

NÂNG CAO TIẾP CẬN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TOÀN DIỆN THỜI 4.0 THÔNG QUA ĐẨY MẠNH HỢP TÁC GIỮA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VỚI FINTECH

NGUYỄN THỊ THU TRINH^{1*}, LÊ HOÀNG NHƯ NGUYỄN²

¹Khoa Tài chính ngân hàng, Trường Đại học Tài chính - Kế toán

²Khoa Luật Kinh tế, Trường Đại học Tài chính - Kế toán

TÓM TẮT

Tiếp cận tài chính toàn diện là một trong những trọng tâm phát triển kinh tế - xã hội của hầu hết các quốc gia trên toàn cầu. Trong thời đại công nghệ số phát triển như vũ bão, sự xuất hiện của các doanh nghiệp fintech đang định hình lại ngành dịch vụ tài chính. Muốn đạt được quy mô và tiến gần hơn đến mục tiêu tiếp cận tài chính toàn diện, cần đẩy mạnh hợp tác hiệu quả giữa ngân hàng và fintech nhằm cung ứng dịch vụ tài chính ngân hàng tiện ích cho khách hàng với chi phí hợp lý, góp phần nâng cao tiếp cận dịch vụ tài chính tới đông đảo người dân, những người ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa chưa có điều kiện tiếp cận tài chính.

Từ khóa: Tài chính toàn diện, fintech, ngân hàng thương mại, hợp tác.

ABSTRACT

Enhancing financial inclusion service access in the revolutionary 4.0 through promoting collaboration between commercial bank with fintech

Financial inclusion access is one of the most important socio-economic development focus of most countries around the globe. In the age of digital technology, the emergence of fintech businesses is reshaping the financial services industry. In order to achieve the scale and move closer to achieving financial inclusion access, it is necessary to promote effective cooperation between banks and fintech, aiming to provide convenient banking and financial services to customers at reasonable cost, thus contributing to improving financial services access to the people, who live in rural, remote and isolated areas having no access to finance.

Keywords: Financial inclusion, fintech, commercial bank, collaborate.

1. Đặt vấn đề

Nâng cao tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện (financial inclusion) là tăng tỷ lệ cá nhân và doanh nghiệp sử dụng các dịch vụ tài chính hữu ích một cách thuận lợi với giá cả phải chăng mà cơ bản nhất là tiết kiệm, tín dụng, thanh toán và bảo hiểm; thành lập và mở rộng các doanh nghiệp, đầu tư vào giáo dục hoặc y tế, quản lý rủi ro. Tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện tạo điều kiện cho cuộc sống hàng ngày và giúp các gia đình, doanh nghiệp lên kế hoạch cho mọi thứ từ các mục tiêu dài hạn đến các trường hợp khẩn cấp bất ngờ. Đây được coi là điều kiện tiên quyết cho việc đạt được tăng trưởng kinh tế và phát triển bền vững (UNDP, 2010; WB, 2013).

*Email: nguyenthithutrinh@tckt.edu.vn

Ngày nhận bài: 16/01/2019; Ngày nhận đăng: 11/3/2019

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 (CMCN 4.0) đang diễn ra trên toàn cầu tác động đến hầu hết các lĩnh vực kinh tế - xã hội trong đó có lĩnh vực tài chính - ngân hàng. Chính vì thế, tiếp cận tài chính toàn diện sẽ có những thay đổi mạnh mẽ chưa từng có trong bối cảnh công nghệ số phát triển bùng nổ. Ở đó không chỉ có những nhà cung cấp dịch vụ tài chính truyền thống mà còn có sự tham gia của những nhà cung cấp dịch vụ mới mang ứng dụng khoa học - công nghệ vào ngành tài chính - ngân hàng hay còn gọi là các doanh nghiệp fintech. Đối với những nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam, Trung Quốc, Mexico, Ấn Độ,... khi tỷ lệ tiếp cận dịch vụ tài chính của người dân còn rất thấp, đặc biệt là khu vực nông thôn thì các giải pháp công nghệ để tiếp cận và phổ cập dịch vụ tài chính sẽ là xu hướng chính trong thời gian tới.

2. Tổng quan về fintech

Fintech là viết tắt của từ financial technology (công nghệ trong tài chính), trải rộng nhiều lĩnh vực khác nhau, ứng dụng các công nghệ, kỹ thuật mới như điện toán đám mây, phân tích dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, xác thực sinh trắc học. Công nghệ tài chính dùng để miêu tả một xu hướng mới nổi trong ngành tài chính - ngân hàng. Các công ty hoạt động chuyên nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thông tin sẽ sử dụng các công nghệ tiên tiến để cung cấp các dịch vụ tài chính. Các công ty fintech hiện đang cung cấp các dịch vụ như công nghệ ngân hàng, thanh toán, quản lý tài chính, các loại tiền kỹ thuật số... với các sản phẩm đa dạng như: Ví điện tử, công nghệ sổ cái phân tán trên nền tảng blockchain, thương mại trực tuyến B2C (Business to customer), máy chấp nhận thanh toán thẻ di động (mPOS)...

