

ANH HƯỞNG CỦA BIGTECH TỚI HOẠT ĐỘNG NGÂN HÀNG

VÀ MỘT SỐ ĐỀ XUẤT, GỢI Ý

- ▶ TS. PHAN THỊ HOÀNG YẾN
- ▶ NCS. ĐÀO MỸ HẠNG
- ▶ THS. TRẦN HẢI YẾN

■ NGÀY NHẬN BÀI: 13/12/2021
■ NGÀY BIÊN TẬP: 25/12/2021
■ NGÀY DUYỆT ĐĂNG: 5/1/2022



Tóm tắt: Ngày nay, các công nghệ mới phát triển với tốc độ vũ bão và tác động mạnh mẽ tới hầu hết các lĩnh vực trong cuộc sống. Các tập đoàn công nghệ đang tận dụng lợi thế của mình để lấn sân sang lĩnh vực tài chính – ngân hàng và gây ra nhiều ảnh hưởng tới hoạt động của ngân hàng. Từ kinh nghiệm của hai BigTech điển hình ở Mỹ và Trung Quốc, bài viết khái quát hóa quan điểm về BigTech và phân tích ảnh hưởng của các BigTech tới các ngân hàng thương mại (NHTM). Qua đó đề xuất một số hướng tiếp cận các ngân hàng Việt Nam trong bối cảnh các BigTech ở Việt Nam bước đầu xuất hiện khi ba tập đoàn viễn thông lớn nhất Việt Nam vừa được cấp phép triển khai thí điểm dịch vụ Mobile Money vào cuối năm 2021.

Từ khóa: BigTech, Fintech, ngân hàng thương mại.

BIGTECH'S IMPACTS ON BANKING ACTIVITIES AND SOME RECOMMENDATIONS

Abstract: Today, new technologies are developing at a rapid pace and have strong impacts on almost all areas of life. Technology corporations are taking advantage of their technologies to encroach on the financial - banking sector and thus creating influence on the banking operations. From the experiences of two typical BigTechs in the US and China, the study generalizes views on BigTech and analyzes their influence on commercial banks. From international experience, the article proposes a number of approaches to Vietnamese banks in the context that BigTech in Vietnam initially appeared when three largest telecommunication groups have just been licensed to pilot mobile money services by the end of 2021.

Keywords: Bigtech, Fintech, commercial bank

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

BigTech, tương tự như Fintech, là tên gọi dành cho các tập đoàn công nghệ khi họ bắt đầu tham gia cung ứng dịch vụ tài chính. Trong khi Fintech thường dành cho các công ty công nghệ mới thành lập (Fintech Startup) thì BigTech là thuật ngữ dành cho các tập đoàn công nghệ thông tin, khi họ cung ứng các dịch vụ tài chính – ngân hàng. Giống như các Fintech startup, các công ty BigTech thường áp dụng công nghệ mới trong việc phát triển các phần mềm, điều này mang lại cho họ khả năng đưa ra các dịch vụ đáp ứng nhanh nhu cầu và mong muốn của người dùng. Tại Mỹ, khi đề cập đến các BigTech có thể kể đến các công ty như Google, Amazon, Facebook và Apple, trong khi đó tại Trung Quốc, các công ty BigTech là nhóm BAT bao gồm Baidu, Alibaba và Tencent. Ngoài ra, một số công ty công nghệ nổi tiếng như Microsoft và IBM đang ngày càng xâm nhập nhiều hơn vào hệ thống tài chính quốc tế và có thể sẽ được đưa vào trong số các công ty BigTech.

Dịch vụ tài chính không phải là

hoạt động kinh doanh cốt lõi của các BigTech mà chỉ đóng góp một phần nhỏ cho thu nhập của họ. Tuy nhiên, với thế mạnh về công nghệ, khả năng ứng dụng những tiên bộ của trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), máy học (Machine learning), Internet kết nối vạn vật (IoT) và các công nghệ 4.0 khác, Big Tech có thể nắm bắt những nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính của khách hàng trong hệ sinh thái của mình, đề gợi ý, tư vấn và cung cấp cho khách hàng những dịch vụ tài chính đúng với nhu cầu của họ. Đồng thời các khách hàng cũng được hưởng lợi khi trải nghiệm các sản phẩm dịch vụ tài chính với chất lượng tốt và giá cả phù hợp của BigTech. Như vậy, với các lợi thế của mình, BigTech được kỳ vọng mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng, thúc đẩy tài chính toàn diện tại các quốc gia và tạo ra sự thay đổi nhanh chóng trong ngành tài chính ngân hàng.

Dịch vụ Mobile Money vừa được thí điểm tại Việt Nam từ cuối tháng 11/2021 và cơ sở cho việc thí điểm này là việc phổ cập thiết bị kết nối viễn thông tới từng người dân. Theo

khảo sát của WeAreSocial & Hootsuite (2021), tỷ lệ người dùng thuê bao di động tại Việt Nam chiếm 97%, cao hơn mức trung bình chung của thế giới. Nắm bắt được xu thế này, ba tập đoàn viễn thông lớn nhất Việt Nam là VNPT, Viettel và Mobifone đã tận dụng hạ tầng dữ liệu, mạng lưới viễn thông của mình để xin thí điểm triển khai cung cấp dịch vụ Mobile Money - cho phép mọi người có thể gửi/nhận tiền, chi tiêu, thanh toán các dịch vụ qua mạng điện thoại. Nhờ khả năng vận hành chỉ cần tới mạng viễn thông mà không phụ thuộc vào internet hay tài khoản ngân hàng, Mobile Money có khả năng thay thế tiền mặt trong các giao dịch nhỏ lẻ hàng ngày. Mobile Money còn có thể trở thành phương tiện phù hợp để Chính phủ giải ngân trực tiếp các khoản trợ cấp, hỗ trợ an sinh xã hội đến từng người dân thuộc nhóm yếu thế, chịu nhiều ảnh hưởng bởi dịch bệnh. Việc thí điểm triển khai Mobile Money đã đánh dấu sự xuất hiện của các BigTech tại Việt Nam, thúc đẩy tốc độ tăng trưởng của thanh toán điện tử, phát triển chuyển đổi số và nền kinh tế số tại Việt Nam.

