



# MoneyMinded tại Vietnam

## Báo cáo tác động của chương trình năm 2012

CÔNG BỐ THÁNG 9 NĂM 2013



MoneyMinded tại Việt Nam  
Báo cáo về tác động của chương trình năm 2012

Thực hiện bởi:

Ts. Đào Ngọc Tiến  
Đoàn Quang Hưng  
Đặng Ngọc Bé  
Đỗ Trung Kiên

Viện Kinh Tế và Thương Mại Quốc Tế  
Trường đại học Ngoại Thương

## Lời nói đầu

Chúng tôi rất vui mừng được trình bày báo cáo về những tác động của chương trình đào tạo quản lý tài chính cá nhân MoneyMinded thực hiện tại Việt Nam năm 2012. Từ 2003, chương trình MoneyMinded của chúng tôi đã đến với hơn 240.000 người tại Úc, New Zealand và khu vực Châu Á Thái Bình Dương.

MoneyMinded được giới thiệu tại Việt Nam vào tháng 5 năm 2012. Chỉ trong ba tháng, hơn 170 người đã tham gia vào chương trình nhằm xây dựng kỹ năng, hiểu biết và sự tự tin của mình về vấn đề tài chính cá nhân.

Tại Việt Nam, chúng tôi làm việc với trường Đại học FPT nhằm tiếp cận với các sinh viên của trường, những người chưa từng tham gia vào hệ thống tài chính.

Kết quả từ cuộc điều tra được tiến hành bởi viện Kinh Tế và Thương Mại Quốc Tế (iEIT) thuộc Đại học Ngoại Thương cho thấy phần lớn trong số những sinh viên tham gia chương trình MoneyMinded đã cải thiện được kỹ năng quản lý tài chính của mình. Đa số bắt đầu có những khoản tiết kiệm và những khoản tiết kiệm đã tăng lên đối với các sinh viên đã biết tiết kiệm từ trước. Hầu hết những người tham gia cảm thấy tự tin hơn về quản lý tài chính và cho thấy một triển vọng trong tương lai.

Tôi xin gửi lời cảm ơn đến những cá nhân tham gia nghiên cứu này. Tôi cũng xin gửi lời cảm ơn đến đối tác của chương trình MoneyMinded, trường đại học FPT. Hơn nữa, tôi cũng đánh giá cao đội ngũ cán bộ, nhân viên của ngân hàng ANZ Việt Nam – những người được đào tạo bài bản về MoneyMinded đã dành thời gian cá nhân để chia sẻ kiến thức của chương trình MoneyMinded tới các bạn sinh viên. nỗ lực đó của nhân viên ANZ cùng với đối tác của chúng tôi đã đóng góp cho sự thay đổi tích cực trong đời sống của những sinh viên tham gia chương trình được nêu cụ thể trong báo cáo này.

Ngân hàng ANZ sẽ tiếp tục đầu tư vào chương trình này. Chúng tôi luôn hướng đến việc có thể giúp đỡ nhiều hơn nữa cho cộng đồng địa phương, nơi mà chúng tôi hoạt động để hỗ trợ họ cải thiện cuộc sống thông qua những kỹ năng quản lý tài chính tốt hơn.



Gilles Planté

Tổng giám đốc ANZ Châu Á Thái Bình Dương



## MỤC LỤC & BẢNG BIỂU

### Nội dung

Lời nói đầu .....	1
1.0 Về bản Báo Cáo và Chương Trình MoneyMinded tại Việt Nam .....	4
2.0 Những Kết Quả Chính .....	6
2.1 Đối tượng tham gia .....	6
2.2 Tóm tắt về những tác động của chương trình .....	7
3.0 Phương pháp nghiên cứu .....	9
4.0 Tình hình tài chính chung của các đối tượng tham gia .....	10
4.1 Thu nhập .....	10
4.2 Thái độ về quản lý tiền .....	11

<b>5.0 Tác động của Chương Trình MoneyMinded</b> .....	12
5.1 Thái độ đối với việc tiết kiệm .....	12
5.2 Quản lý tiền hàng ngày .....	14
5.3 Lập kế hoạch cho tương lai .....	16
5.4 Hiểu biết về sản phẩm tài chính .....	18
5.5 Tác động xã hội .....	19

#### Danh sách biểu đồ

Biểu đồ 1: Phản hồi câu hỏi "Ai đưa ra các quyết định về tài chính hàng ngày trong gia đình bạn?" .....	7
Biểu đồ 2: Phản hồi câu hỏi "Bao lâu một lần các thành viên khác trong gia đình bạn hỏi vay tiền bạn?" và "Bao lâu một lần bạn hỏi vay tiền của các thành viên khác trong gia đình?" .....	7
Biểu đồ 3: Việc quản lý tiền hàng ngày sau MoneyMinded. ....	8
Biểu đồ 4: Thái độ đối với việc tiết kiệm .....	8
Biểu đồ 5: Sự tự tin và triển vọng cho tương lai được cải thiện .....	9
Biểu đồ 6: Phản hồi về "Tổng thu nhập của gia đình" .....	10
Biểu đồ 7: Phản hồi cho câu hỏi "Bạn có cho rằng thu nhập của gia đình bạn ổn định?" .....	10
Biểu đồ 8: Phản hồi cho câu hỏi "Bạn có thể tiếp tục chi trả cho cuộc sống của mình trong bao lâu nếu không phải vay tiền hoặc chuyển nhà?" .....	10
Biểu đồ 9: Phản hồi cho câu hỏi "Bạn chi trả cho những chi phí đột xuất bằng cách nào?" .....	11
Biểu đồ 10: Phản hồi về "Việc sử dụng sản phẩm tài chính" .....	11
Biểu đồ 11: Phản hồi về "Mức độ sẵn sàng chịu rủi ro" .....	12
Biểu đồ 12: Thái độ về thói quen tiết kiệm .....	12
Biểu đồ 13: Chia sẻ những gì được học trong chương trình MoneyMinded .....	20

#### Danh sách bảng biểu

Bảng 1: Hội thảo và chủ đề của MoneyMinded .....	5
Bảng 2: Đặc điểm của những đối tượng tham gia MoneyMinded .....	6
Bảng 3: Tỷ lệ phản hồi .....	9
Bảng 4: Sự thay đổi về số tiền tiết kiệm hàng tháng sau khi tham gia MoneyMinded .....	13
Bảng 5: Sự thay đổi về phạm vi lập kế hoạch tài chính .....	14
Bảng 6: Sự thay đổi về khả năng chi trả các chi phí và hóa đơn .....	14
Bảng 7: Sự thay đổi về việc quản lý tiền hàng ngày .....	15
Bảng 8: Sự thay đổi về việc giữ tiền cho đến ngày trả lương/nhận tiền kế tiếp .....	16
Bảng 9: Sự thay đổi về thói quen quản lý tài chính .....	17
Bảng 10: Thay đổi về sự hiểu biết về các sản phẩm tài chính .....	18
Bảng 11: Thay đổi về mức độ hiểu biết về tài chính .....	19
Bảng 12: Ảnh hưởng xã hội của MoneyMinded .....	19



## 1.0 VỀ BẢN BÁO CÁO VÀ CHƯƠNG TRÌNH MONEYMINDED TẠI VIỆT NAM

Theo nghiên cứu mới nhất của Tổ chức Hợp Tác và Phát Triển Kinh Tế (OECD), sau cuộc khủng hoảng tài chính, sự hiểu biết và kỹ năng về quản lý tài chính càng ngày càng được đánh giá là một kỹ năng quan trọng trong cuộc sống tại hầu hết các nền kinh tế.