Với sức mạnh công nghệ (như ví điện tử, hệ thống rút tiền riêng...) các fintech đã đáp ứng hầu hết dịch vụ tài chính như: gửi tiết kiệm, rút tiền, chuyển tiền, thanh toán... Khách hàng có thể tiếp cận hầu hết dịch vụ tài chính với chi phí thấp hơn, dễ dàng hơn mà không cần đến ngân hàng. Cũng bởi ưu thế phát triển trên nền tảng công nghệ thông tin không cần mạng lưới phòng giao dịch nên các sản phẩm dịch vụ do công ty fintech cung ứng đã và đang thu hút được số lượng lớn khách hàng; đặc biệt là người dân sinh sống khu vực nông thôn, vùng sâu xa, hải đảo, thường khó khăn hơn trong tiếp cận dịch vụ ngân hàng, nhờ vào điện thoại thông minh (smartphone) đang chiếm một tỷ lệ rất lớn và sự phổ biến của internet, là một trong những lý do thúc đẩy sự phát triển tất yếu của fintech. Trong lĩnh vực ngân hàng, ứng dụng fintech thường hướng đến phân khúc khách hàng cá nhân và các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs), chủ yếu thông qua các hoạt động thanh toán, cho vay trực tuyến, tiếp theo mới là các doanh nghiệp lớn.

Fintech cũng cung cấp các giải pháp công nghệ giúp hỗ trợ cho ngành tài chính như công cụ bảo mật, nhận diện khách hàng, quản lý và phân tích dữ liệu, quản lý rủi ro, quản lý quan hệ khách hàng, các phần mềm quản lý tài chính cá nhân và doanh nghiệp góp phần xác thực nhân thân dễ dàng, giải quyết vấn đề bất cân xứng thông tin, theo đó việc xử lý các giao dịch ngân hàng có thể tiến hành một cách an toàn, nhanh chóng, hiệu quả. Thời gian qua, các công ty fintech đã giải quyết và đáp ứng các nhu cầu giữa khách hàng với khách hàng (C to C), giữa khách hàng - nhà cung cấp dịch vụ - ngân hàng (B to B) để tạo ra một hệ sinh thái trong việc cung cấp đa dạng sản phẩm, dịch vụ đáp ứng các nhu cầu chi tiêu, giao dịch hàng ngày của khách hàng có liên quan đến tài chính.

3. Nội dung và thực trạng tiếp cận tài chính toàn diện trên toàn cầu hiện nay

Hiện tại, các tổ chức quốc tế, các quốc gia triển khai chương trình tài chính toàn diện đã thống nhất sử dụng 24 tiêu chí đánh giá tài chính toàn diện do G20 đưa ra tại Hội nghị Thượng đỉnh Saint Petersburg năm 2012. Bên cạnh đó, từ năm 2011, Ngân hàng Thế giới (WB) cũng xây dựng một cơ sở dữ liệu đồ sộ về tài chính toàn diện của các quốc gia trên thế giới (Global Findex Database) được điều tra, đánh giá định kỳ 3 năm một lần nhằm giúp các nhà hoạch định chính sách, nhà quản lý và nghiên cứu tham khảo sử dụng.

Cơ bản, có thể tóm tắt nội dung của tiếp cận tài chính toàn diện trong 4 nội dung sau:

(i) Đa dạng về sản phẩm dịch vụ, gồm dịch vụ tài chính như tín dụng, tiết kiệm, chuyển tiền, thanh toán, bảo hiểm và dịch vụ phi tài chính như tư vấn, đào tạo..., thể hiện tính toàn diện của dịch vụ cung cấp. (ii) Đa dạng về đối tượng khách hàng, tập trung chủ yếu vào người nghèo, cận nghèo, người có thu nhập thấp, người không có khả năng tiếp cận với các tổ chức tài chính chính thức. (iii) Đa dạng về tổ chức cung ứng dịch vụ, bao gồm các tổ chức chính thức, bán chính thức, các tổ chức phi chính phủ. (iv) Đa dạng về cách thức cung ứng sản phẩm dịch vụ, tạo ra nhiều kênh hiện đại cung cấp dịch vụ cho khách hàng, thay vì cách thức truyền thống như trước đây.

Theo Global Findex (2011) đã thống kê: (i) Số lượng người lớn có tài khoản chính thức là 1,2 tỷ người nhưng số lượng chưa có bất kỳ giao dịch nào với ngân hàng là 2,5 tỷ người. (ii) 200 triệu doanh nghiệp SMEs ở các nền kinh tế đang phát triển chưa được tiếp cận với dịch vụ tài chính và tín dụng một cách thuận lợi. Có thể tiếp cận tài khoản giao dịch là bước đầu tiên hướng đến tiếp cận tài chính toàn diện vì tài khoản giao dịch cho phép mọi người lưu trữ tiền, gửi và nhận thanh toán. Tài khoản giao dịch đóng vai trò là cửa ngõ cho các dịch vụ tài chính khác. Đó là lý do vì sao năm 2013, WB đã công bố Tầm nhìn toàn cầu về khả năng tiếp cận tài chính và xây dựng Chiến lược tài chính toàn diện toàn cầu tới năm 2020 (UFA2020) để giúp người trưởng thành trên toàn thế giới có cơ hội mở tài khoản cho chính mình. Với những nỗ lực từ nhiều phía, tiếp cận tài chính toàn diện năm 2017 đã đạt được nhiều thành tựu, tuy nhiên vẫn còn nhiều khoảng trống. Trong báo cáo mới nhất, Global Findex 2017 cho biết [1]:

- Có 515 triệu người lớn trên toàn thế giới đã mở tài khoản tại một tổ chức tài chính hoặc thông qua một nhà cung cấp tiền di động trong ba năm từ 2014 - 2017. Tỷ lệ người lớn có tài khoản lên 69% (năm 2014: 62%). Con số này ở các nền kinh tế có thu nhập cao là 94%; ở các nền kinh tế đang phát triển là 63%. Sự tăng trưởng là không đồng đều ở các nền kinh tế, thường bị chi phối bởi những rào cản lớn về chênh lệch giới tính; giữa người giàu và người nghèo. Khoảng cách giữa nam và nữ có tài khoản ở các nền kinh tế đang phát triển vẫn không thay đổi kể từ năm 2011, vẫn ở mức 9%.