2. ẢNH HƯỞNG CỦA BIGTECH TRÊN THẾ GIỚI ĐEN HOẠT ĐỘNG NGÂN HÀNG

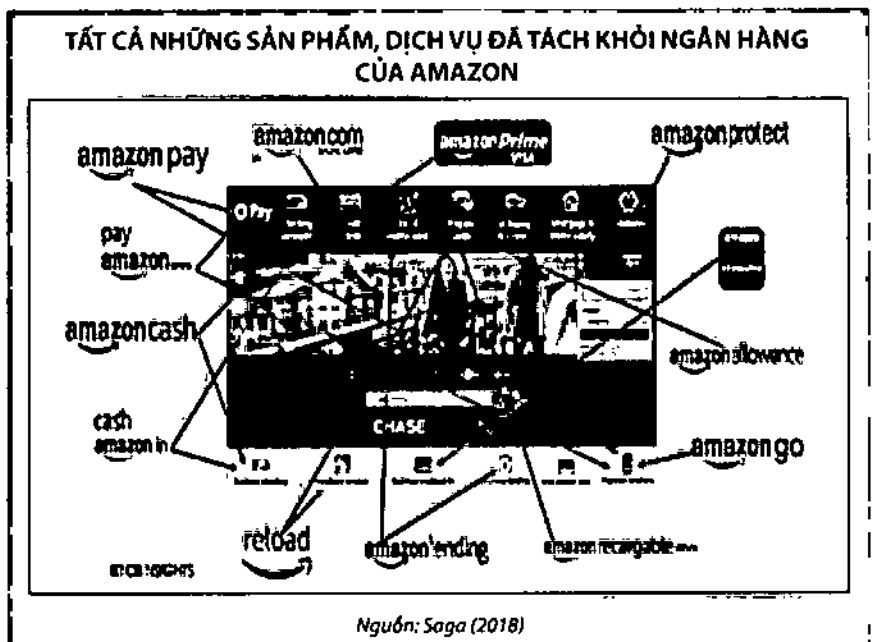
“BigTech gây ra sự gián đoạn mạnh mẽ nhất tới lĩnh vực ngân hàng và bảo hiểm chứ không phải Fintech”, kết luận này được xây dựng sau 150 cuộc phỏng vấn các chuyên gia và 10 phiên hội thảo quốc tế tại Diễn đàn Kinh tế Thế giới năm 2017. Lĩnh vực ngân hàng và bảo hiểm đang ngày càng có sự tham gia của các công ty lớn về công nghệ, tạo ra sự cạnh tranh trực tiếp với các công ty, tổ chức tài chính khác. Với lợi thế lớn về điện toán đám mây, trí tuệ nhân tạo và phân tích khách hàng dựa trên dữ liệu lớn đã giúp BigTech có những lợi thế cạnh tranh và sự khác biệt trong suy nghĩ của khách hàng. Các BigTech có ảnh hưởng đến các tổ chức tài chính, đặc biệt là các ngân hàng thương mại. Nghiên cứu này trình bày hai trường hợp điển hình của BigTech ở Mỹ và Trung Quốc tham gia vào lĩnh vực tài chính, từ đó phân tích tác động của BigTech đến các ngân hàng thương mại.

2.1. Trường hợp Amazon

Amazon có tên đầy đủ là Amazon.com – công ty công nghệ đa quốc gia của Mỹ có trụ sở tại Seattle, Washington. Amazon được thành lập từ năm 1994, giá trị vốn hóa đạt 1.760 tỷ USD (05/2021), lĩnh vực hoạt động tập trung vào điện toán đám mây, truyền phát kỹ thuật số, trí tuệ nhân tạo và thương mại điện tử. Công ty được coi là một trong những công ty công nghệ Big4 cùng với Apple, Google và Facebook. Amazon là một trong những công ty có giá trị nhất thế giới. Tuy lĩnh vực chính là về công nghệ, nhưng Amazon đã đưa ra các sản phẩm để xâm nhập vào lĩnh vực tài chính về cho vay vốn doanh nghiệp, thẻ tín dụng đồng hạng, thanh toán không tiền mặt....

SME lending and working capital finance - Cho vay Doanh nghiệp vừa và nhỏ và tài trợ vốn lưu động (2012)

Cuộc khủng hoảng tài chính năm



2008 đã gây ra sự thiếu hụt tài chính tới các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Kể từ năm 2012, Amazon đã cung cấp các khoản vay cho doanh nghiệp nhỏ là người bán hàng trên nền tảng của mình thông qua chương trình cho vay “Amazon Lending”. Các khoản vay thường có giá trị nhỏ từ 1.000 đô la đến 750.000 đô la, với lãi suất từ 6% đến 16%, thấp hơn đáng kể so với hầu hết các khoản tạm ứng tiền mặt do các ngân hàng thương mại cung cấp (Fundera, 2018). Amazon có lợi thế trong việc cung cấp các khoản vay cho người bán hàng trên nền tảng của mình, vì Amazon nắm được số lượng, khối lượng và giá trị các mặt hàng của người bán, thời gian bán hàng cao điểm, các đánh giá và sự quan tâm của khách hàng hiện tại thông qua việc phân tích dữ liệu của người bán hàng theo thời gian thực và ứng dụng AI để dự đoán xem liệu và khi nào người bán có thể cần một khoản vay, số tiền bao nhiêu và rủi ro tín dụng liên quan. Đó là các căn cứ quan trọng để tính toán và xác định lãi suất cũng như kỳ hạn cho vay, ra quyết định tín dụng và căn cứ xác định nguồn thu hồi vốn, đảm bảo khả năng trả nợ của khách hàng vay vốn.