Kỹ năng về tài chính mang lại lợi ích cho các cá nhân và các hộ gia đình; và một hệ thống quản lý tài chính vận hành tốt sẽ giúp ích cho cả quốc gia. Tuy nhiên, cơ hội tiếp cận với các dịch vụ tài chính rất không đồng đều; với những người nghèo đặc biệt là phụ nữ và giới trẻ gặp khó khăn, thông thường họ là những người ít được các tổ chức tài chính phục vụ hoặc chú ý đến.

Vào năm 2012, ANZ lần đầu tiên thực hiện chương trình MoneyMinded ở Việt Nam, một chương trình giáo dục về tài chính cho giới trẻ và người trưởng thành. Đối tác của ANZ trong chương trình này là trường Đại học FPT nơi đa phần sinh viên chưa tham gia vào hệ thống tài chính của quốc gia và hiểu biết của các em về tài chính còn rất hạn chế.

Báo cáo này cung cấp những thông tin về MoneyMinded ở Việt Nam và việc áp dụng chương trình đối với một nhóm cộng đồng cụ thể, bao gồm cả những đặc điểm chung của các đối tượng tham gia chương trình MoneyMinded trong thời kỳ báo cáo. MoneyMinded là một chương trình giáo dục về tài chính cho giới trẻ và người trưởng thành nhằm

giúp họ nâng cao kỹ năng, hiểu biết và sự tự tin về tài chính. Chương trình được phát triển bởi ANZ tại Australia vào năm 2003, kết hợp với Trung tâm Nghiên cứu và Đổi mới tại Phòng Giáo dục và đào tạo New South Wales, cùng với một hội đồng cố vấn bao gồm Hiệp hội cố vấn tài chính và Cải cách tín dụng Australia, Hiệp hội cố vấn tài chính New South Wales, Ủy ban Chứng khoán và Đầu tư Australia và đại diện của các khối cộng đồng khác nhau.

Từ 2003, chương trình đã mở rộng ra quốc tế, với hơn 240.000 người tại Australia, khu vực Thái Bình Dương và một số quốc gia ở châu Á tham gia vào chương trình. Lần đầu tiên thực hiện ở Việt Nam năm 2012, hơn 170 sinh viên đã tham gia MoneyMinded, với 14 nhân viên của ANZ được đào tạo làm điều phối viên tình nguyện cho chương trình. Chương trình MoneyMinded Việt Nam được tiến hành với 172 sinh viên của trường Đại học FPT ở hai chi nhánh tại Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh từ tháng 5 đến tháng 7 năm 2012.

Tại Việt Nam, MoneyMinded là một chương trình đào tạo về tài chính gồm có sáu chủ đề có thể điều chỉnh để phù hợp với nhu cầu của các cá nhân và tổ chức. Chương trình bao gồm các hoạt động và hướng dẫn cho điều phối viên cũng như các công cụ giảng dạy để hỗ trợ cho quá trình đào tạo. Bảng 1 liệt kê 6 chủ đề của MoneyMinded đã được điều chỉnh phù hợp với nhóm đối tượng tham gia chương trình.



Bảng 1: Hội thảo và chủ đề của MoneyMinded

Hội thảo	Chủ đề
Quản lý tiền	Các quyết định tài chính trong gia đình Sự khác nhau giữa nhu cầu và mong muốn Quyết định về sự ưu tiên trong chi tiêu Thế nào là ngân sách và lợi ích của ngân sách?
Lập kế hoạch cho tương lai	Mục tiêu và những lợi ích của mục tiêu Đặt mục tiêu tài chính Lợi ích của việc đặt mục tiêu tài chính và dự trù ngân sách
Ngân hàng có thể giúp ích như thế nào?	Tầm quan trọng của việc bảo mật số PIN Máy rút tiền và tài khoản ngân hàng Lợi ích của hành vi tiết kiệm
Thẻ tín dụng và những rủi ro nó mang lại	Thẻ tín dụng hoạt động như thế nào Phí tối thiểu thẻ tín dụng; những ảnh hưởng Các loại thẻ tín dụng khác nhau Tín dụng tốt và tín dụng xấu
Cho vay nặng lãi và những cạm bẫy của hoạt động này	Sự khác biệt giữa cho vay nặng lãi và những nguồn vay khác  Rủi ro tài chính từ những khoản nợ từ người thân
Sự quyết đoán	Làm sao để nói “không”

Những thuật ngữ sau được dùng trong báo cáo này:

- ‘Điều phối viên MoneyMinded’ – Nhân viên ngân hàng ANZ đã hoàn thành khóa học cho điều phối viên của chương trình MoneyMinded và giới thiệu chương trình đến các cá nhân trong cộng đồng.
- ‘Người tham gia MoneyMinded’ – Những người đã tham gia các cuộc hội thảo của chương trình MoneyMinded thực hiện bởi điều phối viên MoneyMinded.
- ‘Người trả lời’ – những đối tượng tham gia MoneyMinded và hoàn thành cuộc điều tra đánh giá về chương trình.

## 2.0 NHỮNG KẾT QUẢ CHÍNH

### 2.1. Đối tượng tham gia

Bảng 2: Đặc điểm của những đối tượng tham gia MoneyMinded

	Đặc điểm	Tỷ lệ
Tuổi	18 - 20	46.2%
	21 - 25	53.1%
	26 - 30	0.7%
Giới tính	Nam	57.9%
	Nữ	42.1%
Chi phí sinh hoạt	Chia sẻ với người khác	4.2%
	Chi tiêu một mình	95.8%
Nghề nghiệp	Làm chủ	0.7%
	Làm thuê	8.3%
	Đang tìm việc	3.4%
	Thất nghiệp	86.9%
Công việc bán thời gian	Có	44.0%
	Không	56.0%

153 trên 172 đối tượng tham gia đã hoàn thành bảng câu hỏi điều tra và Bảng 2 cho thấy đặc điểm của các đối tượng này. Phần lớn các đối tượng có độ tuổi từ 21 đến 25 (53,1%) trong đó chủ yếu là sinh viên năm thứ 3 hoặc năm cuối và một phần nhỏ là những sinh viên đã tốt nghiệp và bắt đầu tham gia vào thị trường lao động. 46,2% các đối tượng thuộc nhóm tuổi từ 18 đến 20 và phần lớn trong đó là sinh viên năm thứ nhất và thứ hai.

