tệ của NHNN và hoạt động ngân hàng.

Về hình thức truyền thông, NHNN đã không ngừng đổi mới, sáng tạo trên nguyên tắc đơn giản, dễ hiểu, dễ nhớ, dễ làm, dễ lan tỏa. Đặc biệt, trong bối cảnh chuyển đổi số và xu hướng tiếp cận thông tin hiện nay, ngành Ngân hàng đã lựa chọn các hình thức truyền thông thu hút nhiều công chúng, tiêu biểu như các chương trình truyền thông giáo dục tài chính với hình thức phong phú, sáng tạo và dễ tiếp cận thông tin, trực quan sinh động như “Tiền khéo tiền khôn”, “Tay hòm chìa khóa”, “Đồng tiền thông thái”... trên VTV.

Để nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi, tạo ra một cộng đồng tài chính tốt, NHNN đã tổ chức các chương trình giáo dục tài chính

hướng tới nhóm công chúng mục tiêu là giới trẻ, tiêu biểu phải kể tới các chương trình “Hiểu đúng về tiền”, hay chuỗi sự kiện truyền thông giáo dục tài chính “Nhà ngân hàng tương lai”... Với nhiều nội dung hấp dẫn, sáng tạo, chuỗi sự kiện “Nhà ngân hàng tương lai năm 2023” đã mang đến cho giới trẻ các kiến thức về tài chính ngân hàng, trải nghiệm sử dụng sản phẩm, dịch vụ tài chính ngân hàng, mua sách với mức giá ưu đãi, mua hàng tại siêu thị sinh viên miễn phí, trao tặng học bổng cho học sinh nghèo vượt khó, trao tặng an sinh xã hội tại chương trình “Ngày chủ nhật yêu thương” của Ủy ban xã hội của Quốc hội... Chương trình đã tạo được sức lan tỏa rộng khắp tới hàng ngàn học sinh, sinh viên khu vực miền Bắc và thu hút sự tham gia của gần 200 đội thi.

NHNN đã, đang và sẽ tiếp tục triển khai một cách có trách nhiệm, sáng tạo, đổi mới các chương trình giáo dục tài chính cộng đồng, với mong muốn thay đổi nhận thức, hành vi, hình thành thói quen tài chính tốt trong cộng đồng, trọng tâm hướng tới đồng bào vùng sâu, vùng xa, nhóm công chúng ít thông tin về tài chính và giới trẻ để góp phần bảo vệ người tiêu dùng sử dụng các dịch vụ tài chính ngân hàng.

Tiếp tục đổi mới, sáng tạo để truyền thông đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ mới

Thời gian tới, truyền thông chính sách của NHNN sẽ ngày càng đổi mới, sáng tạo để phù hợp với tình hình mới. Mục tiêu nhằm nâng cao niềm tin công chúng với điều hành chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng.

Theo đó, công tác truyền thông tiếp tục bám sát các nhiệm vụ trọng tâm của ngành, các chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ.

Trong đó có các nội dung như: (i) Hoàn thiện thể chế pháp luật ngân hàng (sửa đổi Luật Các TCTD; sửa đổi Luật Bảo hiểm tiền gửi...); (ii) Bám sát diễn biến thị trường, tình hình kinh tế trong và ngoài nước để điều hành linh hoạt, đồng bộ các công cụ và giải pháp chính sách tiền tệ nhằm kiểm soát lạm phát, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, ổn định thị trường tiền tệ và ngoại hối; điều hành tăng trưởng khối lượng và cơ cấu tín dụng hợp lý, đáp ứng nhu cầu vốn tín dụng cho nền kinh tế nhằm góp phần kiểm soát lạm phát, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế; (iii) Triển khai thực hiện Đề án Cơ cấu lại hệ thống các TCTD gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2021-2025; (iv) Tăng cường kiểm soát chất lượng tín dụng, trích lập dự phòng rủi ro theo quy định pháp luật; tích cực triển khai các biện pháp kiểm soát và hạn chế nợ xấu phát sinh; (v) Đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt; thúc đẩy chuyển đổi số trong hoạt động ngân hàng; đảm bảo an ninh, an toàn hệ thống công nghệ thông tin, thanh toán điện tử, thanh toán thẻ...

Tiếp tục tập trung giải đáp kịp thời những vấn đề dư luận, người dân, cử tri quan tâm về điều hành vĩ mô, các vấn đề về lãi suất, tỷ giá, tín dụng, tiếp cận vốn, tái cơ cấu hệ thống các TCTD, về thanh toán số, các vấn đề an ninh, bảo mật, ứng dụng dữ liệu dân cư trong hoạt động ngân hàng...

Bên cạnh đó, tăng cường tính thống nhất, kết nối thông tin trong toàn hệ thống, kết nối thông tin, chính sách của Ngành Ngân hàng đến gần với người dân, doanh nghiệp.

Cách thức truyền thông sẽ ngày càng đa dạng, trong đó có ứng dụng công nghệ và các nền tảng mạng xã hội để tăng tính lan tỏa, đồng thời vẫn đảm bảo dễ hiểu - dễ nhớ - dễ vận dụng, giúp người dân hiểu rõ

quyền lợi của mình cũng như hiểu được chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước và các nhiệm vụ của ngành Ngân hàng. Truyền thông đảm bảo cung cấp thông tin minh bạch theo đúng quy định của pháp luật và thông lệ quốc tế. Xây dựng các sản phẩm truyền thông đa dạng, sáng tạo, đổi mới như thông qua diễn đàn, triển lãm, phát hành sách...

Đồng thời, đẩy mạnh các chương trình truyền thông, giáo dục nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng về chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng, góp phần ổn định hệ thống. NHNN sẽ tiếp tục triển khai các chương trình giáo dục tài chính hướng tới các nội dung được dư luận quan tâm, đặc biệt là các kiến thức chiều sâu về tài chính ngân hàng như về các loại hình sản phẩm đầu tư tài chính: trái phiếu, tiết kiệm, chứng chỉ tiền gửi, bảo hiểm, chứng khoán... và sự khác nhau giữa các loại hình này... Từ đó, góp phần nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi và bảo vệ người tiêu dùng tránh rủi ro khi sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính – ngân hàng, hướng tới một cộng đồng tài chính tốt, giảm chi phí cho xã hội, hiện thực hóa mục tiêu tài chính toàn diện.

Đối tượng mà truyền thông NHNN hướng tới tiếp tục là công chúng rộng rãi, trong đó các đối tượng mục tiêu như giới trẻ, người dân vùng sâu vùng xa, vùng nông thôn, người yếu thế, người chưa có tài khoản ngân hàng...

Không chỉ NHNN mà hệ thống các TCTD cũng như báo chí trong ngành cần tiếp tục thực hiện tốt nhiệm vụ của mình, đóng góp chung vào sự phát triển của ngành Ngân hàng nói riêng và kinh tế-xã hội của đất nước nói chung./.

NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH BẢO HIỂM TIỀN GỬI TRONG BỐI CẢNH TÁI CƠ CẤU CÁC QTDND

Ngô Quang Lương

Thành viên chuyên trách Hội đồng quản trị BHTGVN

Tái cơ cấu các tổ chức tín dụng (TCTD) là việc làm thường xuyên, liên tục và luôn được Đảng, Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đặc biệt quan tâm. Để chuẩn bị cho việc xử lý khi có TCTD có nguy cơ phá sản, Nhà nước, NHNN cũng đã quy định và chỉ đạo triển khai nhiều biện pháp, trong đó Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) đã và sẽ tiếp tục là một trong những công cụ tham gia sâu hơn vào quá trình tái cơ cấu các TCTD, đặc biệt là các QTDND. Để làm tốt việc này, truyền thông chính sách là công cụ đắc lực hỗ trợ việc đưa chính sách vào đời sống, qua đó góp phần củng cố niềm tin của người gửi tiền vào hệ thống các TCTD.

Tái cơ cấu các TCTD và vai trò của BHTGVN

Ngày 8/6/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 689/QĐ-TTg phê duyệt Đề án “Cơ cấu lại hệ thống các TCTD gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2021 – 2025” với các mục tiêu chính là tạo bước chuyển rõ rệt, thực chất trong cơ cấu lại hệ thống các TCTD gắn với xử lý nợ xấu; Phấn đấu đến năm 2025 giảm số lượng các TCTD, xử lý cơ bản các ngân hàng, QTDND yếu kém, không để phát sinh mới, đảm bảo hệ thống các TCTD lành mạnh và phát triển bền vững; Đẩy mạnh xử lý nợ xấu, nâng cao chất lượng tín dụng, ngăn ngừa, hạn chế tối đa nợ xấu mới phát sinh; nâng cao năng lực tài chính của TCTD...

Để đạt được các mục tiêu trên, trước hết, Quốc hội, Chính phủ cũng đã chỉ đạo cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật trong lĩnh vực ngân hàng như: Tiến tới luật hóa xử lý nợ xấu; bổ sung và sửa đổi Luật Ngân hàng Nhà nước (NHNN), Luật Các TCTD, Luật Bảo hiểm tiền gửi và các văn bản dưới luật liên quan.

Bên cạnh đó, cần đẩy nhanh tiến trình cơ cấu lại, lành mạnh hóa các TCTD, trong đó có QTDND, hướng tới đạt chuẩn thông lệ quốc tế; nâng



cao năng lực quản lý, giám sát, an toàn và ổn định hệ thống tài chính – tiền tệ theo hướng các cơ quan quản lý, giám sát cần độc lập, được trao quyền nhiều hơn để có thể ứng phó nhanh, hiệu quả hơn; đặc biệt, cần làm rõ và tăng vai trò của Cơ quan Tranh tra giám sát ngân hàng, BHTGVN.

Xuyên suốt quá trình tái cơ cấu các TCTD, Chính phủ, NHNN luôn đặt mục tiêu hàng đầu là bảo vệ tốt quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền. Với chức năng, nhiệm vụ của mình, BHTGVN đã góp phần duy trì sự ổn định của các TCTD, quyền lợi của người gửi tiền được bảo đảm, niềm tin của người dân vào hệ thống các TCTD ngày càng gia tăng.

Theo đó, theo quy định tại Luật BHTG, Luật Các TCTD (2017), BHTGVN tham gia hỗ trợ tài chính, tái cơ cấu các TCTD để bảo vệ người gửi tiền, góp phần duy trì sự phát triển lành mạnh của các TCTD. BHTGVN bảo vệ người gửi tiền thông qua các hoạt động nghiệp vụ, như giám sát từ xa đối với 100% tổ chức tham gia BHTG, kiểm tra tại chỗ theo kế hoạch và thực hiện kiểm tra chuyên sâu theo chỉ đạo của Thống đốc NHNN. 4 năm trở lại đây, Thống đốc đã giao cho BHTGVN kiểm tra toàn diện QTDND lên đến hơn 100 quỹ (riêng năm 2023 là 60 quỹ). Khi phát hiện các vấn đề sai sót, tồn tại cũng như các rủi ro, yếu kém, BHTGVN báo cáo NHNN để chấn chỉnh, xử lý kịp thời. Khi TCTD có vấn đề, hoặc được đặt

vào kiểm soát đặc biệt, BHTGVN hỗ trợ tài chính bằng cách cho vay đặc biệt, mua trái phiếu của TCTD hỗ trợ; cử cán bộ tham gia Ban Kiểm soát đặc biệt, đánh giá tính khả thi của phương án phục hồi...

Với người gửi tiền, BHTGVN cam kết chi trả theo hạn mức trả tiền bảo hiểm 125 triệu đồng khi tổ chức tham gia BHTG bị mất khả năng chi trả hoặc phá sản. Trong quá trình tái cơ cấu các TCTD, việc đảm bảo niềm tin của người gửi tiền là rất quan trọng. Từ khi thành lập tới nay, BHTGVN đã chi trả tiền bảo hiểm cho người gửi tiền tại 39 QTDND bị giải thể, phá sản. Thời gian gần đây, hoạt động của các QTDND đã ổn định, BHTGVN không phải thực hiện chi trả.

BHTGVN cần tham gia sâu hơn, có hiệu quả hơn vào tái cơ cấu các TCTD

BHTGVN là công cụ của Chính phủ, của NHNN trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự ổn định của hệ thống các TCTD. Do đó, Chính phủ và NHNN đã trao nhiệm vụ cho BHTGVN tham gia sâu hơn, có hiệu quả hơn vào tái cơ cấu hệ thống các TCTD.

Có thể nói, vai trò của BHTGVN đã ngày một rõ nét hơn qua các văn bản pháp lý được ban hành. Bên cạnh những nhiệm vụ được quy định tại Luật Các TCTD (2017), Quyết định 689/QĐ-TTg ngày 8/6/2022 phê duyệt Đề án “Cơ cấu lại hệ thống các TCTD gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2021 – 2025” và Nghị quyết số 62/2022/QH15 về hoạt động chất vấn tại kỳ họp thứ 3, Quốc hội khóa XV vừa ban hành đều chỉ rõ việc cần nghiên cứu, rà soát, sửa đổi, bổ sung Luật BHTG và các văn bản quy phạm

pháp luật có liên quan; bổ sung chức năng, nhiệm vụ của BHTGVN được tham gia cơ cấu lại TCTD yếu kém.

Mới đây, tại Quyết định số 1382/QĐ-NHNN (8/2022) ban hành Kế hoạch hành động thực hiện đề án “Cơ cấu lại các TCTD gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2021 – 2025” theo Quyết định số 689/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ (6/2022), Thống đốc NHNN cũng chỉ đạo: “BHTGVN phải tiếp tục rà soát, nghiên cứu, sửa đổi, hoàn thiện Luật BHTG và các văn bản quy phạm pháp luật liên quan theo hướng bổ sung chức năng, nhiệm vụ của BHTGVN được tham gia cơ cấu lại TCTD yếu kém; nghiên cứu sửa đổi Luật BHTG để sử dụng nguồn tiền kết dư phí bảo hiểm để xử lý QTDND yếu kém...”

Những chức năng, nhiệm vụ này chủ yếu tập trung vào mục tiêu hỗ trợ TCTD được kiểm soát đặc biệt có thể phục hồi, trở lại hoạt động bình thường. Bên cạnh đó, BHTGVN cũng trực tiếp tham gia sâu hơn vào quá trình tái cơ cấu QTDND như: tham gia Ban kiểm soát đặc biệt đối với QTDND, tham gia ý kiến đối với phương án phục hồi QTDND được kiểm soát đặc biệt.

Như vậy có thể thấy, trong quy định của pháp luật, vai trò của BHTGVN đã được nhấn mạnh, làm rõ hơn. Đây là cơ sở để BHTGVN tham gia chủ động, hiệu quả hơn trong giai đoạn tiếp theo của quá trình tái cơ cấu các TCTD.

Để tổ chức BHTG đóng góp tích cực, hiệu quả hơn vào quá trình tái cơ cấu các TCTD (trong đó có QTDND) gắn với xử lý nợ xấu giai đoạn 2021 – 2025, hướng tới phát triển các TCTD hiện đại, hoạt động an toàn, vững chắc, cần thực hiện những biện

pháp sau:

Tăng cường vai trò của BHTGVN trong quá trình cơ cấu lại các TCTD, cần nghiên cứu để tiến tới sửa đổi, bổ sung Luật TCTD, Luật BHTG nhằm đảm bảo đồng bộ với khuôn khổ pháp lý hiện hành, phù hợp với thực tiễn và hướng tới thông lệ quốc tế; giúp nâng cao vị thế và vai trò của BHTGVN để tham gia sâu hơn, hiệu quả hơn vào quá trình cơ cấu lại hệ thống QTDND; bảo vệ tốt hơn quyền lợi hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự phát triển an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng.

Cụ thể, cần bổ sung các quy định như: BHTGVN cho vay đặc biệt đối với TCTD bị kiểm soát đặc biệt, BHTGVN mua trái phiếu dài hạn của TCTD hỗ trợ. Đặc biệt, bổ sung quy định BHTGVN có thể xử lý, can thiệp sớm, đặc biệt đối với các QTDND được kiểm soát đặc biệt thông qua các hình thức như: Tiếp quản trực tiếp, tham gia quản trị hoặc góp vốn để chi phối hoạt động của QTDND.

Luật BHTG cũng cần quy định rõ vai trò giám sát, kiểm tra của BHTGVN để có thể đánh giá rủi ro và cảnh báo sớm đối với TCTD, đặc biệt là QTDND thông qua việc trao quyền cho BHTGVN tiếp cận sâu và đầy đủ với các thông tin về đánh giá sự lành mạnh của TCTD.

Về phía BHTGVN cũng cần chủ động nâng cao năng lực tài chính, hiệu quả hoạt động nghiệp vụ, chất lượng nguồn nhân lực, ứng dụng công nghệ thông tin, xây dựng và thực thi kế hoạch chuyển đổi số để có thể đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ mới; có cơ chế dự phòng rủi ro để có thể ứng phó với các sự cố có thể xảy ra trong hệ thống ngân hàng.

PHỔ BIẾN KIẾN THỨC TÀI CHÍNH - NHÌN TỪ GÓC ĐỘ TRUYỀN THÔNG CỦA BẢO HIỂM TIỀN GỬI

**TS. Phạm Bảo Khánh –
Thành viên chuyên trách HĐQT BHTGVN**

Trên thế giới, tổ chức bảo hiểm tiền gửi (BHTG) là cơ quan có nhiệm vụ bảo vệ người gửi tiền duy trì sự ổn định và niềm tin của công chúng vào hệ thống tài chính của quốc gia. Trong đó, vai trò của tổ chức BHTG trong việc đẩy mạnh phổ biến kiến thức tài chính về BHTG, giúp nâng cao kiến thức của người gửi tiền, qua đó góp phần duy trì sự ổn định của các tổ chức tín dụng và đảm bảo sự phát triển an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Phổ biến kiến thức tài chính về BHTG và vai trò của tổ chức BHTG

Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), phổ biến kiến thức tài chính hay giáo dục tài chính có thể được hiểu là “quá trình trong đó người tiêu dùng tài chính/nhà đầu tư tăng cường hiểu biết của mình về các sản phẩm tài chính, các khái niệm và rủi ro thông qua việc tiếp nhận thông tin, hướng dẫn và/hoặc tư vấn khách quan nhằm phát triển các kỹ năng, sự tự tin để nhận thức rõ hơn các rủi ro và cơ hội tài chính, đưa ra các quyết định sáng suốt, biết cách tìm kiếm hỗ trợ ở đâu và hành động một cách hiệu quả để cải thiện tình hình tài chính của mình.” Trên thế giới, phổ biến kiến thức tài chính là một trong những phương thức bảo vệ người tiêu dùng tài chính chủ động và hiệu quả, đồng thời, cũng là công cụ hỗ trợ hữu hiệu cho các chính sách điều hành nền kinh tế, minh bạch và lành mạnh hóa thị trường tài chính, góp phần hỗ trợ thực hiện các mục tiêu quốc gia, hướng tới phát triển hệ thống tài chính bền vững và toàn diện. Cũng theo OECD, các chương trình phổ biến kiến thức tài chính nên được thiết kế để đáp ứng nhu cầu và trình độ hiểu biết của đối tượng mục tiêu, cũng như cách đối tượng mục tiêu muốn nhận thông tin tài chính. Phổ biến kiến thức tài chính nên được



xác định là một quá trình lâu dài và liên tục, đặc biệt khi thị trường tài chính phát triển ngày càng phức tạp, với nhiều sản phẩm mới và thông tin đa chiều.

Là một thành viên trong mạng an toàn tài chính, tổ chức BHTG cũng có nhiệm vụ tham gia phổ biến kiến thức tài chính, đặc biệt là kiến thức tài chính về BHTG. Trên thực tế, nhiều hệ thống BHTG trên thế giới đều có mục tiêu, hoạt động cụ thể để thúc đẩy phổ cập kiến thức tài chính cũng như kiến thức về BHTG cho công chúng nhằm bảo vệ người gửi tiền, nâng cao nhận thức của công chúng và đảm bảo hệ thống tài chính - ngân hàng phát triển an toàn và lành mạnh.

Kinh nghiệm phổ biến kiến thức tài chính của một số tổ chức BHTG trên thế giới

Được thành lập từ năm 2005, Tổng công ty BHTG Malaysia (PIDM) có nhiệm vụ bảo vệ người gửi tiền trong trường hợp ngân hàng đổ vỡ, góp phần vào việc duy trì sự ổn định của ngành tài chính - ngân hàng Malaysia. PIDM chú trọng và tích cực triển khai các chương trình nâng cao nhận thức công chúng và giáo dục tài chính. Theo đó, PIDM áp dụng đa dạng các biện pháp để tuyên truyền và phổ biến kiến thức tài chính, BHTG đến công chúng thông qua các kênh như đài phát thanh, báo in, quảng cáo số và thông qua các chương trình hợp tác với các đối tác truyền thông, nhà xuất bản trực tuyến nhằm đăng tải các bài viết,

tệp âm thanh kỹ thuật số (podcast) và nội dung video về BHTG. Đặc biệt, PIDM thường xuyên triển khai các chương trình truyền thông và giáo dục về tài chính cho công chúng, nổi bật là Dự án MoneySmart (Đồng tiền thông minh). Dự án MoneySmart là chương trình phổ biến kiến thức của PIDM được triển khai từ tháng 9/2009 với sự hỗ trợ của Bộ Giáo dục Malaysia. Đây là một trong những điểm nhấn của Chiến lược nâng cao nhận thức công chúng của PIDM, thể hiện cam kết mạnh mẽ của PIDM đối với trách nhiệm xã hội, gắn kết và mang lại lợi ích cho cộng đồng. Mục tiêu chính của chương trình là phổ biến kiến thức về BHTG, vai trò của PIDM với tư cách là tổ chức BHTG quốc gia cũng như các kỹ năng quản lý tài chính lành mạnh như: lập ngân sách, tiết kiệm và tiêu dùng thông minh. Ban đầu, đối tượng hướng đến của Money Smart là học sinh tại các trường trung học cơ sở và trung học phổ thông cũng như các cấp học cao hơn, sau đó mở rộng ra cho người khuyết tật và cuối cùng là cho mọi đối tượng có nhu cầu. MoneySmart được thực hiện thông qua các hình thức như trò chơi trực tuyến, trò chơi thử thách ở trường và khu nội trú, cũng như các cuộc thi đồ vui... Hàng năm, PIDM đều bổ sung thêm sáng kiến để mở rộng đối tượng và nâng cao chất lượng của chương trình giáo dục này để giúp chương trình ngày một có những kết quả cao hơn. Kể từ khi được chính thức tổ chức vào năm 2009 cho đến khi kết thúc vào năm 2016, Dự án MoneySmart đã phổ cập kiến thức tài chính tại hơn 2.000 trường trung học phổ thông và 150 tổ chức giáo dục đại học ở Malaysia với hàng triệu học sinh, sinh viên tham gia, tạo tiếng vang lớn cho tổ chức.

Được thành lập vào tháng 6/1963, Tổng công ty BHTG Philippines (PDIC) là hệ thống BHTG ra đời sớm nhất

tại khu vực Châu Á. PDIC hoạt động với mục tiêu bảo vệ người gửi tiền và nâng cao niềm tin công chúng vào hệ thống ngân hàng, cũng như góp phần thúc đẩy một hệ thống ngân hàng an toàn, lành mạnh. Xuất phát từ chức năng và nhiệm vụ trên, PDIC đã xây dựng các chương trình phổ biến kiến thức tài chính từ năm 2005 và bắt đầu thực hiện từ năm 2006. Đây là chương trình phổ biến kiến thức tài chính do tổ chức BHTG thực hiện sớm nhất tại Châu Á. Cụ thể, PDIC đã hợp tác với Bộ Giáo dục Philippines thực hiện Dự án Phổ biến kiến thức tài chính (Financial Literacy Project) với mục tiêu dài hạn là tạo thói quen tiết kiệm trong giới trẻ và đóng góp vào nỗ lực hướng tới tăng tỷ lệ tiết kiệm quốc gia, tạo nguồn vốn, từ đó tăng đầu tư tài chính, góp phần xây dựng quốc gia. Bên cạnh đó, dự án cũng đề ra mục tiêu ngắn hạn gồm: khởi động một chiến dịch giáo dục về phổ biến kiến thức tài chính tập trung vào giới trẻ; xây dựng một chiến dịch tự bù đắp chi phí, tiết kiệm chi phí cho chính phủ; tạo dựng nhận thức tiết kiệm cho giới trẻ để về dài hạn, tỷ lệ tiết kiệm quốc gia và sự phát triển của nền kinh tế sẽ cải thiện. Khủng hoảng kinh tế năm 2008 đòi hỏi phải có một chiến dịch giáo dục người gửi tiền để thúc đẩy hoạt động ngân hàng an toàn và có trách nhiệm. Trong bối cảnh đó, PDIC đã mở rộng dự án phổ biến kiến thức tài chính thành chương trình quốc gia về phổ biến kiến thức tài chính cho giới trẻ (chủ yếu là học sinh trung học phổ thông và sinh viên) mang tên Chiến dịch “Hãy trở thành người tiết kiệm thông thái” theo đó cổ vũ 7 thói quen của một người tiết kiệm thông minh. Vào ngày 17/6/2009, Chiến dịch chính thức được khởi động với việc ký kết Biên bản ghi nhớ giữa PDIC, Ngân hàng Trung ương Philippines và toàn ngành ngân hàng đại diện bởi Hiệp hội Ngân hàng Philippines, Hội Ngân

hàng Tiết kiệm, Hiệp hội Ngân hàng Nông thôn Philippines và Hiệp hội Tiếp thị Ngân hàng Philippines. Các chương trình phổ biến kiến thức tài chính đã đạt được những thành công và được đánh giá tích cực từ các bên liên quan, thu hút hàng triệu học sinh, sinh viên và người dân trên cả nước. Bên cạnh đó, PDIC xuất bản cuốn sổ tay về Phổ biến kiến thức tài chính nhằm cung cấp các kiến thức tài chính và giao dịch tài chính đến công chúng nhanh và dễ dàng hơn. Cuốn sách cung cấp hướng dẫn dễ hiểu và nhằm đơn giản hóa các kiến thức về giao dịch tài chính - ngân hàng. Cuốn sách được thiết kế với các nhân vật chính là một gia đình và những thắc mắc về các vấn đề tài chính, với lời thoại và giải thích dễ hiểu cho tất cả mọi người. Cuốn sách gồm 7 chương, nội dung mỗi chương nói về một vấn đề quan trọng trong các hoạt động giao dịch tài chính như các loại tài khoản tiết kiệm, tài khoản séc, tài khoản tiền gửi có thời hạn và đóng tài khoản tiền gửi; lãi suất; PDIC; sức mạnh của thông tin... Cuốn sách là sự hợp tác của PDIC và Efren Ll. Cruz - một chuyên gia nổi tiếng về kiến thức tài chính.

Thực trạng hoạt động phổ biến kiến thức tài chính về BHTG của BHTGVN

Tại Việt Nam, phổ biến kiến thức tài chính là hoạt động được đặc biệt chú trọng, đây được coi là nhiệm vụ trọng tâm nhằm triển khai các mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp của Chiến lược quốc gia về tài chính toàn diện trong những năm gần đây. Trong đó, phổ biến kiến thức tài chính về BHTG cũng đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố niềm tin của công chúng và góp phần ổn định hệ thống tài chính.

Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) là tổ chức tài chính nhà nước được thành lập vào năm 1999, thực hiện sứ mệnh bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự ổn định của các tổ chức tín dụng và đảm bảo sự phát triển an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng. Trải qua hơn 23 năm xây dựng và phát triển, BHTGVN đã triển khai đa dạng phương thức tuyên truyền và phổ biến kiến thức về BHTG, tiếp cận với nhiều đối tượng công chúng nhằm lan tỏa rộng rãi chính sách BHTG, đáp ứng được nhu cầu thông tin ngày càng lớn của người gửi tiền.

Trong giai đoạn từ 2020 đến 2022, hoạt động phổ biến kiến thức tài chính của BHTGVN đã đạt được nhiều thành quả đáng khích lệ. Cụ thể, đối với lĩnh vực báo chí, BHTGVN đã đăng tải hơn 1.000 tin/bài viết trên trang web của BHTGVN và xuất bản Bản tin BHTG hàng quý về các thông tin thời sự hoạt động ngành ngân hàng, các chính sách mới của Ngân hàng Nhà nước có liên quan đến bảo vệ người gửi tiền, các tin bài viết về hoạt động của BHTGVN và các vấn đề cần định hướng, tư vấn cho người gửi tiền. Bên cạnh đó, BHTGVN đã ký hợp đồng và triển khai thực hiện tuyên truyền chính sách BHTG với các báo, tạp chí có uy tín trong, ngoài ngành ngân hàng.

Đối với lĩnh vực phát thanh truyền hình, BHTGVN đã tổ chức tọa đàm chính sách, phát phóng sự trên các kênh truyền hình như VTV2, Truyền hình Thông tấn, Kênh truyền hình VITV... cũng như thực hiện chuyên mục Tư vấn chính sách trên Đài Tiếng nói Việt Nam. Bên cạnh đó, BHTGVN phối hợp với các cơ quan uy tín thực hiện các hoạt động phổ biến kiến thức tài chính về BHTG như phối hợp với Vụ Truyền thông – Ngân hàng Nhà nước Việt Nam xây dựng

kế hoạch tham gia một số Chương trình truyền thông của ngành ngân hàng; phối hợp với Ban Khoa giáo Đài truyền hình Việt Nam thực hiện sản xuất và phát sóng 08 Talkshow trên kênh VTV2 để phổ biến quy định mới về BHTG; phối hợp với VOV Giao thông thực hiện phát 6 tiểu phẩm, 6 thông điệp; phối hợp với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ghi hình 03 số của chương trình Tay hòm chìa khóa, phát sóng trên kênh VTV1.

Đối với các hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức tại chỗ, BHTGVN đã tổ chức nhiều sự kiện tuyên truyền chính sách BHTG tới đối tượng là cán bộ Quỹ tín dụng nhân dân (QTDND), NHTM và tổ chức tài chính vi mô; phối hợp tổ chức tuyên truyền chính sách BHTG tại đại hội thành viên, thường niên của các QTDND, Hội Nông dân và tại Đại hội Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, Ủy ban Giám sát tài chính Quốc gia.

Bên cạnh những kết quả đạt được, những thay đổi mạnh mẽ, nhanh chóng trên thị trường tài chính như các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng số, lãi suất biến động, tác động của dịch bệnh, môi trường tới thị trường tài chính đặt ra yêu cầu mới đối với hoạt động phổ biến kiến thức tài chính về BHTG của BHTGVN.

Thứ nhất, trong bối cảnh người dân dần chuyển sang hình thức thanh toán trực tuyến, giảm bớt thời gian làm việc tại các điểm giao dịch của ngân hàng/quỹ tín dụng nhân dân, BHTGVN chưa chú trọng việc phổ biến kiến thức tài chính về BHTG trên các ứng dụng số dùng để thanh toán như ngân hàng số, ví điện tử...

Thứ hai, dân số Việt Nam gần 100 triệu dân và dự kiến đạt 100 triệu dân trong năm 2023. Với dân số lớn như vậy, các hoạt động phổ biến

kiến thức tài chính về BHTG của BHTGVN cần có những thay đổi về quy mô truyền thông. Các chương trình hay chiến lược truyền thông cần được thiết kế với phạm vi, quy mô lớn hơn, mức độ bao phủ rộng hơn, có sự tham gia của Ngân hàng Nhà nước, Bộ Giáo dục v.v.

Thứ ba, về đối tượng, nên tập trung hơn vào đối tượng học sinh phổ thông, sinh viên và nhóm người dễ chịu tổn thương trong xã hội. Học sinh, sinh viên là đối tượng sẽ tham gia rất nhiều vào hoạt động tài chính trong tương lai. Nhóm người dễ chịu tổn thương trong xã hội thường có nhiều khó khăn trong cuộc sống và thiếu kiến thức về tài chính.

Thứ tư, hoạt động phổ biến kiến thức tài chính chưa được xem là nhiệm vụ trọng tâm của BHTGVN dẫn đến nguồn kinh phí cho hoạt động này còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển hoạt động phổ biến kiến thức tài chính về BHTG là hoạt động quan trọng của tổ chức.

Trong thời gian tới, để hoạt động phổ biến kiến thức tài chính về BHTG của BHTGVN phát huy tối đa hiệu quả, hỗ trợ cho quá trình thực hiện nhiệm vụ bảo vệ người gửi tiền và góp phần duy trì sự ổn định của hệ thống tài chính - ngân hàng, một số thay đổi nên được triển khai như sau:

- Xây dựng cơ chế và làm việc với các ngân hàng thương mại, các ứng dụng thanh toán điện tử để thiết kế và triển khai các hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức tài chính về BHTG trên các ứng dụng này.

- Học hỏi kinh nghiệm của các tổ chức BHTG trên thế giới và tư vấn từ các cơ quan truyền thông để xây dựng chiến lược truyền thông tổng thể, toàn diện và phù hợp với từng giai đoạn. Bên cạnh đó, cần thiết kế

các chương trình phổ biến kiến thức tài chính về BHTG bài bản, có tính mới lạ, hấp dẫn, thu hút được sự quan tâm của công chúng phù hợp với chiến lược truyền thông tổng thể.

- Thiết kế các chương trình phổ biến kiến thức tài chính nói chung và về BHTG nói riêng tập trung nhiều hơn đến đối tượng là học sinh, sinh viên, nhóm người dễ bị tổn thương trong xã hội. Trong đó, có thể soạn thảo các cẩm nang, hướng dẫn về hiểu biết trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng cũng như phối hợp với

các trường đại học, trung học phổ thông tổ chức các chương trình tuyên truyền, phổ biến kiến thức tài chính cho đối tượng này.

- Xác định rõ tầm quan trọng của hoạt động tuyên truyền và phổ biến kiến thức tài chính về BHTG, tăng cường nguồn kinh phí cho hoạt động này phù hợp với các nhiệm vụ cần thực hiện và nguồn vốn của BHTGVN./.

Tài liệu tham khảo:

1. Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh

tế (2005), *Khuyến nghị về Nguyên tắc và Thông lệ tốt về Phổ biến kiến thức và Nhận thức Tài chính*

2. PIDM (2009 đến 2022), *Báo cáo thường niên của PIDM*

3. PDIC (2006 đến 2022), *Báo cáo thường niên của PDIC*

4. BHTGVN (2020 đến 2022), *Báo cáo Tổng kết năm của BHTGVN*

5. PIDM, website của PIDM, <https://www.pidm.gov.my/en>

6. PDIC, website của PDIC, <https://www.pdic.gov.ph/>

NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH ...

(tiếp trang 11)

Đồng thời, BHTGVN cần học hỏi các mô hình tổ chức BHTG tiên tiến để có thể trở thành kênh giám sát hiệu quả đối với hệ thống các TCTD nhằm phát hiện từ sớm những dấu hiệu bất thường trong hoạt động ngân hàng, góp phần duy trì kỷ cương thị trường; ngày càng bảo vệ tốt hơn quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền trong quá trình cơ cấu lại các TCTD thời gian tới.

Cùng với đó, truyền thông chính sách, pháp luật về BHTGVN nhằm nâng cao niềm tin công chúng, góp phần đảm bảo an toàn hệ thống các TCTD trong quá trình tái cơ cấu là vô cùng quan trọng. Bởi trong quá trình tái cơ cấu các TCTD có nhiều thông tin bị nhiễu loạn, dễ dẫn đến khủng hoảng truyền thông, làm mất ổn định hoạt động của TCTD. Vì vậy, công tác truyền thông góp phần giảm thiểu các rủi ro rút tiền hàng loạt dẫn tới đổ vỡ TCTD.

Để làm tốt công tác này, BHTGVN cần có chiến lược truyền thông ngắn, trung, dài hạn. Cần xác định rõ đối tượng cần truyền thông: Trong hệ thống QTDND, ngoài hệ thống QTDND là người gửi tiền và công chúng; ưu tiên vùng sâu, vùng xa ít có điều kiện tiếp xúc thông tin về hoạt động ngân hàng. Mỗi đối tượng cần sử dụng kênh truyền thông phù hợp, thời gian phù hợp, thời lượng phù hợp; tăng cường sử dụng tuyên truyền qua công cụ kỹ thuật số, mạng xã hội để tuyên truyền tới đông đảo giới trẻ. Tuyên truyền qua các phương tiện thông tin đại chúng, báo chí vẫn là kênh truyền thông hữu hiệu. Tuyên truyền qua các hội nghị, hội thảo, tọa đàm. Tuyên truyền qua việc triển khai các nghiệp vụ của BHTGVN, ví dụ khi đi kiểm tra các QTDND, qua công tác đối chiếu sổ tiết kiệm hoặc đối chiếu tiền vay, cán bộ BHTGVN phát tờ rơi và giải thích, tuyên truyền chính sách

rất hiệu quả. Tuyên truyền tại đại hội thường niên của các QTDND hoặc tổ chức hội nghị các QTDND trên địa bàn để tuyên truyền, phổ biến pháp luật. Tham dự hội nghị của các cơ quan, đoàn thể của địa phương tổ chức để tuyên truyền, vừa hiệu quả, vừa tiết kiệm chi phí. Tuyên truyền qua việc triển khai thực hiện Chiến lược phát triển BHTG đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt. Xây dựng Chương trình hành động thực hiện Chiến lược gắn với chương trình tuyên truyền.

Đây sẽ là những nền tảng để BHTGVN có cơ sở triển khai nhiệm vụ, đặc biệt là các nhiệm vụ tham gia sâu hơn vào quá trình tái cơ cấu TCTD (trong đó có QTDND) trong thời gian tới đạt hiệu quả./.

ỨNG DỤNG CHUYỂN ĐỔI SỐ VÀO CÔNG TÁC TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH BẢO HIỂM TIỀN GỬI

TS. Vũ Văn Long

Phó Tổng giám đốc phụ trách điều hành BHTGVN

Cùng với sự phát triển mạnh của công nghệ thông tin và cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các công cụ truyền thông chính sách bảo hiểm tiền gửi (BHTG) ngày càng được đa dạng hóa, hiện đại hóa. Phương tiện thông tin đại chúng (truyền hình, phát thanh, báo chí, quảng cáo), trang tin điện tử và công cụ số hóa... được các tổ chức BHTG vận dụng ngày càng linh hoạt, sáng tạo. Ứng dụng chuyển đổi số vào công tác truyền thông chính sách BHTG là nhiệm vụ cần thiết, quan trọng đặt ra cho Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN).

Thuật ngữ “chuyển đổi số” đã được sử dụng phổ biến trong những năm gần đây, tuy nhiên, không có một định nghĩa chung chính xác nào về thuật ngữ này. Theo các chuyên gia công nghệ, hiểu một cách đơn giản, chuyển đổi số (Digital Transformation) là ứng dụng công nghệ số để thay đổi, chuyển đổi cách làm truyền thống. Nói cách khác là tích hợp các giải pháp số vào cốt lõi của một tổ chức để thay đổi sâu sắc cách hoạt động của tổ chức đó bằng cách tạo ra các quy trình kinh doanh mới, trải nghiệm khách hàng tốt hơn và văn hóa tổ chức hiện đại.

Kinh nghiệm quốc tế về ứng dụng chuyển đổi số trong truyền thông chính sách BHTG

Tổng công ty BHTG Hàn Quốc (KDIC) triển khai các công cụ truyền thông thường xuyên qua các kênh truyền thông đại chúng, giáo dục tài chính toàn diện, tổ chức các hoạt động trên mạng xã hội như Facebook, Twitter, Youtube... Chương trình giáo dục tài chính của KDIC từ năm 2010 được triển khai cả trực tiếp và trực tuyến đã mang đến nhiều kết quả đáng ghi nhận, nhất là sau các vụ đổ vỡ ngân hàng tiết kiệm hồi năm 2011 tại Hàn Quốc. Tính đến



năm 2017, số lượng người tham gia đã tăng gấp 4 lần lên tới 80.000 người, thuộc nhiều nhóm đối tượng khác nhau như học sinh, sinh viên, tiểu thương, người cao tuổi, binh lính xuất ngũ, người nhập cư. KDIC đã đào tạo một số sinh viên để đóng vai trò cộng tác viên truyền thông trên mạng xã hội, nhằm tăng tương tác với giới trẻ; tổ chức các buổi hội thảo, triển lãm về kỹ thuật đầu tư tài chính với hơn 70% số người tham dự là tầng lớp trung niên nhằm phổ biến kiến thức về BHTG. KDIC cũng đã xây dựng được hệ thống công nghệ thông tin tích hợp xử lý (IRIS) đóng vai trò cung cấp thông tin cho người gửi tiền, hỗ trợ quá trình chi trả nhanh chóng, thực hiện thủ tục

bồi thường cho tiền gửi được bảo hiểm, cổ tức ngân hàng... và tư vấn trực tuyến qua video cho tổ chức tín dụng (TCTD) yếu kém về cách thức tái cơ cấu khoản nợ.

Tại Malaysia, kể từ khi thành lập vào năm 2005, Tổng công ty BHTG (PIDM) luôn hướng đến nâng cao nhận thức tập trung vào tăng hiểu biết của công chúng về vai trò, trách nhiệm của PIDM, củng cố niềm tin và sự tin tưởng của công chúng. Các sáng kiến về truyền thông của PIDM có thể kể đến việc sử dụng nhiều kênh, triển khai chiến dịch phục hồi tài chính 2.0, diễn đàn giáo dục tài chính cộng đồng, từ đó đạt mục tiêu mức độ nhận thức công chúng

khoảng 75%, mức ủng hộ cộng đồng đạt 50%. Đặc biệt trong vòng 5 năm trở lại đây, PIDM đã thực hiện truyền thông tập trung vào các nền tảng số. Tổ chức này đã tăng kinh phí truyền thông cho mạng xã hội và kỹ thuật số từ 15% vào năm 2018 lên khoảng 40% tổng chi tiêu vào năm 2022.

Tại Philippines, Tổng công ty BHTG Philippines (PDIC) hiện đang sử dụng công cụ truyền thông số hóa, liên kết với các ngân hàng và chính quyền địa phương. Dịch vụ truyền thông số hóa của PDIC gồm internet, mạng xã hội và dịch vụ tin nhắn tổng đài tự động thông qua 78 trung tâm tại các tỉnh, thành. PDIC còn triển khai nhiều hoạt động truyền thông mới như ra mắt công cụ Máy tính điện tử về BHTG (Deposit insurance e-Calculator) giúp người gửi tiền tính toán số dư tiền gửi được bảo hiểm; tài khoản trên mạng xã hội Facebook và Twitter được ra mắt nhân dịp kỷ niệm 53 năm thành lập tổ chức vào năm 2016. PDIC đã triển khai chiến dịch “Maniguro, Magbangko” - một chương trình tiên phong nhằm nâng cao nhận thức cộng đồng dựa trên truyền thông đa nền tảng toàn quốc để thúc đẩy thói quen gửi tiết kiệm ngân hàng của người dân Philippines. Chiến dịch bao gồm 2 phim quảng cáo trên truyền hình, 3 quảng cáo qua đài phát thanh và nhiều nội dung truyền thông xã hội khác nhau nhằm tuyên truyền cho công chúng về những lợi ích của các dịch vụ ngân hàng và khuyến khích họ tiếp tục hoặc bắt đầu gửi tiền tiết kiệm tại ngân hàng.

Tại Nga, với mục tiêu kết nối tổ chức BHTG với các chuyên gia và người gửi tiền trên toàn quốc, Cơ quan BHTG Nga (DIA) đã đưa ra Chiến lược phát triển truyền thông với mục tiêu mở rộng khả năng tiếp cận các dịch vụ của DIA dưới hình thức điện tử: Tiến hành đổi mới trang web chính thức,

phát triển các ứng dụng trên điện thoại di động thân thiện với người dùng, tăng cường các hoạt động phổ cập tài chính cho cộng đồng. Trong đó phải kể đến hai chương trình quy mô mà DIA đã triển khai thành công, đó là chương trình phổ cập tài chính Finoteka và đánh giá độ hài lòng của người sử dụng dịch vụ tài chính đối với tổ chức BHTG.

Chương trình Finoteka nhằm mục đích cung cấp thông tin tài chính cho người gửi tiền trên toàn quốc dưới hình thức các video có nội dung được đơn giản hóa trên trang web chính thức finoteka.ru. Có 3 hình thức là tiểu phẩm dài, tiểu phẩm ngắn và các video trực quan về một tình huống cụ thể. Tính đến tháng 5/2018, đã có 42 triệu lượt xem các video này thông qua các kênh như Youtube, Facebook, các ứng dụng mạng xã hội và trang tin chính thức tại Nga. Theo thống kê, có đến 97,6% lượt phản hồi tích cực, thời gian xem một video cao hơn 40% so với thời gian xem trung bình trên Youtube và lưu lượng truy cập vào trang web của DIA tăng hơn 30% mỗi lần phát video mới. Kết quả bước đầu của chương trình truyền thông này là rất đáng ghi nhận khi các kiến thức về tài chính được minh hoạt một cách hấp dẫn, dễ hiểu, thu hút người xem. Có đến 1/3 số người dùng mạng Internet tại Nga đã xem các video với chủ đề quản lý tài chính cá nhân.

Liên hệ với Việt Nam

Tại Việt Nam, vai trò của truyền thông chính sách BHTG rất quan trọng, không chỉ giúp tổ chức BHTG xây dựng hình ảnh của mình với cộng đồng mà còn giúp tăng cường niềm tin của người gửi tiền vào hệ thống tài chính ngân hàng, góp phần duy trì ổn định xã hội. Theo quy định tại Luật BHTG, BHTGVN có nhiệm vụ “tổ chức tuyên truyền

chính sách, pháp luật về BHTG; tổ chức đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ về BHTG”. Trong hơn 20 năm qua, BHTGVN đa dạng hóa và đổi mới hoạt động tuyên truyền chính sách BHTG tới công chúng, hướng dẫn đào tạo các nghiệp vụ liên quan, trao đổi thông tin phục vụ cho hoạt động của BHTGVN, góp phần tác động tới các cơ quan chức năng nhằm hoàn thiện chính sách BHTG.

Ngày 21/3/2023, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 07/CT-TTg về việc tăng cường công tác truyền thông chính sách, trong đó nêu rõ: Trong bối cảnh bùng nổ thông tin như hiện nay, công tác truyền thông chính sách cần được chú trọng, nâng cao tính chuyên nghiệp trong toàn hệ thống cơ quan hành chính nhà nước, góp phần tạo sự đồng thuận, nâng cao hiệu quả, hiệu lực trong việc thực thi chính sách. Cần chủ động, đổi mới phương thức truyền thông và hình thức cung cấp thông tin cho báo chí đảm bảo tính công khai, minh bạch và đáp ứng tốt nhu cầu thông tin. Đẩy mạnh truyền thông chính sách trên nền tảng số, ứng dụng công nghệ hiện đại trong quản trị thông tin truyền thông để phát hiện, dự báo các xu hướng thông tin tích cực và tiêu cực, có lợi và bất lợi cho công tác chỉ đạo điều hành của tổ chức.

Về thực tế triển khai truyền thông chính sách BHTG, theo số liệu khảo sát quy mô nhỏ do BHTGVN thực hiện năm 2020, có sự phân hóa đối với các kênh truyền thông truyền tải tới người gửi tiền và công chúng. Hiện nay phần lớn người gửi tiền biết tới chính sách BHTG qua nơi gửi tiền (59%); khoảng 35% thông qua bạn bè, người thân; 25% thông qua truyền hình, phát thanh; 19% qua kênh báo chí, mạng xã hội và 8% qua các sự kiện tuyên truyền chính sách BHTG tại địa phương. Người gửi

tiền cũng có nhu cầu được tiếp cận thông tin qua các kênh như: Truyền hình (50,5%), mạng xã hội (44%), các ứng dụng trên điện thoại di động (36,9%), báo điện tử (34,9%), website BHTGVN (34,2%). Có thể nói rằng nhu cầu nắm bắt thông tin về chính sách BHTG của người gửi tiền tập trung cao nhất ở các kênh truyền hình, mạng xã hội, ứng dụng trên điện thoại di động, báo điện tử, website BHTGVN. Đây là những hình thức có liên quan đến việc triển khai số hóa công tác truyền thông của BHTGVN.

Như vậy, thực tiễn hoạt động truyền thông chính sách BHTG và định hướng của Chính phủ yêu cầu BHTGVN cần tăng cường truyền thông chính sách, có áp dụng chuyển đổi số trong thời gian tới. Trên cơ sở đó và những bài học kinh nghiệm rút ra từ hoạt động của các tổ chức BHTG quốc tế, BHTGVN cần xem xét triển khai những giải pháp để đẩy nhanh quá trình số hóa nghiệp vụ thông tin tuyên truyền về chính sách BHTG, bắt kịp với xu hướng của cách mạng công nghiệp 4.0 tại Việt Nam và trên thế giới, phù hợp với chỉ đạo của Chính phủ đối với hoạt động truyền thông chính sách của tổ chức tài chính Nhà nước.

Trước hết, cần xây dựng Chiến lược truyền thông tổng thể cho từng giai đoạn phù hợp với Chiến lược phát triển BHTG và Chiến lược phát triển ngành ngân hàng theo hướng ứng dụng công nghệ thông tin và số hóa mới.

Thứ hai, cần đa dạng hóa và cụ thể hóa các đối tượng truyền thông mục tiêu và các công cụ, giải pháp tương ứng. Ứng dụng công nghệ thông tin, các công cụ số hóa và hệ thống thông tin của dự án FSMIMS vào việc tuyên truyền đến công chúng, tiến tới xây dựng hệ thống hỗ trợ trực tuyến cho người gửi tiền, sử dụng

các công cụ trực tuyến như thư điện tử, tin nhắn trên điện thoại di động, tư vấn về BHTG trực tuyến, mạng xã hội như Facebook, Zalo... một cách hợp lý, có kiểm soát.

Thứ ba, cần xây dựng các phương án truyền thông mô phỏng trực tiếp và trực tuyến cho các sự kiện như đồ võ tổ chức tham gia BHTG, người gửi tiền rút tiền hàng loạt... nhằm đào tạo, hướng dẫn cho cán bộ.

Thứ tư, đẩy mạnh các hoạt động giáo dục, tuyên truyền chính sách BHTG và tài chính toàn diện phối hợp với các cơ quan trong ngành tài chính – ngân hàng và đề xuất tham gia vào kế hoạch hành động triển khai Chiến lược tài chính toàn diện ngành ngân hàng trong thời gian tới. Trong đó, nghiên cứu xây dựng và triển khai các chương trình giáo dục tài chính theo hình thức trực tuyến, số hóa dưới dạng các clip ngắn gọn, thú vị, dễ hiểu, phù hợp với thị hiếu công chúng.

Thứ năm, tổ chức đánh giá định kỳ hiệu quả của hoạt động truyền thông chính sách BHTG thông qua nhiều hình thức như khảo sát, phỏng vấn trực tiếp, trực tuyến, qua điện thoại... nhằm sửa đổi, bổ sung các giải pháp cho hoạt động truyền thông về BHTG. Từ kết quả đánh giá hoạt động truyền thông chính sách BHTG định kỳ và thường xuyên, cũng như triển khai khảo sát về nhận thức của công chúng, BHTGVN có thể xây dựng kho dữ liệu số về người gửi tiền và công chúng nói chung. Trên cơ sở đó, tổ chức BHTG có thể nắm bắt được các đặc điểm, nhu cầu, thói quen của từng đối tượng công chúng, qua đó có những giải pháp tuyên truyền thích hợp.

Ngoài ra, BHTGVN có thể áp dụng các công cụ lắng nghe xã hội (social listening) để tích cực, chủ động theo

dõi dư luận nhằm xác định phương hướng, thông điệp truyền thông. Trong tương lai, với việc sử dụng Bigdata và AI, tổ chức BHTG có thể tổng hợp, xử lý, phân tích dữ liệu trên cơ sở các thuật toán, qua đó tự động hóa các nghiệp vụ truyền thông số, giảm bớt chi phí nhân lực, đồng thời tăng hiệu quả truyền thông.

Trong xu thế hiện đại hóa của hoạt động truyền thông về BHTG trên thế giới và ảnh hưởng không nhỏ của cuộc Cách mạng công nghệ 4.0 và Chuyển đổi số đối với ngành tài chính – ngân hàng – BHTG tại Việt Nam, BHTGVN cần nỗ lực hoàn thiện hoạt động truyền thông chính sách BHTG nhằm hoàn thành tốt nhiệm vụ bảo vệ người gửi tiền, góp phần ổn định tài chính - ngân hàng và an sinh xã hội.

Tuy nhiên, việc chuyển đổi số cần được thực hiện theo từng bước trong một chiến lược dài hạn và phải liên tục được cập nhật để theo kịp các tiến bộ về khoa học công nghệ hiện đại, đồng thời kiểm nghiệm, đánh giá hiệu quả đối với những hoạt động đã triển khai để kịp thời cải tiến, khắc phục. Đồng thời, chuyển đổi số trong truyền thông chính sách là cần nhưng chưa đủ để đáp ứng mọi vấn đề trong thực tiễn triển khai. Cần phải phối hợp truyền thông số với các biện pháp truyền thông nhằm tiếp cận tới mọi đối tượng công chúng mục tiêu như: tờ rơi, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng, tổ chức sự kiện... Việc thực hiện chuyển đổi số trong truyền thông chính sách BHTG là cần thiết, song trong bối cảnh hiện nay, vẫn cần duy trì một hàm lượng đáng kể các hoạt động truyền thông truyền thống để đảm bảo hiệu quả tuyên truyền, phổ biến chính sách BHTG./.

NGÀNH NGÂN HÀNG ĐỒNG BỘ CÁC GIẢI PHÁP THÁO GỠ KHÓ KHĂN CHO DOANH NGHIỆP

Thanh Thủy

Thực hiện chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, từ đầu năm đến nay, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) đã triển khai các chính sách, giải pháp tháo gỡ khó khăn cho người dân, doanh nghiệp, thị trường bất động sản, trái phiếu doanh nghiệp, góp phần phục hồi và tăng trưởng kinh tế.

