

Đề xuất mô hình kinh doanh cho các ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh fintech

Lê Cát Vi⁽¹⁾ • Nguyễn Văn Điệp⁽²⁾ • Ngô Thọ Thiện⁽³⁾

Ngày nhận bài: 10/10/2018 | Biên tập xong: 02/12/2018 | Duyệt đăng: 10/12/2018

TÓM TẮT: Cách mạng Công nghiệp lần thứ tư đã cho ra đời nhiều mô hình kinh doanh mới và đang dần chiếm lĩnh thị trường toàn cầu. Làn sóng fintech là một ví dụ điển hình. Các nghiên cứu đã cho thấy, fintech sẽ định dạng lại ngành công nghiệp tài chính ngân hàng trên toàn cầu. Việt Nam là quốc gia đang trong quá trình hội nhập, tích hợp các giá trị cốt lõi của cuộc cách mạng Công nghiệp lần thứ tư vào sự phát triển kinh tế-xã hội nên không thể đứng ngoài làn sóng fintech này. Bài viết tập trung vào những tác động của fintech trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng. Trên cơ sở những tác động này, bài viết đề xuất mô hình kinh doanh cho các ngân hàng truyền thống tại Việt Nam trong thời đại kỹ thuật số, đặc biệt là nhìn từ ảnh hưởng của fintech.

TỪ KHÓA: Fintech, mô hình kinh doanh, ngân hàng số.

1. Giới thiệu

Sau khủng hoảng tài chính năm 2008–2009, làn sóng các công ty khởi nghiệp tập trung vào lĩnh vực công nghệ trong tài chính (gọi tắt là fintech) nổi lên mạnh mẽ. Theo Báo cáo của KPMG, đầu tư của các quỹ đầu tư mạo hiểm trên toàn thế giới năm 2016 vào các công ty Fintech là 13,6 tỷ USD thông qua 840 thương vụ. Đến cuối năm 2016, tổng vốn đầu tư tích lũy vào Fintech là hơn 100 tỷ USD của hơn 8.800 doanh nghiệp (KPMG, 2017). “Fintech” đã trở thành đại diện cho một cuộc cách mạng kỹ thuật số có thể thay đổi hoàn toàn phương thức kinh doanh của ngành ngân hàng. Theo Võ Đình Trí (2017), sự phát triển của fintech mang tới nhiều cơ hội như tăng khả năng tiếp cận những dịch vụ tài chính của người dân, cá nhân hóa các dịch vụ ngân hàng để phục vụ tốt hơn, chi phí giao dịch thấp, có thể giao dịch trong thời gian thực (real time), tăng cạnh

tranh, tăng hiệu quả của giám sát thông qua sự hợp tác chéo giữa các ngành, các nước. Bên cạnh những cơ hội, fintech cũng đem lại những thách thức cho lĩnh vực ngân hàng truyền thống. Cụ thể, một cuộc khảo sát của tổ chức Pricewaterhouse Coopers (PwC) thực hiện vào

(1) **Lê Cát Vi** - Trường Đại học Sài Gòn; 273 An Dương Vương, Phường 3, Quận 5, TP. Hồ Chí Minh; **Email:** lecatvi@gmail.com.

(2) **Nguyễn Văn Điệp** - Trường Đại học Mở TP.HCM; 97 Võ Văn Tần, Phường 6, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh; **Email:** vandiep1302@gmail.com.

(2) **Ngô Thọ Thiện** - Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại; 287 Phan Đình Phùng, Phường 15, Quận Phú Nhuận, TP. Hồ Chí Minh; **Email:** baothien1990@gmail.com.