Dịch vụ cho vay khách hàng của

các BigTech như Amazon là mối đe dọa đối với các ngân hàng. Các công ty BigTech như Amazon, có khả năng tận dụng lợi thế về công nghệ, ứng dụng trí tuệ nhân tạo và các công nghệ 4.0 khác vào việc nghiên cứu, phân tích hành vi, thói quen, mối quan tâm của khách hàng, từ đó dự báo nhu cầu và thiết kế các sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Các trung gian tài chính, bên cạnh bất lợi về mặt công nghệ, khó có thể ứng dụng và cập nhật các đổi mới về công nghệ nhanh chóng như BigTech, còn có một hạn chế về mức lãi suất cho vay kém cạnh tranh. Các ngân hàng thường có phần bù rủi ro tín dụng và chi phí tìm kiếm thông tin để thẩm định khách hàng cao hơn BigTech do không được tiếp cận các thông tin phi cấu trúc về hành vi của khách hàng phục vụ hoạt động thẩm định, xếp hạng tín dụng khách hàng nhằm ra quyết định cho vay. Do đó, ngân hàng có thể bị mất đi một bộ phận khách hàng khi các BigTech như Amazon cung cấp những sản phẩm dịch vụ tín dụng nhanh chóng, tiện lợi, đúng nhu cầu khách hàng với chi phí thấp hơn.

Amazon co-branded credit cards - Thẻ tín dụng đồng thương hiệu Amazon (2015)

Amazon liên kết với Ngân hàng JP Morgan Chase (ngân hàng lớn nhất Mỹ) cung cấp thẻ tín dụng đồng thương hiệu và tuyên bố giá trị của nó đang được mở rộng. Khách hàng của Amazon Prime có thể mở thẻ tín dụng Amazon Prime Rewards. Nhằm khuyến khích và tạo điều kiện cho khách hàng mua sắm nhiều hơn trong hệ sinh thái của mình, khách hàng sử dụng thẻ tín dụng của Amazon được hưởng một số ưu đãi như được hoàn 5% cho tất cả các giao dịch mua hàng trên Amazon.com, hoàn 2% tại nhà hàng, trạm xăng và hiệu thuốc và hoàn lại 1% cho mọi giao dịch khác (Amazon, 2018; Bain, 2018; Business Insider, 2016).

Amazon.com là sản phẩm thương mại điện tử lớn và phổ biến không chỉ tại Mỹ mà còn rất nhiều quốc gia khác với số lượng lượt giao dịch khổng lồ. Theo thống kê của Amazon (2019), tính trung bình một doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Mỹ bán hơn 4.000 sản phẩm trong một phút. Với lượng khách hàng truy cập nền tảng thương mại điện tử và mua sắm đông đảo, việc hoàn tiền lên tới 5% đối với chi tiêu bằng thẻ tín dụng Amazon prize cho các giao dịch trên Amazon là một chiến lược hiệu quả, vừa thu hút khách hàng mới, sử dụng thẻ tín dụng, vừa khuyến khích chi tiêu và duy trì sự trung thành của

khách hàng với các sản phẩm, dịch vụ trong hệ sinh thái Amazon. Việc BigTech như Amazon cung cấp thẻ tín dụng có thể đe dọa đến số lượng khách hàng mở thẻ tín dụng và khối lượng giao dịch qua thẻ tín dụng do các ngân hàng cung cấp, từ đó tác động làm giảm thu nhập từ phí dịch vụ thẻ của các ngân hàng.

Amazon Cash - Tiền mặt Amazon (2017)

Để hỗ trợ việc mua sắm trên nền tảng Amazon cho đối tượng khách hàng không có thẻ tín dụng, Amazon cung cấp tài khoản tiền điện tử "Amazon Cash" - cho phép khách hàng nộp tiền vào tài khoản điện tử miễn phí bằng cách quét mã vạch. Mã vạch có thể được tạo ra bằng cách truy cập trang Amazon Cash, Amazon, ứng dụng điện thoại hoặc lưu lại trên màn hình chủ của thiết bị Android hoặc iOS Wallet một cách dễ dàng. Với những khách hàng không dùng smartphone, họ có thể in mã vạch và mang thẳng đến cửa hàng để gửi tiền. Amazon Cash cho phép người dùng gửi tiền mặt trực tiếp vào tài khoản Amazon của họ từ hơn 10.000 địa điểm bán lẻ trên khắp nước Mỹ (Bain, 2018). Giải pháp này hướng đến những người trẻ tuổi và những người không có thẻ tín dụng để họ có thể giao dịch tại nền tảng thương mại điện tử Amazon. Amazon Cash có

thể làm giảm số lượng khách hàng mở tài khoản, mở thẻ tín dụng tại các ngân hàng, từ đó làm giảm doanh thu của các ngân hàng bởi lúc này khách hàng không cần tài khoản ngân hàng, không phải trả phí dịch vụ thanh toán mà vẫn có thể giao dịch, thanh toán các dịch vụ trên nền tảng BigTech.

2.2. Trường hợp Ant Financial - Alibaba

Alibaba là tập đoàn thương mại điện tử cung cấp dịch vụ bán hàng giữa người tiêu dùng với người tiêu dùng, doanh nghiệp tới người tiêu dùng và doanh nghiệp với doanh nghiệp dịch vụ bán hàng thông qua cổng thông tin điện tử. Tập đoàn cũng cung cấp dịch vụ thanh toán điện tử, công cụ tìm kiếm mua sắm và dịch vụ điện toán đám mây, được Jack Ma thành lập vào năm 1999, có trụ sở đặt tại Hàng Châu, Chiết Giang, Trung Quốc. Giá trị vốn hóa của Alibaba đã đạt 720 tỷ USD (07/2020). Ant Financial tiền thân là Alipay, là một công ty liên kết của tập đoàn Alibaba (Trung Quốc). Một số dịch vụ được cung cấp bởi Ant Alibaba bao gồm thanh toán (Alipay), cho vay (MYBank), quản lý tài sản, bảo hiểm và tính điểm tín dụng.