- Mục tiêu của tiếp cận tài chính toàn diện không chỉ dừng lại ở việc có tài khoản mà còn là làm thế nào để sử dụng tài khoản để giao dịch thường xuyên và hiệu quả. Trên toàn cầu, có tới 1/5 số tài khoản đã mở nhưng không hoạt động, nghĩa là không có giao dịch gửi tiền vào hay rút tiền ra trong vòng 12 tháng, phần lớn tập trung tại các nước đang phát triển như Bangladesh, Trung Quốc, Ấn Độ, Indonesia, Mexico... Trong số này có đến 56% là phụ nữ, 40% là những người nghèo, 2/3 là người có trình độ học vấn thấp, 47% là những người không có việc làm. Một cuộc khảo sát trong năm 2017 của Findex đối với những người trưởng thành chỉ ra nguyên nhân

phần lớn đến từ việc họ có quá ít tiền để sử dụng tài khoản, chi phí dịch vụ tài chính - ngân hàng cao, khoảng cách địa lý quá xa giữa tổ chức tài chính với người sử dụng, thiếu thông tin và sự tin tưởng vào hệ thống tổ chức tài chính - ngân hàng.

- Đã có sự gia tăng đáng kể trong việc sử dụng smartphone và internet để thực hiện các giao dịch tài chính. Từ năm 2014 - 2017, điều này góp phần làm tăng tỷ lệ tài khoản gửi hoặc nhận thanh toán điện tử từ 67% lên 76% trên toàn cầu và các nước đang phát triển từ 57% đến 70%.

- Trên toàn cầu vẫn còn có tới 1,7 tỷ người lớn chưa có tài khoản ngân hàng và hơn 200 triệu doanh nghiệp chưa được tiếp cận tài chính, nhưng 2/3 trong số họ sở hữu một chiếc điện thoại di động có thể giúp tiếp cận các dịch vụ tài chính. Công nghệ kỹ thuật số có thể tận dụng các giao dịch tiền mặt hiện có để đưa mọi người vào hệ thống tài chính. Ví dụ, trả lương chính phủ, trợ cấp hưu trí và phúc lợi xã hội trực tiếp vào tài khoản có thể mang lại các dịch vụ tài chính chính thức lên tới hơn 100 triệu người lớn trên toàn cầu, bao gồm 95 triệu người ở các nền kinh tế đang phát triển. Thực tế đã triển khai và áp dụng ở nhiều khu vực và nền kinh tế trên thế giới có thể thấy, tài chính số là xu hướng phát triển tất yếu và các dịch vụ tài chính kỹ thuật số là chìa khóa để đạt được mục tiêu tiếp cận tài chính toàn diện. Điển hình ở một số khu vực như: Châu Phi cận Sahara, Đông Á và Thái Bình Dương, Tây Á, Trung Đông và Bắc Phi...

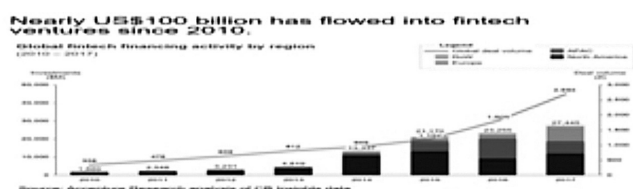
Riêng ở Việt Nam, tỷ lệ sở hữu tài khoản chính thức là 31%, thấp hơn rất nhiều so với mức trung bình toàn thế giới (69%). Tuy nhiên, tỷ lệ sử dụng smartphone kết nối internet năm 2017 theo nghiên cứu lên tới 55% cao hơn mức bình quân của thế giới (44%). Trong đó, 29% người mua hàng thực hiện giao dịch online qua nền tảng di động nhưng vẫn có 90% chi tiêu hằng ngày sử dụng tiền mặt. Việt Nam được đánh giá là một trong những quốc gia có điều kiện thuận lợi để phát triển, hiện đại hóa nhanh chóng lĩnh vực tài chính.

4. Sự phát triển của fintech và xu hướng hợp tác giữa các NHTM và fintech

Theo Liên minh Viễn thông quốc tế (ITU) trong báo cáo “ICT Facts & Figures 2017” đã nêu ra: Tại 104 quốc gia, có hơn 80% dân số trẻ (nhóm từ 15 - 24 tuổi) đã truy cập internet. Trong đó, tại các nước phát triển, con số này là 94%, các nước đang phát triển là 67% và tại các nước kém phát triển thì chỉ có 30% [2].

