

Ngân hàng số: tầm nhìn đến năm 2030

An Phương Diệp

Khoa Hệ thống thông tin quản lý — Học viện Ngân hàng

Ngày nay, một từ khóa đang được quan tâm là “ngân hàng số” — một hình thái ngân hàng rất khác với trước đó, hoàn toàn không có trụ sở, mọi nghiệp vụ được thực hiện trực tiếp trên không gian mạng Internet. Rất nhiều tổ chức ngân hàng không chỉ ở Việt Nam mà còn trên toàn thế giới đang dốc sức toàn lực vào hoạt động số hóa, hay còn gọi là chuyển đổi số, để nhanh chóng đưa ngân hàng tiến tới hình thái này, trở thành những tổ chức tiên phong với lợi thế cạnh tranh vô cùng lớn. Bài báo này tập trung đưa ra các vấn đề mà ngân hàng cần quan tâm trong công cuộc xây dựng ngân hàng số, cũng như dự đoán về sự thay đổi không chỉ của ngân hàng mà còn của cả các khách hàng với sự ảnh hưởng vô cùng mạnh mẽ của công nghệ thông tin trong vòng 10 năm tới.

1. Các vấn đề ngân hàng cần quan tâm

Theo báo cáo nghiên cứu mới nhất của KPMG năm 2019, 4 vấn đề chính sẽ ảnh hưởng rất lớn đến việc cung cấp các trải nghiệm khách hàng hướng dữ liệu (data-driven customer experience) trên tất cả các kênh, với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ trí tuệ nhân tạo và robot tự động hóa, đó là:

1.1. Dữ liệu

KPMG nhận định: “Những ngân hàng thành công của năm 2030 sẽ là những ngân hàng bậc thầy trong việc cung cấp các trải nghiệm khách hàng hướng dữ liệu (data-driven customer experience) trên tất cả các kênh, với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ trí tuệ nhân tạo và robot tự động hóa.”

Thật vậy, trong thời đại số, con người không chỉ lo giữ chặt những tài sản hữu hình như tiền bạc, nhà cửa, đồ đạc,... mà còn phải bảo vệ cả những thông tin liên quan đến mình, từ họ tên, số chứng minh thư, địa chỉ nhà, cho đến số điện thoại, email, nếu như không muốn liên tục bị làm phiền bởi các cuộc gọi quảng cáo, thư rác. Và tất nhiên, thông tin về tình hình tài chính của mỗi người lại càng quan trọng hơn nữa. Có điều, gần như mọi hoạt động của chúng ta ngày nay đều cần có sự hỗ trợ của các thiết bị điện tử, đặc biệt là điện thoại hay máy tính. Mà một khi đã truy cập vào những thiết bị này thì, rất tiếc phải nói rằng, một phần hoặc thậm chí toàn bộ dữ liệu về chúng ta đều đang bị một (hoặc nhiều) tổ chức cung cấp dịch vụ nào đó thu thập, dù bạn có cho phép hay không. Hay nói chính xác là đôi khi bạn còn không ý thức được là chính mình đã cho phép. Do đó, việc quản lý dữ liệu cá nhân một cách an toàn trở nên cực kỳ khó khăn.

Trong bất kỳ thời đại nào thì quyền riêng tư vẫn là tối quan trọng. Chủ sở hữu cuối cùng của dữ liệu về một ai đó vẫn sẽ là chính họ. Ngân hàng chỉ là một tổ chức giúp khách hàng quản lý những dữ liệu có sự cho phép của họ mà thôi, phải hiểu được nguyên tắc này thì ngân hàng mới có thể giữ được uy tín bền vững, niềm tin tuyệt đối trong lòng khách hàng.

1.2. Mô hình kinh doanh

Những rào cản truyền thống trong lĩnh vực cung cấp các dịch vụ tài chính sẽ biến mất vào năm 2030. Mô hình kinh doanh của các ngân hàng sẽ tiến tới một bước phát triển mới, đó là mô hình “nền tảng hóa” (platformification) trong ngành ngân hàng những năm gần đây. Ngân hàng và các tổ chức công nghệ sẽ phải bắt tay với nhau để chiếm được lợi thế cạnh tranh, đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng ở mức cao nhất.

Xu hướng này đã được chứng minh ngay tại thị trường Việt Nam khi rất nhiều ngân hàng đang đầu tư mạnh vào việc phát triển các “hệ sinh thái” dịch vụ (ecosystem services) của riêng mình. Đơn cử như cuối tháng 5/2019, VPBank đã bắt tay với BE Group (đơn vị đang sở hữu và phát triển Ứng dụng gọi xe BE) để phát triển một hệ sinh thái tài chính công nghệ có tên BeFinancial, đem lại rất nhiều lợi ích cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trong việc thực hiện các giao dịch thanh toán khi sử dụng các dịch vụ của BE Group nói riêng và các dịch vụ ngân hàng khác của VPBank nói chung. (VPBank, 2019).