Các đối tượng tham gia đến từ nhiều vùng khác nhau trong cả nước và đa số sống xa gia đình. 95,8% còn độc thân và tự chịu trách nhiệm về chi phí sinh hoạt của mình. Phần chủ

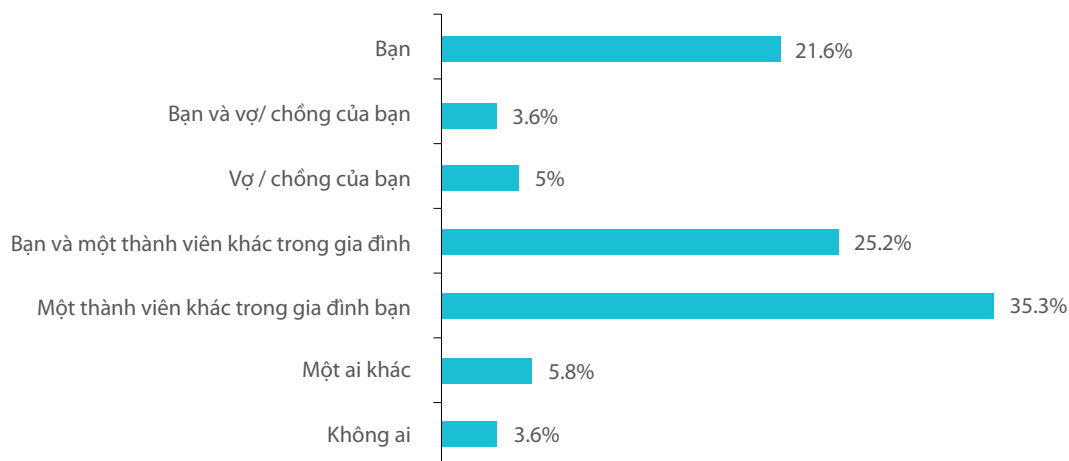
yếu trong chi phí của các sinh viên này bao gồm học phí, tiền thuê nhà, tiền ăn. Đây đều là những khoản chi cố định hàng tháng. Vì vậy, những sinh viên này sẽ phải ra quyết định cho việc trang trải những chi phí khác ngoài 3 loại trên.

Về việc ra quyết định tài chính, chỉ có 21,6% số sinh viên tự giải quyết các vấn đề tài chính của mình, 25,2% ra quyết định cùng với các thành viên khác trong gia đình và 35,3% phụ thuộc hoàn toàn vào gia đình trong việc ra quyết định.





**Biểu đồ 1: Phản hồi về câu hỏi “Ai đưa ra các quyết định về tài chính hàng ngày trong gia đình bạn?”**

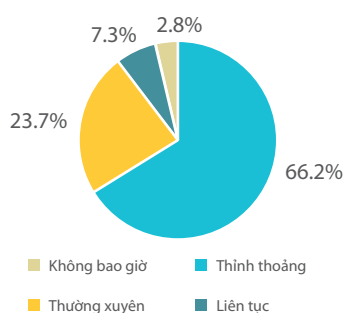


Ngoài ra, 66,2% người tham dự cho biết họ không bao giờ phải chi tiền cho các thành viên khác trong gia đình trong khi 23,7% thỉnh thoảng phải chi. Khi được hỏi về việc yêu

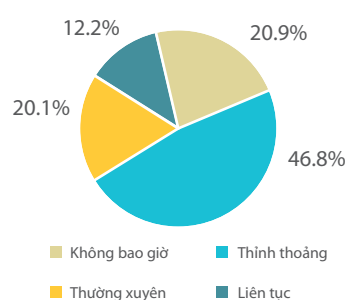
cầu các thành viên trong gia đình giúp đỡ về tài chính, phần lớn (46,8%) sinh viên trả lời rằng đôi khi họ cần trợ giúp và 20,1% thì chưa bao giờ cần.

**Biểu đồ 2: Phản hồi về câu hỏi: “Bao lâu một lần các thành viên trong gia đình hỏi vay tiền của bạn?” và “Bao lâu một lần bạn hỏi vay tiền của các thành viên khác trong gia đình?”**

Bao lâu một lần các thành viên trong gia đình hỏi vay tiền của bạn?



Bao lâu một lần bạn hỏi vay tiền của các thành viên khác trong gia đình?



## 2.2 Tóm tắt về những tác động của chương trình

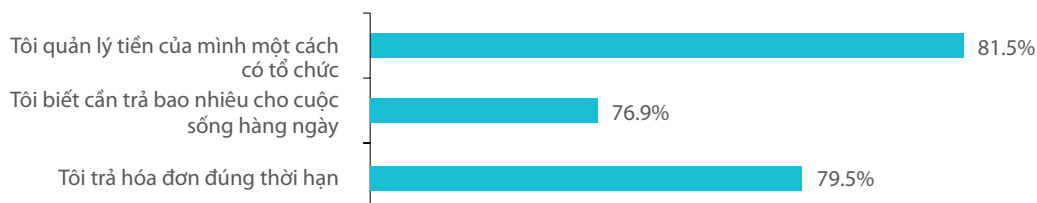
### Việc quản lý tiền

Những người tham gia nhận thấy rằng chương trình MoneyMinded đã giúp họ phát triển kỹ năng quản lý tiền. Hai trong số những điểm chủ chốt trong báo cáo cho thấy chương trình đã giúp các em phát triển khả năng kiểm soát chi tiêu, không tiêu tiền cho những thứ không cần thiết và phát triển nhận thức về việc mình đã chi tiêu cũng như thế nào. Biểu đồ 3 cho thấy sau chương trình, hơn 80% đối tượng điều tra cảm thấy bản thân trở nên có tổ chức hơn trong cách tiêu tiền, 76,9% nhận thức tốt hơn về các khoản chi hàng ngày, trong khi 79,5% chi trả các hóa đơn của mình đúng hạn.

“Chương trình MoneyMinded đã giúp cung cấp cho tôi những kiến thức cơ bản nhưng cũng rất đầy đủ về quản lý tài chính cá nhân.”

Người tham gia MoneyMinded

**Biểu đồ 3: Việc quản lý tiền hàng ngày sau MoneyMinded**



## Tiết kiệm

Sự thay đổi quan trọng nhất mà các em sinh viên đạt được sau chương trình là ý thức và nỗ lực để tiết kiệm. Số lượng sinh viên cho rằng họ vẫn không thể tiết kiệm được tiền đã giảm từ 25,6% xuống còn 8,7% sau khi tham gia MoneyMinded trong khi những người thường xuyên có tiền tiết kiệm đã tăng lên gấp đôi đến 26,9% (biểu đồ 4).