Cũng trong năm 2017, theo số liệu nghiên cứu từ eMarketer, 1/3 dân số thế giới đang sử dụng smartphone và con số này vẫn đang tiếp tục tăng lên. Trên toàn cầu, 52% người lớn trong 76% người có tài khoản được báo cáo là đã thực hiện ít nhất một khoản thanh toán điện tử trong năm 2017. Trong đó, ở các nền kinh tế đang phát triển tỷ lệ này là 44% trong 70% người có tài khoản.

Việc chuyển đổi kỹ thuật số đã thúc đẩy những thay đổi lớn trong các dịch vụ tài chính. Smartphone chiếm một tỷ lệ rất lớn và sự phổ biến của internet ngày càng mạnh mẽ, tạo ra nhiều cơ hội cho các fintech trong việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho những người không có tài



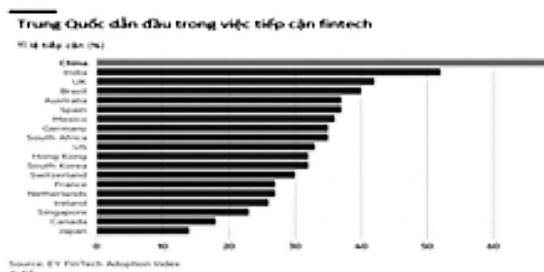
Hình 1. Đầu tư vào fintech từ năm 2010 - 2017

khảo nhờ đáp ứng được nhu cầu tích hợp của khách hàng một cách nhanh chóng, tiện lợi và an toàn nhất. Vì những lợi ích thấy rõ đối với ngành tài chính, fintech đã gần như trở thành điều kiện không thể thiếu để bứt phá trên thị trường tài chính, vì vậy mà đầu tư vào fintech có sự gia tăng mạnh mẽ từ năm 2010 - 2017. Trung bình mỗi năm có gần 100 triệu USD đầu tư vào các công ty fintech và xu hướng này còn tiếp tục trong ít nhất 5 năm tới.

Trong báo cáo về chỉ số tiếp cận fintech năm 2017 của EY (EY Fintech Adoption Index 2017) đã cung cấp viễn cảnh toàn cầu về fintech cho thấy cứ ba người tiêu dùng có sử dụng kỹ thuật số thì có một người sử dụng ít nhất là hai dịch vụ fintech. EY cũng cho thấy nhiều điểm nổi bật của fintech so với báo cáo năm 2015. Fintech đã được tiếp cận ở hầu hết các thị trường. Tỷ lệ phần trăm trung bình của người tiêu dùng hoạt động kỹ thuật số sử dụng dịch vụ fintech đạt 33% trên 20 thị trường cao hơn 16% so với năm 2015. Trong đó 5 thị trường mới nổi là Brazil, Trung Quốc, Ấn Độ, Mexico và Nam Phi chiếm tỷ lệ 46%, cao hơn mức trung bình toàn cầu 13%. Trung Quốc dẫn đầu với tỷ lệ tiếp cận là 69%, tiếp theo là Ấn Độ với 52%, những thị trường này là cơ hội để các công ty fintech khai thác khi sở hữu tỷ lệ lớn dân số tiếp cận công nghệ nhưng chưa được tiếp cận với các dịch vụ tài chính. Trung gian thanh toán là lĩnh vực thúc đẩy fintech phát triển cao nhất, với 50% người tiêu dùng sử dụng dịch vụ thanh toán của fintech trong năm 2017 trong khi tỷ lệ này năm 2015 chỉ có 18% và 65% được dự đoán sẽ tiếp tục sử dụng trong tương lai. Những người tiêu dùng trong độ tuổi từ 25 - 34 là người sử dụng các sản phẩm và dịch vụ của fintech nhiều nhất, đây cũng là độ tuổi có hiểu biết về kỹ thuật số và nhu cầu lớn hơn đối với các dịch vụ tài chính. 64% người dùng fintech thích sử dụng các kênh kỹ thuật số để quản lý cuộc sống của họ. EY cũng cho biết trong tương lai việc sử dụng fintech dự kiến sẽ đạt 52%, với dự báo tăng trưởng cao nhất ở Nam Phi, Mexico và Singapore [3].

Nhưng báo cáo cũng cho thấy bất chấp những câu chuyện thành công nổi bật, đại đa số các công ty fintech đang vật lộn với việc nâng cao nhận thức về sản phẩm của fintech đối với người dùng và mở rộng hoạt động của họ một cách bền vững. Bên cạnh đó sự ưa thích sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính truyền thống và chính sách pháp lý cũng là rào cản hạn chế sự tiếp cận của đại đa số fintech trên toàn cầu.

Nhiều khoảng trống trong tiếp cận dịch vụ tài chính, đặc biệt ở những nền kinh tế đang phát triển mang đến cho các tổ chức tài chính, đại diện là các ngân hàng và cả những tổ chức phi tài chính như fintech nhiều cơ hội để mở rộng thị phần, gia tăng lợi nhuận. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, hai bên đều có những lợi thế và rào cản nhất định khó có thể tự mình xóa bỏ nếu muốn hiện thực hóa mục tiêu tiếp cận tài chính toàn diện. Nếu như những khoảng trống trong tiếp cận dịch vụ tài chính có thể sớm được lấp đầy nhờ các ưu thế vượt trội của các sản phẩm fintech thì những rào cản, hạn chế của fintech khi tiếp cận thị trường có thể được xóa bỏ nhờ những lợi thế truyền thống của ngân hàng. Trong một môi trường ngân hàng kỹ thuật số phát triển nhanh, khái niệm