Giảm lãi suất, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận vốn ngân hàng

Trong hơn 2 tháng đầu năm 2023, NHNN giữ nguyên các mức lãi suất điều hành trong bối cảnh lãi suất thế giới tiếp tục tăng và neo ở mức cao, diễn biến lạm phát trong nước và quốc tế vẫn khó lường. Tuy nhiên, trong nước, lạm phát mặc dù tăng nhưng có xu hướng chậm lại, tăng trưởng kinh tế còn nhiều khó khăn; thanh khoản của các tổ chức tín dụng (TCTD) dư thừa, đáp ứng nhu cầu thanh toán của nền kinh tế; tỷ giá diễn biến ổn định, NHNN mua được ngoại tệ bổ sung DTNHNN. Để tiếp tục thực hiện chủ trương của Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ giảm lãi suất cho vay nhằm tháo gỡ khó khăn cho nền kinh tế, doanh nghiệp và người dân, NHNN đã điều chỉnh giảm 03 lần các mức lãi suất với mức giảm 0,5-1,5%/năm trong tháng 3/2023, tháng 4/2023 và tháng 5/2023. Việc liên tục điều chỉnh giảm các mức lãi suất điều hành là giải pháp linh hoạt, phù hợp với điều kiện thị trường hiện nay để hỗ trợ quá trình phục hồi tăng trưởng kinh tế theo chủ trương của Quốc hội và Chính phủ, qua đó tiếp tục định hướng giảm mặt bằng lãi suất cho vay của thị trường, tăng khả năng tiếp cận vốn của doanh nghiệp và người dân, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Đồng thời, NHNN cũng là một trong những NHTW đầu tiên trên thế giới điều chỉnh giảm lãi suất điều hành trong các tháng đầu năm 2023.



Theo báo cáo tuần của các NHTM, lãi suất tiền gửi và cho vay bình quân của các giao dịch phát sinh mới có xu hướng giảm. Đến ngày 19/5/2023, lãi suất tiền gửi bình quân ở mức 6,11%/năm, giảm khoảng 0,37% so với cuối năm 2022. Lãi suất cho vay bình quân ở mức 9,07%/năm, giảm khoảng 0,9%/năm so với cuối năm 2022

Bên cạnh đó, NHNN đã thực hiện đồng bộ nhiều biện pháp để phần đầu giảm lãi suất cho vay nhằm tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp và người dân theo tinh thần chỉ đạo của Quốc hội và của Chính phủ tại Nghị quyết 43 và Nghị quyết 11. Cụ thể: (i) Chỉ đạo TCTD duy trì mặt bằng lãi suất huy động ổn định, hợp lý, phù hợp với khả năng cân đối vốn, khả năng mở rộng tín dụng lành mạnh và năng lực quản lý rủi ro; không làm ảnh hưởng đến sự ổn định của thị trường tiền tệ và mặt bằng lãi suất thị trường.

Chỉ đạo TCTD kiểm soát chặt chẽ lãi suất tiền gửi để giữ ổn định mặt bằng lãi suất thị trường; (ii) Khuyến khích TCTD tiết giảm chi phí để ổn định mặt bằng lãi suất cho vay nhằm hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi và phát triển sản xuất, kinh doanh; (iii) Tháng 2/2023, NHNN đã làm việc với các NHTM để nghị tiếp tục giảm lãi suất tiền gửi để có điều kiện giảm lãi suất cho vay hỗ trợ khách hàng giảm chi phí tài chính;

Đảm bảo hoạt động tín dụng an toàn, hiệu quả

Trong điều hành tín dụng, trên cơ sở mục tiêu tăng trưởng kinh tế năm 2023 khoảng 6,5% và lạm phát khoảng 4,5% được Quốc hội, Chính phủ đặt ra, NHNN định hướng tăng trưởng tín dụng năm 2023 khoảng 14-15%, có điều chỉnh phù hợp với diễn biến, tình hình thực tế, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế

hợp lý. Trên cơ sở tình hình hoạt động, năng lực tài chính và khả năng tăng trưởng tín dụng lành mạnh; kết quả xếp hạng TCTD, mức độ tập trung tín dụng, lãi suất, việc tham gia hỗ trợ xử lý TCTD yếu kém, tình hình thực tiễn thị trường..., NHNN thực hiện phân bổ chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng cho đối với từng TCTD; đồng thời định kỳ rà soát và xem xét điều chỉnh chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng này. Theo đó, ngày 24/02/2023, NHNN đã có công văn thông báo chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng cho từng TCTD.

NHNN chỉ đạo TCTD hướng tín dụng vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh, lĩnh vực ưu tiên và các động lực tăng trưởng nền kinh tế theo chủ trương của Chính phủ; thực hiện các giải pháp tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong tiếp cận vốn tín dụng; đảm bảo hoạt động tín dụng an toàn, hiệu quả; tiếp tục kiểm soát chặt chẽ rủi ro tín dụng đối với các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro.

Bên cạnh các giải pháp điều hành tín dụng, để tăng cường khả năng tiếp cận tín dụng của người dân, doanh nghiệp, thời gian qua, NHNN đã chủ động triển khai nhiều giải pháp cụ thể như: (i) Thường xuyên chỉ đạo TCTD đa dạng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng, đơn giản hóa thủ tục cho vay, niêm yết công khai, minh bạch các thủ tục, quy trình vay vốn, nâng cao hiệu quả thẩm định và đánh giá mức độ tín nhiệm khách hàng nhằm tăng cường khả năng cho vay không có bảo đảm bằng tài sản; (ii) Đẩy mạnh triển khai chương trình tín dụng tiêu dùng 5.000 tỷ đồng của Agribank cho khách hàng, giải ngân ngay trong ngày với số tiền cho vay tối đa 30 triệu đồng, không cần tài sản thế chấp; Phối hợp với Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam triển khai gói tài chính tiêu dùng lên tới 20.000 tỷ đồng của Công ty Tài

chính TNHH HD Saison và Công ty Tài chính TNHH MTV Ngân hàng Việt Nam thịnh vượng SMBC cho công nhân vay với lãi suất thấp hơn lãi suất cho vay của hai công ty,... (iii) Phối hợp các Bộ, ngành, địa phương, các Hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp đẩy mạnh triển khai Chương trình kết nối ngân hàng – doanh nghiệp tại 63 tỉnh, thành phố trên cả nước, các Hội nghị tín dụng chuyên đề (lĩnh vực BDS, DNNVV, Hợp tác xã, nông sản xuất khẩu chủ lực,...), các Hội nghị tín dụng vùng (Đông Nam Bộ) nhằm kịp thời tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc trong tiếp cận nguồn vốn tín dụng ngân hàng; (iv) Tích cực hợp tác với các tổ chức quốc tế (ADB, JICA, WB...) triển khai các chương trình cho vay với lãi suất thấp cho doanh nghiệp nhỏ và vừa; (v) Tăng cường hoạt động truyền thông, phổ biến về cơ chế, chính sách, chương trình tín dụng bằng nhiều hình thức để người dân, doanh nghiệp hiểu và tiếp cận các chính sách, sản phẩm, dịch vụ tín dụng ngân hàng.

Đồng thời, các NHTM đẩy mạnh ứng dụng công nghệ 4.0 trong cung ứng sản phẩm, dịch vụ, rút ngắn thời gian cho người dân, doanh nghiệp trong tiếp cận dịch vụ ngân hàng; nâng cao trải nghiệm, tăng tiện ích cho người dân trong sử dụng dịch vụ ngân hàng...

Đến cuối tháng 5/2023, tín dụng toàn nền kinh tế tăng khoảng 5,17%. Trong điều kiện chính sách điều hành của NHNN không thay đổi, dư địa tăng trưởng tín dụng của các NHTM còn nhiều, tín dụng tăng thấp có nguyên nhân từ sức hấp thụ vốn của nền kinh tế đang suy yếu. Nhiều doanh nghiệp khó khăn đặc biệt sau hơn 2 năm ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, thị trường tiêu thụ bị thu hẹp khi chuỗi cung ứng toàn cầu bị đứt gãy... Từ đó doanh nghiệp không

đáp ứng được điều kiện vay vốn, trong khi ngân hàng không thể giảm chuẩn cho vay. Do đó cần những giải pháp tổng thể tăng sức cầu của nền kinh tế, mở rộng thị trường, tìm kiếm đầu ra cho sản phẩm, phát huy vai trò của các quỹ bảo lãnh tín dụng doanh nghiệp, phát triển thị trường vốn...

Ngoài các giải pháp tín dụng trên, thực hiện Nghị quyết số 50/NQ-CP ngày 08/4/2023, Nghị quyết 59/NQ-CP ngày 23/4/2023 của Chính phủ, NHNN đã ban hành Thông tư 02/2023/TT-NHNN ngày 23/4/2023 quy định về việc TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài cơ cấu lại thời hạn trả nợ và giữ nguyên nhóm nợ nhằm hỗ trợ khách hàng gặp khó khăn. Việc cho phép TCTD thực hiện cơ cấu lại nợ và giữ nguyên nhóm nợ cho khách hàng gặp khó khăn không có khả năng trả nợ TCTD đúng thời hạn sẽ tạo điều kiện cho khách hàng có thể được điều chỉnh kỳ hạn trả nợ, kéo dài thời gian trả nợ mà không phải chuyển nhóm nợ xấu. Qua đó, khách hàng có điều kiện được tiếp cận các khoản vay mới phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh, tiêu dùng góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế. Đồng thời, khách hàng có nguồn tài chính để tìm kiếm việc làm, nguồn thu nhập mới để trả nợ vốn vay tại các TCTD.

Đối với việc triển khai chính sách hỗ trợ 2% lãi suất từ Ngân sách nhà nước, NHNN và các NHTM đã rất tích cực, chủ động phối hợp với các bộ, ngành có liên quan, thể hiện quyết tâm, nỗ lực của ngành ngân hàng trong triển khai chính sách hỗ trợ của nhà nước.

Thực tế cho thấy, chưa có một chính sách nào mà ngành ngân hàng triển khai đồng bộ với tinh thần quyết liệt và khẩn trương như chính sách hỗ trợ lãi suất này. Tuy nhiên, qua báo cáo của các NHTM và khảo sát từ các Hiệp

hội, doanh nghiệp, kết quả hỗ trợ lãi suất còn thấp, chưa như kỳ vọng là do nhiều nguyên nhân, trong đó, nổi lên 02 vấn đề và vướng mắc lớn nhất sau: Tâm lý e ngại, không muốn tham gia chương trình hỗ trợ lãi suất của khách hàng; Ngân hàng và khách hàng đều khó đánh giá, xác định “khả năng phục hồi” theo Nghị quyết 43/2022/QH15 của Quốc hội và Nghị định 31/2022/NĐ-CP về hỗ trợ lãi suất từ ngân sách nhà nước đối với khoản vay của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh của Chính phủ.

Thực hiện nhiệm vụ được giao liên quan đến việc giao NHNN để xuất sửa đổi Nghị định 31/2022/NĐ-CP và đánh giá, xây dựng phương án đề xuất cấp thẩm quyền điều chỉnh nhiệm vụ chi hỗ trợ lãi suất sang hình thức hỗ trợ khác.

Hỗ trợ thị trường bất động sản phát triển an toàn, lành mạnh

Về phía ngành ngân hàng, quan điểm của NHNN là bám sát các chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ hướng đến việc hỗ trợ cho thị trường bất động sản phát triển lành mạnh, bền vững theo hướng phục vụ đa số người dân, đặc biệt là người có nhu cầu nhà ở thực, hạn chế tình trạng đầu cơ, thổi giá, trục lợi.

Năm 2023, NHNN đã đề ra mục tiêu tăng trưởng tín dụng cao hơn năm trước, ở mức 14-15%; có điều chỉnh phù hợp với thực tiễn để đáp ứng nhu cầu vốn cho các ngành, lĩnh vực, trong đó có bất động sản. Đồng thời, NHNN tiếp tục chỉ đạo các tổ chức tín dụng: (i) Tiếp tục dành vốn tín dụng cho các dự án bất động sản đủ điều kiện pháp lý, có khả năng tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thực về nhà ở và đảm bảo kế hoạch trả nợ; (ii) Kiểm soát rủi ro cấp tín dụng đối với phân khúc bất động sản cao cấp đang

dư thừa nguồn cung/ bất động sản không có nhu cầu thực/kinh doanh có tính chất đầu cơ bất động sản, làm giá, lũng đoạn thị trường bất động sản; kiểm soát mức độ tập trung tín dụng vào một số khách hàng/nhóm khách hàng lớn, khách hàng có liên quan đến cổ đông lớn, người có liên quan của cổ đông của TCTD,...(iii) Kịp thời báo cáo Thống đốc NHNN về những khó khăn vướng mắc trong công tác tín dụng. Báo cáo các Bộ, ngành, cơ quan, địa phương để hỗ trợ các doanh nghiệp, dự án bất động sản trong việc giải quyết các vướng mắc khó khăn về quy trình, thủ tục pháp lý trong triển khai thực hiện dự án,...(iii) nỗ lực tối đa tiết giảm chi phí hoạt động để có dư địa phần đầu giảm lãi suất cho vay đối với nền kinh tế, trong đó có lĩnh vực bất động sản.

Tại Hội nghị trực tuyến toàn quốc “Tháo gỡ và thúc đẩy thị trường bất động sản phát triển an toàn, lành mạnh, bền vững” ngày 17/2, các ý kiến đều cho thấy, đối với lĩnh vực bất động sản, vướng mắc về mặt pháp lý là lớn nhất, chiếm 70% khó khăn của các dự án. Khi chưa có đủ cơ sở pháp lý, chưa xác định được giá đất thì bản thân các dự án chưa chứng minh được tính khả thi, khả năng trả nợ của doanh nghiệp khi trình lên các tổ chức tín dụng, nên bản thân tổ chức tín dụng khó có thể cho vay. Do đó, nếu vướng mắc về mặt pháp lý được tháo gỡ, sẽ giúp khơi thông dòng vốn tín dụng của ngân hàng.

Thực hiện nhiệm vụ được giao tại Nghị quyết số 33/NQ-CP ngày 11/03/2023 về một số giải pháp tháo gỡ và thúc đẩy thị trường bất động sản phát triển an toàn, lành mạnh, bền vững; NHNN đã tổ chức 02 cuộc họp với Lãnh đạo 04 NHTM nhà nước, 02 cuộc họp cấp kỹ thuật để sớm triển khai chương trình, có văn bản yêu cầu 04 NHTM nhà nước đăng ký nhu cầu

tham gia chương trình. NHNN cũng đã ban hành các văn bản: (i) Công văn số 2308/NHNN-TD ngày 01/04/2023 về triển khai Chương trình cho vay 120 nghìn tỷ đồng; (ii) Công văn số 2931/NHNN-TD ngày 24/04/2023 về cấp tín dụng đối với lĩnh vực bất động sản trong đó yêu cầu các TCTD: chủ động nghiên cứu Nghị quyết số 33/NQ-CP để triển khai Chương trình tín dụng giá trị 120.000 tỷ đồng theo đúng hướng dẫn của NHNN và Bộ Xây dựng; thường xuyên theo dõi, cập nhật danh mục các dự án, đối tượng, điều kiện, tiêu chí thụ hưởng theo hướng dẫn của Bộ Xây dựng, chính quyền địa phương để cho vay, giải ngân; những dự án đã và đang được triển khai, đã đầy đủ các yếu tố pháp lý cần tập trung cho vay cả nhà đầu tư và người mua nhà, tạo điều kiện thúc đẩy thị trường nhà ở xã hội, nhà ở công nhân phát triển mạnh mẽ.

Về phía các NHTM đã đăng ký và sẵn sàng dành nguồn lực để tham gia Chương trình, đồng thời đã dự thảo văn bản hướng dẫn triển khai trên toàn hệ thống.

Việc cho vay của các NHTM và doanh nghiệp, người dân tiếp cận vốn vay Chương trình này phụ thuộc vào việc công bố danh mục các dự án và các điều kiện, đối tượng, tiêu chuẩn được tham gia đầu tư và mua nhà ở xã hội, nhà ở công nhân và cải tạo, xây dựng lại chung cư cũ do các Bộ ngành chức năng liên quan và các địa phương quyết định.

Để Chương trình thực sự đi vào cuộc sống thì các Bộ, ngành và địa phương cần phối hợp triển khai các nhiệm vụ đã được Chính phủ giao tại Nghị quyết 33/NQ-CP, Công văn số 1794/VPCP-CN ngày 20/03/2023, số 2168/VPCP-CN ngày 01/04/2023, Thông báo số 133/TB-VPCP ngày 16/04/2023 của Văn phòng Chính

phủ. Các địa phương khẩn trương lập danh mục và công bố các dự án được tham gia Chương trình theo hướng dẫn của Bộ Xây dựng.

Phối hợp gỡ khó cho thị trường trái phiếu doanh nghiệp

Với thị trường trái phiếu, thực hiện chỉ đạo của Chính phủ trong việc tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy phát triển thị trường trái phiếu doanh nghiệp, ngày 23/4/2023, NHNN đã ban hành Thông tư số 03/2023/TT-NHNN quy định ngưng hiệu lực thi hành khoản 11 Điều 4 Thông tư số 16/2021/TT-NHNN ngày 10/11/2021 quy định việc tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài mua, bán trái phiếu doanh nghiệp; trong đó ngưng hiệu lực đến 31/12/2023 đối với quy định trong vòng 12 tháng TCTD không được mua lại TPDN chưa niêm yết đã bán (Thông tư có hiệu lực từ ngày 24/4/2023). Việc ban hành Thông tư số 03/2023/TT-NHNN nhằm góp phần gia tăng thanh khoản, qua đó tháo gỡ khó khăn cho thị trường trái phiếu doanh nghiệp trong bối cảnh hiện nay theo chủ trương của Chính phủ và chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ.

Thông tư số 03/2023/TT-NHNN cho phép các TCTD được mua lại trái phiếu doanh nghiệp đã bán trước đó (mà không cần chờ sau 12 tháng như quy định tại Thông tư số 16/2021/TT-NHNN) với một điều kiện cụ thể. Điều khoản này sẽ hỗ trợ các nhà đầu tư cũng như các doanh nghiệp phát hành trái phiếu doanh nghiệp có dòng tiền để xử lý một phần lượng trái phiếu doanh nghiệp đáo hạn trong năm 2023, qua đó doanh nghiệp có thể dùng nguồn vốn đang có để duy trì sản xuất kinh doanh, vượt qua khó khăn, góp phần phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội. Thông tư số 03/2023/

TT-NHNN được ban hành nhằm góp phần gia tăng thanh khoản, tháo gỡ khó khăn, thúc đẩy phát triển thị trường trái phiếu doanh nghiệp trong tình hình khó khăn hiện nay.

Một trong những điều kiện của Thông tư số 03/2023/TT-NHNN là doanh nghiệp phải ở mức xếp hạng tín dụng nội bộ cao nhất của TCTD, tức là có tình hình tài chính và sản xuất kinh doanh khá lành mạnh và tùy thuộc vào đánh giá, khẩu vị rủi ro và năng lực tài chính của các TCTD. Như vậy, có thể thấy lượng trái phiếu doanh nghiệp được mua lại sẽ không nhiều. Đối với doanh nghiệp phát hành có tình hình tài chính và sản xuất kinh doanh kém hơn, ở các nhóm xếp hạng dưới, sẽ phải tiếp tục triển khai các giải pháp như đã nêu trong Nghị định số 08/2023/NĐ-CP ngày 05/3/2023 và Nghị quyết số 33/NQ-CP ngày 11/3/2023.

Với Thông tư số 03/2023/TT-NHNN, các NHTM có thể thúc đẩy tăng trưởng cho vay qua việc mua trái phiếu doanh nghiệp, trong trường hợp tăng trưởng tín dụng còn thấp và thanh khoản tại ngân hàng dư thừa.

Ngoài ra, NHNN vẫn giữ nguyên tiêu chí trong Thông tư số 16/2021/TT-NHNN là không cho phép ngân hàng mua trái phiếu với mục đích cơ cấu nợ để đảm bảo an toàn, ổn định cho toàn hệ thống.

Tiếp tục phấn đấu giảm lãi suất cho vay hỗ trợ doanh nghiệp

Thời gian tới, NHNN tiếp tục theo dõi sát diễn biến tiền tệ trong nước, quốc tế, dự báo lạm phát và lãi suất thị trường để điều hành lãi suất phù hợp với cân đối vĩ mô, lạm phát và mục tiêu chính sách tiền tệ; NHNN

sẽ tiếp tục có các giải pháp khuyến khích các TCTD tiết giảm chi phí để giảm mặt bằng lãi suất cho vay nhằm hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi và phát triển sản xuất, kinh doanh.

Bên cạnh các chính sách, giải pháp trên, ngành NH tiếp tục triển khai các nhiệm vụ tại chương trình phục hồi và phát triển kinh tế theo Nghị quyết 43/2022/QH15 về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội do Quốc hội ban hành, Nghị quyết 11NQ-CP của Chính phủ về Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội và triển khai Nghị quyết số 43/2022/QH15 của Quốc hội về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ Chương trình; Nghị định 31/2022/NĐ-CP về hỗ trợ lãi suất từ ngân sách nhà nước (NSNN) đối với khoản vay của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh. Về phía NHNN và ngành ngân hàng sẽ tiếp tục thực hiện chính sách với quyết tâm cao nhất, tiếp tục công tác truyền thông, tuyên truyền đầy mạnh triển khai hỗ trợ lãi suất để các đối tượng quan tâm được tiếp cận chính sách hỗ trợ từ ngân sách. Đồng thời, sẽ dành nguồn lực của chính NHTM để hỗ trợ giảm lãi suất cho khách hàng, góp phần tiết giảm chi phí, đồng hành cùng doanh nghiệp, nền kinh tế theo đúng chủ trương của Quốc hội, Chính phủ.

Đối với tín dụng bất động sản, thời gian tới, NHNN sẽ tiếp tục điều hành chính sách tiền tệ chắc chắn, chủ động, linh hoạt, hiệu quả, phối hợp đồng bộ với chính sách tài khóa và các chính sách kinh tế vĩ mô khác góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế, tạo điều kiện cho các ngành, lĩnh vực kinh tế trong đó có lĩnh vực bất động sản phát triển ổn định, bền vững./.

TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH - NHÂN TỐ QUAN TRỌNG GÓP PHẦN XÂY DỰNG HỆ THỐNG BHTG VỮNG MẠNH

Phòng TTTT - BHTGVN

Trong bối cảnh bùng nổ thông tin như hiện nay, công tác truyền thông chính sách cần được chú trọng, nâng cao tính chuyên, góp phần tạo sự đồng thuận, nâng cao hiệu quả, hiệu lực trong việc thực thi chính sách. Đối với lĩnh vực bảo hiểm tiền gửi (BHTG), truyền thông chính sách về BHTG là một nhân tố quan trọng góp phần xây dựng hệ thống BHTG vững mạnh, góp phần đảm bảo niềm tin của người gửi tiền và sự phát triển ổn định của hệ thống tài chính – ngân hàng.

Hơn 20 năm đưa chính sách vào cuộc sống

Truyền thông chính sách là quá trình liên tục trao đổi thông tin về chính sách của Nhà nước nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các chủ thể trong xã hội, góp phần thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, của nhóm, của cộng đồng và của toàn xã hội. Khi truyền thông hiệu quả, chính sách sẽ tự đi vào đời sống một cách sâu rộng.

Là công cụ sắc bén trong tạo sự đồng thuận xã hội, truyền thông chính sách phải đi trước một bước, luôn đổi mới và đa dạng phương thức thực hiện. Bên cạnh đó, tính chủ động trong thực hiện truyền thông chính sách cũng cần được đẩy mạnh ở tất cả các cấp, các ngành.

Trong số các tổ chức tài chính nhà nước, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) là một tổ chức tương đối đặc thù. Những đặc thù ấy thể hiện ở cơ chế, khuôn khổ pháp lý, mục đích, mô hình hoạt động, ở lĩnh vực hoạt động, cũng như chức năng, nhiệm vụ được giao. Dù hoạt động theo mô hình công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên do Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ, BHTGVN đã được Luật BHTG quy định rõ ràng về nhiệm vụ tuyên truyền, phổ biến



chính sách pháp luật về BHTG. Do đó, trong công tác truyền thông chính sách mà BHTGVN thực hiện, dù không nằm ngoài các nguyên lý truyền thông cơ bản, song cũng có những điểm riêng điển hình.

Thực tiễn cho thấy, hiểu biết về chính sách BHTG không những giúp trang bị kiến thức cho người gửi tiền nhằm nâng cao khả năng bảo vệ quyền lợi của chính mình, mà còn đảm bảo cho sự phát triển ổn định của hệ thống các tổ chức tín dụng. Chính vì vậy, tích cực đẩy mạnh truyền thông, phổ biến chính sách BHTG chính là một trong những nhân tố quan trọng để củng cố sự an toàn của hệ thống các tổ chức tín dụng.

Trong suốt hơn 23 năm hoạt động,

BHTGVN luôn đa dạng hóa các hoạt động truyền thông để đưa chính sách BHTG vào cuộc sống. Theo đó, BHTGVN đã sử dụng đồng bộ nhiều kênh truyền thông khác nhau, đặc biệt là phát triển các ấn phẩm truyền thông như website và Bản tin BHTG. Báo chí, phát thanh, truyền hình là một trong những kênh truyền thông gián tiếp được BHTGVN sử dụng hiệu quả nhằm xây dựng nhận thức chung về chính sách BHTG đối với công chúng, góp phần tạo nên sự đồng thuận chung. Những năm qua, BHTGVN tích cực tổ chức các sự kiện tuyên truyền với các hình thức đa dạng, phù hợp với nhu cầu, thị hiếu, mức độ nắm bắt thông tin của đối tượng công chúng mục tiêu, chính sách BHTG được truyền tải một cách sinh động, gần gũi. Thông qua cảm nang BHTG với những thông tin thiết

thực, cụ thể về các vấn đề cốt lõi của chính sách BHTG đã đáp ứng được nhu cầu thông tin về BHTG của công chúng, giải thích cho những thắc mắc, băn khoăn của người gửi tiền. Bên cạnh đó, BHTGVN đã phối hợp với Tổng công ty Bưu điện Việt Nam mở rộng tuyên truyền tại các điểm giao dịch bưu điện trên toàn quốc, tiếp cận gần hơn tới đối tượng công chúng ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa.

Do đặc thù hoạt động, các nghiệp vụ của BHTGVN không tiếp xúc trực tiếp với đối tượng thụ hưởng chính sách BHTG để thông tin, tuyên truyền, nên thời gian qua, BHTGVN tập trung vào việc phối hợp với các tổ chức tham gia BHTG, đặc biệt là các quỹ tín dụng nhân dân, các tổ chức đoàn thể, hiệp hội tại địa phương, các trường đại học và các cơ quan thông tin đại chúng để tuyên truyền chính sách BHTG, cụ thể:

BHTGVN chủ động phối hợp với NHNN chi nhánh các tỉnh, thành tổ chức các sự kiện tuyên truyền chính sách BHTG đến các tổ chức, đoàn thể, các hiệp hội tại địa phương, trong đó tập trung vào các địa bàn có các tổ chức tín dụng yếu kém đang hoạt động.

Phối hợp với các quỹ tín dụng nhân dân tổ chức tuyên truyền chính sách BHTG cho cán bộ của đơn vị và người dân thông qua các hội nghị khách hàng, tọa đàm, các buổi giao lưu giữa chuyên gia kinh tế và quỹ tín dụng nhân dân để tuyên truyền về chính sách BHTG; tham gia tuyên truyền tại các Đại hội thường niên hoặc các sự kiện do quỹ tín dụng nhân dân tổ chức.

Tăng cường các hoạt động cộng đồng của địa phương, qua đó mang

hình ảnh của BHTGVN đến gần với cộng đồng, hòa nhập trong cộng đồng, khuyến khích cộng đồng tìm hiểu, quan tâm đến chính sách BHTG, nắm bắt được chính sách BHTG của Đảng và Nhà nước.