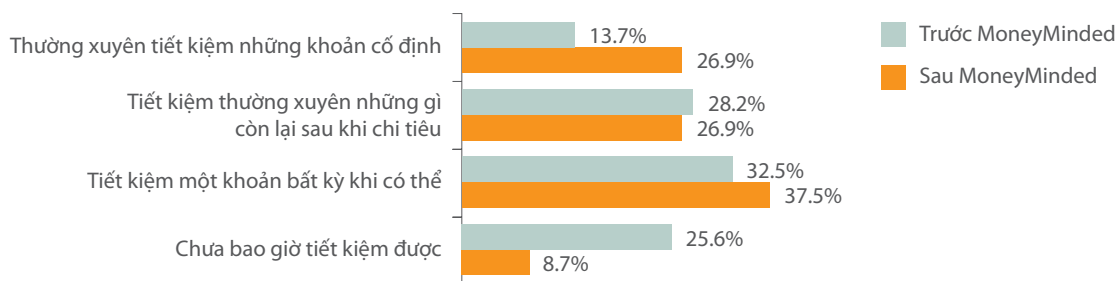
“Tôi muốn mở một tiệm bánh nhỏ của riêng mình nhưng không biết bắt đầu từ đâu. Tôi đã quyết định mình sẽ tiết kiệm 500.000 đồng mỗi tháng. Và bây giờ, tôi biết rằng trong 4 tháng tới tôi sẽ tiết kiệm đủ tiền để mua một cái lò nướng và bắt đầu thực hiện giấc mơ của mình.”

Người tham gia MoneyMinded

“MoneyMinded đã cho tôi kỹ năng quản lý tài chính cá nhân. Chương trình có tác động rất rõ rệt đối với cuộc sống của tôi vì chương trình đã hướng dẫn cho tôi biết nếu tôi cứ tiết kiệm một ít một, tôi sẽ có sự ổn định và tự do về tài chính trong tương lai.”

Người tham gia MoneyMinded

**Biểu đồ 4: Thái độ đối với việc tiết kiệm**

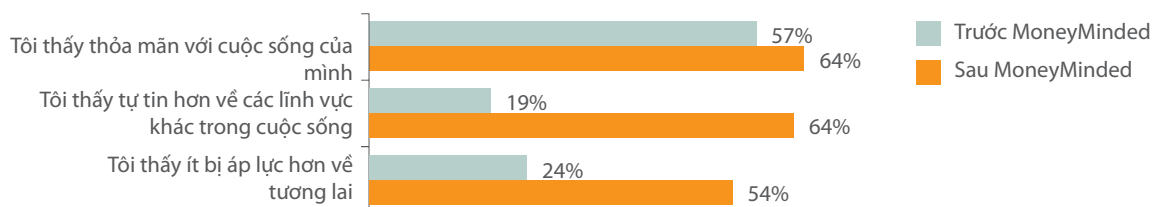


## Cải thiện sự tự tin và triển vọng cho tương lai

Hầu hết các sinh viên tham gia đều ghi nhận những tác động tích cực của chương trình đối với cuộc sống của họ. Như được trình bày ở Biểu đồ 5, mức độ hài lòng với cuộc sống trung bình của các đối tượng tham gia trước và sau chương trình tăng từ 5,7 (57,4% câu trả lời) đến 6,4 (64%

câu trả lời) trên thang đo 10. Hơn 60% khẳng định rằng, sau chương trình MoneyMinded họ cảm thấy tự tin hơn trong các lĩnh vực khác của cuộc sống; trong khi đó số người thấy áp lực về cuộc sống giảm đi đã tăng từ 23,6% lên gần gấp đôi 54,3%.

Biểu đồ 5: Sự tin tưởng và triển vọng cho tương lai được cải thiện



### 3.0 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đa phần những sinh viên tham gia MoneyMinded đều chưa đi làm hoặc chỉ đi làm bán thời gian trong thời gian thực hiện báo cáo. Vì vậy cuộc điều tra được điều chỉnh cho phù hợp với hoàn cảnh sống của các đối tượng tham gia dựa trên những yếu tố như mức thu nhập, độ tuổi, trình độ học vấn, mức sống bình quân tại Việt Nam và các đặc điểm quản lý tài chính cụ thể của nhóm đối tượng này.

Các câu hỏi điều tra được dịch sang tiếng Việt, là ngôn ngữ mẹ đẻ của các đối tượng tham gia. Ngoài kênh chính là gửi bảng hỏi qua email, các cuộc gọi điện, phỏng vấn trực tiếp đều được thực hiện bằng tiếng Việt.

Trong suốt quá trình điều tra, thành viên trong nhóm nghiên cứu thường xuyên liên hệ với các sinh viên tham gia để giải đáp các thắc mắc và nhắc nhở các sinh viên hoàn thành phiếu điều tra.

Kết quả của cuộc điều tra được xem xét và đánh giá sơ bộ. Dựa trên những đánh giá này, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn trực tiếp đối với các đối tượng tham gia để thu thập thêm thông tin về hoạt động quản lý tài chính của họ và để hiểu hơn về các đặc điểm của nhóm đối tượng này.

Bảng 3: Tỷ lệ phản hồi

	Số người tham gia	Số lượng phản hồi	Tỷ lệ phản hồi
Hà Nội	93	75	80%
Tp. Hồ Chí Minh	79	78	98%
Tổng	172	153	89%

“Sau chương trình MoneyMinded, hiện giờ tôi đã chú ý hơn đến chi tiêu hàng ngày của mình và tôi biết được chính xác mình phải trả bao nhiêu tiền hàng tháng cho tiền thuê nhà, thức ăn, tiền điện thoại và các chi phí khác.”

Người tham gia MoneyMinded

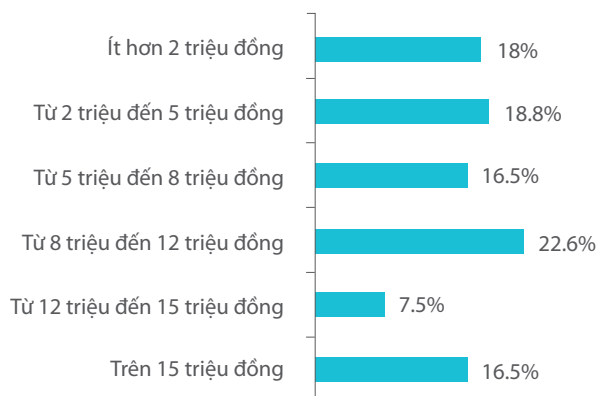
## 4.0 TÌNH HÌNH TÀI CHÍNH CHUNG CỦA CÁC ĐỐI TƯỢNG THAM GIA

### 4.1 Thu nhập

Là sinh viên, phần lớn các đối tượng tham gia phụ thuộc vào gia đình về mặt tài chính. Thực tế, đa số các sinh viên này nhận một khoản tiền cố định hàng tháng từ gia đình để trang trải các chi phí sinh hoạt. Biểu đồ 6 thể hiện rằng

khoản tiền này trung bình khoảng 3 triệu đồng/tháng mặc dù thu nhập của các gia đình dao động từ 2 đến 15 triệu đồng một tháng.

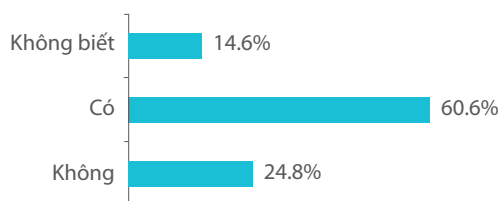
Biểu đồ 6: Phản hồi về “Thu nhập của gia đình”



Biểu đồ 7 nói lên rằng 61% trong số gia đình của các sinh viên tham gia có thu nhập ổn định, trong khi 25% các gia đình không có thu nhập ổn định (14% còn lại không có ý

kiến). Tuy nhiên, khoản tiền các sinh viên nhận từ gia đình mình là khá ổn định và thỉnh thoảng bị chậm trễ.