Dịch vụ thanh toán - Alipay (2004)

Alipay là nền tảng thanh toán trực tuyến và di động bên thứ ba lớn nhất thế giới với khoảng 520 triệu người dùng hoạt động hàng tháng (CNBC, 2017b). Alipay được ra mắt vào năm 2004 như một dịch vụ thanh toán trực tuyến, tại thời điểm này, thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng cực kỳ hiếm ở Trung Quốc, vì người tiêu dùng thường thanh toán bằng tiền mặt (Greeven & Wei, 2018). Vào năm 2018, Alipay đã phát triển từ chỗ chỉ là một ví trực tuyến nay đã trở thành một công cụ hỗ trợ phong cách sống và là chất kết dính quan trọng trong hệ sinh thái kinh doanh lớn hơn của Alibaba (Ant Financial, 2018). Hơn nữa, Alipay cho phép tích hợp trực tiếp với Ant Financial Huabei, một tổ chức cho vay tiêu dùng trực tuyến cho phép mua hàng trả góp trên Taobao và Tmall, Alipay mở rộng



Amazon Cash cho phép người dùng gửi tiền mặt trực tiếp vào tài khoản Amazon của họ từ hơn 10.000 địa điểm bán lẻ trên khắp Hoa Kỳ

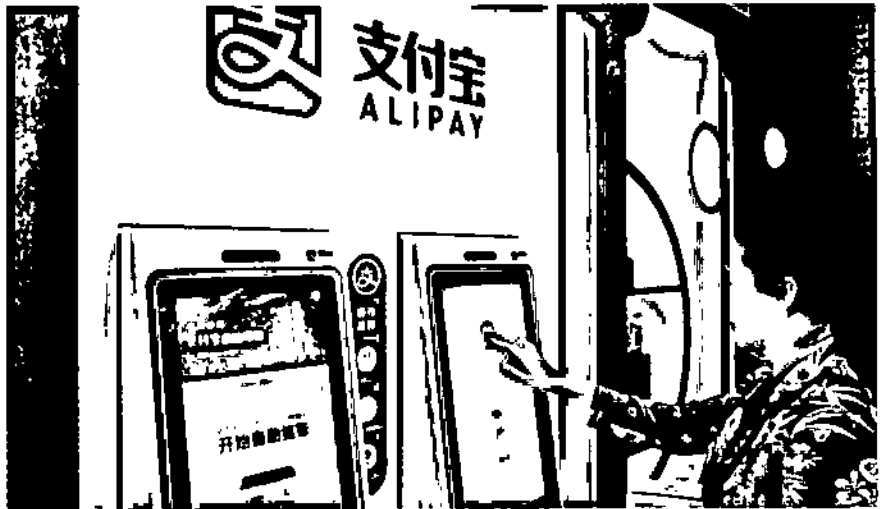
thanh toán ngoại tuyến tại cửa hàng trong nước và quốc tế, hỗ trợ 27 loại tiền tệ, có quan hệ đối tác với 200 tổ chức tài chính trong nước, 250 tổ chức tài chính ở nước ngoài và bao phủ hơn 36 quốc gia (Ant Financial, 2018).

Sự xuất hiện của Alipay khiến một phần nguồn vốn tiền gửi không kỳ hạn của các ngân hàng dịch chuyển ra khỏi NHTM, giảm tỷ lệ CASA, làm tăng chi phí huy động vốn bình quân, có thể làm giảm lợi nhuận và ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của các NHTM.

Thêm vào đó, Alipay có số lượt giao dịch cực kỳ lớn, tại Trung Quốc, hình thức thanh toán qua mã QR là rất phổ biến và Alipay chính là một trong những ứng dụng được ưa chuộng, do đó số lượt thanh toán qua tài khoản ngân hàng sẽ bị ảnh hưởng, làm giảm lợi nhuận của ngân hàng thông qua phí dịch vụ chuyển tiền.

Dịch vụ cho vay - MYbank (2015)

Để giảm bớt căng thẳng về vốn lưu động cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trong hệ sinh thái kinh doanh Alibaba, MYbank là một trong năm ngân hàng tư nhân đầu tiên được Ủy ban Quản lý Ngân hàng Trung Quốc 47 cấp phê duyệt (Trường Quản lý Yale, 2017) cung cấp các khoản vay với lãi suất giảm hoặc trong một số trường hợp cho vay không lãi suất cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Mybank cung cấp tích hợp trực tiếp với Alipay, Taobao, 1688 và Aliexpress (hậu cần), từ đó cũng áp dụng dữ liệu lớn để cung cấp các khoản vay cạnh tranh (Bloomberg, 2017a). Tính đến cuối tháng 10/2017, MYbank đã cung cấp cho hơn 7 triệu DN/VN khoản vay lên tới 441,3 tỷ NDT (tương đương 71,211 tỷ USD) với quy mô khoản vay trung bình là 8.000 NDT (Reuters, 2018b). MYbank sử dụng khoảng 300 nhân viên, một nửa trong số đó là các chuyên gia công nghệ hoặc kỹ thuật viên và ước tính ngân hàng này có thể cung cấp các khoản vay với số tiền ít hơn 1.000 lần so với chi phí của một ngân hàng truyền thống (Reuters,



Sự xuất hiện của Alipay khiến một phần nguồn vốn tiền gửi không kỳ hạn của các ngân hàng dịch chuyển ra khỏi NHTM

2018b).