Tăng cường sự tiếp cận và tích cực tuyên truyền chính sách BHTG hướng tới sinh viên khối kinh tế các trường đại học - những người trẻ đang được đào tạo về kinh tế, đồng thời đã, đang và sẽ là những người gửi tiền là một hình thức tuyên truyền tích cực, hiệu quả được BHTGVN triển khai thời gian qua. Đây được coi là thể hệ mới, bằng hành động của mình, sẽ tạo nên xu hướng hành vi tài chính hiện đại, có sức lan tỏa rộng rãi trong cộng đồng.

Tại mỗi sự kiện, các đại biểu và người gửi tiền được chia sẻ nhiều nội dung cốt lõi về chính sách BHTG hiện hành và hoạt động của BHTGVN thông qua phần thuyết trình, phóng sự và phần giải đáp thắc mắc trực tiếp giữa Hội đồng cố vấn và người gửi tiền. Đây là dịp để công chúng tiếp cận nguồn thông tin chính thống về những căn cứ pháp lý bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền, góp phần nâng cao nhận thức và sự quan tâm của mỗi cá nhân đối với chính sách tiền tệ - ngân hàng - BHTG của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước. Từ đó, mỗi người đều có thể trở thành tuyên truyền viên đồng hành với BHTGVN lan tỏa chính sách BHTG đến cộng đồng nơi cư trú. Bên cạnh đó, các phản hồi từ cơ sở cũng là kênh thông tin có giá trị để góp phần từng bước hoàn thiện các quy định, chính sách BHTG theo thông lệ quốc tế, phù hợp với thực tế hoạt động của hệ thống ngân hàng Việt Nam

Ngoài ra, BHTGVN cũng luôn chú trọng tạo lập và duy trì tốt mối quan

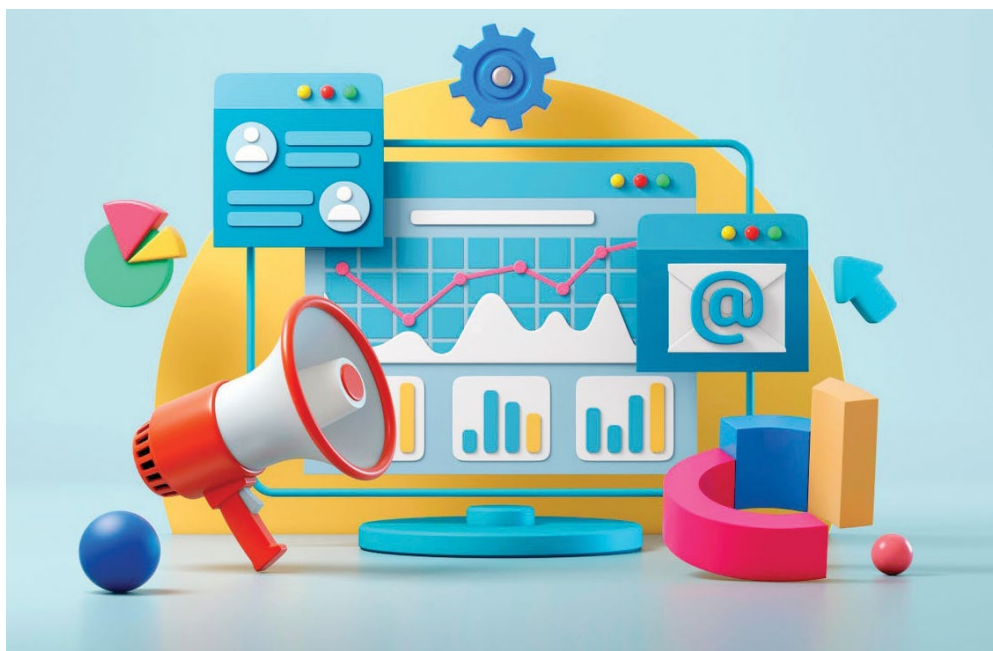
hệ với các cơ quan Bộ, Ban, Ngành, Quốc hội, Cơ quan quản lý Nhà nước, các chuyên gia kinh tế, lập pháp... để phối hợp tổ chức hội nghị, hội thảo trao đổi về chính sách BHTG và các sự kiện mang tính cộng đồng.

Nhìn chung, hoạt động truyền thông chính sách của BHTGVN đã góp phần truyền tải thông điệp về BHTG tới công chúng nói chung, người gửi tiền nói riêng. BHTGVN đã tổ chức truyền thông với nhiều hình thức, công cụ đến người gửi tiền, giúp mang hình ảnh của tổ chức BHTG đến với công chúng, thực hiện tốt nhiệm vụ truyền thông chính sách BHTG đã được quy định tại Luật BHTG. BHTGVN đã xây dựng được đội ngũ cộng tác viên là những chuyên gia kinh tế, các nhà quản lý uy tín, đội ngũ nhân viên có trình độ và thường xuyên được tập huấn nghiệp vụ về báo chí và truyền thông, dẫn dắt tới nghiên cứu, áp dụng công nghệ hiện đại vào việc truyền thông chính sách BHTG đến người gửi tiền. Đánh giá tại chỗ đối với các sự kiện tuyên truyền cho thấy, việc truyền thông chính sách BHTG là cần thiết, phương thức tuyên truyền đang được triển khai là phù hợp.

Trong thời gian tới, BHTGVN sẽ tiếp tục đẩy mạnh hoạt động truyền thông chính sách, đặt trọng tâm là người gửi tiền, nhất là người gửi tiền tại các QTDND khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa để chính sách BHTG ngày càng lan tỏa và đi vào cuộc sống.

Giải pháp nhằm phát huy vai trò truyền thông chính sách của BHTGVN

Công tác truyền thông chính sách của BHTGVN đã được triển khai với định hướng rõ ràng, thực hiện đồng



bộ, thống nhất trên toàn hệ thống. Tuy nhiên, để phát huy hơn nữa vai trò của truyền thông chính sách, BHTGVN cần thực hiện quyết liệt và đồng bộ những giải pháp cụ thể.

Theo đó, để thực hiện hiệu quả việc truyền thông chính sách BHTG, trước hết cần xây dựng một chiến lược truyền thông phù hợp với từng thời kỳ, dựa theo đó quyết định đối tượng, thông điệp, công cụ, và ngân sách truyền thông kèm theo đánh giá định kỳ, tối thiểu là hàng năm, nhằm đảm bảo phù hợp với thực tiễn triển khai.

Thứ hai, cần đa dạng hóa và cụ thể hóa các đối tượng truyền thông mục tiêu và các công cụ, giải pháp tương ứng.

Thứ ba, cần xây dựng các phương án truyền thông mô phỏng cho các tình huống để đảm bảo công chúng nắm bắt được thông tin kịp thời, tránh các thông tin sai lệch, gây hoang mang trong dư luận khi xảy

ra các tình huống như: rút tiền hàng loạt, đổ vỡ tổ chức tham gia BHTG, các vấn đề xuyên biên giới...

Thứ tư, tổ chức đánh giá định kỳ hiệu quả của hoạt động truyền thông chính sách BHTG thông qua nhiều hình thức như khảo sát, phỏng vấn... nhằm sửa đổi, bổ sung các giải pháp truyền thông chính sách cho phù hợp.

Thứ năm, bên cạnh những phương thức truyền thống, BHTGVN cần ứng dụng công nghệ thông tin, các công cụ số hóa vào việc truyền thông chính sách đến công chúng. Tận dụng và đẩy mạnh kênh truyền thông chính sách trên mạng xã hội; có chiến lược nghiên cứu, thay đổi phương thức quản lý truyền thông chính sách... Đi cùng với đó là nghiên cứu và tìm kiếm giải pháp an ninh truyền thông chính sách hiệu quả.

Thứ sáu, cần đề xuất lên cơ quan có thẩm quyền để quy định cụ thể trách nhiệm của các tổ chức tham

gia BHTG trong việc tham gia tuyên truyền chính sách BHTG, ngoài việc niêm yết Chứng nhận tham gia BHTG còn phải niêm yết công khai thông tin về chính sách BHTG và phối hợp với BHTGVN thực hiện các chương trình truyền thông chính sách về BHTG, tài chính ngân hàng.

Thứ bảy, cần thiết lập một cơ chế chia sẻ thông tin và phối hợp giữa các thành viên trong Mạng an toàn tài chính (NHNN, Bộ tài chính, BHTG, Ủy ban giám sát tài chính).

Trong xu thế hiện đại hóa của hoạt động truyền thông chính sách trên thế giới và ảnh hưởng không nhỏ của cuộc Cách mạng công nghệ 4.0, BHTGVN cần nỗ lực hoàn thiện hoạt động truyền thông chính sách nhằm hoàn thành tốt nhiệm vụ bảo vệ người gửi tiền, góp phần ổn định tài chính - ngân hàng và an sinh xã hội./.

SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI TRONG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH - ƯU THẾ VÀ THÁCH THỨC

Nguyễn Hoàng

Cùng với internet, hiện nay mạng xã hội đang phát triển mạnh mẽ và có sức hấp dẫn lớn với nhiều đối tượng khác nhau trong xã hội. Sự phát triển nhanh chóng của mạng xã hội, ở góc độ nhất định là một trong những kênh quan trọng, góp phần nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông chính sách. Tuy nhiên, mặt trái của mạng xã hội “ảo” nhưng hệ lụy là “thật” buộc các cơ quan, tổ chức, đặc biệt là tổ chức tài chính đặc thù như Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) cần phải cân nhắc, có những giải pháp nhằm khai thác mạng xã hội một cách phù hợp.

Cơ hội cho truyền thông chính sách qua mạng xã hội

Với khả năng kết nối, lan tỏa thông tin nhanh chóng, rộng khắp, với tỷ lệ lớn dân số sử dụng điện thoại thông minh, truy cập Internet và mạng xã hội ngày càng tăng, nhiều cơ quan, tổ chức đã lựa chọn mạng xã hội trong truyền thông chính sách. Tuy nhiên, việc sử dụng kênh thông tin này trong truyền thông chính sách cũng đồng thời đặt ra nhiều thách thức đối với cơ quan quản lý liên quan đến an toàn thông tin và văn minh trên không gian mạng.

Theo Statista (2022), năm 2021, toàn cầu có khoảng 4,26 tỷ người đang sử dụng mạng xã hội và con số này dự kiến sẽ tăng lên gần 6 tỷ vào năm 2027. Tính đến tháng 1/2020, tỷ lệ sử dụng mạng xã hội toàn cầu ở mức 49%. Con số này được dự báo sẽ tăng lên khi cơ sở hạ tầng Internet và các thiết bị di động thông minh giá rẻ có sự phát triển nhanh chóng. Trung bình, người dùng Internet dành 144 phút mỗi ngày trên mạng xã hội, và các ứng dụng nhắn tin tăng hơn nửa giờ kể từ năm 2015. Với khả năng tiếp cận người dùng đông đảo, trực tiếp và nhanh chóng cho thấy mạng xã hội có nhiều ưu thế trong truyền thông chính sách, định hướng kịp thời những vấn đề quan trọng, nhạy cảm. Vì vậy, phương thức truyền tải thông điệp đến công chúng thông qua các kênh truyền thông số, sử dụng mạng



xã hội đã khá phổ biến mặc dù nhiều cơ quan, tổ chức vẫn thận trọng do những mặt trái của mạng xã hội...

Thêm vào đó, lượng người dùng mạng xã hội ở Việt Nam hiện nay chủ yếu ở độ tuổi 18-34. Đây có thể coi là “độ tuổi vàng” của dân số nói chung và là độ tuổi mà truyền thông chính sách cần hướng đến. Công chúng độ tuổi này đang là lực lượng lao động chính của xã hội, là trụ cột trong các gia đình, là đối tượng hướng đến của phần lớn các chính sách. Công chúng trẻ này cũng là đối tượng mà các hoạt động tư tưởng văn hóa cần tác động. Thông qua mạng xã hội, các nhà truyền thông chính sách có thể tiếp cận được đối tượng này một cách dễ dàng, hiệu quả, với chi phí thấp.

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng, mạng xã hội đóng vai trò lớn trong

lưu lượng truy cập vào các báo điện tử. Vì vậy, ngày nay, nhiều cơ quan, tổ chức, đoàn thể đã quan tâm tới việc tiếp cận công chúng của mình thông qua mạng xã hội, thay vì tập trung đầu tư vào giao diện trang chủ như trước kia. Thói quen này của công chúng Việt Nam cũng là lý do khiến cho các doanh nghiệp và cả các cá nhân, nghệ sĩ... đều lựa chọn mạng xã hội là kênh truyền thông chính. Các mạng xã hội đã chiếm tỷ lệ lớn nhất trong thị phần quảng cáo ở Việt Nam.

Như vậy, với khả năng tiếp cận đông đảo nhóm công chúng trẻ, mạng xã hội đã chứng minh hiệu quả trong việc truyền thông hình ảnh các doanh nghiệp và hoàn toàn có khả năng trở thành công cụ đắc lực cho hoạt động truyền thông chính sách.

Ưu thế của việc sử dụng mạng xã hội trong truyền thông chính sách...

Xét về mặt tích cực, mạng xã hội là kênh giúp lan truyền, phổ biến rộng rãi các thông tin chính sách, góp phần quan trọng trong việc phổ biến, tuyên truyền chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; từ đó củng cố niềm tin của quần chúng nhân dân vào đường lối lãnh đạo của Đảng.

Nếu như các phương tiện truyền thông truyền thống thường bị giới hạn bởi khả năng lan truyền thông tin, thì mạng xã hội gần như phá bỏ được ranh giới này. Một thông tin chính sách được đăng tải trên mạng xã hội ngay lập tức có thể tiếp cận được hàng triệu công chúng trên khắp thế giới, và công chúng tiếp tục trở thành người lan tỏa thông tin thông qua hoạt động chia sẻ. Cứ như vậy, thông tin chính sách được lan truyền một cách không giới hạn.

Trên thực tế, ở Việt Nam những năm qua, việc sử dụng mạng xã hội như một kênh truyền thông chính sách quan trọng đã trở nên phổ biến ở các tổ chức chính trị - xã hội và cơ quan báo chí. Hầu hết các cơ quan công quyền từ Trung ương đến địa phương đều có trang fanpage. Các lãnh đạo và cá nhân thuộc các tổ chức cũng sử dụng mạng xã hội như một kênh thông tin. Do vậy, cơ hội cho các mạng xã hội tham gia vào công tác truyền thông chính sách ở Việt Nam lớn hơn nhiều so với những gì đang diễn ra trên thực tế.

Mạng xã hội cũng là nơi để công chúng có thể trao đổi, thảo luận, bày tỏ quan điểm về các thông tin. Khi thông tin chính sách được thảo luận có định hướng trên phạm vi rộng sẽ dễ tạo được sự đồng thuận của cộng đồng đối với các chính sách.

Bên cạnh đó, mạng xã hội cũng là

kênh tương tác hiệu quả với công chúng, giúp thu nhận thông tin phản hồi để nắm bắt và định hướng dư luận xã hội.

Trước đây, khi chưa có sự bùng nổ của các trang mạng xã hội, chủ thể truyền thông rất khó nắm bắt được dư luận của đông đảo công chúng. Ngày nay, nhờ có mạng xã hội, ai cũng có thể trở thành nguồn phát thông tin nên cũng dễ dàng chia sẻ và trao đổi quan điểm, ý kiến cá nhân của mình tới đông đảo mọi người. Hoạt động tương tác giúp tạo ra sự gắn gũi giữa công chúng và chủ thể truyền thông, cung cấp dữ liệu khá đầy đủ về đặc điểm nhu cầu, trình độ, sở thích của từng nhóm công chúng, để chủ thể truyền thông có chiến lược thông tin phù hợp. Đồng thời, hoạt động tương tác cũng giúp chủ thể truyền thông nắm bắt dư luận xã hội nhanh chóng, chính xác để có những định hướng kịp thời, đặc biệt với những chính sách quan trọng.

Thông qua việc bày tỏ quan điểm một cách cởi mở, tự do trong khuôn khổ pháp luật, công chúng mạng xã hội cũng dễ dàng thực hiện quyền phản biện. Đặc biệt, khi có dự thảo luật được đưa ra lấy ý kiến dư luận, mạng xã hội giúp thu thập ý kiến nhanh chóng và rộng rãi. Mạng xã hội còn có một tính năng rất có lợi cho chủ thể truyền thông, đó là những câu hỏi điều tra thăm dò ý kiến công chúng. Dạng câu hỏi thăm dò này rất dễ thực hiện mà hiệu quả lại cao, người trả lời câu hỏi chỉ cần một cú click chuột là đã có thể thể hiện được ý kiến của mình về vấn đề được nêu ra. Thông qua kết quả trả lời phiếu câu hỏi, chủ thể truyền thông có thể rút ra được kết luận cho những vấn đề mà mình đang băn khoăn, đồng thời nắm bắt được xu hướng suy nghĩ của công chúng đối với những sự việc diễn ra trong xã hội. Những kết quả thăm dò này cũng có thể là một tư liệu cho những điều chỉnh chính sách.

Bên cạnh đó, trong bối cảnh xuất hiện nhiều thông tin xấu, độc, người làm truyền thông chính sách có thể sử dụng mạng xã hội như một kênh hiệu quả trong việc phản bác các quan điểm sai trái, chia sẻ kịp thời những thông tin chính thống, ngăn chặn tin giả, tin xuyên tạc, và tranh thủ được sự ủng hộ của quần chúng.

... và những thách thức

Những ưu thế của mạng xã hội trong truyền thông chính sách đã rõ ràng. Tuy vậy, mạng xã hội cũng đang có những tác động tiêu cực đến công tác truyền thông chính sách.

Thứ nhất, mạng xã hội đang bị các thế lực thù địch sử dụng như công cụ chủ yếu để tuyên truyền chống phá, xuyên tạc, kích động quần chúng, đặc biệt trong các sự kiện, vấn đề nóng.

Thứ hai, với số lượng công chúng lớn, nhiều tài khoản ảo, nặc danh, gây nhiều khó khăn cho công tác quản lý. Việc ai cũng có thể trở thành người cung cấp thông tin trên mạng xã hội khiến cho tình trạng tin giả, tin sai lệch xuất hiện phổ biến với các hình thức ngày càng tinh vi, gây nhiễu loạn các nguồn tin chính thống. Hơn nữa, công chúng dễ bị lôi kéo bởi tâm lý “đám đông”. Một vài người có ảnh hưởng lại có tư tưởng sai lệch cũng có thể dẫn dắt dư luận, tạo ra hiệu ứng “tẩy chay”, “ném đá” hoặc phản đối các chính sách dù chưa hiểu rõ đúng - sai.

Thứ ba, mạng xã hội đặt ra bài toán đối với công tác bảo mật thông tin, đặc biệt với những thông tin là bí mật quốc gia. Các tài khoản mạng xã hội có thể bị tấn công hoặc xâm nhập, bị đánh cắp thông tin và dữ liệu. Bên cạnh đó, chủ thể truyền thông có thể chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của bảo mật thông tin và mức độ nguy hiểm của việc lộ thông tin cá nhân, tổ chức, nên thường đăng tải các hoạt động hoặc thông tin nội bộ

lên mạng xã hội, vô tình tiếp tay cho các phần tử chống phá, xuyên tạc, gây bất ổn xã hội.

Một số đề xuất đối với công tác truyền thông chính sách trên mạng xã hội

Sử dụng mạng xã hội trong truyền thông chính sách đang là xu hướng phổ biến trên thế giới, thể hiện những ưu thế không thể phủ nhận. Tuy nhiên, mặt trái của mạng xã hội “ảo” nhưng hệ lụy là “thật” buộc các cơ quan, tổ chức phải cân nhắc, đặc biệt là BHTGVN – tổ chức tài chính đặc thù, hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận - nếu sử dụng mạng xã hội, cần có những giải pháp nhằm khai thác mạng xã hội một cách phù hợp; cần trang bị kỹ năng sử dụng công cụ mạng xã hội để đạt được hiệu quả cao trong công tác truyền thông chính sách.

Thứ nhất, lựa chọn các kênh mạng xã hội phù hợp. Thực tế, trên internet hiện nay có nhiều mạng xã hội khác nhau, người dùng có thể lựa chọn bất kỳ một mạng xã hội nào phù hợp với nhu cầu, sở thích, hay mục đích của mình. Tuy nhiên, ở góc độ bảo đảm hoạt động truyền thông chính sách được thông suốt và hiệu quả, cần thiết chọn lựa những nền tảng mạng xã hội phổ biến, dễ dùng và có tính bảo mật cao.

Theo báo cáo của We are social, tính đến tháng 2/2022, ở Việt Nam, những mạng xã hội phổ biến là Facebook, Zalo, Messenger, Tik Tok, Instagram. Trong đó, 93,8% người có độ tuổi từ 16 tới 64 đang sử dụng internet ở Việt Nam có sử dụng Facebook, với các nền tảng mạng xã hội phổ biến khác như Zalo hay Messenger, tỷ lệ tương ứng là 91,3% và 82,2%.

Tuy nhiên, nếu như Youtube giữ vị trí số 1 ở bảng xếp hạng năm 2021, thì năm 2022, Tik Tok - nền tảng video

ngắn đang nổi lên như một sự thay thế. Người làm truyền thông chính sách cần nắm bắt xu thế để tiếp cận được đông đảo công chúng hơn.

Với lợi thế của sự phổ biến và tính dễ dùng, Facebook và Zalo là những nền tảng mạng xã hội được nhiều cơ quan lựa chọn như kênh giao tiếp, kết nối chủ đạo trong đơn vị của mình. Tuy nhiên, mỗi mạng xã hội lại có lợi thế và phương thức hoạt động khác nhau. Có mạng xã hội thì phổ biến hơn, tuy nhiên lại không được đánh giá cao về tốc độ và lợi thế trong chuyển tải thông tin. Trong khi đó, có mạng xã hội dù bảo đảm tính dễ dùng nhưng lại không được coi trọng ở khâu bảo mật thông tin. Chính vì vậy, cần dựa vào điều kiện, hoàn cảnh, nhu cầu, mục đích của mình để lựa chọn nền tảng mạng xã hội cho hoạt động kết nối một cách phù hợp.

Thứ hai, tăng cường bảo mật thông tin. Về mặt kỹ thuật, cần đẩy mạnh ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ để làm tốt công tác bảo mật đường truyền mạng, bảo mật cổng thông tin, trang thông tin điện tử; tăng cường các giải pháp bảo đảm an ninh, an toàn thông tin mạng, tạo dựng các “tường lửa” để phòng, chống hiệu quả tin tặc tấn công, lấy cắp thông tin nội bộ, thông tin thuộc bí mật nhà nước trên mạng máy tính. Bên cạnh đó, cũng cần tập huấn, xây dựng bộ quy tắc ứng xử cho các cán bộ, nhân viên.

Thứ ba, xây dựng đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, phụ trách sản xuất nội dung riêng cho mạng xã hội. Kỹ năng sử dụng mạng xã hội như một kênh truyền thông chính sách, tương tác với công chúng là một hoạt động còn khá mới mẻ; phương thức hoạt động trên mạng xã hội khác rất nhiều với các phương thức truyền thông, kết nối truyền thống. Do đó, để bảo đảm việc sử dụng mạng xã hội một cách hiệu quả, cần xây dựng và đào tạo đội

ngũ nhân sự chuyên nghiệp, giỏi kỹ năng sử dụng mạng xã hội như một kênh truyền thông chính thức. Nhóm nhân lực sẽ hỗ trợ chọn lựa, xây dựng và duy trì các nền tảng mạng xã hội phù hợp với đơn vị và phù hợp với công chúng của mình.

Thứ tư, cần xác định mỗi cá nhân là một chủ thể truyền thông chính sách trên mạng xã hội. Vì vậy, cần phải xây dựng quy tắc ứng xử trên mạng xã hội phù hợp với tính chất thông tin của mình. Đồng thời, hướng dẫn cán bộ, người lao động thực hiện nghiêm quy tắc, có những phát ngôn phù hợp, thúc đẩy sự tham gia tích cực của họ vào công tác truyền thông chính sách.

Thứ năm, “cá nhân hóa” thông tin, tăng cường tương tác với công chúng. “Cá nhân hóa” có thể hiểu là một hình thức tương tác giữa người dùng với hệ thống, sử dụng các tính năng công nghệ để điều chỉnh nội dung, phân phối và sắp xếp thông tin cho phù hợp với sở thích của từng người. Mục tiêu của “cá nhân hóa” là tương tác với công chúng thực sự như những cá nhân riêng biệt. Như vậy, cùng một thông điệp nhất quán, nhưng nội dung và hình ảnh gửi đến cho công chúng có thể khác nhau...

Thông tin chính sách cần phải được lan truyền rộng khắp, tạo ra nhận thức chung cho toàn dân. Nhưng chắc chắn một cách truyền tải tin giống nhau lại không thể thỏa mãn tất cả đối tượng công chúng ở các độ tuổi, ngành nghề, thị hiếu khác nhau. Giả sử người làm truyền thông lựa chọn theo phong cách phục vụ đối tượng trẻ, thì có thể lại bỏ lỡ mất cơ hội tiếp cận các đối tượng khác. Vì vậy, ứng dụng trí tuệ nhân tạo để “cá nhân hóa” thông tin, gửi tới mỗi người một phiên bản thông tin phù hợp nhu cầu và thị hiếu của họ... giúp tăng cơ hội tiếp cận và truyền tải thông điệp hiệu quả hơn./.

NÂNG CAO HIỆU QUẢ TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH BẢO HIỂM TIỀN GỬI TRÊN ĐỊA BÀN KHU VỰC ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Chi nhánh BHTGVN khu vực ĐBSCL

Trong bối cảnh quá trình tái cơ cấu các tổ chức tín dụng (TCTD) đang được thúc đẩy mạnh mẽ, vai trò của Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) - công cụ chính sách của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) trong bảo vệ người gửi tiền và đảm bảo sự phát triển an toàn, lành mạnh hoạt động ngân hàng - đang là vấn đề thu hút sự quan tâm của công chúng. Do đối tượng thụ hưởng là cả cộng đồng nên tuyên truyền chính sách BHTG là một trong những nghiệp vụ quan trọng của BHTGVN.

Được giao quản lý 157 TCTD (bao gồm 3 ngân hàng thương mại và 154 quỹ tín dụng nhân dân (QTDND) trên địa bàn 13 tỉnh, thành khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, những năm qua, bên cạnh các nghiệp vụ quan trọng của BHTGVN như kiểm tra, giám sát, chi trả BHTG, Chi nhánh BHTGVN khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (Chi nhánh) luôn xác định truyền thông chính sách là hoạt động mũi nhọn nhằm củng cố và nâng cao niềm tin của người gửi tiền vào hoạt động các TCTD.