Hình 2. Tỷ lệ chấp thuận fintech trên 20 thị trường theo EY

“coopetition” (cạnh tranh một cách hợp tác) Hamel (1989) [5] và Lado (1997) [6] cho rằng cạnh tranh hợp tác là mối quan hệ giữa hai công ty dựa trên sự hợp tác để phát triển một sản phẩm mới, tạo ra giá trị và sự cạnh tranh để có được thị phần của thị trường và phân phối lợi nhuận cho các giá trị đã được tạo ra. Khi tất cả người chơi tập trung vào tăng trưởng thị trường, thì họ phải hợp tác để tăng lợi ích cho tất cả người chơi (Hill và Lynn 2003) [4] là rất hợp lý và việc các công ty fintech hợp tác với các ngân hàng truyền thống là xu hướng tất yếu.

Các công ty fintech có ưu thế về nhanh nhạy nắm bắt, triển khai công nghệ, có mô hình kinh doanh sáng tạo, đột phá, mang đến những trải nghiệm người dùng mới mẻ nhưng lại có yếu điểm là ít kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, hệ thống kiểm soát tuân thủ nội bộ chưa đủ thời gian kiểm chứng độ vững mạnh cũng như mạng lưới tiếp cận khách hàng còn nhiều hạn chế. Các ngân hàng truyền thống có thế mạnh về mạng lưới khách hàng, nguồn nhân lực có kinh nghiệm, bộ máy kiểm soát tuân thủ pháp lý chắc chắn, hạ tầng công nghệ thông tin và thanh toán được đầu tư lớn nhưng thường chậm thay đổi và thiếu tính linh hoạt trong ứng dụng công nghệ, chi phí giao dịch thường cao, khó đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Sự hợp tác giữa hai bên sẽ giúp mang lại các trải nghiệm mới, cũng như gia tăng giá trị cho khách hàng, mang lại sức mạnh cho cả đôi bên và là tiền đề cho việc nâng cao tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện. Thực tế cũng cho thấy cả ngân hàng và fintech đã dần thay đổi quan điểm, chuyển đổi từ phương thức cạnh tranh sang hợp tác với vai trò là đối tác theo nguyên tắc đôi bên cùng có lợi.

Kết quả khảo sát fintech toàn cầu năm 2017 cũng cho thấy 45% người tham gia khảo sát cho biết họ đang hợp tác với các công ty fintech, cao hơn tỷ lệ 32% năm ngoái và 82% bày tỏ ý định sẽ hợp tác trong 3 đến 5 năm tới.

Một số thương vụ hợp tác giữa ngân hàng và fintech ở một số nền kinh tế đã góp phần đáng kể vào mục tiêu tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện

YesBank ở Ấn Độ có được hàng triệu khách hàng tiềm năng khi hợp tác với MatchMove Pay, một doanh nghiệp fintech tại Singapore cho phép những người không có thẻ tín dụng, lịch sử tín dụng, hoặc thậm chí tài khoản ngân hàng có thể cất trữ và chi tiêu tiền.

Tại Kenya, hệ thống thanh toán di động M-Pesa tăng trưởng từ 0 lên tới 40% trong nhóm người sử dụng trưởng thành chỉ trong 3 năm kể từ khi triển khai dịch vụ. Tới cuối năm 2015, diện phủ cập dịch vụ này đã đạt con số 70% [7].

Ngân hàng DBS Singapore đã hợp tác với công ty tín dụng AMP Hồng Kông giới thiệu một cách mới để đánh giá rủi ro tín dụng của các doanh nghiệp nhỏ không thể vay được các khoản vay ngắn hạn không có bảo đảm. Thay vì dựa vào báo cáo tài chính, báo cáo thu nhập cá nhân và tài sản thế chấp, đánh giá tín dụng chung sẽ tính đến các luồng tiền có thể kiểm chứng bằng điện tử để đánh giá tình trạng của các doanh nghiệp và khả năng trả nợ của họ. Sau khi đánh giá tín dụng, người nộp đơn có thể vay vốn lưu động lên tới 100.000 SGD (73.000 USD) mà không cần thế chấp. DBS đã và đang mở rộng phạm vi các giải pháp mà nó cung cấp cho các doanh nghiệp nhỏ và hiện đang cung cấp dịch vụ cho hơn 100.000 SMEs tại Singapore [8].

Tại Việt Nam, ứng dụng thanh toán trên điện thoại Samsung, SamsungPay đã chính thức liên kết với một số ngân hàng chiếm 75% thị trường thẻ thanh toán nội địa, bao gồm 17 ngân hàng

và 3 tổ chức tín dụng (NAPAS, Visa, Mastercard). Đến nay, lượng người dùng SamsungPay tại Việt Nam đạt hơn 400.000, tổng giá trị giao dịch qua SamsungPay đã lên đến hơn 350 tỷ đồng. Samsung Pay đã dần thay đổi thói quen thanh toán tiền mặt của người dùng Việt, góp phần phổ cập xu hướng thanh toán di động.