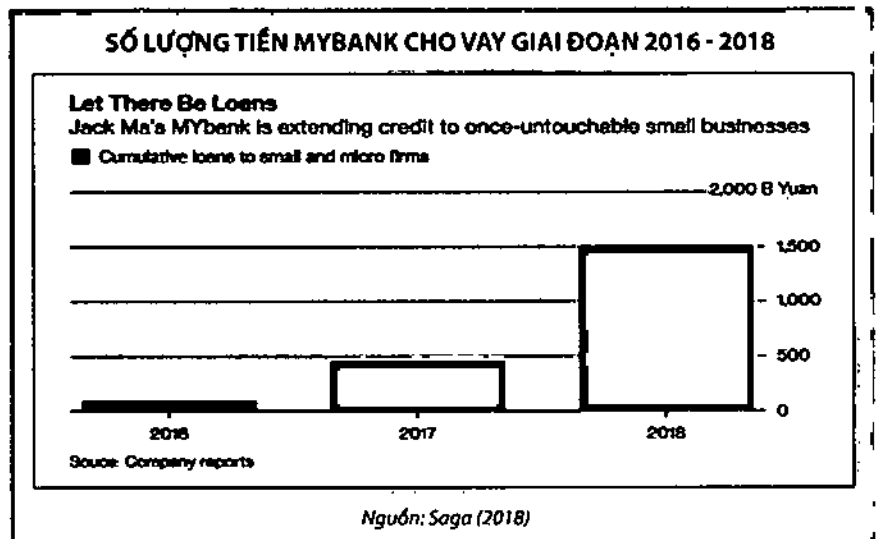
Vì có nhiều thông tin hơn, tỷ lệ phê duyệt khoản vay tại MYbank cao gấp 4 lần so với các ngân hàng truyền thống – nhóm thường từ chối 80% yêu cầu vay vốn của các doanh nghiệp nhỏ và mất ít nhất 30 ngày để phê duyệt hồ sơ. Ngoài ra, chi phí vận hành trên mỗi khoản vay của MYbank chỉ vào khoảng 3 NDT, so với con số 2.000 NDT ở các ngân hàng truyền thống. Đặc biệt, tỷ lệ nợ xấu của nền tảng này chưa tới 1%.

Những chính sách ưu đãi của MYbank tạo ra áp lực cạnh tranh lớn với các NHTM. Khi có sự xuất hiện của một tổ chức cho vay không phải

ngân hàng nhưng có hoạt động an toàn (thông qua tỷ lệ nợ xấu thấp) hoặc lãi suất cho vay thấp hơn sẽ khiến các ngân hàng truyền thống gặp khó khăn trong việc thu hút khách hàng. Điều đó có thể gây ra áp lực giảm thị phần, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận. Ngoài ra, các ngân hàng sẽ chịu thêm áp lực từ việc cải tiến quy trình, ứng dụng công nghệ vào quá trình cung cấp sản phẩm dịch vụ, gây tốn kém chi phí hơn.

2.3. Tác động của BigTech tới NHTM

BigTech không chỉ cho khách hàng của họ sự tiện ích, thỏa mãn nhu cầu về mặt tài chính mà còn giúp khách hàng



có thể giảm chi phí dịch vụ, tiết kiệm thời gian thông qua các sản phẩm và dịch vụ tài chính sáng tạo. Các nền tảng này tận dụng sự bùng nổ của dữ liệu lớn về các cá nhân và công ty, những tiến bộ trong trí tuệ nhân tạo, sức mạnh tính toán nhằm làm tăng độ tiện dụng, cũng như cá nhân hóa các sản phẩm tài chính, từ đó nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Cùng với sự phát triển của Internet, khách hàng ngày càng có yêu cầu cao, có nhu cầu cá thể hóa các sản phẩm tiêu dùng và yêu cầu dịch vụ phải được phục vụ nhanh và tối ưu. Sự tác động của BigTech là mạnh mẽ và toàn diện đối với hoạt động của hệ thống ngân hàng thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng.

Lợi ích mà BigTech đem lại cho thị trường tài chính là vô cùng lớn. Các công ty BigTech sẽ thúc đẩy mối quan hệ cạnh tranh giữa họ với các NHTM. Trong thời đại 4.0, công nghệ trở thành yếu tố then chốt trong chiến lược cạnh tranh của các tổ chức tài chính. Chính vì thế, công nghệ kỹ thuật sẽ không ngừng được nâng cấp. Đồng thời, thị trường chứng kiến sự ra đời và “bùng nổ” của các dịch vụ tài chính mới, như ví điện tử, dịch vụ ngân hàng số, dịch vụ thanh toán điện tử... Các sản phẩm này đều áp dụng công nghệ tân tiến nên chất lượng của các dịch vụ mới được cải thiện hơn và tiết kiệm được đáng kể các loại chi phí.

Các công ty công nghệ lớn đang tác động đến hầu hết các lĩnh vực hoạt động của ngân hàng như tiền gửi, thanh toán, tín dụng..., ảnh hưởng đến cơ cấu thị trường và chiến lược phát triển của các tổ chức tài chính, ngân hàng. Các công ty BigTech đã làm thay đổi kênh phân phối và các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng truyền thống thông qua xu thế phát triển của các kênh giao dịch trực tuyến như internet banking, mobile banking, mạng xã hội, ngân hàng điện tử... Cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4, ngày càng nhiều người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ từ BigTech vì những lợi ích mà khách

hàng cũng như thị trường tài chính nhận được từ BigTech. Tuy nhiên, đi cùng với những lợi ích, các nền tảng công nghệ này lại gây ra không ít rủi ro, thách thức cho hệ thống các NHTM.