Truyền thông qua các hoạt động nghiệp vụ

Vào thời điểm thành lập, tại khu vực Chi nhánh quản lý có tới gần 50% số QTDND hoạt động yếu kém, niềm tin của người dân đối với hệ thống QTDND bị giảm sút. Thực hiện chỉ đạo của BHTGVN, Chi nhánh đã gấp rút triển khai công tác truyền thông chính sách BHTG bám sát định hướng của BHTGVN. Theo đó, thông qua các hội nghị tuyên truyền được tổ chức tại các địa bàn khác nhau trong khu vực, Chi nhánh đã truyền tải đến đại diện các cơ quan, ban ngành về cơ chế, chính sách BHTG, đặc biệt là những thay đổi quan trọng trong chính sách để phù hợp với sự phát triển kinh tế, tài chính của đất nước. Đây có thể xem là những dấu ấn, tạo sự khởi đầu tốt đẹp cho việc triển khai các hoạt động nghiệp vụ BHTG tại khu vực. Khẳng định sự đúng đắn của



Ông Nguyễn Minh Nhứt - Phó Giám đốc Chi nhánh trình bày các nội dung tuyên truyền chính sách BHTG

chính sách BHTG qua công tác tuyên truyền, sự thành công trong việc chi trả tiền gửi được bảo hiểm cho người gửi tiền tại 03 QTDND Giồng Riềng, An Hoà, Giục Tượng bị mất khả năng thanh toán thời gian đầu và việc chi trả cho 397 người gửi tiền tại 6 QTDND tại tỉnh Kiên Giang với tổng số tiền 8,2 tỷ đồng trước năm 2005 đã có sức lan tỏa mạnh mẽ, tạo ảnh hưởng sâu rộng, làm thay đổi cách nghĩ, ngày càng củng cố niềm tin của người dân về hoạt động ngân hàng.

Bên cạnh đó, thông qua phương tiện báo chí địa phương và Trung ương, Chi nhánh cũng xây dựng kế hoạch tuyên truyền chi tiết trước và sau khi chi trả, từ đó giúp người dân an tâm tiếp tục gửi tiền vào các tổ chức tham gia BHTG, góp phần thu hút nguồn vốn nhàn rỗi trong dân và đẩy mạnh hiệu

quả hoạt động của hệ thống tín dụng tại khu vực phát triển ngày càng bền vững.

Trong quá trình kiểm tra các tổ chức tham gia BHTG, cán bộ Chi nhánh cũng đã tư vấn, giải đáp các vấn đề liên quan đến mục tiêu và chính sách BHTG, chức năng bảo vệ người gửi tiền để công chúng nói chung và người gửi tiền, tổ chức tham gia BHTG nói riêng hiểu rõ lợi ích của chính sách BHTG và tổ chức BHTG, từ đó nâng cao niềm tin, xây dựng hình ảnh Chi nhánh. Đối tượng tuyên truyền là lãnh đạo, cán bộ làm công tác tiếp nhận tiền gửi, để các đối tượng này hiểu biết chính xác về BHTG, qua đó có thể tư vấn cho người gửi tiền tại quầy giao dịch. Đây là con đường ngắn nhất, thiết thực nhất giúp củng cố niềm tin người gửi tiền. Các năm gần đây, trong quá trình kiểm

tra, Chi nhánh còn cung cấp vật phẩm tuyên truyền có logo, slogan và mang thông tin về BHTG cho khách hàng đến giao dịch tại 20 QTDND, và cho người gửi tiền được đối chiếu tại 4 QTDND được thực hiện kiểm tra theo chỉ đạo của Thống đốc NHNN (năm 2022 và 6 tháng đầu năm 2023).

Truyền thông qua các sự kiện, hội thảo

Để công tác truyền thông chính sách đạt hiệu quả cao, Chi nhánh đã tổ chức tuyên truyền trực tiếp đến các đối tượng công chúng thông qua các kỳ Hội nghị tổng kết, Đại hội cổ đông, Đại hội thường niên của các tổ chức tham gia BHTG. Từ năm 2018 đến nay, Chi nhánh đã cử đại diện lãnh đạo trực tiếp tham dự trên 40 sự kiện để phổ biến, tuyên truyền chính sách pháp luật về BHTG. Bên cạnh việc phổ biến, tuyên truyền các quy định của pháp luật về BHTG, lãnh đạo Chi nhánh còn chia sẻ thông tin về vai trò đồng hành của BHTGVN trong việc góp phần giúp các QTDND hoạt động đảm bảo an toàn, hiệu quả.

Bên cạnh đó, Chi nhánh làm đầu mối phối hợp với chi nhánh NHNN và ngân hàng HTX các tỉnh, thành phố tổ chức các hội thảo, sự kiện tuyên truyền chính sách BHTG tại các địa bàn trọng yếu trong khu vực như Cần Thơ, Trà Vinh, Đồng Tháp, Long An, Bến Tre, An Giang, Sóc Trăng. Đây cũng là một trong các yêu cầu đối với BHTGVN của Thống đốc NHNN tại Chỉ thị 06/CT-NHNN ngày 02/10/2018 về việc chấn chỉnh, tăng cường phòng, chống, ngăn ngừa vi phạm pháp luật nhằm đảm bảo an ninh, an toàn hoạt động trong hệ thống QTDND. Các hội thảo và sự kiện đều thu hút số lượng lớn đại biểu tham dự. Tại một số hội thảo, sự kiện, ngoài việc cung cấp thông tin, các quy định mới về BHTG, BHTGVN còn tiếp nhận ý kiến thảo luận, giải đáp thắc mắc về chính sách BHTG, cung cấp cho đại biểu nhiều thông tin hữu ích trong việc áp dụng, vận dụng, tuân thủ các quy

định của pháp luật trong hoạt động của QTDND liên quan đến quyền lợi người gửi tiền như: việc sử dụng sổ tiết kiệm theo mẫu do ngân hàng HTX ban hành, các biện pháp để người gửi tiền tra cứu khoản tiền gửi tại QTDND, biện pháp QTDND thông báo cho người gửi tiền khi có thay đổi đối với khoản tiền gửi; cách ghi sổ tiết kiệm trong trường hợp người gửi tiền rút trước hạn một khoản tiền gửi tiết kiệm...

Truyền thông qua các phương tiện thông tin đại chúng

Sau khi Luật BHTG có hiệu lực thi hành, Chi nhánh xác định công tác truyền thông đóng vai trò củng cố, hoàn thiện cơ chế, từ đó đưa chính sách BHTG đi vào cuộc sống. Theo đó, Chi nhánh đã đa dạng hóa các kênh truyền thông chính sách, cụ thể: viết tin, bài đăng trên các báo điện tử và báo giấy. Nội dung bài viết tập trung vào hoạt động của Chi nhánh, nghiệp vụ chuyên sâu về kiểm tra, kiểm soát đặc biệt, giám sát, truyền thông về Luật BHTG và tiền gửi được bảo hiểm. Có thể nói, kênh truyền thông này được duy trì thực hiện đều đặn và tin tức được lan tỏa kịp thời vào một số đối tượng cụ thể có theo dõi các hoạt động ngân hàng qua báo chí và internet. Chi nhánh còn phối hợp với Ban Tổ chức Năm du lịch quốc gia Mekong Cần Thơ tuyên truyền về hoạt động của BHTGVN; vận động các tầng lớp dân cư trong khu vực tham gia hơn 3 ngàn bài dự thi cuộc thi Tìm hiểu về BHTG; tham gia Hội chợ triển lãm thành tựu 10 năm xây dựng và phát triển vùng ĐBSCL; phối hợp với Liên đoàn Lao động TP. Cần Thơ tổ chức giao lưu tuyên truyền chính sách BHTG tại Hội nghị công tác nữ công; phối hợp với Ban Chấp hành Đoàn Thanh niên khoa Kinh tế trường Đại học Cần Thơ tổ chức cuộc thi “Tìm hiểu về pháp luật BHTG và hoạt động của BHTGVN” và chương trình giao lưu với sinh viên thu hút gần 5.000 bài dự thi. Phối hợp với Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh - phân hiệu Vĩnh Long tổ chức tuyên truyền chính sách

BHTG cho sinh viên ngành Tài chính ngân hàng. Chi nhánh đã phát trên 15 ngàn tờ rơi tuyên truyền hoạt động của BHTGVN; hơn 40 ngàn tờ rơi về hạn mức trả tiền mới đến với đa dạng đối tượng tuyên truyền... Có thể nói, công tác tuyên truyền tại Chi nhánh là một “cầu nối” giữa BHTGVN với công chúng và các tổ chức tại địa phương, từ đó góp phần tích cực trong việc truyền tải thông tin, chính sách về hoạt động BHTG của Đảng và Chính phủ.

Chi nhánh còn phối hợp với các đài truyền hình địa phương thực hiện các phóng sự tuyên truyền về chính sách BHTG và hoạt động của BHTGVN. Các đợt tuyên truyền trên sóng truyền hình tại khu vực ĐBSCL đạt hiệu quả cao, tiếp cận được rộng rãi tới các tầng lớp nhân dân, đặc biệt là người dân ở vùng sâu, vùng xa có thói quen theo dõi đài truyền hình địa phương.

Có thể thấy, hơn 20 năm qua, nỗ lực đổi mới, đa dạng hình thức trong công tác tuyên truyền chính sách BHTG được Chi nhánh triển khai có hiệu quả, đáp ứng được nhu cầu tăng dần thông tin chính sách BHTG của người dân. Điều này góp phần quan trọng trong hành vi, thói quen ứng xử của người gửi tiền khi có những thông tin mang tính tiêu cực trên địa bàn. Công tác tuyên truyền còn góp phần tích cực trong việc bảo vệ quyền lợi của người gửi tiền, bảo đảm cho hệ thống ngân hàng tại khu vực phát triển an toàn, bền vững. Phát huy những kết quả đạt được, trong thời gian tới, Chi nhánh sẽ tiếp tục triển khai hiệu quả chính sách BHTG, tăng cường phối hợp với các đơn vị liên quan để xuất các nội dung sửa đổi, bổ sung Luật BHTG; bám sát định hướng và chỉ đạo tuyên truyền của BHTGVN; tạo sự chuyên nghiệp trong hoạt động truyền thông và thống nhất quản lý toàn bộ hình ảnh tổ chức, đảm bảo truyền thông hỗ trợ tốt cho chuyên môn, từ đó giúp cho người dân ngày càng am hiểu hơn về chính sách BHTG cũng như hoạt động của BHTGVN/.

TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH BẢO HIỂM TIỀN GỬI TẠI QUỸ TÍN DỤNG NHÂN DÂN TRÊN ĐỊA BÀN TÂY BẮC BỘ

Hà Quang

Giám đốc Chi nhánh BHTGVN khu vực Tây Bắc Bộ

Trong bối cảnh Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đang đẩy mạnh tái cơ cấu hệ thống Quỹ tín dụng nhân dân (QTDND), công tác truyền thông chính sách bảo hiểm tiền gửi (BHTG) được xác định là một nhiệm vụ trọng tâm của Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN), đặc biệt tại các vùng nông thôn, miền núi khu vực Tây Bắc Bộ.

“Mũi nhọn” của công tác truyền thông chính sách BHTG

Từ khi có Luật BHTG 2012, BHTGVN đã từng bước hoạch định mục tiêu tuyên truyền trong từng thời kỳ, phân nhóm đối tượng công chúng mục tiêu và lựa chọn các hình thức tuyên truyền phù hợp với từng nhóm đối tượng xác định. Đặc biệt những năm gần đây, BHTGVN đặt ra mục tiêu hướng tới đối tượng công chúng ở địa phương, trọng tâm là người gửi tiền khu vực nông thôn cũng là địa bàn hoạt động của nhiều QTDND, chiếm số lượng lớn trong tổng số các tổ chức tham gia BHTG trên cả nước. Bởi đây là nhóm công chúng ít có điều kiện tiếp cận với thông tin, kiến thức về lĩnh vực tài chính - ngân hàng và BHTG nên rất dễ bị tổn thương trước các thông tin trái chiều.

Sau hơn 23 năm đi vào hoạt động, BHTGVN đã xây dựng mạng lưới BHTG với trụ sở chính tại Hà Nội và 8 chi nhánh tại các vùng kinh tế trọng điểm của cả nước nhằm theo sát bước phát triển của các tổ chức tín dụng (TCTD). Hiện BHTGVN đang bảo vệ cho tiền gửi của người gửi tiền tại 1.280 tổ chức tham gia BHTG, gồm 96 ngân hàng và chi nhánh ngân hàng nước



ngoài, 1.179 quỹ tín dụng nhân dân, 01 ngân hàng hợp tác xã và 04 tổ chức tài chính vi mô.

Được BHTGVN giao phụ trách 101 QTDND trên địa bàn 08 tỉnh Tây Bắc, với địa bàn hoạt động chủ yếu là các địa phương biên giới miền núi - nơi điều kiện kinh tế và cơ sở hạ tầng còn nhiều hạn chế, dân cư phần đông là đồng bào các dân tộc thiểu số có đời sống khó khăn, nhiều nguy cơ bị lợi dụng, lôi kéo vào các hình thức “tín dụng đen”, Chi nhánh BHTGVN khu vực Tây Bắc Bộ (Chi nhánh) xác định nâng cao nhận thức công chúng (với trọng tâm là người gửi tiền tại QTDND) về chính sách BHTG là “mũi nhọn” của công tác truyền thông,

góp phần củng cố vững chắc niềm tin nhân dân, hướng tới gìn giữ sự an toàn, lành mạnh của hệ thống ngân hàng. Vì vậy, từ những ngày đầu mới thành lập, nằm trong định hướng triển khai đồng bộ và nâng cao chất lượng hoạt động nghiệp vụ BHTG, công tác truyền thông chính sách cũng được Chi nhánh đặc biệt quan tâm triển khai theo chiều hướng đa dạng các giải pháp thực tế, đưa công tác tuyên truyền, phổ biến chính sách pháp luật về BHTG đi vào đời sống, đạt hiệu quả cao.

Xác định rõ sự cần thiết của truyền thông chính sách tới người gửi tiền tại QTDND, thời gian qua, Chi nhánh đã tích cực nghiên cứu,

tham khảo những mô hình truyền thông hiệu quả để vận dụng linh hoạt vào thực tế, đồng thời chú trọng đa dạng hình thức và đổi mới nội dung, hướng tới xây dựng hình ảnh tổ chức BHTG gắn gũi với cuộc sống nhân dân, có mối liên hệ mật thiết với quyền lợi của người gửi tiền, từ đó góp phần gia tăng niềm tin công chúng, thúc đẩy hiệu quả hoạt động QTDND.

Những “bước đi” vào thực tế

Tuyên truyền trực tiếp chính sách BHTG tới người gửi tiền tại QTDND, đặc biệt là người dân ở nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa, là hoạt động thường niên được Chi nhánh ưu tiên triển khai và nhân rộng với mong muốn người gửi tiền được trực tiếp tiếp cận và hiểu đúng về chính sách BHTG, có kiến thức để bảo vệ bản thân trước các nguy cơ rủi ro và thêm niềm tin vào hệ thống ngân hàng. Từ khi chính thức đi vào hoạt động đến nay, các sự kiện tuyên truyền của Chi nhánh nhận được rất nhiều sự quan tâm, chú ý với con số tiếp cận đạt gần 5000 người, bao gồm các đại biểu, khách mời trong và ngoài ngành Ngân hàng, và phần lớn là thành viên gửi tiền tại các QTDND trên địa bàn. Với hình thức tuyên truyền trực tiếp, các vấn đề chính sách được truyền tải rõ ràng tới người gửi tiền. Đồng thời, những phản hồi từ cơ sở là nguồn thông tin rất có giá trị, góp phần từng bước hoàn thiện chính sách BHTG và nâng hiệu quả công tác tuyên truyền của Chi nhánh. Bên cạnh đó, thông qua tuyên truyền trực tiếp, sự gắn kết về niềm tin trên cơ sở sự thấu hiểu giữa BHTGVN với các TCTD và người gửi tiền ngày càng được nâng cao, góp phần đưa hình ảnh BHTGVN đến gần hơn với công

chúng thông qua bộ nhận diện thương hiệu của BHTGVN, cùng với khẩu hiệu “Bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền”.

Song hành với hoạt động tuyên truyền trực tiếp, Chi nhánh đã tiến hành phân bổ các ấn phẩm, vật phẩm truyền thông tới các thành phần đại biểu, khách mời và người gửi tiền tại quý. Việc “định vị” khéo léo thông tin, hình ảnh và thông điệp của BHTGVN vào những vật phẩm thiết yếu với cuộc sống đã hỗ trợ rất tích cực cho công tác truyền thông, mang sự gần gũi và “đời sống hóa” chính sách BHTG đến tay người gửi tiền. Trong số các ấn phẩm tuyên truyền do BHTGVN phát hành, cuốn Cẩm nang BHTG dành cho người gửi tiền là tài liệu quan trọng, chắt lọc những vấn đề cơ bản nhất của chính sách BHTG cũng như những thông tin thiết thực đối với người gửi tiền. Với chức năng đó, Chi nhánh đã phân bổ 400 cuốn Cẩm nang cho người gửi tiền tại các sự kiện phối hợp

tuyên truyền chính sách BHTG với QTDND trên địa bàn theo hướng dẫn của BHTGVN. Qua đó, người gửi tiền có thể nắm bắt rõ quyền lợi của bản thân, là cơ sở để chính sách BHTG phát huy hiệu quả vai trò trong thực tiễn.

Bên cạnh tuyên truyền trực tiếp, hình thức tuyên truyền trực quan cũng được Chi nhánh chú trọng đẩy mạnh. Hệ thống standee, backdrop, banner... hỗ trợ cho các sự kiện tuyên truyền chính sách BHTG được thiết kế nội dung phù hợp với nhu cầu thông tin của người gửi tiền tại QTDND, đặc biệt là những vấn đề liên quan đến tổ chức tham gia BHTG và quyền lợi của người gửi tiền. Đặc biệt, trước tình hình căng thẳng của dịch bệnh thời gian qua, để ứng phó linh hoạt với điều kiện thực tế, Chi nhánh đã tập trung tăng cường áp dụng hình thức tuyên truyền trực quan nhằm ngăn chặn nguy cơ lây lan dịch bệnh, đồng thời đảm bảo duy trì công tác truyền thông



chính sách BHTG tới người gửi tiền, cụ thể như lắp đặt bảng hiệu tuyên truyền chính sách BHTG với nội dung “Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam - Bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự ổn định của hệ thống các tổ chức tín dụng, bảo đảm sự phát triển an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng” tại 39 QTDND trên địa bàn tỉnh Phú Thọ và 31 QTDND trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc; phát hành 18.000 tờ gấp tuyên truyền tới người gửi tiền tại QTDND với những thông tin trọng điểm của chính sách BHTG, trong đó nhấn mạnh đến vai trò của BHTGVN trong việc bảo vệ vững chắc quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền. Tại mỗi tờ gấp, Chi nhánh xác lập hệ thống đầu mối thông tin, bao gồm đội ngũ tập trung nghiên cứu về chính sách BHTG và các văn bản liên quan để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu thông tin cần thiết của người gửi tiền.

Để chính sách BHTG đến gần hơn với người gửi tiền

Việc thông tin đến người gửi tiền về chính sách BHTG sẽ hỗ trợ tích cực trong việc xây dựng hình ảnh tổ chức BHTG gắn bó mật thiết với quyền lợi của người gửi tiền. Đó là cơ sở để “nuôi dưỡng” niềm tin công chúng đối với hệ thống ngân hàng. Chính vì vậy, công tác truyền thông chính sách của BHTGVN luôn được triển khai với định hướng rõ ràng, với từng nhóm đối tượng mục tiêu cụ thể và được thực hiện đồng bộ, thống nhất trên toàn hệ thống. Tuy nhiên, đây vẫn còn là một hoạt động khá nhạy cảm đối với công chúng, đặc biệt tại vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa như khu vực Tây Bắc Bộ. Chi nhánh trong quá trình triển khai đã ghi

nhận một số khó khăn đặc thù như: về phía đơn vị phối hợp là QTDND, một số đơn vị chưa nhận thức rõ vai trò quan trọng của công tác truyền thông chính sách BHTG tới người gửi tiền, coi đó là nhiệm vụ riêng của BHTGVN, còn nhầm lẫn khái niệm giữa “tuyên truyền chính sách” và “quảng cáo hình ảnh”; về phía người gửi tiền, vẫn tồn tại một bộ phận không nhỏ người dân quan tâm đến lợi nhuận trước mắt hơn là an toàn tiền gửi, dẫn đến thái độ chưa đúng đắn trong việc tiếp nhận chính sách BHTG, từ đó đánh mất quyền lợi chính đáng của mình; đối với Chi nhánh, việc thiếu nhân sự chuyên trách thực hiện công tác truyền thông chính sách tạo nên không ít khó khăn đối với công tác tổ chức sự kiện, đồng thời việc đa dạng hóa các ý tưởng, sáng kiến, kịch bản truyền thông, góp phần tạo nên sự mới mẻ, thu hút các nhóm đối tượng là người gửi tiền ở vùng nông thôn cũng chưa thực sự đạt hiệu quả cao.

Để khắc phục những khó khăn trên, về phía QTDND, cần đẩy mạnh công tác truyền thông chính sách BHTG đối với cán bộ quỹ, khẳng định vai trò của chính sách BHTG đối với hoạt động của QTDND, từ đó góp phần tăng cường hiệu quả phối hợp giữa BHTGVN và QTDND trong việc thông tin chính sách BHTG tới người gửi tiền.

Về phía người gửi tiền, cần đảm bảo nội dung tuyên truyền được xây dựng đơn giản, dễ hiểu với trọng tâm là vai trò của chính sách BHTG đối với người gửi tiền cũng như những quyền lợi người gửi tiền nhận được từ chính sách BHTG; tăng cường truyền thông chính sách trên không gian mạng và những nền tảng có số lượng

tiếp cận lớn; áp dụng các hình thức ghi nhận phản hồi từ người gửi tiền để làm cơ sở nâng cao chất lượng công tác truyền thông.

Về phía Chi nhánh, cần đảm bảo đội ngũ nhân lực có khả năng đáp ứng khối lượng nhiệm vụ được giao; không ngừng tăng cường năng lực chuyên môn, tính chủ động, tính sáng tạo của cán bộ thực hiện nhiệm vụ, đảm bảo tính chuyên nghiệp và hiệu quả; bố trí đúng người đúng việc phù hợp với năng lực sở trường.

Mang chính sách BHTG đến gần hơn với người gửi tiền là một quá trình không ngừng nghỉ của những người làm công tác truyền thông BHTGVN, đòi hỏi những ý tưởng, sự trải nghiệm, quá trình tích lũy, khả năng tư duy làm mới, những đột phá sáng tạo và đặc biệt là sự chung tay vào cuộc của các cơ quan hữu quan cũng như sự hợp tác của người gửi tiền. Thời gian tới, Chi nhánh sẽ tiếp tục có những việc làm thiết thực để truyền tải hiệu quả thông điệp của BHTGVN nhằm nâng cao nhận thức, xây dựng niềm tin của người gửi tiền tại QTDND nói riêng và hệ thống các TCTD nói chung, góp phần đảm bảo tăng trưởng bền vững hoạt động ngân hàng khu vực Tây Bắc Bộ./.

TRUYỀN THÔNG HIỆU QUẢ, CHÍNH SÁCH SẼ TỰ ĐI VÀO ĐỜI SỐNG

Phòng TTTT - BHTGVN

Truyền thông chính sách là quá trình liên tục trao đổi thông tin về chính sách của Nhà nước nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau giữa các chủ thể trong xã hội, góp phần thay đổi nhận thức, tiến tới điều chỉnh hành vi và thái độ phù hợp với nhu cầu phát triển của cá nhân, của nhóm, của cộng đồng và của toàn xã hội. Khi truyền thông hiệu quả, chính sách sẽ tự đi vào đời sống một cách sâu rộng.

Lợi ích của truyền thông chính sách



Một số hướng tiếp cận triển khai truyền thông chính sách của BHTGVN



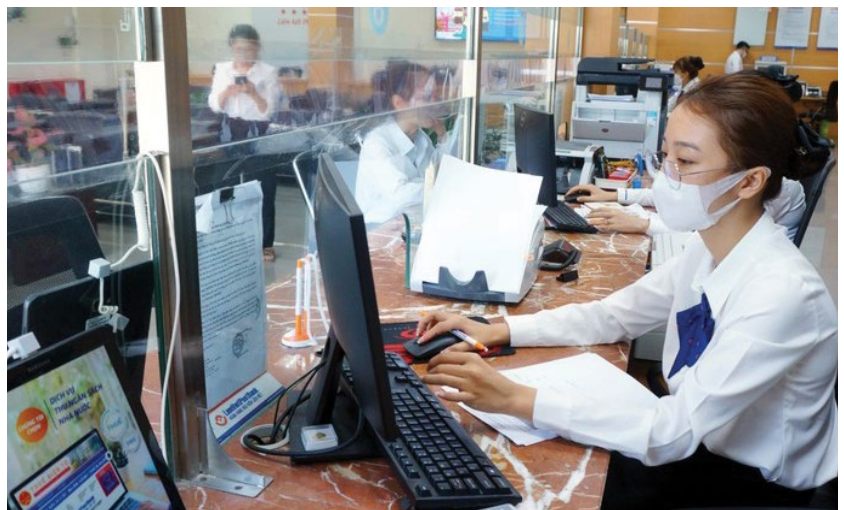
MỘT SỐ VẤN ĐỀ CẦN QUAN TÂM NHẪM TIẾP TỤC PHÁT HUY HIỆU QUẢ CÔNG TÁC KIỂM TRA CỦA BẢO HIỂM TIỀN GỬI VIỆT NAM

Phòng Kiểm tra - BHTGVN

Công tác kiểm tra tại chỗ là một trong những hoạt động cốt lõi của Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN). Trong thời gian qua, hoạt động kiểm tra đã góp phần thực hiện tốt sứ mệnh của BHTGVN là bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự ổn định của các tổ chức tham gia BHTG và sự phát triển an toàn, lành mạnh hoạt động ngân hàng. Trong bối cảnh nền kinh tế nước ta hiện nay còn gặp nhiều khó khăn và thách thức, hệ thống tổ chức tín dụng (TCTD), mà điển hình là các Quỹ tín dụng nhân dân (QTDND) còn có yếu kém về công tác cán bộ và quản trị rủi ro thì công tác kiểm tra càng trở nên thiết yếu, đòi hỏi nội dung kiểm tra cần phải được mở rộng và chuyên sâu hơn.

Hiện nay, theo quy định của Luật BHTG, BHTGVN thực hiện theo dõi, kiểm tra việc chấp hành các quy định pháp luật về bảo hiểm tiền gửi đối với các tổ chức tham gia BHTG, trọng tâm là kiểm tra chuyên sâu về tiền gửi được bảo hiểm nhằm kịp thời phát hiện các vi phạm và đề xuất biện pháp xử lý, nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền cũng như đảm bảo hệ thống TCTD hoạt động an toàn, lành mạnh.

Hàng năm, toàn hệ thống BHTGVN đã xây dựng kế hoạch kiểm tra và thực hiện đạt hoặc vượt mức so với kế hoạch kiểm tra do Hội đồng quản trị phê duyệt. Trung bình mỗi năm, BHTGVN thực hiện kiểm tra đối với khoảng 300 tổ chức tham gia BHTG (tương đương gần 25% tổng số tổ chức tham gia BHTG). Đồng thời, tăng cường và mở rộng nội dung kiểm tra đối với các điểm giao dịch của đối tượng kiểm tra. Nội dung kiểm tra bao gồm: (i) kiểm tra việc thực hiện quy định về đề nghị cấp, cấp lại; niêm yết Chứng nhận tham gia BHTG; (ii) kiểm tra việc tính và nộp phí BHTG; (iii) kiểm tra việc nhận tiền gửi được bảo hiểm; (iv) kiểm tra việc cung cấp thông tin về tiền gửi được bảo hiểm,



các thông tin và báo cáo khác theo yêu cầu của BHTGVN; (v) kiểm tra việc thực hiện các kiến nghị trong văn bản kết luận của đợt kiểm tra trước.