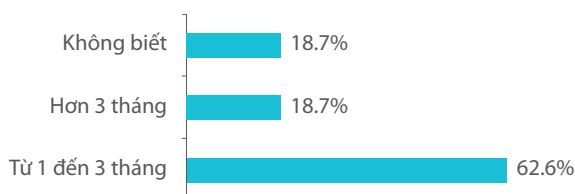
Biểu đồ 7: Phản hồi cho câu hỏi “Bạn có cho rằng thu nhập của gia đình bạn ổn định?”



Với mức thu nhập hạn chế, các đối tượng tham gia dường như thuộc nhóm nhạy cảm về mặt tài chính. Trong trường hợp bị hao hụt về thu nhập, 62,6% cho rằng họ sẽ phải vay

mượn tiền hoặc phải chuyển sang nơi ở khác rẻ hơn trong vòng 3 tháng. 18,7% có thể duy trì mức sống hiện tại trong vòng 4 tháng, còn lại 18,7% không có ý kiến (Biểu đồ 8)

Biểu đồ 8: Phản hồi cho câu hỏi “Bạn có thể tiếp tục chi trả cho cuộc sống của mình trong bao lâu nếu không phải vay tiền hoặc chuyển nhà?”





#### 4.2 Thái độ về quản lý tiền

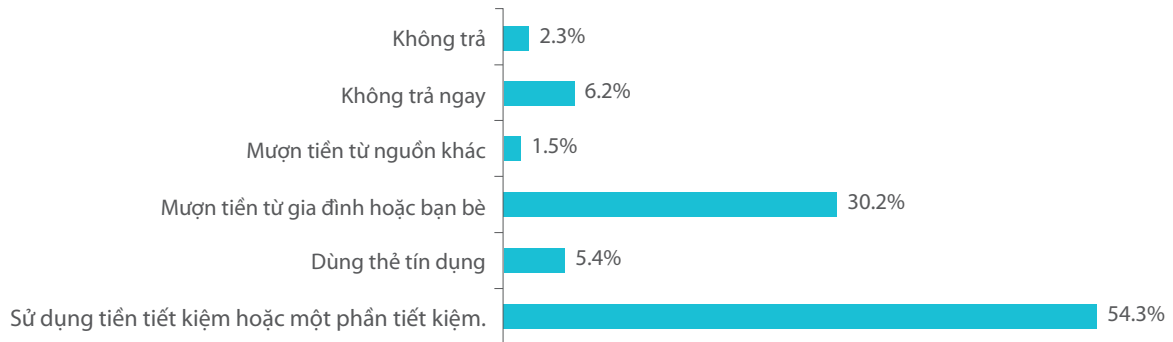
43,6% người tham gia cho biết họ có những khoản chi đột xuất trong vòng 12 tháng trở lại đây. Trong đó 25% chi cho việc mua đồ gia dụng hoặc tiêu dùng (để thay thế hoặc nâng cấp đồ cũ); 5% chi cho học phí hoặc các khóa học ngắn hạn; 3% chi cho việc đi chơi với bạn bè và 4% chi cho thuốc men và điều trị.

Theo Biểu đồ 9, 54,3% sinh viên được hỏi sử dụng tiền tiết kiệm để chi trả cho những chi phí phát sinh thêm, trong khi đó 30,2% vay mượn từ gia đình và bạn bè.

"Vì tôi sống trong kí túc xá, chi phí nhà ở và ăn uống đều cố định. Tuy nhiên, là một sinh viên, tôi vẫn phải chi những khoản khác như quà sinh nhật hoặc đi chơi với bạn bè."

Người tham gia MoneyMinded

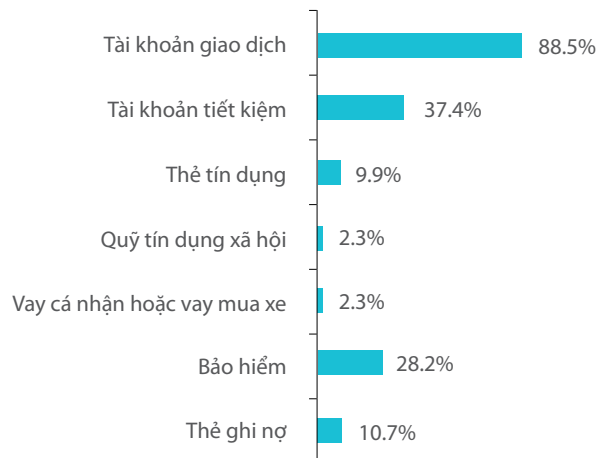
Biểu đồ 9: Phản hồi cho câu hỏi "Bạn chi trả cho những chi phí đột xuất bằng cách nào?"



Về việc sử dụng các sản phẩm tài chính của ngân hàng để quản lý tiền, phần lớn sinh viên đều thích sử dụng tài khoản giao dịch. Biểu đồ 10 đưa ra thực tế đa số đối tượng tham

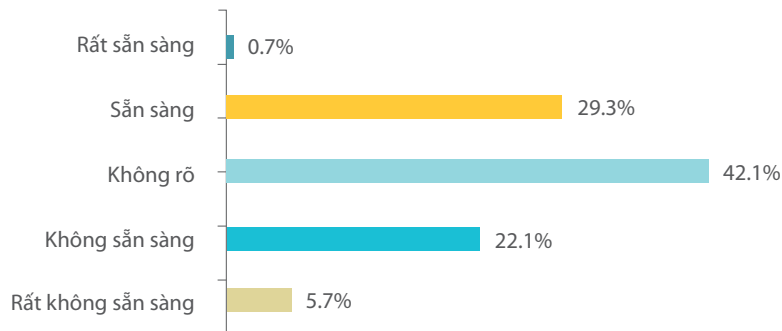
gia (88,5%) dùng tài khoản giao dịch trong các hoạt động hàng ngày, trong khi 37,4 có tài khoản tiết kiệm để tiết kiệm tiền.

Biểu đồ 10: Phản hồi về "Việc sử dụng sản phẩm tài chính"



Biểu đồ 11 cho thấy, khi được hỏi về khả năng chấp nhận rủi ro khi đầu tư và gửi tiết kiệm, 29,3% cho biết họ sẵn sàng chịu rủi ro, trong khi đó 42,1% không chắc chắn (Biểu đồ 11).