Cũng bởi ưu thế phát triển trên nền tảng công nghệ thông tin không cần mạng lưới phòng giao dịch như ngân hàng, nên các sản phẩm dịch vụ do công ty BigTech cung ứng đã và đang thu hút được số lượng lớn khách hàng; đặc biệt là những người gặp khó khăn trong việc tiếp cận dịch vụ ngân hàng. Điều này sẽ khiến thị phần của các ngân hàng có thể bị giảm bớt do có sự chia sẻ thị phần với các công ty Fintech. Nguồn vốn huy động của các NHTM có thể sẽ giảm sút một cách đáng kể. Như vậy, ngân hàng sẽ tiêu tốn nhiều chi phí hơn cho việc tìm kiếm và huy động vốn. Lượng khách hàng mở thẻ và khách hàng vay vốn tại các NHTM cũng sẽ đồng thời giảm xuống. Các NHTM sẽ bị giảm doanh thu và mất đi một phần lợi nhuận. Do áp lực cạnh tranh với các công ty BigTech đòi hỏi các NHTM luôn phải tìm kiếm và nâng cao kỹ thuật công nghệ, vì thế mà ngân hàng sẽ tốn thêm một khoản chi phí khá lớn để không bị thụt lùi so với các nền tảng công nghệ này. Các ngân hàng cũng sẽ phải cạnh tranh khốc liệt về nhân tài, điều này sẽ làm tăng chi phí tuyển dụng các kỹ năng tài chính và công nghệ cần thiết.

Các công ty Big Tech có thể thành công trong việc độc quyền khởi tạo và phân phối các khoản vay cho người tiêu dùng và các doanh nghiệp vừa và nhỏ, buộc các ngân hàng truyền thống phải trở thành “nhà sản xuất chi phí thấp”, chỉ tài trợ cho các khoản vay do BigTech làm trung gian. Điều này có thể gây tổn hại đến cạnh tranh, làm giảm phúc lợi của người tiêu dùng và làm gia tăng bất ổn tài chính trong trung hạn. Chính vì vậy cần phải có những chính sách áp dụng đối với Big Tech nhằm hạn chế rủi ro độc quyền cũng như các tác động bất lợi tiềm ẩn của việc các công ty Công nghệ lớn gia nhập vào thị trường tài chính.

3. THỰC TRẠNG BIGTECH TẠI VIỆT NAM VÀ ĐỀ XUẤT CHO CÁC NHTM

3.1 Tình hình BigTech tại Việt Nam

Theo pháp luật hiện hành, Việt Nam đang có hai văn bản pháp luật là Nghị định số 101/2012/NĐ-CP của Chính phủ về thanh toán không dùng tiền mặt và Thông tư số 39/2014/TT-NHNN của NHNN hướng dẫn dịch vụ trung gian thanh toán. Trong khi đó, NHNN hiện đang xây dựng, lấy ý kiến để hoàn chỉnh dự thảo Nghị định thanh toán không dùng tiền mặt, thay thế Nghị định 101/2012/NĐ-CP, nghiên cứu điều chỉnh, sửa đổi Thông tư 39 phù hợp tình hình mới. Tháng 8/2019, Thủ tướng Chính phủ đã có Quyết định 999/QĐ-TTg phê duyệt Đề án thúc đẩy mô hình kinh tế chia sẻ; trong đó, giao NHNN nghiên cứu, xây dựng đề án cơ chế quản lý thử nghiệm (Sandbox) cho hoạt động công nghệ tài chính.

Đến ngày 9/3/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định 316/QĐ-TTg về việc phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viên thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ. Ngày 17/9/2021, Chính phủ ban hành Nghị quyết số 100/NQ-CP thông qua đề nghị xây dựng Nghị định về Cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) hoạt động công nghệ tài chính (Fintech) trong lĩnh vực ngân hàng. Chính phủ giao NHNN chủ trì, phối hợp với các bộ, cơ quan liên quan tiếp thu đầy đủ ý kiến của các thành viên Chính phủ trong quá trình xây dựng Nghị định, bảo đảm theo đúng quy định của Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật và các văn bản pháp luật có liên quan. Theo Dự thảo Nghị định, để được tham gia Sandbox, doanh nghiệp Fintech phải thỏa mãn một loạt tiêu chí, như giải pháp hoàn toàn chưa có hoặc một phần chưa có quy định pháp lý điều chỉnh; là giải pháp sáng tạo lần đầu tiên áp dụng tại Việt Nam hoặc có tính sáng tạo cao; được quản lý rủi ro tốt, không có hoặc

ít có khả năng gây ra tác động xấu tới các tổ chức tài chính nói riêng và cả hệ thống tài chính nói chung, có phương án xử lý, khắc phục rủi ro trong quá trình thử nghiệm; có tính khả thi và thương mại cao... Bên cạnh thiết lập hành lang pháp lý cho Fintech, Mobile Money, NHNN cũng đang tập trung hoàn thiện Nghị định thay thế Nghị định 101/2012/NĐ-CP về thanh toán không dùng tiền mặt. Ngoài ra mới đây, Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt Đề án phát triển thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2021 – 2025, tạo khuôn khổ pháp lý cho hoạt động này trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, phát triển kinh tế số, chuyển đổi số.