Đặc biệt, thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại Chỉ thị số 06/CT-TTg ngày 12/3/2019 về “Tăng cường vai trò và giao nhiệm vụ cho BHTGVN trong việc phối hợp tham gia, hỗ trợ chức năng kiểm tra của NHNN đối với QTDND”, bắt đầu từ năm 2019 Thống đốc NHNN giao cho BHTGVN thực hiện kiểm tra đối với các QTDND với số lượng QTDND và nội dung được giao kiểm tra năm sau nhiều hơn so với năm trước. Tính từ năm 2019 đến nay, BHTGVN đã hoàn thành kiểm tra

đối với 99 QTDND về các nội dung: (i) kiểm tra hoạt động huy động tiền gửi tiết kiệm; (ii) kiểm tra việc quản lý và sử dụng ấn chỉ quan trọng; (iii) kiểm tra việc chấp hành các quy định về các tỷ lệ đảm bảo an toàn trong hoạt động; (iv) kiểm tra hoạt động cho vay. Với sự chuẩn bị kỹ lưỡng, bài bản, ưu tiên tập trung tối đa nguồn lực triển khai thực hiện kiểm tra theo yêu cầu của NHNN, BHTGVN đã hoàn thành kế hoạch kiểm tra đảm bảo theo đúng yêu cầu và thời gian quy định.

Đến nay, qua 04 năm triển khai thực hiện, có thể nói việc kiểm tra đối với các QTDND theo chỉ đạo của Thống đốc NHNN đã được BHTGVN

thực hiện đảm bảo đúng theo yêu cầu và thời gian quy định. Qua công tác kiểm tra, BHTGVN đã có nhiều đề xuất, kiến nghị đối với QTDND được kiểm tra nhằm khắc phục các tồn tại, thiếu sót, vi phạm được phát hiện qua kiểm tra, đồng thời cũng đã có những khuyến nghị với NHNN chỉnh sửa một số cơ chế, chính sách đối với hoạt động của hệ thống QTDND. Qua đó NHNN đã ghi nhận và đánh giá cao kết quả kiểm tra và việc phối hợp, tham gia hỗ trợ chức năng kiểm tra của NHNN đối với QTDND.

Năm 2023, BHTGVN tiếp tục được Thống đốc NHNN giao kiểm tra đối với 60 QTDND. Về nội dung kiểm tra, ngoài các nội dung trên, BHTGVN được giao thêm nhiệm vụ kiểm tra thí điểm việc sử dụng Bộ công cụ kiểm toán nội bộ của Dự án đẩy mạnh Hệ thống QTDND (Dự án STEP) để từng bước nâng cao hiệu quả, chất lượng hệ thống kiểm soát nội bộ, kiểm toán nội bộ của QTDND. Đây là nội dung quan trọng để phòng ngừa, phát hiện, xử lý kịp thời rủi ro, bảo đảm QTDND hoạt động an toàn, đúng quy định pháp luật. Trên cơ sở kết quả kiểm tra, BHTGVN sẽ đánh giá tính dễ hiểu, dễ sử dụng, tính hiệu quả của việc sử dụng Bộ công cụ kiểm toán nội bộ và có những kiến nghị để hoàn thiện Bộ công cụ kiểm toán nội bộ cũng như đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả hệ thống kiểm soát, kiểm toán nội bộ tại QTDND trong thời gian tới.

Một số điểm nổi bật trong công tác kiểm tra tại chỗ đối với tổ chức tham gia BHTG

Hoạt động kiểm tra của BHTGVN được triển khai ngay từ thời gian đầu thành lập và đi vào hoạt động. Nhìn lại quá trình triển khai thực hiện, công tác kiểm tra đã có những chuyển biến quan trọng cả về số lượng, chất lượng và hiệu quả, có nhiều đổi mới, đóng góp vào sự phát triển an toàn

lành mạnh của các TCTD. Một số điểm nổi bật trong công tác kiểm tra tại chỗ đối với tổ chức tham gia BHTG trong những năm gần đây có thể kể đến đó là:

Chất lượng công tác kiểm tra được nâng lên và được thực hiện một cách bài bản ở tất cả các khâu trong quy trình kiểm tra, từ khâu chuẩn bị kiểm tra, tiến hành kiểm tra, kết thúc kiểm tra và việc theo dõi, đôn đốc đối tượng kiểm tra thực hiện các kiến nghị trong Kết luận kiểm tra. Trên cơ sở thông tin từ hoạt động giám sát từ xa và các thông tin liên quan khác, BHTGVN đưa ra một số tiêu chí có tính định hướng để xác định số lượng tổ chức tham gia BHTG cần kiểm tra trong năm. Đồng thời, tăng cường và mở rộng nội dung kiểm tra đối với các điểm giao dịch của đối tượng kiểm tra, đặc biệt là đối với các NHTM nhằm đảm bảo việc thực hiện kiểm tra đúng trọng tâm, trọng điểm, phù hợp với điều kiện nguồn lực tài chính và số lượng cán bộ làm công tác kiểm tra hiện có.

Xây dựng và triển khai Đề án tăng cường công tác kiểm tra và Đề án đào tạo Trưởng đoàn kiểm tra cho cán bộ kiểm tra của BHTGVN nhằm đáp ứng yêu cầu thực tiễn đề ra. Được sự tin tưởng của Thủ tướng Chính phủ, Thống đốc NHNN giao thêm các nhiệm vụ mới nhằm tham gia sâu hơn vào quá trình cơ cấu lại hệ thống các TCTD, trong đó có nội dung liên quan đến công tác kiểm tra của BHTGVN, cụ thể là "Tăng cường vai trò và giao nhiệm vụ cho BHTGVN trong việc phối hợp tham gia, hỗ trợ chức năng kiểm tra của NHNN đối với QTDND" theo chỉ đạo tại Chỉ thị số 06/CT-TTg ngày 12/3/2019 của Thủ tướng Chính phủ. BHTGVN đã chủ động nghiên cứu, xây dựng Đề án tăng cường công tác kiểm tra của BHTGVN đối với tổ chức tham gia BHTG, trong đó đưa ra các giải pháp ngắn hạn và dài hạn nhằm

tăng cường kiểm tra việc chấp hành các quy định của pháp luật về BHTG; chuẩn bị sẵn sàng nguồn lực để phối hợp, tham gia hỗ trợ chức năng kiểm tra của NHNN đối với các QTDND... Đồng thời, BHTGVN cũng đã ban hành "Đề án đào tạo kỹ năng trưởng đoàn kiểm tra cho cán bộ kiểm tra của BHTGVN" để chỉ đạo thống nhất công tác đào tạo, củng cố, nâng cao kỹ năng Trưởng đoàn cho các cán bộ kiểm tra thuộc đối tượng được phân công giữ vị trí Trưởng đoàn kiểm tra của BHTGVN.

Công tác đào tạo, tập huấn nhằm nâng cao trình độ cho cán bộ làm công tác kiểm tra được chú trọng, quan tâm. Nhận thấy công tác đào tạo cũng như củng cố, nâng cao kỹ năng cho các cán bộ kiểm tra là nhiệm vụ quan trọng, BHTGVN luôn chú trọng đến công tác đào tạo kỹ năng, nghiệp vụ cho cán bộ kiểm tra toàn hệ thống. Hàng năm, Phòng Kiểm tra tại Trụ sở chính BHTGVN đã phối hợp cùng các Chi nhánh tổ chức các khoá đào tạo, tập huấn các kỹ năng, nghiệp vụ kiểm tra cơ bản và chuyên sâu dành cho cán bộ kiểm tra trên toàn hệ thống nhằm kịp thời bổ sung những kiến thức cần thiết cho cán bộ làm công tác kiểm tra đáp ứng được yêu cầu thực tiễn, như sự phát triển về công nghệ thông tin mạnh mẽ của các Ngân hàng thương mại, thực hiện hiệu quả hơn các nội dung kiểm tra QTDND theo chỉ đạo của NHNN.

Thông qua hoạt động kiểm tra, cán bộ kiểm tra cũng thực hiện tuyên truyền, phổ biến chính sách BHTG đến các tổ chức tham gia BHTG, tác động hiệu quả đến việc nâng cao nhận thức về chính sách BHTG, ý thức tự giác chấp hành các quy định của pháp luật về BHTG và các quy định, hướng dẫn của BHTGVN, giảm thiểu được nhiều sai phạm, thiếu sót; củng cố và tăng cường mối quan hệ hợp tác, phối hợp giữa BHTGVN với các

đơn vị được kiểm tra.

Hoạt động kiểm tra đối với tổ chức tham gia BHTG của BHTGVN qua quá trình triển khai đã trở thành một kênh thông tin quan trọng, đánh giá khách quan thực trạng hoạt động và tình hình tuân thủ quy định pháp luật về BHTG tại các tổ chức tham gia BHTG. Qua công tác kiểm tra của BHTGVN đã chỉ ra những tồn tại, sai sót trong việc thực hiện các quy định của pháp luật về BHTG cũng như các quy định khác liên quan của NHNN về công tác huy động tiền gửi, về việc quản lý và sử dụng ấn chỉ quan trọng, công tác huy động vốn và việc tuân thủ các tỷ lệ bảo đảm an toàn trong hoạt động. Những phân tích, đánh giá của BHTGVN từ đó đã chỉ rõ nguyên nhân, hướng dẫn, giải thích cụ thể và đưa ra những kiến nghị phù hợp với từng đối tượng kiểm tra cũng như NHNN để có biện pháp chấn chỉnh, khắc phục, xử lý kịp thời.

Thông qua kiểm tra, BHTGVN cũng phát hiện những bất hợp lý về cơ chế, chính sách để có những đề xuất, kiến nghị với cơ quan có thẩm quyền chỉnh sửa, bổ sung cho phù hợp nhằm tăng cường công tác quản lý và tạo điều kiện cho các tổ chức tham gia BHTG phát triển an toàn, lành mạnh.

Có thể thấy rằng, công tác kiểm tra của BHTGVN những năm qua đã đạt những kết quả đáng tự hào. Với sự chỉ đạo sát sao của ban lãnh đạo BHTGVN và nỗ lực của cán bộ làm công tác kiểm tra trên toàn hệ thống, đặc biệt trong điều kiện dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp trong những năm vừa qua, nhưng BHTGVN đã vượt qua mọi khó khăn, phấn đấu tích cực hoàn thành kế hoạch kiểm tra, góp phần hoàn thành nhiệm vụ chung của BHTGVN trong việc bảo vệ tốt quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, vì sự an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng.

Từ những kết quả đã đạt được như trên, để tiếp tục nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra nhằm đáp ứng được yêu cầu tham gia sâu hơn vào việc hỗ trợ chức năng kiểm tra của NHNN, thiết nghĩ trong giai đoạn tới cần nghiên cứu, xem xét một số vấn đề sau:

Thứ nhất, một trong các nhiệm vụ trọng tâm của BHTGVN là góp phần duy trì sự ổn định của hệ thống các tổ chức tín dụng, bảo đảm sự phát triển an toàn, lành mạnh của hoạt động ngân hàng. Tuy nhiên, nội dung kiểm tra của BHTGVN còn có giới hạn ở việc kiểm tra việc chấp hành các quy định pháp luật về BHTG. Với sự phát triển đa dạng của các TCTD, môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, rủi ro ngày càng cao đối với các TCTD đòi hỏi nội dung kiểm tra cần mở rộng hơn để phù hợp với thực tế hiện nay. Kinh nghiệm của một số tổ chức BHTG trên thế giới cho thấy, để thực hiện tốt mục tiêu hoạt động của tổ chức BHTG, Việt Nam nên hướng tới vận dụng mô hình giảm thiểu rủi ro và mở rộng chức năng, nhiệm vụ, trong đó, nội dung kiểm tra an toàn tổ chức tham gia BHTG có thể được xem xét trong giai đoạn phát triển thích hợp của BHTGVN.

Thứ hai, sự phát triển mạnh mẽ trong thời gian gần đây tại các NHTM trong việc ứng dụng công nghệ số trong hoạt động ngân hàng đã và đang có những tác động tích cực đến mô hình hoạt động, tạo nên sự chuyển đổi mạnh mẽ đối với hệ thống nghiệp vụ nội bộ và cung cấp các sản phẩm, dịch vụ tiên tiến phục vụ khách hàng. Điều này đòi hỏi công tác kiểm tra của BHTGVN cần phải nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, tăng cường công tác đào tạo, đào tạo lại nhằm trang bị những kỹ năng, kiến thức cần thiết nhằm góp phần đổi mới phương thức làm việc, nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả hoạt động nghiệp vụ của

BHTGVN đáp ứng yêu cầu thực hiện chiến lược phát triển BHTGVN trong thời gian tới, đồng thời thích ứng với bối cảnh chuyển đổi số mạnh mẽ tại các NHTM.

Thứ ba, việc tham gia hỗ trợ chức năng kiểm tra của NHNN được thực hiện theo Chỉ thị số 06/CT-TTg của Thủ tướng chính phủ và Chỉ thị 06/CT-NHNN của NHNN, chưa được Luật hóa cụ thể. Do vậy, cách thức, phương pháp phối hợp giữa các đơn vị liên quan trong quá trình triển khai có lúc, có nơi chưa thực sự thống nhất. Vì vậy, cần phải có quy định cụ thể nhiệm vụ, quyền hạn của BHTGVN trong việc phối hợp tham gia, hỗ trợ chức năng kiểm tra, giám sát của NHNN đối với QTDND bằng văn bản pháp luật để làm cơ sở pháp lý cho BHTGVN triển khai thực hiện nhiệm vụ.

Thứ tư, đảm bảo các yếu tố đáp ứng cho công tác kiểm tra. Hoạt động kiểm tra là hoạt động công vụ và được tiến hành ngoài công sở của cơ quan chủ trì tiến hành kiểm tra. Để đảm bảo tuân thủ nguyên tắc chính xác, khách quan, trung thực, công khai, dân chủ, kịp thời cũng như chất lượng và hiệu quả của công tác kiểm tra, các yếu tố như kinh phí, phương tiện, thời gian, các trang thiết bị và các nhu yếu phẩm cần thiết khác có vai trò rất quan trọng, phục vụ cho sinh hoạt và làm việc của thành viên đoàn kiểm tra trong giai đoạn trực tiếp tiến hành kiểm tra, xác minh; đặc biệt trong trường hợp kiểm tra, xác minh vụ việc, nội dung phức tạp, địa bàn ở vùng sâu, vùng xa, đi lại khó khăn. Vì vậy các đơn vị kiểm tra phải có các phương án dự phòng, đáp ứng kịp thời yêu cầu khách quan, chính đáng của hoạt động kiểm tra nhằm góp phần nâng cao chất lượng, hiệu quả công tác kiểm tra./.

MỘT SỐ ĐIỂM NỔI BẬT CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG QUÝ 2/2023

Phòng Giám sát - BHTGVN

Tính đến tháng 6/2023, tổng số ngân hàng tham gia bảo hiểm tiền gửi là 96 ngân hàng, trong đó, gồm 35 Ngân hàng thương mại Việt Nam, 02 Ngân hàng liên doanh, 50 Chi nhánh ngân hàng nước ngoài và 09 Ngân hàng 100% vốn nước ngoài.

Trong nửa đầu năm 2023, tình hình hoạt động của các ngân hàng có một số điểm nổi bật, như sau:

Lãi suất có xu hướng giảm dần

Trên cơ sở điều hành và chỉ đạo của Ngân hàng Nhà nước (NHNN) về chính sách tiền tệ và lãi suất, mặt bằng lãi suất về cơ bản đã ổn định, lãi suất có xu hướng giảm dần trong những tháng đầu năm 2023.

Cụ thể, sau 4 lần điều chỉnh giảm liên tục các mức lãi suất điều hành (với mức giảm từ 0,5-2%/năm) của NHNN với mục tiêu giảm lãi suất huy động để hạ lãi suất cho vay, hỗ trợ nền kinh tế, thúc đẩy tăng trưởng, lãi suất huy động bình quân của các NHTM hiện đã ở mức khoảng 5,8%/năm (giảm 0,7%/năm so với cuối năm 2022); lãi suất cho vay bình quân VND của các NHTM ở mức khoảng 8,9%/năm (giảm 1%/năm so với cuối năm 2022).

Tuy nhiên, theo quan sát, dù mặt bằng lãi suất huy động đã giảm khá mạnh so với cuối năm trước nhưng lãi suất cho vay thực tế vẫn còn khá cao, chưa có mức giảm tương xứng, chưa đủ tháo gỡ khó khăn cho hoạt động vay vốn và tình hình tài chính của doanh nghiệp. Theo đó, các khoản vay mới có được giảm nhưng mức giảm cũng chỉ khoảng 0,5-1%/năm, tùy đối tượng và ngành nghề vay, trong khi đó, mức lãi suất cho vay với khách hàng cũ vẫn dao động khá cao ở mức 12-14%/năm.

Theo nhận định thị trường, lãi suất cho vay sẽ giảm dần từ quý 3/2023 do các ngân hàng cần thời gian để bình quân chi phí vốn huy động và lượng

vốn đã huy động với lãi suất cao đến kỳ đáo hạn.

Tín dụng tăng trưởng chậm

Theo NHNN, tính đến hết tháng 5/2023, tăng trưởng tín dụng toàn ngành ngân hàng chỉ đạt khoảng 12,3 triệu tỷ đồng, tăng 3,17% so với cuối năm 2022, thấp hơn so với mức 8% của cùng kỳ năm 2022 (so với cuối năm 2021). Điều này cho thấy khả năng hấp thụ vốn của nền kinh tế thấp hơn so với năm ngoái. NHNN cho rằng, với các doanh nghiệp sản xuất, đầu ra tiêu thụ sản phẩm gặp khó khăn do thiếu đơn hàng dẫn đến nhu cầu vay vốn mới để sản xuất giảm sút; đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, một số doanh nghiệp có tình hình tài chính suy yếu, không có phương án khả thi dẫn đến chưa đáp ứng yêu cầu vay vốn của ngân hàng;...

Để hỗ trợ khách hàng, doanh nghiệp, cũng như giúp giảm bớt rủi ro thị trường trái phiếu doanh nghiệp, thúc đẩy tăng trưởng nền kinh tế, NHNN đã ban hành liên tiếp 02 Thông tư: (i) Thông tư 02/2023/TT-NHNN cho phép cơ cấu giãn, hoãn nợ với các doanh nghiệp gặp khó khăn bởi tình hình khách quan của nền kinh tế; (ii) Thông tư 03/2023/TT-NHNN cho phép các NHTM được mua lại trái phiếu mà bản thân các ngân hàng đã bán ra trước đó với mục đích giúp khơi thông dòng vốn từ ngân hàng đến thị trường trái phiếu doanh nghiệp.

Cùng với các biện pháp cơ cấu giãn, hoãn nợ và mua lại trái phiếu nêu trên, NHNN chủ động điều hành, chỉ đạo các ngân hàng tích cực giảm lãi suất được kỳ vọng sẽ tạo động lực tăng sức hấp thụ vốn của nền kinh tế trong nửa

cuối năm 2023. Tuy nhiên, với độ trễ chính sách, có thể những tác động của hai Thông tư này đối với thị trường và hệ thống ngân hàng sẽ được ghi nhận cụ thể hơn ở giai đoạn sau.

Lợi nhuận tăng chậm

Theo kết quả điều tra xu hướng kinh doanh của các TCTD quý 2/2023 của Vụ Dự báo, thống kê (NHNN), tình hình kinh doanh của hệ thống ngân hàng trong quý I/2023 cải thiện chậm so với quý trước. Các TCTD đánh giá lợi nhuận trước thuế của hệ thống ngân hàng trong quý 1/2023 có tăng trưởng nhưng chưa đạt được như kỳ vọng. Đánh giá triển vọng cả năm 2023, có 88,7% TCTD kỳ vọng lợi nhuận trong năm 2023 tăng trưởng dương so với năm 2022 (thấp hơn tỷ lệ 95,3% ở kỳ điều tra trước). Bên cạnh đó, vẫn có 5,7% TCTD lo ngại lợi nhuận tăng trưởng âm trong năm 2023 và 5,7% TCTD ước tính lợi nhuận không thay đổi.

Trong báo cáo đánh giá triển vọng nhóm ngân hàng, ngành ngân hàng trong quý 2/2023 sẽ gặp phải một số khó khăn. Biên lãi ròng quý 2/2023 vẫn sẽ chịu áp lực chi phí vốn cao do ngân hàng chủ yếu huy động vào quý 4 năm trước và lợi suất danh mục cho vay bị điều chỉnh giảm nhanh hơn theo lãi suất huy động mới. Chất lượng tài sản toàn ngành đang có dấu hiệu suy giảm khi tỷ lệ nợ xấu tăng so với đầu năm. Chi phí trích lập dự phòng tăng gây sức ép không nhỏ lên lợi nhuận của các ngân hàng. Trước một số vấn đề nêu trên, kết quả kinh doanh, lợi nhuận ngân hàng năm 2023 có thể sẽ thấp hơn trước do tăng trưởng tín dụng chậm lại, biên lãi ròng thu hẹp và chi phí tín dụng tăng/.

TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH BHTG – KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ KHUYẾN NGHỊ ĐỐI VỚI BẢO HIỂM TIỀN GỬI VIỆT NAM

Phòng Nghiên cứu tổng hợp và Hợp tác quốc tế - BHTGVN

Truyền thông chính sách bảo hiểm tiền gửi (BHTG) đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng niềm tin của người gửi tiền và ổn định hệ thống tài chính ngân hàng. Việc đảm bảo thông tin về chính sách BHTG được truyền tải một cách rõ ràng và chính xác sẽ góp phần củng cố niềm tin của người gửi tiền, giúp họ hiểu được quyền lợi của mình. Thông qua việc cung cấp thông tin rõ ràng và liên tục về chính sách BHTG, người gửi tiền có thể đưa ra những quyết định thông minh khi lựa chọn sản phẩm tiền gửi.

Kinh nghiệm quốc tế về truyền thông chính sách

Theo khuyến nghị của Hiệp hội Bảo hiểm tiền gửi quốc tế (IADI) tại Nguyên tắc 10 về Nhận thức công chúng - Bộ nguyên tắc cơ bản phát triển hệ thống BHTG hiệu quả: “Nhằm bảo vệ người gửi tiền và góp phần vào sự ổn định tài chính, cần đảm bảo công chúng nhất thiết phải được thông tin thường xuyên về lợi ích và hạn chế của hệ thống BHTG”. Tiêu chuẩn cơ bản 1 đã nêu: “Tổ chức BHTG là cơ quan chịu trách nhiệm nâng cao nhận thức công chúng về hệ thống BHTG, thường xuyên sử dụng nhiều công cụ truyền thông đa dạng trong một chương trình truyền thông toàn diện”. Ngoài ra, Tiêu chuẩn cơ bản 3 của Nguyên tắc này cũng đã liệt kê những thông tin mà các chương trình và hoạt động nâng cao nhận thức công chúng cần truyền tải như: a) Phạm vi (ví dụ như loại hình công cụ tài chính và người gửi tiền được bảo hiểm cũng như không được bảo hiểm); b) Danh sách các ngân hàng thành viên và cách thức xác định được các ngân hàng đó; c) Hạn mức BHTG và d) Thông tin khác, như nghĩa vụ của tổ chức BHTG.

Theo khảo sát thường niên của IADI năm 2022, 76% tổ chức BHTG



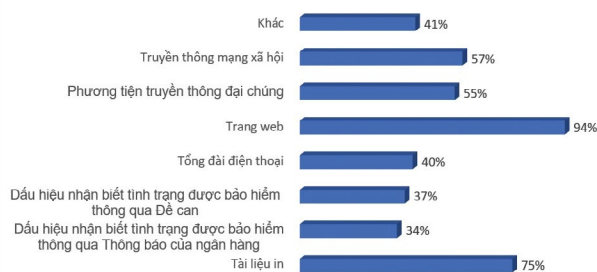
tham gia trả lời khảo sát đã thực hiện chương trình nâng cao nhận thức công chúng. Để đánh giá hiệu quả của chương trình này, tổ chức BHTG tiến hành khảo sát hoặc thông qua một tổ chức độc lập để đánh giá mức độ nhận thức của công chúng về BHTG. Kết quả khảo sát năm 2019 của IADI cho thấy mức độ nhận thức về BHTG tại các quốc gia không đồng đều, cao nhất là Hàn Quốc (91%), Indonesia (72,6%), Đài Loan (66,9%), Nhật Bản (64%),

Để nâng cao hoạt động truyền thông về chính sách BHTG, các tổ chức BHTG trên thế giới thường sử dụng đa dạng các công cụ truyền thông, qua đó góp phần xây dựng lòng tin, hiểu biết tài chính và đảm bảo sự ổn định của hệ thống ngân

hàng. Các công cụ truyền thông hiệu quả không chỉ giúp giới thiệu và giải thích chi tiết về các chính sách BHTG, mà còn tạo ra sự hiểu biết và nhất quán trong cộng đồng. Cụ thể, theo thống kê của IADI năm 2022, công cụ được sử dụng phổ biến nhất là truyền thông qua trang web (94%) và tài liệu in (75%). Với sự bùng nổ của mạng xã hội, các tổ chức BHTG cũng tích cực áp dụng công cụ này với 57% tổ chức, tiếp đến là truyền thông đại chúng với 55%. 40% số tổ chức có trang bị tổng đài điện thoại để giải đáp thắc mắc của người dân. 34-37% số tổ chức sử dụng để can dân hoặc thông báo của ngân hàng để người gửi tiền nhận biết tình trạng được bảo hiểm. Ngoài ra, 41% tổ chức tham gia khảo sát có sử dụng các công cụ truyền

thông khác như: giáo dục tài chính, nâng cao hiểu biết tài chính, tổ chức hội thảo, tọa đàm về BHTG, các buổi đào tạo cho nhân viên ngân hàng và người dân về BHTG, tài trợ cho các hoạt động nghiên cứu, học thuật, tổ chức các cuộc thi, trò chơi, hoạt động thể chất...

Các công cụ truyền thông nâng cao nhận thức công chúng được sử dụng bởi các tổ chức BHTG



Nguồn: Khảo sát thường niên năm 2022 của IADI

Tại Mỹ, Tổng công ty BHTG liên bang (FDIC) luôn coi trọng việc truyền thông chính sách BHTG, đặc biệt là về phạm vi và hạn mức BHTG. Trong năm 2022, FDIC đã có nhiều nỗ lực trong việc truyền thông đến nhân viên ngân hàng và người gửi tiền về các quy định về phạm vi và hạn mức BHTG thông qua: (i) tổ chức 5 hội thảo trực tuyến dành cho nhân viên của các tổ chức tín dụng về hạn mức BHTG; (ii) sản xuất và phát hành 2 podcast cung cấp thông tin về hạn mức BHTG và hướng dẫn cho người tiêu dùng cách tránh bị lừa đảo bởi các trang web hoặc ứng dụng giả mạo; (iii) cung cấp các tiện ích như Công cụ ước tính BHTG điện tử (EDIE) giúp người gửi tiền có thể tính toán hạn mức BHTG ngay trên trang web của FDIC; (iv) cung cấp các thông tin khác dưới dạng văn bản và video truyền thông hướng tới đối tượng là nhân viên ngân hàng và người gửi tiền về hạn mức BHTG.