5. Một số gợi ý thúc đẩy và nâng cao hiệu quả hợp tác giữa fintech với ngân hàng

Việc theo dõi diễn biến hoạt động của các công ty fintech và các ngân hàng trong vài năm trở lại đây cho thấy mối quan hệ hợp tác giữa hai chủ thể đang trở thành một xu hướng nhờ bổ sung những thiếu hụt của nhau bằng những thế mạnh riêng. Nếu phát huy được hết hiệu quả của việc hợp tác sẽ mang lại lợi ích to lớn không chỉ về mặt kinh tế mà còn hỗ trợ các quốc gia nhanh chóng đạt được mục tiêu tiếp cận tài chính toàn diện, qua đó thúc đẩy sự phát triển cũng như công bằng xã hội. Dưới đây là một số gợi ý cho ngân hàng, fintech và cơ quan quản lý nhà nước để tăng cường thúc đẩy và nâng cao hiệu quả hợp tác giữa fintech và ngân hàng.

Về phía các ngân hàng và công ty fintech

+ *Về chiến lược hợp tác:* (i) Bước quan trọng đầu tiên đối với các ngân hàng là suy nghĩ về sự tham gia của fintech với tư cách là một đối tác thực sự, chứ không phải là mối quan hệ với nhà cung cấp. Khi có ý định hợp tác với một công ty fintech, các ngân hàng nên xác định rõ các mục tiêu chiến lược của mình và nỗ lực để đạt mục tiêu ấy. Đó là mối quan hệ “hợp tác” hay “cạnh tranh - hợp tác”. Sau khi xây dựng mục tiêu chiến lược, trên cơ sở đó thực hiện tìm kiếm và lựa chọn các fintech để hợp tác nhằm cung cấp các sản phẩm, dịch vụ thích hợp. Hai tổ chức nên xác định mục tiêu chung cũng như mục tiêu của từng tổ chức và cách quan hệ đối tác có thể thúc đẩy các mục tiêu đó. Sự phát triển công nghệ và dịch vụ liên quan là không dừng lại, ngân hàng cần tiếp tục theo dõi thị trường của các đối tác hợp tác tiềm năng để tìm kiếm đối tác phù hợp thực hiện hoạt động hợp tác thích hợp. (ii) Cả hai nên thiết lập ranh giới xung quanh những gì họ sẵn sàng làm để đạt được mục tiêu của mình, những nguồn lực sẽ có sẵn để đối phó với thách thức xảy ra khi hợp tác. Các ngân hàng thường mang nhiều tư duy bảo thủ và tuân thủ tốt các quy định về pháp lý, các công ty fintech phải dành thêm thời gian để đảm bảo tổ chức kế thừa không rơi vào thói quen quá khứ cũng như phải cập nhật các quy định về tuân thủ, cấp phép có thể ảnh hưởng đến sự cộng tác. (iii) Mục đích của quan hệ đối tác phải được ràng buộc rõ ràng với chiến lược của mỗi tổ chức, và ngay từ đầu, các đối tác nên thiết lập một quy trình để đảm bảo rằng mục đích và chiến lược sẽ vẫn phù hợp.

+ *Về văn hóa:* Văn hóa truyền thống của một ngân hàng có thể khác hẳn so với một công ty fintech sáng tạo và nhanh nhạy, đặc biệt trong lĩnh vực chịu nhiều rủi ro. Trong khi các ngân hàng thường xem tổn thất là bất lợi thì các fintech thoải mái hơn nhiều với ý tưởng lấy một khoản lỗ nhỏ khuyến khích tinh thần đổi mới và học tập. Các ngân hàng nên cởi mở với ý tưởng rằng một số thất bại có thể là tích cực nếu chúng góp phần thúc đẩy sự đổi mới. Các công ty fintech và ngân hàng nên cố gắng tạo ra các nền văn hóa thích ứng với sự thay đổi mô hình kinh doanh và các quy định khi hợp tác. Phải có sự linh hoạt và sẵn sàng lắng nghe trên cả hai mặt của mối quan hệ.

+ *Chia sẻ thông tin:* Các công ty fintech đôi khi do dự khi chia sẻ dữ liệu của họ, hoặc coi nó là sở hữu độc quyền hoặc đơn giản là không biết ngân hàng muốn dữ liệu gì. Mặt khác, các

ngân hàng, đặc biệt là trong các quy định về quyền riêng tư, có thể do dự khi chia sẻ thông tin không ảnh hưởng trực tiếp đến mối quan hệ đối tác. Cả hai bên nên làm việc để vượt qua các rào cản đối với việc chia sẻ thông tin, vì mức độ minh bạch trong quan hệ đối tác liên quan trực tiếp đến thành công của nó. Với nhiều dữ liệu hơn, các đối tác có thể đánh giá hiệu suất tốt hơn và xác định các rủi ro tuân thủ không lường trước được. Quy trình và phạm vi chia sẻ dữ liệu nên được thiết lập trước. Các ngân hàng nên xem xét thông tin nào họ có thể cung cấp cho các đối tác fintech có thể không liên quan trực tiếp đến sản phẩm nhưng có thể giúp phát triển chiến lược hoặc giải pháp hợp tác tốt hơn.

Về phía cơ quan quản lý nhà nước: Sự phát triển nhanh chóng của fintech khiến nhiều quy định pháp lý của nhiều quốc gia hiện nay vẫn chưa theo kịp. Mức độ hoàn thiện hệ sinh thái fintech tùy thuộc vào mức độ chấp nhận sự phát triển của lĩnh vực này ở mỗi quốc gia. Tuy nhiên fintech có tính chất toàn cầu và không biên giới. Do đó, các quốc gia khi xây dựng luật cần nâng cao sự hợp tác quốc tế và trao đổi thông tin về những đổi mới dịch vụ tài chính trên thị trường của các quốc gia.