Với những chủ trương đã nêu, cùng với các điều kiện khách quan như tình hình dịch bệnh COVID-19 đã tạo điều kiện cho thanh toán không dùng tiền mặt và dịch vụ tài chính số nói chung và các BigTech nói riêng. Theo thống kê của NHNN, tính đến cuối tháng 4/2021 so với cùng kỳ năm 2020, lượng giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt có tăng trưởng ấn tượng tại tất cả các kênh: internet tăng 65,9%; điện thoại di động tăng 86,3%; QR code tăng 95,7%. Tại Việt Nam, tỷ lệ người dùng tài khoản ngân hàng chưa cao, nhưng tỷ lệ thuê bao di động thì rất lớn. Thêm vào đó, dịch bệnh COVID-19 đang đặt ra thách thức lớn cho đất nước, bởi nhiều hoạt động bị đình trệ. Nhưng thách thức cũng đi liền với cơ hội. Trên thực tế, đại dịch đã tạo ra cú hích thúc đẩy thanh toán điện tử bùng nổ, nhanh hơn 3-5 năm về tốc độ áp dụng. Khi dịch bệnh bùng phát, người dân đã có ý thức chuyển sang thanh toán không dùng tiền mặt nhằm đảm bảo an toàn, hạn chế sự lây lan, truyền nhiễm. Đây chính là đòn bẩy cho các công ty công nghệ lớn lần sân sang tham gia cung ứng dịch vụ tài chính, thúc đẩy các hình thức thanh toán điện tử bùng nổ. Một số công ty công nghệ như Grab, Be Group cũng đang nuôi tham vọng lần sân sâu hơn vào thị trường tài chính bằng việc gấp rút triển khai xây dựng ngân hàng số. Tính đến hết tháng



Việt chính thức triển khai Mobile Money là cú hích quan trọng đối với sự phát triển BigTech tại Việt Nam

4/2021, Việt Nam có 43 công ty không phải là các tổ chức phi ngân hàng được cấp phép tham gia vào hoạt động thanh toán, cung cấp cho khách hàng và các nhà bán lẻ các dịch vụ thanh toán trực tuyến hoặc các giải pháp thanh toán kỹ thuật số như: MoMo, Grabpay by Moca, Airpay, VinID pay, Zalo pay, VNpay QR... Việc chính thức triển khai Mobile Money là cú hích quan trọng đối với sự phát triển BigTech tại Việt Nam.

Hiện tại, BigTech ở Việt Nam đang trong giai đoạn đầu phát triển ở dưới mức tiềm năng do hệ sinh thái chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa các chủ thể (chính phủ, tổ chức tài chính và các công ty BigTech, quỹ đầu tư, hạ tầng tài chính - viễn thông...) và khuôn khổ pháp lý quản lý lĩnh vực BigTech chưa đầy đủ và đồng bộ. Những quy định hiện hành buộc người dùng phải có tài khoản ngân hàng – điều này gây trở ngại cho BigTech bởi lĩnh vực mới này được tạo ra nhằm đảm bảo tất cả những người bị ngân hàng “bỏ quên” cũng có quyền tiếp cận tài chính. Điều này cản trở sự phát triển tài chính toàn diện nói riêng, cũng như kìm nén những lợi ích tiềm năng của cả xã hội trong việc hưởng kết quả từ cách mạng công nghệ lần thứ 4.

Có thể thấy, BigTech Việt Nam phát triển là điều tất yếu. Các NHTM

cần có sự chuẩn bị để sẵn sàng đối mặt, cạnh tranh và tồn tại, hạn chế các tác động tiêu cực. NHNN và các bộ ban ngành cần đưa ra các chính sách quản lý phù hợp để thúc đẩy thị trường phát triển, đảm bảo lợi ích người tiêu dùng và đảm bảo sự cạnh tranh lành mạnh của các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính, hướng tới phát triển bền vững, ổn định thị trường tài chính.

3.2. Một số đề xuất, gợi ý

3.2.1. Đối với các ngân hàng

Thời gian qua, nhiều ngân hàng đã ứng dụng công nghệ đột phá vào hoạt động nghiệp vụ cũng như nghiên cứu, đề xuất thiết lập quy trình nhận diện và xác minh khách hàng trong môi trường số không cần tương tác hay tiếp xúc trực tiếp với khách hàng. Triển khai thực hiện Thông tư số 16/2020/TT-NHNN ngày 4/12/2020, trong đó có quy định việc mở tài khoản thanh toán bằng phương thức điện tử, các ngân hàng đưa ra nhiều sản phẩm, dịch vụ hiện đại, thân thiện, tiện lợi mang lại trải nghiệm và lợi ích thiết thực cho khách hàng; đồng thời, từng bước xây dựng hạ tầng số tập trung, chuẩn hóa, tích hợp tạo hệ sinh thái số trải rộng như: hệ sinh thái mobile banking kết nối với dịch vụ công, tài chính, viễn thông, điện lực, giao thông, y tế... Tuy nhiên, hiện nay các công ty công nghệ lớn tại Việt Nam (FPT, Viettel, CMC,

VNG, VC Corp...) đã bắt đầu tiếp cận mảng dịch vụ tài chính thông qua phát triển công nghệ thanh toán điện tử và một số dịch vụ khác. Từ những đe dọa xâm nhập thị trường của các BigTech, các ngân hàng cần xác định rõ ràng vị thế của mình, có động thái và hướng đi mới trong quá trình cung ứng sản phẩm dịch vụ thông qua ứng dụng công nghệ nổi bật. Trong xu hướng công nghệ số, để tránh được sự đe dọa từ BigTech NHTM Việt Nam nên tập trung:

Thứ nhất, đa dạng hóa các kênh để khách hàng dễ tiếp cận dịch vụ ngân hàng. Để mang đến cho khách hàng những trải nghiệm mới, dễ dàng nắm bắt và sử dụng sản phẩm dịch vụ, các ngân hàng cần xây dựng các kênh có sự chuyển tiếp thông tin đầy đủ và ổn định; có sự kết nối, liên thông giữa kênh quầy và các kênh số (ngân hàng điện tử), đặc biệt là việc: (1) hình thành các hệ sinh thái phục vụ khách hàng: sử dụng công nghệ hiện đại để kết nối nhanh chóng và nắm bắt nhu cầu khách hàng kịp thời để giảm bớt thời gian chờ của khách hàng; (2) phát triển sâu sản phẩm theo hành trình khách hàng: nắm bắt tâm lý và nhu cầu của khách hàng để xây dựng và cung cấp các sản phẩm dịch vụ phù hợp; (3) chiến lược lấy khách hàng làm trung tâm: luôn quan tâm tới các đánh giá và mức độ hài lòng của khách hàng để sửa đổi, cải thiện chất lượng phục vụ.