Tại Hàn Quốc, theo Luật BHTG Hàn Quốc, các tổ chức tham gia BHTG phải tuân thủ các yêu cầu về biển hiệu thông báo BHTG (tương tự như việc niêm yết Chứng nhận tham gia BHTG tại Việt Nam), giải thích phạm vi bảo hiểm và đảm bảo khách hàng đã hiểu rõ về chính sách BHTG đối với sản phẩm tài chính trước khi đầu tư. Tổng công ty BHTG Hàn Quốc (KDIC) có thẩm quyền kiểm tra tại chỗ việc tuân thủ quy định công bố thông tin này. Ngoài ra, KDIC cũng tích cực sử dụng các công cụ truyền thông khác nhau để nâng cao nhận thức công chúng về hệ thống BHTG và hoạt động của KDIC như: (i) sử dụng phương tiện truyền thông xã hội, đặc biệt thông qua YouTube; (ii) quảng cáo trên truyền hình và (iii) quảng

cáo trên các phương tiện công cộng. Nhận thấy tầm quan trọng của việc truyền thông mạng xã hội, KDIC đã sản xuất một loạt các nội dung truyền thông phát hành trên Youtube cho công chúng, bao gồm hướng dẫn về hệ thống BHTG, hướng dẫn sản phẩm đầu tư tài chính, tài liệu về các dịch vụ hỗ trợ cho việc trả lại tiền chuyển nhầm.... Ngoài ra, nhằm thu hút nhiều sự quan tâm hơn từ các đối tượng thanh niên trẻ về các thông tin chính sách BHTG và hoạt động của mình, KDIC đã sản xuất nhiều nội dung đa dạng đăng tải lên các tài khoản truyền thông xã hội như Facebook, Instagram và Naver dựa trên đặc điểm của từng kênh truyền thông xã hội. Các chương trình thông tin chung trên các kênh truyền hình cũng được sử dụng để truyền thông về chính sách BHTG và hoạt động của KDIC đến các khán giả cao tuổi.

Tại Nhật Bản, Tổng công ty BHTG Nhật Bản (DICJ) sử dụng đa dạng các phương tiện để truyền thông đến công chúng, đặc biệt là người gửi tiền về hệ thống BHTG. DICJ tích cực cung cấp thông tin mới một cách kịp thời đến người dân thông qua: (i) trang web được thiết kế để cao tính tiện lợi và dễ dàng khi truy cập; (ii) phát hành bộ sách ảnh "Hiểu về BHTG qua truyện tranh" và các tài liệu khác để nâng cao nhận thức cộng đồng về hệ thống BHTG và các vấn đề liên quan khác; (iii) sử dụng tổng đài điện thoại miễn phí để giải đáp các thắc mắc của người dân và giúp họ có được cái nhìn đúng đắn về hệ thống BHTG. Ngoài ra, DICJ cũng tích cực hợp tác với các đơn vị truyền thông nhằm nâng cao hiệu quả cung cấp thông tin; phối hợp với các cơ quan trong mạng an toàn tài chính để tổ chức hơn 20 khóa đào tạo mỗi năm hướng đến các đối tượng tại trường đại học, công ty tư nhân, tổ chức chính phủ, các hiệp hội về nghề và nông nghiệp...

Tại Đài Loan (Trung Quốc), Tổng công ty BHTG Trung ương (CDIC) tích cực thúc đẩy nâng cao nhận thức công chúng về hệ thống BHTG thông qua các tổ chức tham gia bảo hiểm cũng như nhiều kênh truyền thông khác nhau như truyền hình, Internet, đài phát thanh, áp phích và tài liệu quảng bá, báo in, tạp chí, phương tiện giao thông công cộng và các sự kiện phúc lợi cộng đồng. CDIC liên tục thông báo cho công chúng rằng hạn mức BHTG tối đa là 3 triệu Đài tệ, tiền gửi bằng đồng nội tệ, ngoại tệ và lãi suất tiền gửi đều nằm trong phạm vi bảo hiểm.

Thực tế truyền thông chính sách BHTG tại BHTGVN và bài học kinh nghiệm

Trong suốt 23 năm hoạt động, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) đã đa dạng hóa các hoạt động và công cụ truyền thông nhằm đưa chính sách BHTG đến gần hơn với công chúng. Cụ thể, theo Luật BHTG, các 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 và BHTGVN được kiểm tra việc thực hiện hoạt động này. Việc các tổ chức tham gia BHTG niêm yết công khai Chứng nhận tham gia BHTG cũng là một công cụ truyền thông hiệu quả đến cán bộ tổ chức tham gia BHTG và người gửi tiền về chính sách BHTG.

Ngoài ra, BHTGVN thực hiện truyền thông thông qua các công cụ khác như thông qua trang web, phối hợp với các đơn vị khác truyền thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, tổ chức hội nghị, hội thảo... Cụ thể, trang web chính thức của BHTGVN (<http://div.gov.vn/>) với phiên bản tiếng Việt và tiếng Anh đã cung cấp các thông tin về chức năng, nhiệm vụ, hoạt động của BHTGVN; các thông tin cập nhật về chính sách BHTG và tài chính - ngân hàng. Tuy nhiên, các nội dung cần truyền thông đến người gửi tiền theo khuyến nghị của IADI tại Bộ nguyên tắc cơ bản hiện chưa được thể hiện rõ ràng, dễ tìm kiếm trên trang web BHTGVN như phạm vi BHTG (tiền gửi được bảo hiểm và không được bảo hiểm); hạn mức BHTG; danh sách các tổ chức tham gia BHTG và cách thức xác định được các tổ chức đó.

Ngoài ra, BHTGVN cũng truyền

thông chính sách BHTG trên các phương tiện thông tin đại chúng có khả năng lan tỏa rộng như báo in và báo điện tử, xây dựng nhiều nội dung phóng sự, phim tài liệu và tiểu phẩm tuyên truyền chính sách BHTG thông qua các kênh phát thanh và truyền hình quốc gia. Phối hợp với Vụ Truyền thông – Ngân hàng Nhà nước để xây dựng kế hoạch truyền thông liên quan đến quyết định tăng hạn mức BHTG và tham gia một số chương trình truyền thông của ngành ngân hàng. Bên cạnh đó, BHTGVN hợp tác với Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (VNPost) để in thông tin về chính sách BHTG trên phong bì chi trả lương hưu và đặt standee, poster tại 1.464 điểm giao dịch của VNPost. Trong năm 2022, BHTGVN đã tổ chức 19 sự kiện tuyên truyền chính sách BHTG tới đối tượng là cán bộ QTDND, ngân hàng thương mại và tổ chức tài chính vi mô, triển khai tuyên truyền thông qua sự kiện trực tiếp, tọa đàm, giao lưu... để đưa chính sách BHTG tới hơn 15.000 người gửi tiền.

Qua kết quả thực hiện hoạt động truyền thông chính sách BHTG tại BHTGVN và kinh nghiệm quốc tế của IADI và các tổ chức BHTG trên thế giới, BHTGVN có thể rút ra những bài học nhằm tăng cường hoạt động truyền thông chính sách về BHTG, cụ thể như sau:

Thứ nhất, xây dựng một Chiến lược truyền thông toàn diện và phù hợp với từng giai đoạn nhằm triển khai hoạt động truyền thông một cách hiệu quả. Đồng thời, BHTGVN nên tiến hành khảo sát mức độ nhận thức công chúng về BHTG, đánh giá định kỳ về hiệu quả của các hoạt động tuyên truyền để có thể điều chỉnh và đưa ra các giải pháp truyền thông phù hợp.

Thứ hai, để nâng cao hiệu quả truyền thông và đáp ứng yêu cầu của từng đối tượng truyền thông khác nhau, việc cụ thể hóa đối tượng mục tiêu là rất quan trọng để có thể xây dựng những phương thức, xác định hình thức truyền thông phù hợp với từng đối tượng.

Thứ ba, đa dạng hóa các phương thức truyền thông, đặc biệt là trong thời đại công nghệ đang thay đổi nhanh chóng. BHTGVN cần sử dụng công nghệ số trong việc truyền thông tới công chúng, xây dựng các nội dung như video, podcast để tận dụng truyền thông mạng xã hội một cách hợp lý và có kiểm soát nhằm tiếp cận được với nhiều đối tượng hơn, nhất là giới trẻ - những khách hàng tiềm năng trong tương lai.

Thứ tư, xây dựng, hoàn thiện trang web chính thức của BHTGVN với đầy đủ thông tin theo như khuyến nghị của IADI tại Bộ nguyên tắc cơ bản phát triển hệ thống BHTG hiệu quả.

Cuối cùng, đẩy mạnh giáo dục tài chính, nâng cao nhận thức và hiểu biết của công chúng về tài chính nói chung và chính sách BHTG nói riêng, giúp người dân có thể đưa ra những quyết định tài chính sáng suốt. Việc này cần sự phối hợp với các cơ quan trong ngành tài chính – ngân hàng để có thể triển khai hoạt động một cách toàn diện và hiệu quả./.

Tài liệu tham khảo:

- Bộ nguyên tắc cơ bản phát triển hệ thống BHTG hiệu quả, IADI
- Khảo sát thường niên năm 2019, 2022 của IADI
- Báo cáo thường niên của Tổng công ty BHTG Liên bang, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan.

ĐIỂM TIN BHTG TRONG NƯỚC

Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam triển khai nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2023

Sáng 10/7/2023, tại TP. Hạ Long, Quảng Ninh, Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) tổ chức Hội nghị sơ kết hoạt động 6 tháng đầu năm và triển khai nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2023.

Phát biểu khai mạc hội nghị, Chủ tịch HĐQT Phạm Bảo Lâm chia sẻ, trong 6 tháng đầu năm 2023, dưới sự quan tâm, chỉ đạo sát sao của Trung ương, Đảng uỷ Khối DNTW và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN), BHTGVN đã triển khai đồng bộ và hoàn thành có hiệu quả các nhiệm vụ trọng tâm được giao, các kế hoạch đều thực hiện đạt và vượt chỉ tiêu, tiến độ so với cùng kỳ năm trước.

Thay mặt Ban điều hành, đồng chí Vũ Văn Long – Phó Tổng Giám đốc phụ trách điều hành đã báo cáo kết quả công tác 6 tháng đầu năm 2023, triển khai nhiệm vụ trọng tâm 6 tháng cuối năm 2023. Theo đó, 6 tháng đầu năm, Đảng uỷ, Ban lãnh đạo BHTGVN luôn bám sát các chỉ đạo, hướng dẫn về công tác xây dựng Đảng, thực hiện nhiệm vụ chính trị của Ban Thường vụ Đảng uỷ khối để triển khai thực hiện, đảm bảo đúng chủ trương, chức năng, nhiệm vụ được phân công.

Về hoạt động chuyên môn, BHTGVN luôn nỗ lực thực hiện tốt các chức năng, nhiệm vụ của chính sách BHTG. Cụ thể, tính đến thời điểm 30/6/2023, có 1.280 tổ chức tham gia BHTG (giảm 03 tổ chức so với Quý IV/2022), bao gồm 96 ngân hàng và chi nhánh ngân hàng nước ngoài, 1.179 quỹ tín dụng nhân dân (QTDND), 1 ngân hàng hợp tác xã và 4 tổ chức tài chính vi mô.

Các mảng nghiệp vụ cũng đã được BHTGVN triển khai có hiệu quả. Tính từ đầu năm 2023 đến nay, BHTGVN đã thực hiện cấp 131 bản sao và cấp lại 10 Chứng nhận tham gia BHTG; công tác thu hồi và công bố thông tin thu hồi Chứng nhận tham gia BHTG được thực

hiện kịp thời, đảm bảo đúng quy định pháp luật. BHTGVN đã thực hiện kiểm tra định kỳ đối với 128/278 tổ chức tham gia BHTG, đạt 46,04% so với kế hoạch; thực hiện kiểm tra 12/60 QTDND theo chỉ đạo của Thống đốc NHNN năm 2023. BHTGVN cũng chỉ đạo các đơn vị trong toàn hệ thống thực hiện giám sát liên tục, thường xuyên đối với 100% các tổ chức tham gia BHTG trên địa bàn quản lý, đặc biệt là các QTDND có vấn đề, kiến nghị kịp thời với NHNN.

Nhằm đảm bảo nguồn lực tài chính để bảo vệ người gửi tiền, BHTGVN đã thực hiện thu phí BHTG vượt 5,75% so với kế hoạch 6 tháng đầu năm và đạt 52,2% kế hoạch NHNN giao năm 2023, trong đó đã miễn nộp phí BHTG cho 34 tổ chức tham gia BHTG được kiểm soát đặc biệt (KSDB). Tổng nguồn vốn hoạt động của BHTGVN đến 30/6/2023 đạt 102,4 nghìn tỷ đồng, tăng 14,9% so với cùng kỳ năm 2022. Quỹ Dự phòng nghiệp vụ đạt 95,76 nghìn tỷ đồng, tăng 15,9% so với cùng kỳ năm 2022.

Bên cạnh đó, BHTGVN chủ động, tích cực cử cán bộ tham gia Ban KSDB đối với một số QTDND yếu kém, cập nhật diễn biến, tình hình hoạt động cũng như tính toán, xác định số tiền dự kiến chi trả của các QTDND có vấn đề để có thể tham mưu xử lý các tình huống phát sinh. BHTGVN cũng phối hợp với các đơn vị liên quan trao đổi, báo cáo và đề xuất cử cán bộ tham gia quản trị, điều hành các QTDND đang được KSDB.

Với mục tiêu lan tỏa chính sách BHTG, công tác truyền thông đã được tích cực triển khai theo hướng đa dạng hoá về nội dung và hình thức, tập trung truyền tải các thông điệp liên quan đến Chiến lược phát triển BHTG và các chính sách trong sửa đổi, bổ sung Luật BHTG. Trên cơ sở Chiến lược phát triển BHTG đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, BHTGVN đã phê duyệt và ban hành Đề cương Đề án truyền thông Chính sách BHTG đến năm 2025, định hướng đến năm 2023.



BHTGVN cũng tăng cường công tác cán bộ, đào tạo, tập huấn nghiệp vụ, hoạt động hợp tác quốc tế; thực hiện tốt các hoạt động hỗ trợ, hậu cần, quản lý kế toán tài chính theo quy định.

Bế mạc hội nghị, đồng chí Phạm Bảo Lâm khái quát một số nhiệm vụ trọng tâm trong 6 tháng cuối năm BHTGVN cần tập trung thực hiện. Cụ thể: Phối hợp chặt chẽ với các đơn vị liên quan thực hiện chức năng, nhiệm vụ được giao trong quá trình xây dựng Luật các TCTD và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật BHTG nhằm nâng cao năng lực tài chính để BHTGVN tham gia hiệu quả vào quá trình xử lý TCTD yếu kém; Hoàn thành việc xây dựng Kế hoạch chi tiết Chương trình hành động thực hiện Chiến lược phát triển BHTGVN đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 đảm bảo hoàn thành các mục tiêu tổng quát theo các định hướng Chiến lược đã ban hành; Hoàn thiện để phê duyệt kế hoạch chuyển đổi số tại BHTGVN giai đoạn 2024, định hướng đến năm 2030 ...

“Tuy chặng đường còn lại của năm 2023 còn nhiều thách thức, nhưng đây cũng là cơ hội để BHTGVN tiếp tục phát triển. Tôi đề nghị tập thể người lao động trong toàn hệ thống quyết tâm - quyết liệt - sáng tạo để đạt kết quả tổng thể cao hơn, góp phần khẳng định vị thế của BHTGVN trong sứ mệnh bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự ổn định và phát triển lành mạnh của hoạt động ngân hàng” - đồng chí Phạm Bảo Lâm nhấn mạnh/.

Sơ kết giữa nhiệm kỳ thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ BHTGVN nhiệm kỳ 2020-2025



Ngày 22/6/2023, tại Hà Nội, Đảng bộ Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) tổ chức sơ kết giữa nhiệm kỳ thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng bộ BHTGVN, nhiệm kỳ 2020-2025. Trong nửa nhiệm kỳ qua, Đảng ủy BHTGVN và các cấp ủy đảng trực thuộc đã nghiên cứu, học tập, triển khai xây dựng và thực hiện chương trình hành động các nghị quyết, chỉ thị, quy định, quyết định, kết luận của Trung ương từ Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XIII; Ban hành các nghị quyết, kết luận, chỉ thị và kiểm tra, giám sát việc triển khai thực hiện của các đảng ủy trực thuộc; Công tác tổ chức cơ sở đảng có chuyển biến, chất lượng đảng viên được nâng lên.

Việc thực hiện tốt công tác xây dựng Đảng, thực hiện hiệu quả nhiệm vụ chính trị giúp BHTGVN hoàn thành các chỉ tiêu nghị quyết đại hội đã đề ra và được NHNN xếp loại A nhiều năm; chính sách BHTG ngày càng khẳng định được vai trò trong việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người gửi tiền, góp phần duy trì sự ổn định và an toàn hoạt động của hệ thống tài chính quốc gia.

Đảng bộ BHTGVN đã đề ra một số nhiệm vụ trọng tâm cần tập trung triển khai trong nửa nhiệm kỳ còn lại, phấn đấu 100% các chỉ tiêu nghị quyết Đại hội Đảng bộ BHTGVN lần thứ II, nhiệm kỳ 2020-2025 đều hoàn thành đạt và vượt mức đề ra.

BHTGVN tổ chức Hội nghị Người lao động năm 2023



Ngày 22/6/2023, tại Hà Nội, BHTGVN đã tổ chức Hội nghị người lao động năm 2023. Hội nghị đã lắng nghe báo cáo kết quả hoạt động năm 2022, 6 tháng đầu năm và phương hướng nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2023 của BHTGVN. Theo đó, một trong những kết quả hoạt động nổi bật của BHTGVN thời gian qua là đề xuất ban hành Chiến lược phát triển BHTG đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 và xây dựng Chương trình hành động thực hiện Chiến lược. BHTGVN cũng tham gia Ban soạn thảo, Tổ biên tập Dự án Luật Các tổ chức tín dụng (sửa đổi) và Ban soạn thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật BHTG theo yêu cầu của NHNN.

Bên cạnh đó, Quy chế dân chủ và các chế độ, chính sách phúc lợi, nội quy lao động, quy chế thi đua – khen thưởng được thực thi đầy đủ, công khai, minh bạch, góp phần bảo đảm quyền lợi, ổn định đời sống vật chất, tinh thần của người lao động.

Hội nghị đề ra phương hướng, nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2023, bao gồm: Thực hiện các nhiệm vụ được giao của BHTGVN trong quá trình tham gia xây dựng các luật, nghiên cứu đề xuất Đề án truyền thông gắn với Chiến lược phát triển BHTG; Triển khai đầy đủ và hiệu quả chức năng, nhiệm vụ của BHTGVN theo quy định của pháp luật; Chủ động chuẩn bị nguồn lực, tích cực tham gia vào quá trình cơ cấu lại TCTD yếu kém theo chỉ

ĐIỂM TIN TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

NHNN sửa đổi, bổ sung quy định những nhu cầu vốn không được cho vay: NHNN ban hành Thông tư 06/2023/TT-NHNN ngày 28/6/2023 sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/2016/TT-NHNN ngày 30/12/2016 của Thống đốc NHNN quy định về hoạt động cho vay của TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng. Trong đó, Thông tư bổ sung, sửa đổi Điều 8 những nhu cầu vốn không được cho vay (bổ sung thêm khoản 7, khoản 8, khoản 9, khoản 10; sửa đổi khoản 6). Thông tư 06/2023/TT-NHNN có hiệu lực từ ngày 1/9/2023.

Tăng trưởng tín dụng 6 tháng đầu năm thấp hơn nhiều cùng kỳ năm trước: Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, tính đến thời điểm 20/6/2023, tổng phương tiện thanh toán tăng 2,53% so với cuối năm 2022 (cùng kỳ năm trước tăng 3,30%); huy động vốn của các tổ chức tín dụng tăng 3,26% (cùng kỳ năm trước tăng 3,97%); tăng trưởng tín dụng đạt 3,13% (cùng kỳ năm trước tăng 8,51%). Tăng trưởng tín dụng thấp cho thấy khả năng hấp thụ vốn của nền kinh tế còn yếu, nguyên nhân chủ yếu là do cầu tín dụng giảm mạnh, doanh nghiệp xuất khẩu thiếu đơn hàng, ngoài ra một số nhóm khách hàng có nhu cầu nhưng chưa đáp ứng điều kiện vay vốn hoặc còn vướng mắc về thủ tục pháp lý.

Giảm lãi suất là trọng tâm điều hành chính sách tiền tệ: Nhằm tháo gỡ khó khăn cho nền kinh tế, từ tháng 3 đến tháng 6/2023, NHNN đã điều chỉnh giảm 04 lần các mức lãi suất với mức giảm 0,5-2,0%/năm. Cụ thể: (1) Giảm 1,5%/năm lãi suất tái cấp vốn và lãi suất chiết khấu, giảm 2%/năm lãi suất cho vay qua đêm trong thanh toán điện tử liên ngân hàng và cho vay bù đắp thiếu hụt vốn trong thanh toán bù trừ của NHNN đối với TCTD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài; (2) Giảm 0,5-1,25%/năm lãi suất tối đa tiền gửi bằng VND kỳ hạn dưới 6 tháng; (3) Giảm 1,5%/năm mức lãi suất cho vay ngắn hạn tối đa bằng VND của TCTD đối với khách hàng vay để đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ một số lĩnh vực, ngành kinh tế. Đồng thời, NHNN khuyến

khích các TCTD tiết giảm chi phí, giảm lãi suất cho vay nhằm hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi và phát triển sản xuất, kinh doanh. Đến nay, lãi suất cho vay VND bình quân đối với các khoản vay mới hiện ở mức khoảng 8,9%/năm, giảm 1,0%/năm so với cuối năm 2022.

Các ngân hàng đã đồng loạt giảm lãi suất huy động, lãi suất cho vay: Sau thông báo giảm lãi suất điều hành ngày 19/6 của NHNN, hàng loạt ngân hàng đã công bố giảm lãi suất. Theo khảo sát, ngoại trừ nhóm Big4, tất cả ngân hàng tư nhân đều niêm yết mức lãi suất huy động trên 9% cho kỳ hạn 12 tháng; thậm chí một số nhà băng còn áp dụng mức trên dưới 10% cho kỳ hạn này. Với kỳ hạn 36 tháng, biểu niêm yết lãi suất huy động tiền gửi của các ngân hàng đều xuống dưới 8%/năm. Đồng thời, trước yêu cầu giảm lãi suất cho vay nhằm hỗ trợ doanh nghiệp của NHNN, loạt ngân hàng như Agribank, Vietcombank, BIDV, MSB, LPBank,... đã công bố về chương trình giảm lãi suất cho vay đối với khách hàng hiện hữu, hoặc/và triển khai các gói tín dụng ưu đãi với quy mô lớn hàng chục nghìn tỷ đồng.

Triển khai Nghị định số 13/2023/NĐ-CP của Chính phủ về bảo vệ dữ liệu cá nhân: Hiện nay, tình trạng mất an toàn dữ liệu, mua bán, trao đổi dữ liệu cá nhân trái phép diễn ra ngày càng phổ biến. Để quản lý việc sử dụng và bảo vệ dữ liệu cá nhân, Chính phủ ban hành Nghị định số 13 về bảo vệ dữ liệu cá nhân, có hiệu lực từ ngày 01/7/2023. Theo đó, các ngân hàng phải chịu trách nhiệm rất cao trong việc bảo vệ thông tin khách hàng. Để tổ chức triển khai Nghị định 13, Các TCTD đã tiến hành chỉnh sửa hệ thống công nghệ thông tin, các quy định nội bộ và các mẫu hợp đồng/văn bản/thỏa thuận để đảm bảo có các nội dung về bảo vệ dữ liệu cá nhân của khách hàng trong quá trình xử lý dữ liệu.

Tăng mức cho vay, giảm lãi suất đối với hộ sản xuất, kinh doanh vùng khó khăn: Phó Thủ tướng Lê Minh Khái vừa ký Quyết định số 17/2023/QĐ-TTg ngày 5/6/2023 của Thủ tướng Chính phủ, sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 31/2007/QĐ-TTg ngày

đạo của NHNN; Thực hiện đầy đủ Quy chế dân chủ, các chế độ, chính sách đảm bảo quyền lợi của cán bộ, phát huy quyền làm chủ của người quản lý và người lao động...

Đại hội Công đoàn BHTGVN khoa V, nhiệm kỳ 2023-2028



Ngày 23/6/2023, tại Hà Nội, Công đoàn BHTGVN đã tổ chức Đại hội nhiệm kỳ 2023-2028. Trong nhiệm kỳ 2018-2023, tổ chức công đoàn đã thường xuyên giám sát việc thực hiện Luật Lao động và quy chế dân chủ cơ sở; các chế độ, chính sách tiền lương, thi đua khen thưởng, bảo hiểm, phúc lợi, hoạt động nữ công được thực hiện đầy đủ; điều kiện làm việc, đời sống vật chất và tinh thần của đoàn viên, người lao động được cải thiện và nâng cao. Nhờ đó, đội ngũ cán bộ BHTGVN luôn tin tưởng, an tâm công tác và thi đua lập thành tích cho đơn vị.

Đại hội đã thống nhất kế hoạch hành động nhiệm kỳ 2023-2028 với mục tiêu: Đổi mới, sáng tạo nội dung, phương pháp hoạt động thích ứng với tình hình mới; nâng cao đội ngũ cán bộ công đoàn có phẩm chất, kỹ năng hoạt động; không ngừng chăm lo, nâng cao đời sống vật chất, tinh thần cho ĐV-NLĐ; xây dựng tổ chức công đoàn vững mạnh với đội ngũ cán bộ có phẩm chất và trình độ cao, góp phần đưa BHTGVN phát triển an toàn, hội nhập.

Công đoàn BHTGVN cũng đề ra 9 nhiệm vụ chủ yếu, bao gồm: Nâng

cao tuyên truyền giáo dục đội ngũ ĐV-NLĐ trong thời đại công nghệ 4.0; Bảo vệ quyền lợi của ĐV-NLĐ, xây dựng mối quan hệ lao động hài hòa, dân chủ; Phát động các phong trào thi đua của ngành Ngân hàng và BHTGVN; Đổi mới nội dung và phương thức hoạt động, xây dựng công đoàn vững mạnh, phát triển đoàn viên; Nâng cao hiệu quả công tác nữ công; Tăng cường quản lý tài chính, củng cố nguồn lực để thực hiện chức năng của tổ chức công đoàn; Tăng cường hoạt động của Ủy ban kiểm tra công đoàn; Đẩy mạnh công tác an sinh xã hội và Đổi mới phương thức lãnh đạo, tổ chức thực hiện nhiệm vụ.

Đoàn Thanh niên BHTGVN triển khai nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2023



Ngày 21/6/2023, Đoàn Thanh niên BHTGVN tổ chức hội nghị sơ kết công tác Đoàn và phong trào thanh niên 6 tháng đầu năm, triển khai nhiệm vụ 6 tháng cuối năm 2023. 6 tháng đầu năm 2023, công tác Đoàn và phong trào thanh niên đã đạt được những kết quả tích cực, các phong trào và hoạt động gắn với nhiệm vụ phát triển BHTGVN vững mạnh; tích cực tham gia các hoạt động của Đoàn Khối Doanh nghiệp Trung ương và của cấp trên. 100% đoàn viên hoàn thành tốt nhiệm vụ chuyên môn, một số đoàn viên, thanh niên có năng lực được bổ nhiệm vào vị trí lãnh đạo phòng và tham gia vào các ban nghiên cứu, các lớp đào tạo nâng cao kỹ năng về chuyên môn nghiệp vụ, tham gia cuộc thi nghiệp vụ... do

BHTGVN tổ chức.