Biểu đồ 11: Phản hồi về “Mức độ sẵn sàng chịu rủi ro”



## 5.0 TÁC ĐỘNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH MONEYMINDED

### 5.1 Thái độ đối với việc tiết kiệm

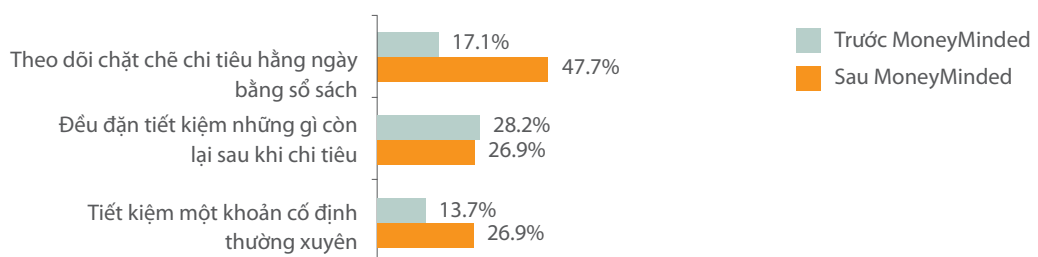
Nhìn chung, chương trình MoneyMinded giúp những người tham gia phát triển thói quen tiết kiệm tích cực. Bảng 4 cho thấy sự thay đổi về thói quen tiết kiệm của những người trả lời. Hoạt động tiết kiệm của các đối tượng tham gia khảo sát có thể được tóm tắt ở ba khía cạnh sau: ý thức tiết kiệm, hình thức tiết kiệm và số tiền tiết kiệm thường xuyên.

Như được thể hiện ở Biểu đồ 12, các sinh viên tham gia được hỏi liệu họ có theo dõi chi tiêu cá nhân của mình không. Trước khi tham dự MoneyMinded, chỉ 17,1% có

theo dõi chi tiêu nhưng sau chương trình, con số này tăng đến 47,7%.

Trước khi tham gia MoneyMinded, dường như các sinh viên không tích cực tiết kiệm, 28,2% cho biết họ chỉ để dành số tiền còn lại sau khi đã chi tiêu hết các khoản phải chi; nhưng sau chương trình con số này giảm xuống còn 26,9%. Không chỉ có vậy, sau chương trình, 26,9% đã chủ động tiết kiệm những khoản cố định hàng tháng, trong khi con số này trước chương trình chỉ là 13,7%.

Biểu đồ 12: Thái độ đối với việc tiết kiệm



“Đầu tháng, bố mẹ tôi sẽ gửi tiền vào tài khoản cho tôi. Sau khi tham dự MoneyMinded, tôi hiện giờ chỉ rút đúng số tiền tôi cần để chi tiêu mà không rút tất cả số tiền. Tuy nhiên, nếu ngân hàng tính phí rút tiền thì tôi sẽ cân nhắc việc rút hết tiền một lúc và sẽ gửi tiết kiệm.”

Người tham gia MoneyMinded

Những chuyển biến tích cực về hoạt động tiết kiệm của các cá nhân tham gia MoneyMinded được diễn tả rõ ràng hơn ở bảng 4 với những số liệu về số tiền tiết kiệm. Trung bình, các sinh viên tiết kiệm được ít hơn 200.000 đồng mỗi tháng trước MoneyMinded, nhưng sau chương trình họ đã có thể để dành được hơn 200.000 đồng một tháng. Mặc dù số tiền này không lớn nhưng nó cũng gần bằng 10% tổng thu nhập trung bình của các sinh viên một tháng.



**Bảng 4: Sự thay đổi về số tiền tiết kiệm hàng tháng sau khi tham gia MoneyMinded**

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
Ít hơn 200,000 VND	51.8%	19.6%	-32.2%
Nhiều hơn 200,000 VND	48.2%	80.3%	32.1%
Từ 200,000VND đến dưới 400,000 VND	21.8%	33.6%	11.8%
Từ 400,000VND đến dưới 600,000 VND	10.9%	18.7%	7.8%
Từ 600,000VND đến dưới 800,000 VND	2.7%	5.6%	2.9%
Từ 800,000VND đến dưới 1,000,000 VND	6.4%	9.3%	2.9%
Trên 1,000,000VND	6.4%	13.1%	6.7%

Sau khi tham gia MoneyMinded, phần lớn các em sinh viên đã có thể để dành tiền cho những chi tiêu đột xuất và khẩn cấp.

Theo số liệu ở Bảng 4, những sinh viên có thể tiết kiệm được hơn 200.000 đồng đã tăng gần gấp đôi từ 48,2 đến 80,4%.

Ngoài việc tăng tiết kiệm, những người tham gia MoneyMinded đã bắt đầu lập kế hoạch dài hạn hơn cho những khoản tiết kiệm và chi tiêu. Trước đó, thu nhập hạn hẹp chỉ cho phép các sinh viên lên những kế hoạch cho những khoảng thời gian ngắn.

“Hàng tháng, sau khi gia đình tôi gửi số tiền 3 triệu đồng cho tôi, tôi sẽ để 500.000 đồng trong tài khoản giao dịch để chi tiêu hàng ngày. Trước khi tham gia MoneyMinded, tôi chưa bao giờ nghĩ đến việc mở tài khoản tiết kiệm vì vậy tôi sẽ để tất cả tiền trong tài khoản giao dịch.”

Người tham gia MoneyMinded

**Bảng 5: Sự thay đổi về phạm vi lập kế hoạch tài chính**

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
Trong 1 hoặc 2 tuần tới	40.9%	28.1%	-12.8%
Trong một vài tháng tới	17.1%	30.6 %	13.5%
Trong một năm tới	3.9%	9.4%	5.5%
Trong 2 đến 4 năm tới	3.3%	6.9%	3.6%
Trong 5 năm tới hoặc hơn	2.8%	8.1%	5.3%

Trước khi tham gia MoneyMinded, 40,9% sinh viên chỉ có thể lên kế hoạch chi tiêu và tiết kiệm cho một hoặc hai tuần kế tiếp nhưng sau chương trình, con số này chỉ còn là 28,1%. Thêm vào đó, 30,6% đã có thể lên kế hoạch cho vài tháng kế tiếp (Bảng 5).

Từ những biến chuyển trên, có thể kết luận rằng MoneyMinded có một tác động tích cực chung đến hoạt động tiết kiệm và trong một vài trường hợp, còn làm phát triển thói quen tiết kiệm.

## 5.2 Quản lý tiền hàng ngày

Quản lý tiền mặt và tài sản là một trong những chủ đề của chương trình MoneyMinded. Một vấn đề cụ thể được thảo luận là làm thế nào để giữ tiền cho tới ngày trả lương/nhận tiền trợ cấp tiếp theo, trả hóa đơn đúng hạn và tăng sự tự tin khi nói "không" khi các thành viên trong gia đình yêu cầu giúp đỡ tiền bạc khi bản thân không thể giúp. Nói chung, MoneyMinded có tác động tích cực đến hoạt động và các kỹ năng quản lý tiền của những người tham gia.

Ví dụ, Bảng 6 miêu tả sự thay đổi trong khả năng chi trả cho sinh hoạt và thanh toán hóa đơn của những đối tượng tham gia chương trình. Trước khi tham gia MoneyMinded, chỉ có 27,6% làm tốt những việc này, nhưng sau chương trình là 35,6%.