Thứ hai, tự động hóa các quy trình. Ngân hàng cần tập trung đẩy mạnh sử dụng công nghệ trợ lý ảo và AI để hướng đến tự động hóa trong nhiều lĩnh vực: tương tác với khách hàng, tác nghiệp, quản lý rủi ro, ra quyết định. Ví dụ, trí tuệ nhân tạo và Chatbot hỗ trợ công tác giải đáp thắc mắc, tra cứu thông tin của khách hàng; công nghệ Robotics giúp việc đọc số liệu và nhập liệu thay con người...

Thứ ba, đổi mới sáng tạo (Innovation & Disruption). Thông qua áp dụng công nghệ hiện đại, ngân hàng cần tạo ra các sản phẩm mới có tính sáng tạo, thuận tiện cho khách hàng. Thí dụ trợ lý ảo – giao dịch bằng

giọng nói, thanh toán không tiếp xúc (QR code, NFC...), ví điện tử, chuyển tiền bằng công nghệ blockchain. Các công nghệ thường được ứng dụng như Bigdata, trí tuệ nhân tạo, blockchain, robotics...

Thứ tư, phân tích dữ liệu lớn phục vụ ra quyết định. Hướng đến khai thác dữ liệu bên trong ngân hàng và bên ngoài ngân hàng để phục vụ kinh doanh. Nếu các Fintech phân tích thông tin trên mobile, mạng xã hội viễn thông của người dùng để chấm điểm tín dụng, ra quyết định cho vay thì ngân hàng có thể dùng phân tích hành vi khách hàng, tìm tập khách hàng phù hợp để gửi các thông điệp khuyến mại phù hợp, tăng cơ hội bán chéo dịch vụ...

Thứ năm, các ngân hàng nên hợp tác với các BigTech. Các ngân hàng ở Việt Nam hiện nay xây dựng ngân hàng số cho khách hàng, nhưng gắn liền với hệ thống back-end và hệ thống lõi. Điều này dẫn đến việc thay đổi trải nghiệm khách hàng xảy ra một cách chậm chạp, cản trở sự sáng tạo và nhanh nhạy của hệ thống số. Do đó, các ngân hàng nên xây dựng ngân hàng số tách biệt khỏi hệ thống back-end cũ để nâng cao trải nghiệm khách hàng một cách liên tục. Việc kết hợp với BigTech thông qua sử dụng nền tảng điện toán đám mây để tiếp cận các kênh phân phối mới, nâng cao năng lực xử lý và phân tích dữ liệu lớn sẽ tạo ra trải nghiệm thuận tiện cho khách hàng, giúp các ngân hàng vượt lên dẫn trước đối thủ cạnh tranh.

3.2.2. Đối với các cơ quan quản lý

Để tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình cung ứng sản phẩm dịch vụ, thúc đẩy lợi thế cạnh tranh trong các ngân hàng cũng cần tới sự quan tâm, sát sao của Chính phủ và NHNN. Sơ bộ rà soát, giai đoạn 2016 đến 2021, Chính phủ đã ban hành 61 văn bản về lĩnh vực thanh toán không dùng tiền mặt. Với xu hướng thị trường, cộng thêm áp lực từ sự xuất hiện của các BigTech, Chính phủ và các cơ quan quản lý cần:

Tiếp tục hoàn thiện khuôn khổ pháp lý đáp ứng yêu cầu đối với các

mô hình kinh doanh và sản phẩm dịch vụ mới trên nền tảng công nghệ, trong đó tập trung xây dựng và hoàn thành nghị định mới về thanh toán không dùng tiền mặt và các thông tư hướng dẫn triển khai; sớm ban hành Nghị định cơ chế thử nghiệm có kiểm soát đối với Fintech - BigTech trong lĩnh vực ngân hàng cũng như hoàn thiện khuôn khổ pháp lý đối với các giao dịch điện tử.

Hỗ trợ chuyển đổi số trong ngành Ngân hàng nhằm giúp các ngân hàng, tổ chức trung gian thanh toán cung ứng các sản phẩm, dịch vụ thanh toán an toàn, bảo mật, tiện ích, đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng trong kỷ nguyên số.

Các bộ, ngành liên quan cùng với NHNN giám sát quá trình triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile Money) và hoàn thành các thủ tục pháp lý liên quan để sớm vận hành công nghệ Mobile Money.

NHNN tiếp tục chỉ đạo nâng cấp, hoàn thiện, phát triển hạ tầng chuyển mạch tài chính và bù trừ điện tử; mở rộng triển khai Hệ thống ACH tại Việt Nam theo hướng mở rộng sản phẩm dịch vụ và mở rộng kết nối các ngân hàng, các đơn vị cung cấp dịch vụ công.

Tăng cường đảm bảo an ninh, an toàn hệ thống công nghệ thông tin trong các giao dịch điện tử ngành Ngân hàng; bảo vệ quyền lợi hợp pháp của khách hàng.

4. KẾT LUẬN

Có thể thấy, BigTech Việt Nam đã chính thức xuất hiện và sẽ phát triển nhanh chóng trước những điều kiện thuận lợi về mặt chủ trương, chính sách và bối cảnh môi trường, xã hội. Các NHTM cần có sự chuẩn bị để sẵn sàng đối mặt, cạnh tranh và tồn tại, hạn chế các tác động tiêu cực từ BigTech. Để làm được điều đó, các NHTM cần xác định rõ ràng vị thế

(Xem tiếp trang 63)