Riêng đối với Việt Nam, cần sớm hoàn thiện hệ sinh thái fintech và khuôn khổ pháp lý trong lĩnh vực này, đảm bảo sự phát triển hài hòa của hệ thống ngân hàng và lĩnh vực fintech. Trong đó, cần ưu tiên bám sát vào các sản phẩm tài chính mới có trên thế giới để từ đó có thể quản lý tốt như: tiền kỹ thuật số, hình thức vay ngang hàng... Theo đó, có cơ chế pháp lý, quy định toàn diện về các sản phẩm này. Các cơ quan quản lý cần phải nhanh chóng hơn để có những quy định pháp luật kịp thời, tránh tạo ra những khoảng trống về pháp lý.

Các cơ quan quản lý cũng cần xác định một số nghiệp vụ, công nghệ mới cần ưu tiên ứng dụng, triển khai thử nghiệm hoặc cần sớm thiết lập khuôn khổ pháp lý để hỗ trợ như P2P lending, Blockchain, chia sẻ dữ liệu mở (open API), eKYC (nhận biết khách hàng điện tử). Các cơ quan quản lý cũng nên khuyến khích thí điểm các thành tựu ứng dụng fintech có lợi trên thế giới tại Việt Nam để thúc đẩy sự năng động của thị trường.

Ngoài ra, để thúc đẩy sự phát triển ngân hàng điện tử và fintech trong lĩnh vực ngân hàng đòi hỏi tư duy làm luật mới để tạo ra một hành lang pháp lý cho phép khách hàng có thể giao dịch với ngân hàng mọi lúc, mọi nơi, thay vì phải đến giao dịch tại các ngân hàng truyền thống. Cho phép ngân hàng kết nối trực tiếp với các trung tâm dữ liệu về căn cước công dân của chính phủ và các trung tâm thông tin tín dụng để có thể nhận biết khách hàng và phân tích lịch sử tín dụng của khách hàng trực tuyến. Đồng thời, hệ thống tòa án và các cơ quan tư pháp phải công nhận các chứng từ điện tử, dữ liệu điện tử, chữ ký điện tử giảm thiểu đến mức tối đa các loại giấy tờ giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng.

Đẩy mạnh hợp tác giữa các ngân hàng và công ty fintech mang lại nhiều lợi ích to lớn về mặt kinh tế - xã hội trong đó có sự góp phần vào việc nâng cao tiếp cận dịch vụ tài chính toàn diện, vì vậy cần có sự quan tâm và hợp tác từ nhiều các cơ quan liên quan: Chính quyền, các ngân hàng và công ty fintech. Các cơ quan quản lý cần có ứng xử phù hợp để các công ty fintech phát triển. Hợp tác giữa ngân hàng và fintech cần được xây dựng không chỉ dựa trên quyền lợi mà cần đến cơ sở pháp lý, tiêu chuẩn đầy đủ, giúp hệ thống tài chính tránh rủi ro không cần thiết, góp phần tạo ra “bệ đỡ” thuận lợi để việc hợp tác đạt hiệu quả.

6. Một số gợi ý giúp nâng cao tỷ lệ tiếp cận tài chính toàn diện sử dụng các dịch vụ tài chính hữu ích thời 4.0 thông qua đẩy mạnh hợp tác giữa ngân hàng thương mại với fintech

- Thiết kế tài khoản giao dịch theo các cấp độ khác nhau với những tính năng, yêu cầu về quy trình, thủ tục mở tài khoản tương ứng với mỗi loại tài khoản khác nhau đáp ứng hầu hết mọi đối tượng trong xã hội.

Một trong những chỉ tiêu quan trọng của tài chính toàn diện là số người trưởng thành được tiếp cận (sở hữu) ít nhất một tài khoản giao dịch. Do đó, tháo gỡ các rào cản tiếp cận tài khoản giao dịch là nội dung quan trọng mà các ngân hàng thương mại và fintech hướng tới để mở rộng cơ sở khách hàng qua đó thúc đẩy mục tiêu tài chính toàn diện. Theo đó, các sản phẩm tài khoản giao dịch mới ra đời là kết quả của quá trình hợp tác giữa ngân hàng và fintech phải là những sản phẩm giải quyết được nhiều cấp độ nhu cầu của người sử dụng dịch vụ tài chính, với các điều kiện sử dụng khác nhau, tương ứng với phạm vi cung ứng dịch vụ và mức độ rủi ro gắn với việc sử dụng tài khoản thanh toán và giá trị lưu trữ trên tài khoản.

- Đơn giản và đa dạng hóa quy trình, thủ tục nhận biết khách hàng KYC.