**Bảng 6: Sự thay đổi về khả năng chi trả các chi phí và hóa đơn**

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
Không khó chút nào	27.6%	35.6%	8.0%
Hơi khó khăn	24.9%	21.9%	-3.0%
Khá khó khăn	12.7%	4.4%	-8.3%
Rất khó khăn	6.6%	1.3%	-5.3%
Vô cùng khó khăn	2.8%	1.3%	-1.5%

Sau khi tham gia MoneyMinded, sự tiến bộ trong việc kiểm soát bản thân trong vấn đề tiền bạc đi đôi với sự cải thiện về khả năng giữ tiền cho đến ngày trả lương/được nhận trợ cấp tiếp theo. Cụ thể, những tiến bộ này thể hiện ở thói quen tiêu dùng và phản ứng trước những yêu cầu vay nợ.

thấy mình không còn khăng khăng trong việc ra quyết định chi tiêu cho những thứ ngoài khả năng. Khi được hỏi thêm, những sinh viên này cho biết họ đã trở nên thận trọng hơn khi cân nhắc về những gì cần thiết và những gì họ mong muốn có được. Ví dụ, sau chương trình, số người có ý định mua những thứ mình không thực sự cần giảm từ 45,6% xuống 16,4%.

Sau khi tham gia MoneyMinded, các cá nhân tham gia nhận





Bảng 7 đưa ra những thay đổi chủ yếu trong việc quản lý tiền hàng ngày. Sau chương trình MoneyMinded, 45,6% các sinh viên thấy tự tin khi từ chối giúp đỡ về tài chính đối với các thành viên trong gia đình khi họ không có khả năng giúp, trong khi đó trước khi tham gia MoneyMinded là 16,4%.

“Sau khi tham gia MoneyMinded, tôi giờ đã biết kiềm chế bản thân để không mua sắm quá tay.”

Người tham gia MoneyMinded

“Nếu em gái tôi đòi tôi mua cho những thứ không cần thiết như một chiếc điện thoại giống của cô bạn, tôi sẽ từ chối ngay lập tức.”

Người tham gia MoneyMinded

**Bảng 7: Sự thay đổi về việc quản lý tiền hàng ngày**

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
Tôi thấy tự tin nói “không” khi được yêu cầu giúp đỡ về tiền bạc từ thành viên gia đình khi tôi không có khả năng giúp	16.4%	45.6%	29.2%
Tôi hay nóng vội và mua những thứ mà tôi không có khả năng chi trả	24.2%	14.1%	-10.1%
Tôi là người có tổ chức trong việc quản lý tiền	51.6%	81.5%	29.9%
Tôi biết tôi phải chi tiêu bao nhiêu cho cuộc sống hàng ngày	53.3%	76.9%	23.6%

“Tôi phân loại chi tiêu của mình ra nhiều loại, chẳng hạn như tiền nhà và tiền ăn, từ đó tôi có thể tiết kiệm một khoản cố định mỗi tháng.”

Người tham gia MoneyMinded

“MoneyMinded đã nâng cao nhận thức của tôi về quản lý tài chính. Điều này rất quan trọng vì mỗi người đều sẽ nhanh chóng tự chủ về tài chính. Nhưng nếu bạn bắt đầu từ những thứ nhỏ và cố gắng quản lý tài chính của bạn càng sớm càng tốt, nó sẽ giúp bạn cải thiện cuộc sống trong dài hạn.”

Người tham gia MoneyMinded

Số sinh viên cho biết đã trở nên có tổ chức hơn trong việc quản lý tiền của mình tăng từ 51,6% đến 81,5% trước và sau chương trình. Số sinh viên nắm được lượng chi tiêu của mình hàng ngày tăng từ 53,3% lên đến 76,9%.

Đối với những đối tượng có công việc bán thời gian, trước MoneyMinded việc giữ tiền đến ngày trả lương tiếp theo không được coi trọng. Nhưng sau khi hoàn thành khóa MoneyMinded, họ đã biết được tầm quan trọng của việc đó. Bảng 8 cho thấy trước khi tham gia MoneyMinded, 7,7% sinh viên cho biết đến cuối tháng họ không còn tiền để tiêu nhưng sau chương trình, con số này sau chương trình giảm còn 3,1%. Đáng lưu ý hơn, số sinh viên cho biết họ luôn giữ được tiền cho đến ngày trả lương tiếp theo tăng đáng kể từ 18,2% đến 28,1%.

**Bảng 8: Sự thay đổi về việc giữ tiền cho đến ngày trả lương/nhận trợ cấp kế tiếp**

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
Luôn luôn	18.2%	28.1%	9.9%
Thường xuyên	21.0%	27.5%	6.5%
Thỉnh thoảng	18.2%	8.1%	-10.1%
Một vài lần	9.9%	2.5%	-7.4%
Chưa bao giờ	7.7%	3.1%	-4.6%

### 5.3 Lập kế hoạch cho tương lai

Lập kế hoạch cho tương lai là chủ đề chủ đạo của chương trình MoneyMinded Việt Nam. Chủ đề này bao gồm những thông tin về lập mục tiêu tài chính ngắn và dài hạn, kiểm soát chi tiêu, ra quyết định tài chính hợp lý, giải quyết các vấn đề tài chính, những khoản chi đột xuất và tạo lập những khoản tiết kiệm lâu dài.

Những thay đổi về việc thực hiện lập mục tiêu tài chính được đánh giá thông qua những câu hỏi về mục tiêu tài chính trong vòng 12 tháng kế tiếp cho người tham gia. Sau khi tham gia MoneyMinded, các sinh viên thể hiện một sự cải thiện đáng kể trong hiểu biết của mình về tầm quan trọng của việc quản lý tài chính đối với cuộc sống của họ. Bảng 9 cho biết số người có mục tiêu tài chính cho 12 tháng kế tiếp tăng từ 24,4% lên đến 50,6% sau chương trình.

Hầu hết những sinh viên được hỏi (84,4%) nói rằng họ đồng ý việc họ quản lý tài chính hiện tại sẽ ảnh hưởng đến tương lai của họ, tăng 17,4% so với trước chương trình. Hơn nữa, sau chương trình, 71,9% các đối tượng tham gia cho rằng họ đã có thể lên kế hoạch cho tương lai, tăng 28,6% so với trước.

Bảng 9: Sự thay đổi về thói quen quản lý tài chính

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
<b>Tôi có mục tiêu tài chính trong 12 tháng tới</b>			
Phản đối	53.3%	25.8%	-27.5%
Không đồng ý, không phản đối	22.2%	23.6%	1.4%
Đồng ý	24.4%	50.6%	26.1%
<b>Tôi đặt ra các mục tiêu tài chính dài hạn và cố gắng đạt được nó</b>			
Phản đối	41.6%	21.1%	-20.5%
Không đồng ý, không phản đối	28.1%	15.6%	-12.5%
Đồng ý	30.3%	63.3%	33.0%
<b>Tôi tin cách quản lý tài chính sẽ ảnh hưởng tới tương lai của bản thân</b>			
Phản đối	14.8%	8.9%	-5.9%
Không đồng ý, không phản đối	18.2%	6.7%	-11.5%
Đồng ý	67.0%	84.4%	17.4%
<b>Tôi cảm thấy tự tin khi đưa ra các quyết định về tài chính</b>			
Phản đối	22.0%	12.4%	-9.6%
Không đồng ý, không phản đối	38.5%	19.1%	-19.4%
Đồng ý	39.6%	68.5%	29.0%
<b>Tôi có thể lập kế hoạch trước</b>			
Phản đối	23.3%	14.6%	-8.7%
Không đồng ý, không phản đối	33.3%	13.5%	-19.9%
Đồng ý	43.3%	71.9%	28.6%
<b>Tôi có thể xử lý các vấn đề tài chính</b>			
Phản đối	23.6%	9.1%	-14.5%
Không đồng ý, không phản đối	31.5%	21.6%	-9.9%
Đồng ý	44.9%	69.3%	24.4%
<b>Tôi có thể đối phó với các khoản chi ngoài kế hoạch</b>			
Phản đối	24.4%	7.9%	-16.6%
Không đồng ý, không phản đối	27.8%	20.2%	-7.6%
Đồng ý	47.8%	71.9%	24.1%