6 tháng cuối năm, Đoàn thanh niên BHTGVN tập trung triển khai thực hiện một số nhiệm vụ trọng tâm sau: Tuyên truyền, giáo dục tư tưởng cho đoàn viên theo các chỉ thị, nghị quyết của các cấp ủy Đảng; Xây dựng đội ngũ đoàn viên ưu tú, gương mẫu; Động viên đoàn viên thi đua, xung kích trong thực hiện nhiệm vụ chuyên môn; Tổ chức các hoạt động tập thể, giao lưu, tạo mối đoàn kết trong thanh niên; Vận động đoàn viên tham gia các hoạt động an sinh xã hội ...

NHNN giao Ông Vũ Văn Long - Phó Tổng Giám đốc BHTGVN phụ trách điều hành chung của Ban điều hành BHTGVN



Ngày 30/5/2023, BHTGVN đã tổ chức buổi gặp mặt chia tay đồng chí Đào Quốc Tính - Phó Bí thư Đảng ủy, Thành viên Hội đồng quản trị sau 8 năm đảm nhiệm cương vị. Theo Quyết định số 262/QĐ-NHNN ngày 02/3/2023 của Thống đốc NHNN, đồng chí Đào Quốc Tính - Tổng Giám đốc BHTGVN nghỉ hưu để hưởng chế độ Bảo hiểm xã hội từ ngày 01/6/2023.

Ngày 2/6/2023, BHTGVN và Vụ Tổ chức cán bộ NHNN phối hợp tổ chức Hội nghị thông báo Quyết định của Thống đốc NHNN về việc tạm giao phụ trách điều hành chung của Ban Điều hành BHTGVN. Tại buổi lễ, ông Trần Anh Tuấn - Vụ trưởng Vụ Tổ chức cán bộ NHNN đã thông báo Quyết định số 1015/QĐ-NHNN ngày 31/5/2023 của Thống đốc NHNN về việc tạm giao ông Vũ Văn Long - Phó

Tổng Giám đốc BHTGVN phụ trách điều hành chung Ban Điều hành BHTGVN kể từ ngày 1/6/2023 cho đến khi có Quyết định nhân sự Tổng giám đốc BHTGVN mới.

BHTGVN tổng kết công tác kiểm tra QTDND theo yêu cầu của NHNN năm 2022, triển khai nhiệm vụ năm 2023



Ngày 29/3/2023, BHTGVN tổ chức Hội nghị tổng kết công tác kiểm tra QTDND theo yêu cầu của NHNN năm 2022, triển khai công tác năm 2023.

Theo báo cáo tại Hội nghị, BHTGVN đã hoàn thành kế hoạch kiểm tra đối với 229 tổ chức tham gia BHTG được HĐQT phê duyệt, đồng thời tập trung nguồn lực để hoàn thành kiểm tra đối với 53 QTDND đảm bảo đúng nội dung, yêu cầu của NHNN. Các tỷ lệ đối chiếu trực tiếp tiền gửi, tiền vay thực tế thực hiện đều cao hơn yêu cầu của NHNN. Kết quả kiểm tra đã được BHTGVN báo cáo NHNN đúng nội dung, thời gian quy định.

Bên cạnh Báo cáo tổng kết, đánh giá về công tác kiểm tra theo yêu cầu của NHNN năm 2022, Hội nghị đã lắng nghe báo cáo tham luận của đại diện một số Chi nhánh BHTG khu vực, trong đó đưa ra những đề xuất, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả công tác kiểm tra QTDND theo yêu cầu của NHNN trong thời gian tới. /.

5/3/2007 về tín dụng đối với hộ gia đình sản xuất, kinh doanh tại vùng khó khăn. Theo đó, các hộ gia đình vùng khó khăn được vay tối đa là 100 triệu đồng/người với lãi suất là 9%/năm. Trước đó, Quyết định số 306/QĐ-TTg ngày 26/2/2016, quy định mức vay tối đa cho các hộ gia đình là 50 triệu đồng.

Triển khai Chương trình cho vay nhà ở xã hội, nhà ở công nhân, cải tạo, xây dựng lại chung cư cũ: Tại Nghị quyết số 33/NQ-CP ngày 11/3/2023 Chính phủ về một số giải pháp tháo gỡ và thúc đẩy thị trường bất động sản phát triển an toàn, lành mạnh, bền vững, NHNN được giao chủ trì triển khai chương trình tín dụng khoảng 120.000 tỷ đồng để chỉ đạo các ngân hàng thương mại (NHTM), trong đó chủ lực là 4 NHTM nhà nước (Agribank, BIDV, Vietcombank, Vietinbank). Chương trình được áp dụng cho chủ đầu tư và người mua nhà của các dự án nhà ở xã hội, nhà ở công nhân, dự án cải tạo, xây dựng lại chung cư cũ vay với lãi suất trong thời gian ưu đãi thấp hơn 1,5 - 2% so với lãi suất cho vay trung dài hạn VND bình quân của các NHTM nhà nước trên thị trường và các NHTM ngoài nhà nước có đủ điều kiện với các gói tín dụng cụ thể trong từng thời kỳ.

Đề nghị xử lý triệt để tình trạng sở hữu chéo trong ngành ngân hàng: Tại kỳ họp thứ 5, Quốc hội khóa XV, thảo luận ở tổ về dự án Luật Các tổ chức tín dụng (sửa đổi), Ủy ban Kinh tế đã đề nghị đánh giá rõ thực trạng sở hữu cổ phần tại các tổ chức tín dụng để xác định rõ mức độ, nguyên nhân của tình trạng sở hữu chéo để đề xuất giải pháp căn cơ, triệt để và xử lý được tình trạng sở hữu chéo hiện nay. Đồng thời, bổ sung đánh giá tác động của các quy định đối với các cổ đông hiện hữu, nhất là cổ đông chiến lược nước ngoài sẽ phải giảm tỷ lệ sở hữu cổ phần sau khi luật có hiệu lực. Theo thông tin của Ủy ban Kinh tế, dự thảo luật lần này đã đưa ra quy định giảm tỷ lệ sở hữu cổ phần của cổ đông lớn từ 5% xuống 3% nhằm hạn chế tình trạng cổ đông lớn chi phối, thao túng các ngân hàng./.

ĐIỂM TIN BHTG QUỐC TẾ

IADI công bố Báo cáo “Xu hướng toàn cầu và các nội dung chính về BHTG năm 2023”

Hiệp hội Bảo hiểm tiền gửi quốc tế (IADI) đã công bố Báo cáo “Xu hướng toàn cầu và các nội dung chính về BHTG năm 2023”. Trong đó, IADI xác định 5 nội dung cấp bách hàng đầu trên toàn cầu hiện nay, bổ sung các vấn đề dài hạn mang tính chiến lược. Theo IADI, các nội dung đưa ra đã được nghiên cứu từ nhiều năm và sẽ được phân tích sâu hơn trong trung hạn. Theo đó, các nội dung chính của năm 2023 bao gồm: Môi trường kinh tế vĩ mô; Tổ chức bảo hiểm tiền gửi và xử lý ngân hàng; Số hóa, tiền điện tử của Ngân hàng Trung ương (CBDC), tài sản mã hóa và các đồng tiền ổn định (stablecoins); Biến đổi khí hậu và bộ tiêu chuẩn ESG (môi trường - xã hội - quản trị doanh nghiệp); Rà soát và cập nhật Bộ nguyên tắc cơ bản phát triển hệ thống BHTG hiệu quả 2014 của IADI.

Các ngân hàng Canada kêu gọi nâng hạn mức bảo hiểm tiền gửi

Chủ tịch Hiệp hội ngân hàng và các công ty uy thác Canada cho biết, Tổng công ty BHTG Canada (CDIC) đang xem xét nâng hạn mức BHTG để bảo vệ tốt hơn hệ thống tài chính sau một đề nghị từ khối thương mại. Cụ thể, Hiệp hội này đại diện cho hệ thống các ngân hàng nhỏ và vừa đã gửi thư đề nghị Bộ trưởng tài chính yêu cầu CDIC xem xét nâng hạn mức BHTG lên gấp đôi, lên 200.000 đô la Canada (tương đương 146.000 đô la Mỹ). Hiện Canada đang áp dụng hạn mức bảo hiểm ở mức 100.000 đô la Canada (tương đương 73.200 đô la Mỹ), thấp nhất trong số các quốc gia G7.

Theo số liệu của DBRS Morningstar (tổ chức xếp hạng tín nhiệm tín dụng

lớn thứ tư thế giới), khoảng 65% người gửi tiền tại Canada ở 6 ngân hàng lớn nhất bao gồm Royal Bank of Canada, TD Bank, Bank of Montreal, Canadian Imperial, Bank of Commerce, Scotiabank và National Bank of Canada không thuộc phạm vi bảo hiểm. Ngoài ra, các chi nhánh tại Mỹ của 6 ngân hàng này hiện đang có số dư tiền gửi không được bảo hiểm chiếm khoảng 30-70%. Đồng thời, 25% số dư tiền gửi tại các ngân hàng vừa và nhỏ tại Canada không thuộc phạm vi bảo hiểm.

Nam Phi thành lập tổ chức bảo hiểm tiền gửi đầu tiên

Tổng công ty BHTG Nam Phi (CODI) vừa chính thức được thành lập với mục tiêu triển khai BHTG một cách công khai thay vì cơ chế bảo vệ “ngầm” của Chính phủ. Trước đây, Chính phủ Nam Phi sẽ bồi thường thiệt hại cho người gửi tiền theo từng trường hợp cụ thể khi ngân hàng phá sản. Không có quy định chính thức về việc người gửi tiền nào sẽ được bồi thường, mức độ bảo vệ và nguồn vốn lấy từ đâu. Nói cách khác, gánh nặng chi phí xử lý ngân hàng phá sản được đặt lên vai người nộp thuế.

Do đó, sứ mệnh của CODI là xây dựng, duy trì và quản lý quỹ BHTG để bảo vệ người gửi tiền. Tổng công ty này cũng cần truyền thông tới người gửi tiền về quyền lợi cũng như những hạn chế khi một ngân hàng được đưa vào diện xử lý đổ vỡ do có tầm ảnh hưởng lớn đến ổn định tài chính, hoặc vì các lý do liên quan đến kinh tế mà không thể thực hiện các thủ tục phá sản thông thường.

Vương quốc Anh cải cách hệ thống bảo hiểm tiền gửi

Ngày 18/4/2023, Ngân hàng Trung ương Anh công bố đề xuất cải tổ hệ

thống BHTG trong bối cảnh thúc đẩy ổn định tài chính toàn cầu và tăng cường bảo vệ người gửi tiền khi ngân hàng đổ vỡ.

Thống đốc Ngân hàng Trung ương Anh Quốc Andrew Bailey bày tỏ lo ngại về hiệu quả của chính sách BHTG hiện tại của Anh đối với các ngân hàng nhỏ; sự khó khăn trong việc phân biệt giữa tiền gửi được bảo hiểm và không được bảo hiểm; những thách thức mà các tổ chức tài chính nhỏ phải đối mặt với nợ dài hạn. Thống đốc Andrew Bailey cho rằng BHTG có thể là giải pháp để giải quyết.

Tổng Công ty BHTG Malaysia và Hội đồng Xử lý Châu Âu ký kết hợp tác xuyên biên giới trong lĩnh vực xử lý ngân hàng

Trong bối cảnh xu hướng toàn cầu hóa đang diễn ra mạnh mẽ trên thị trường tài chính thế giới và hoạt động xuyên biên giới của các tổ chức tài chính ngày càng gia tăng, Tổng công ty BHTG Malaysia (PIDM) và Hội đồng Xử lý thống nhất (SRB), cơ quan xử lý của Liên minh Ngân hàng Châu Âu đã ký kết Thỏa thuận hợp tác về việc trao đổi thông tin và hoạt động hợp tác liên quan đến việc lập kế hoạch xử lý và phối hợp thực hiện các biện pháp xử lý đối với tổ chức tài chính có hoạt động xuyên biên giới. Thông qua Thỏa thuận hợp tác này, PIDM và SRB thể hiện tinh thần sẵn sàng hợp tác lẫn nhau trên cơ sở quy định và luật pháp của hai quốc gia; tăng cường liên lạc và hợp tác trong lĩnh vực xử lý ngân hàng; hỗ trợ lẫn nhau trong việc lập kế hoạch và thực hiện các biện pháp xử lý có trật tự đối với các tổ chức; qua đó, góp phần duy trì niềm tin và sự ổn định tài chính của Malaysia và Liên minh Châu Âu.

Nâng cao kỹ năng truyền thông chính sách trong xu thế chuyển đổi số và cách mạng công nghiệp 4.0

Truyền thông chính sách là một trong những hoạt động nghiệp vụ được Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (BHTGVN) chú trọng nhằm triển khai hiệu quả chính sách BHTG tại Việt Nam, giúp củng cố niềm tin của người gửi tiền vào hệ thống ngân hàng. Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0 ngày càng phát triển mạnh mẽ, các phương tiện truyền thông đang dần chuyển mình theo hướng đa nền tảng, đa phương tiện, đa dịch vụ với tốc độ lan tỏa thông tin cao, BHTGVN xác định việc chủ động đổi mới nội dung và phương thức triển khai công tác truyền thông theo xu hướng chuyển đổi số là nhiệm vụ tất yếu. Do đó, BHTGVN đã tổ chức khoá đào tạo Truyền thông chính sách trong xu thế chuyển đổi số và cách mạng công nghiệp 4.0 cho các cán bộ làm công tác truyền thông tại Trụ sở chính và 8 chi nhánh khu vực.

Tại khóa đào tạo, các học viên đã được bồi dưỡng các kỹ năng căn bản về công tác truyền thông như: Xây dựng hệ sinh thái truyền thông của tổ chức; Kỹ năng viết tin bài và thiết kế sản phẩm truyền thông theo xu thế hiện đại; Kỹ năng quay phim, chụp ảnh, xử lý ảnh và dựng clip trên điện thoại di động; Kỹ năng quan hệ công chúng; Xử lý khủng hoảng truyền thông; và Truyền thông nội bộ.

Sau đây là một số hình ảnh tại khóa đào tạo:



Phó Tổng giám đốc phụ trách Điều hành Vũ Văn Long phát biểu khai mạc khóa đào tạo.



Tại khóa đào tạo, các học viên thường xuyên có sự tương tác với giảng viên.



Tại khóa đào tạo, các học viên được lĩnh hội các kiến thức về Truyền thông chính sách trong xu thế chuyển đổi số và cách mạng công nghiệp 4.0.



... và được thực hành tại chỗ những kiến thức đã được lĩnh hội.



Học viên khóa đào tạo và lãnh đạo BHTGVN chụp ảnh lưu niệm với các giảng viên.

HỎI ĐÁP VỀ BẢO HIỂM TIỀN GỬI

**Hỏi:**

Tiền gửi của người không cư trú ở Việt Nam có được bảo hiểm không?

**Trả lời:**

Theo Pháp lệnh 06/2013/UBTVQH13 sửa đổi, bổ sung một số điều của Pháp lệnh Ngoại hối số 28/2005/PL-UBTVQH11, “người cư trú” được hiểu là tổ chức, cá nhân thuộc các đối tượng sau:

Tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài được thành lập, hoạt động tại Việt Nam theo quy định của Luật Các tổ chức tín dụng;

Tổ chức kinh tế không phải là tổ chức tín dụng được thành lập, hoạt động kinh doanh tại Việt Nam (sau đây gọi là tổ chức kinh tế);

Cơ quan nhà nước, đơn vị lực lượng vũ trang, tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, quỹ xã hội, quỹ từ thiện của Việt Nam hoạt động tại Việt Nam;

Văn phòng đại diện tại nước ngoài của các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài, tổ chức kinh tế, cơ quan nhà nước, đơn vị lực lượng vũ trang, tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, quỹ xã hội, quỹ từ thiện của Việt Nam hoạt động tại Việt Nam;

Cơ quan đại diện ngoại giao, cơ quan đại diện lãnh sự, cơ quan đại diện tại tổ chức quốc tế của Việt Nam ở nước ngoài;

Công dân Việt Nam cư trú tại Việt Nam; công dân Việt Nam cư trú ở nước ngoài có thời hạn dưới 12 tháng; công dân Việt Nam làm việc tại văn phòng đại diện tại nước ngoài của các tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài, tổ chức kinh tế, cơ quan nhà nước, đơn vị lực lượng vũ trang, tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức chính trị xã hội - nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, quỹ xã hội, quỹ từ thiện của Việt Nam hoạt động tại Việt Nam; cơ quan đại diện ngoại giao, cơ quan đại diện lãnh sự, cơ quan đại diện tại tổ chức quốc tế của Việt Nam ở nước ngoài;

Công dân Việt Nam đi du lịch, học tập, chữa bệnh và thăm viếng ở nước ngoài;

Người nước ngoài được phép cư trú tại Việt Nam với thời hạn từ 12 tháng trở lên. Đối với người nước ngoài học tập, chữa bệnh, du lịch hoặc làm việc cho cơ quan đại diện ngoại giao, lãnh sự, cơ quan đại diện của tổ chức quốc tế tại Việt Nam, văn phòng đại diện của các tổ chức nước ngoài tại Việt Nam không kể thời hạn là những trường hợp không thuộc đối tượng người cư trú;

Chi nhánh tại Việt Nam của tổ chức kinh tế nước ngoài, các hình thức hiện diện tại Việt Nam của bên nước ngoài tham gia hoạt động đầu tư theo quy định của pháp luật về đầu tư, văn phòng điều hành của nhà thầu nước ngoài tại Việt Nam.

“Người không cư trú” là tổ chức, cá nhân không thuộc các đối tượng nêu trên.

Tiền gửi cá nhân bằng đồng Việt Nam của người không cư trú tại Việt Nam tại các tổ chức tham gia BHTG phù hợp với các quy định tại Điều 18, Luật BHTG thì được bảo hiểm.

Điều 18, Luật BHTG nêu: “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 TCTD, trừ các loại tiền gửi quy định tại Điều 19 của Luật này”.

Ban Biên tập

HỘP THƯ BẠN ĐỌC

Thời gian vừa qua, Ban Biên tập Bản tin Bảo hiểm tiền gửi đã nhận được nhiều tin, bài của các chuyên gia, các cộng tác viên, các đơn vị thuộc BHTGVN.

Ban Biên tập Bản tin Bảo hiểm tiền gửi xin chân thành cảm ơn sự cộng tác của các chuyên gia: PGS-TS. Đỗ Chi Nghĩa - Ủy viên Thường trực Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội; Vụ Truyền thông Ngân hàng Nhà nước. Xin cảm ơn lãnh đạo BHTGVN: Ths. Ngô Quang Lương - thành viên chuyên trách HĐQT; TS. Phạm Bảo Khánh - thành viên chuyên trách HĐQT; TS. Vũ Văn Long - Phó Tổng giám đốc phụ trách điều hành. Các cộng tác viên: Thanh Thủy, Nguyễn Hoàng. Các đơn vị thuộc BHTGVN: Phòng Thông tin truyền thông; Phòng Kiểm tra; Phòng Giám sát; Phòng Nghiên cứu tổng hợp và Hợp tác quốc tế; Chi nhánh BHTGVN khu vực ĐBSCL; Chi nhánh BHTGVN khu vực Tây Bắc bộ.

Ban Biên tập Bản tin Bảo hiểm tiền gửi xin chân thành cảm ơn sự cộng tác quý báu này và rất mong tiếp tục nhận được sự quan tâm, cộng tác nhiệt tình, hiệu quả hơn nữa của quý vị.

Tin, bài, góp ý xin gửi về: Phòng Thông tin truyền thông Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam, tầng 11, lô D20 Tôn Thất Thuyết, Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội.

Email: bantinhbhtg@div.gov.vn – Tel: (024)39742886 – ext: 8588.

Ban Biên tập



POLICY COMMUNICATION - TRUYỀN THÔNG CHÍNH SÁCH

Truyền thông chính sách là quy trình chuyển tải thông điệp, cơ chế, chính sách của chính phủ, cơ quan hành chính các cấp đến người dân, để người dân hiểu rõ, tham gia, hợp tác, đồng thuận trong quá trình thực thi chính sách vì lợi ích của Nhà nước và của người dân. Đây là nhiệm vụ quan trọng trong công tác truyền thông của các cơ quan quản lý Nhà nước và là một bước không thể thiếu trong tổ chức thực hiện chính sách.

Niềm tin của công chúng đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc duy trì sự ổn định của hệ thống tài chính – ngân hàng. Trong giai đoạn thông thường khi các tổ chức tín dụng hoạt động ổn định, sự giám sát và điều tiết của ngân hàng trung ương, hệ thống bảo hiểm tiền gửi, việc sử dụng các thông lệ về tài chính và kinh doanh ổn định, cũng như cơ chế xử lý ngân hàng hiệu quả giúp giảm thiểu hậu quả của các cuộc khủng hoảng do đổ vỡ ngân hàng. Còn khi xảy ra đổ vỡ tổ chức tín dụng, duy trì và ổn định niềm tin của người gửi tiền góp phần hạn chế vấn đề rủi ro có tính lan truyền trong hệ thống ngân hàng.

Trong giai đoạn ổn định, tổ chức BHTG 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. Truyền thông chính sách 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.

Tại Hàn Quốc, Tổng công ty bảo hiểm tiền gửi (KDIC) áp dụng chiến lược quảng bá trên đa dạng các kênh như truyền thông đại chúng, các phương tiện giao thông công cộng như xe buýt, tàu điện, các mạng xã hội như Twitter, Facebook, Youtube, blog, xây dựng các clip hoạt hình hấp dẫn, phát sách hướng dẫn cho học sinh trung học, tổ chức các cuộc thi cho sinh viên, cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính tại các địa phương... Luật bảo hiểm tiền gửi 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. KDIC có thẩm quyền xác minh sự tuân thủ của các tổ chức tham gia BHTG theo quy định này và hệ thống công nghệ thông tin của KDIC cho phép truyền trực tiếp dữ liệu liên quan từ các tổ chức tín dụng. Trong năm 2017, tổ chức này đã tiến hành kiểm tra tại chỗ đối với hơn 1.000 tổ chức tín dụng về việc tuân thủ yêu cầu công bố thông tin nói trên.

Ngoài ra, KDIC truyền thông chính sách thông qua tờ rơi, sách hướng dẫn, tranh ảnh quảng cáo, các cây ATM tại phòng giao dịch ngân hàng, đã được dịch sang 10 ngoại ngữ (trong đó có Tiếng Việt) để người ngoại quốc có thể nắm được thông tin và tránh các rủi ro về tiền gửi.

KDIC ký biên bản hợp tác phối hợp thực hiện với một số cơ quan trung ương như Bộ Giáo dục, Bộ Khoa học và Công nghệ, các cơ quan địa phương như Sở Giáo dục các tỉnh, Viện phát triển Hàn Quốc, Ủy ban dịch vụ tài chính. Trong khuôn khổ chương trình tài chính toàn diện, KDIC ký biên bản ghi nhớ hợp tác với Hiệp hội các trung tâm phúc lợi cho người già và Hiệp hội người cao tuổi cũng như Cơ quan quản lý chợ truyền thống, nhất là ở khu vực nông thôn để nâng cao nhận thức cho tiểu thương.

Khi có tổ chức tham gia BHTG đổ vỡ và cần xử lý, tái cơ cấu, truyền thông chính sách có thể góp phần tối thiểu hóa thiệt hại và bất tiện cho người gửi tiền, là công cụ giao tiếp với tổ chức tham gia BHTG và các chủ nợ để thu hồi tài sản, đồng thời đảm bảo tích cực giáo dục tài chính cho cộng đồng nhằm tránh hiệu ứng lây truyền, rút tiền hàng loạt.

Ngoài ra, KDIC còn truyền thông chính sách thông qua chương trình giáo dục tài chính. Từ năm 2010 KDIC đã triển khai chương trình giáo dục tài chính cá nhân trực tiếp và trực tuyến mang đến nhiều kết quả đáng ghi nhận, nhất là sau các vụ đổ

vỡ ngân hàng tiết kiệm hồi năm 2011 của Hàn Quốc. Tính đến 2017, số lượng người học đã tăng gấp 4 lần, lên tới 80.000 người, thuộc nhiều nhóm đối tượng khác nhau như học sinh các cấp, sinh viên, tiểu thương, người cao tuổi, binh lính xuất ngũ, người nhập cư, nông dân. KDIC đã đào tạo một số sinh viên để đóng vai trò cộng tác viên truyền thông trên mạng xã hội, nhằm tăng tương tác với giới trẻ. Trong khuôn khổ chương trình phổ biến kiến thức tài chính, KDIC thực hiện Chiến dịch Người tiêu dùng tài chính thông minh (SMART Financial Consumer Campaign) từ năm 2011, tập trung vào việc cung cấp các thông tin về bảo hiểm tiền gửi và tư vấn cho người ít có điều kiện tiếp cận các thông tin tài chính ở khu vực nông thôn, bao gồm người già và những chủ cơ sở kinh doanh truyền thống.

Bản thân sự hiện diện của tổ chức bảo hiểm tiền gửi và các hoạt động truyền thông về chính sách bảo hiểm tiền gửi là công cụ giúp tăng niềm tin của người dân vào các tổ chức tín dụng, tránh hiện tượng rút tiền hàng loạt. Khi xảy ra khủng hoảng hệ thống, tổ chức bảo hiểm tiền gửi cần đảm bảo rằng người gửi tiền nắm bắt và hiểu rõ về các giải pháp mà cơ quan có thẩm quyền, trong đó có tổ chức bảo hiểm tiền gửi, triển khai để xử lý khủng hoảng và bảo vệ họ. Người gửi tiền cần được biết nhiều thông tin hơn về an toàn tiền gửi, nguyên nhân và chính sách xử lý khủng hoảng, cũng như vai trò của tổ chức bảo hiểm tiền gửi. Để ngăn ngừa trường hợp rút tiền hàng loạt, việc truyền tải thông điệp tích cực và cung cấp thông tin chính xác cho công chúng là một nhân tố thiết yếu của quản lý khủng hoảng. Khi ấy, chính sách truyền thông phải đáp ứng mục đích nhanh chóng, kịp thời, giảm bớt tâm lý tiêu cực của người gửi tiền. Tổ chức bảo hiểm tiền gửi có thể cử nhân sự đến các địa điểm có tổ chức tín dụng đổ vỡ để phổ biến thông tin, tư vấn và giải đáp các thắc mắc trực tiếp của người dân. Các chiến dịch này cần được triển khai càng sớm càng tốt để công chúng hiểu và chấp nhận một cách suôn sẻ./



BẢO HIỂM TIỀN GỬI VIỆT NAM

**BẢO VỆ QUYỀN VÀ LỢI ÍCH HỢP PHÁP
CỦA NGƯỜI GỬI TIỀN,**

**GÓP PHẦN DUY TRÌ SỰ ỔN ĐỊNH CỦA
HỆ THỐNG CÁC TỔ CHỨC TÍN DỤNG,**

**BẢO ĐẢM SỰ PHÁT TRIỂN AN TOÀN,
LÀNH MẠNH CỦA HOẠT ĐỘNG NGÂN HÀNG**



TRỤ SỞ CHÍNH

Lô D20 Đường Tôn Thất Thuyết, Phường Dịch Vọng Hậu, Quận Cầu Giấy, TP. Hà Nội

Tel: (84-24) 3974 2886 - Fax: (84-24) 3974 2866

Email: thongtin@div.gov.vn

www.div.gov.vn