Nhận biết khách hàng (KYC) là yêu cầu bắt buộc đối với tổ chức tín dụng đối với khách hàng khi mở mới tài khoản tại ngân hàng. Trong khi đó, để thực hiện kế hoạch thúc đẩy tài chính toàn diện, đặc biệt là tài chính số, đòi hỏi giao dịch của khách hàng phải diễn ra mọi lúc - mọi nơi, thay vì bắt buộc khách hàng đến trực tiếp các chi nhánh ngân hàng để làm thủ tục sẽ hạn chế khả năng lan tỏa của dịch vụ tài chính. Cùng với sự phát triển của công nghệ và để đơn giản hóa các thủ tục, giấy tờ, tạo thuận lợi cho khách hàng, hiện nay các ngân hàng ở nhiều quốc gia với sự chấp thuận của cơ quan quản lý có thẩm quyền, đã chuyển sang hình thức nhận biết khách hàng qua phương thức điện tử (eKYC), một trong những thế mạnh của các fintech. Tuy nhiên, việc ứng dụng eKYC trong định danh khách hàng ở Việt Nam vẫn gặp nhiều khó khăn do còn thiếu cơ sở dữ liệu dân cư quốc gia thống nhất và một số bất cập trong quy định hiện hành. Do đó, cần nghiên cứu, ban hành quy định về thủ tục nhận biết khách hàng và xác thực nhân thân khách hàng khi mở tài khoản lần đầu cho chủ tài khoản theo hướng đơn giản hóa những quy định, yêu cầu nhận biết khách hàng theo tỷ lệ tương xứng với hồ sơ rủi ro của khách hàng và tính chất giao dịch. Với những tài khoản phục vụ những giao dịch giá trị thấp, số lượng giao dịch hạn chế sẽ chỉ cần thực hiện quy trình nhận biết khách hàng đơn giản, và không nhất thiết phải gặp mặt trực tiếp khi ngân hàng có những biện pháp thay thế mà vẫn đảm bảo yêu cầu xác thực khách hàng, chỉ nên bắt buộc áp dụng quy trình nhận biết khách hàng đầy đủ và trực tiếp đối với tài khoản thanh toán.

7. Kết luận

Nâng cao tiếp cận dịch vụ tài chính là một trong những trọng tâm phát triển kinh tế xã hội của hầu hết các quốc gia trên toàn cầu trong đó có Việt Nam. Tài chính toàn diện sẽ có cơ hội phát triển nếu như các tổ chức tín dụng có thể phát triển các kênh cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử, xóa nhòa các rào cản về không gian và thời gian, cho phép cung cấp dịch vụ tài chính với chi phí rẻ hơn, tạo điều kiện cho người nghèo, người ở khu vực vùng sâu, vùng xa có thể tiếp cận dịch vụ ngân hàng mọi lúc, mọi nơi, giúp họ cải thiện đời sống. Tuy nhiên, trong bối cảnh công nghệ đang phát triển nhanh chóng, một doanh nghiệp dù lớn cũng không thể làm tất cả mọi việc.

Với sự ra đời và phát triển của các công ty fintech cũng làm thay đổi và thúc đẩy các kênh phân phối sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống, mở rộng giao dịch trực tuyến thông qua Internet Banking, Mobile banking, mạng xã hội, ngân hàng không giấy, đã tạo ra bước đột phá sáng tạo, giúp mọi người dễ dàng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng một cách thuận tiện nhất với chi phí thấp nhất. Đồng thời, fintech cũng thúc đẩy sự phát triển của các dịch vụ ngân hàng hiện đại và phổ cập các chương trình tài chính toàn diện đến mọi đối tượng trong xã hội. Do vậy, việc hợp tác giữa hệ thống ngân hàng và các công ty fintech là xu hướng tất yếu mang lại hiệu quả tích cực đặc biệt khi mà thời điểm ban hành Chiến lược Tài chính toàn diện quốc gia vào năm 2020 đang đến gần. Để thúc đẩy và nâng cao hiệu quả của mối quan hệ hợp tác, bên cạnh việc lựa chọn chiến lược hợp tác hiệu quả giữa các công ty fintech và ngân hàng thương mại cần có sự hỗ trợ và quan tâm từ các cơ quan quản lý nhà nước cũng như các đơn vị có liên quan.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Demircug-Kunt, Asli; Klapper, Leora; Singer, Dorothe; Ansar, Saniya; Hess, Jake., The Global Findex.
2. Database 2017, *Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*, Washington, DC: World Bank, (2018).
3. International Telecommunication Union., *ICT Facts & Figures 2017*, Switzerland, (2017).
4. Ernst & Young., *EY Fintech Adoption Index 2017*, (2017).
5. Hill, C., Lynn, L., *Producing human services why do agencies collaborate?*, Public Manage Rev, 5(1), pages 63–81, (2003).
6. Hamel, G., Doz, Y. & Prahalad, C., *Collaborate with your competitors and win*, Harvard Business Review, pages 133–139, (1989).
7. Lado, A., Boyd, N.G. & Hanlon, S. C., *Competition, cooperation, and the search for economic rents: a syncretic model*, Academy of Management Review, 22(1), pages 110–141, (1997).
8. *Đẩy nhanh phổ cập tài chính cùng Fintech*, (<https://tinnhanhchungkhoan.vn/tien-te/day-nhanh-pho-cap-tai-chinh-cung-fintech-187701.html>). Truy cập ngày 27/10/2018).
9. DBS Bank Ltd., *DBS inks cross-referral agreements with peer-to-peer lending platforms Funding Societies and MoolahSense*, (https://www.dbs.com/newsroom/DBS_inks_cross_referral_agreements_with_peertopeer_lending_platforms_FundingSocieties_and_MoolahSense). Truy cập ngày 27/10/2018).