## 5.4 Hiểu biết về các sản phẩm tài chính

Sau các hội thảo của MoneyMinded, hầu hết những người tham gia đều có hiểu biết thấu đáo hơn về các sản phẩm tài chính. Bảng 10 chỉ ra rằng số người dành thời gian so sánh giá cả và đặc điểm của các sản phẩm tăng từ 70% lên 87,9%. Điều này nói lên rằng MoneyMinded đã có tác động

đến cách thức chọn sản phẩm tài chính của người tham dự. Các đối tượng tham gia cũng cho biết rằng hiện tại họ đã chú ý hơn đến giá trị của các sản phẩm thay vì chỉ giá cả và đặc điểm.

**Bảng 10: Thay đổi về sự hiểu biết về các sản phẩm tài chính (%)**

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
<b>Khi mua sản phẩm/ dịch vụ tôi so sánh giá cả và các đặc điểm</b>			
Phản đối	15.6%	5.5%	-10.1%
Không đồng ý, không phản đối	14.4%	6.6%	-7.9%
Đồng ý	70.0%	87.9%	17.9%
<b>Tôi biết được nơi nào có thể nhận được sự giúp đỡ khi ra quyết định tài chính</b>			
Phản đối	24.2%	11.2%	-12.9%
Không đồng ý, không phản đối	26.4%	13.5%	-12.9%
Đồng ý	49.5%	75.3%	25.8%
<b>Tôi biết làm cách nào để lựa chọn được sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhu cầu của mình</b>			
Phản đối	26.7%	19.5%	-7.1%
Không đồng ý, không phản đối	34.4%	26.4%	-8.0%
Đồng ý	38.9%	54.0%	15.1%

Bảng 11 cho thấy MoneyMinded đã nâng cao hiểu biết của những người tham gia bằng cách cung cấp cho họ nhiều thông tin hơn về việc quản lý những nguồn tài chính của họ. Các đối tượng tham gia được trang bị tốt hơn các kĩ năng quản lý tiền nhằm giúp họ có thể kiểm soát được tài chính của mình trong tương lai.

Trước khi tham gia MoneyMinded, 17% sinh viên được hỏi cho là họ có hiểu biết tốt về các loại tài khoản ngân hàng, và con số này tăng thêm 34,1% sau chương trình. Về các sản phẩm tài chính, 53,4% cho biết họ có hiểu biết về các sản phẩm đang có trên thị trường, so với chỉ 23,6% trước MoneyMinded. Hơn nữa, 53,4% nói rằng họ đã biết phải hỏi những câu hỏi gì khi ra quyết định tài chính, thay vì chỉ 38,6% như trước đây.



Bảng 11: Thay đổi về mức độ hiểu biết về tài chính

	Trước MoneyMinded	Sau MoneyMinded	Thay đổi
<b>Tôi có kiến thức về các loại tài khoản ngân hàng hiện có</b>			
Phản đối	54.5%	19.3%	-35.2%
Không đồng ý, không phản đối	28.4%	29.5%	1.1%
Đồng ý	17.0%	51.1%	34.1%
<b>Tôi có hiểu biết tốt về các loại sản phẩm tài chính khác nhau</b>			
Phản đối	41.6%	20.5%	-21.1%
Không đồng ý, không phản đối	34.8%	26.1%	-8.7%
Đồng ý	23.6%	53.4%	29.8%
<b>Khi phải ra quyết định về tài chính, tôi biết hỏi những câu hỏi đúng</b>			
Phản đối	33.0%	13.6%	-19.3%
Không đồng ý, không phản đối	28.4%	18.2%	-10.2%
Đồng ý	38.6%	68.2%	29.5%

### 5.5 Tác động xã hội

Bằng việc xây dựng hiểu biết và khả năng tài chính, mục tiêu chính của MoneyMinded Việt Nam là nhằm đóng góp cho sự thịnh vượng chung và chất lượng cuộc sống tốt hơn cho các cá nhân tham dự chương trình. Bảng 12 làm rõ các tác động xã hội của MoneyMinded và chỉ ra rằng chương trình không chỉ nâng cao các kỹ năng cho người tham dự mà còn có tác động tích cực đến các khía cạnh khác trong cuộc sống của họ.

54,3% nhận thấy rằng họ không còn thấy áp lực về tương lai của mình. Sau MoneyMinded, hơn 60% người tham gia đồng ý rằng họ thấy tự tin hơn trong các lĩnh vực khác của cuộc sống. 31,2% cho biết họ có thể cung ứng tốt hơn cho gia đình mình. Đa số các đối tượng tham gia chương trình (hơn 80%) công nhận rằng MoneyMinded giúp họ có cơ hội biết thêm nhiều người mới, trong khi 74,2% đồng ý rằng họ thấy gắn kết hơn với cộng đồng thông qua MoneyMinded.

Bảng 12: Ảnh hưởng xã hội của MoneyMinded

Bạn có đồng ý với những ý kiến sau không?	Disagree	Neutral	Agree
Tôi thấy ít căng thẳng hơn về tương lai	12.8%	33.0%	54.3%
Tôi thấy tự tin trong các lĩnh vực khác của cuộc sống	9.6%	26.6%	63.8%
Từ khi tham gia MoneyMinded, tôi thấy có khả năng cung ứng tốt hơn cho gia đình mình	20.4%	40.9%	31.2%
MoneyMinded cho tôi cơ hội gặp gỡ những người mới	6.4%	11.7%	81.9%
Tôi học hỏi được rất nhiều từ những thành viên khác trong chương trình MoneyMinded	8.6%	12.9%	78.5%
MoneyMinded giúp tôi gắn kết hơn với cộng đồng	6.4%	11.7%	81.9%

“Tôi thấy chương trình MoneyMinded rất bổ ích và sau khi cân nhắc những tác động của những cuộc hội thảo, tôi sẵn sàng trả tiền để tham gia.”

Người tham gia MoneyMinded

Sau cùng, tầm ảnh hưởng của MoneyMinded không chỉ dừng lại đối với các đối tượng tham gia chương trình. Như trong Biểu đồ 13 dưới đây, sau khi tham gia chương trình, 74,8% người tham gia động viên các thành viên trong gia đình mình để tiết kiệm; 82,1% chia sẻ những gì họ học được với bạn bè và gia đình.

Biểu đồ 13: Chia sẻ những gì được học trong chương trình MoneyMinded