1.3. Quy định

Các tổ chức quản lý và giám sát tài chính sẽ đóng vai trò ngày càng quan trọng hơn trong thời đại số. Bởi tiêu chí hàng đầu của khách hàng khi lựa chọn một dịch vụ tài chính của bất kỳ tổ chức nào sẽ là uy tín. Mà để biết được chính xác uy tín của một tổ chức, họ sẽ dựa trên kết quả đánh giá của những tổ chức chuyên nghiệp. Vấn đề là làm sao để các tổ chức có thể cập nhật những quy định, bộ tiêu chí đánh giá của mình một cách liên tục, bắt kịp với tốc độ phát triển như vũ bão của các công nghệ mới, thứ tiềm ẩn những rủi ro rất khó dự đoán. Điều đó đòi hỏi những tổ chức quản lý này cũng phải áp dụng công nghệ trong các hoạt động giám sát của mình, những công cụ mà người ta gọi là “regtech”, với sự hỗ trợ mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo.

1.4. Công nghệ

Sẽ không phải là quá lời khi nói công nghệ sẽ thay đổi tổng thể bộ mặt của ngân hàng. Rất có thể những trải nghiệm dịch vụ mà chúng ta có ngày hôm nay sẽ không còn tồn tại vào năm 2030. KPMG đã xây dựng một radar trong vòng 15 năm để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các công nghệ mới đến nền kinh tế nói chung và ngành ngân hàng nói riêng trong tương lai.

KPMG cũng đưa ra dự đoán về 08 lĩnh vực công nghệ có thể ảnh hưởng sâu sắc đến mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng từ giờ cho tới năm 2030, bao gồm:

Lĩnh vực công nghệ Trí tuệ nhân tạo (AI) và Big data (ML)	Sự ảnh hưởng AI và ML sẽ tự động hóa các nhiệm vụ mà trước đây cần sự trợ giúp của con người, khiến các dịch vụ khách hàng được cải tiến, lượng dữ liệu khổng lồ được phân và xử lý được phân tích, khả năng bảo mật được nâng cao DTL sẽ phân tích việc quan lý dữ liệu giao dịch của khách hàng, cung cấp một báo cáo tổng mô hình; trong khi đó, công nghệ nhận biết sẽ được đưa vào hệ thống để kiểm soát rủi ro và bị thay đổi, hoặc từ xa các tài khoản phải tuân theo hướng dẫn. Mỗi khách và mã PIN sẽ bị thay thế hoàn toàn bởi các cách thức nhận diện sinh trắc học như khuôn mặt hay giọng nói, cho phép người dùng xác thực liên tục theo thời gian thực ở mức sáng cao. Mạng internet siêu tốc độ giúp người dùng có thể tải về hàng GB dữ liệu trên máy, khiến cho việc tải những tập dữ liệu về theo thời gian thực được các thiết bị cung cấp. Điều toán đám mây sẽ giúp loại bỏ những rào cản về phân công trong việc lưu trữ và xử lý dữ liệu, cho phép ngân hàng có thể cung cấp dịch vụ cho khách hàng liên tục mỗi ngày, thông qua bất kỳ thiết bị nào có kết nối internet. Các thiết bị đeo sẽ có khả năng kết nối internet và xử lý dữ liệu, vượt xa các thiết bị thông thường có hiện nay, cho phép các tin nhắn và dịch vụ mang tính cá nhân hóa cao hơn. Các công nghệ này sẽ cho phép ngân hàng có thể biến thị trường thông tin dài hạn của các ngân hàng, giúp khách hàng có thể ra quyết định dựa trên hơn, thậm chí không cần phải đến trực tiếp ngân hàng. Công nghệ tình toán này sẽ cho phép ngân hàng có thể xử lý được lượng dữ liệu khổng lồ thu thập về từ các tài khoản IoT, hỗ trợ các công nghệ AI và ML có thể hoạt động nhanh hơn.
Công nghệ số các phần hàn (DLT/Trustee/Blockchain)	
Sinh trắc học (Biometrics)	
Công nghệ 5G	
Điện toán đám mây (Cloud computing)	
Internet vạn vật (IoT)	
Thực tế tăng cường (AR)/Thực tế ảo (VR)	
Tính toán lượng tử (Quantum Computing)	

Các công nghệ này không hoạt động độc lập (theo dạng silos), mà sẽ phối hợp liên tục với nhau (Intersection) để mang đến hiệu quả cao nhất cho ngân hàng và khách hàng.

2. Sự ảnh hưởng mạnh mẽ của công nghệ

Phải dành riêng một phần để nói về sự ảnh hưởng mạnh mẽ của công nghệ trong tương lai. Ngay ở thời điểm hiện tại, chúng ta đều thấy công nghệ đã len lỏi vào từng ngõ ngách cuộc sống của mình như thế nào, không chỉ riêng lĩnh vực ngân hàng. Các giao dịch chuyển tiền, thanh toán đơn giản đều đã được khách hàng thực hiện bằng các thiết bị điện tử như máy POS, điện thoại hay máy tính, với giá trị mỗi giao dịch đang ngày càng tăng lên, tỉ lệ thuận với mức độ an toàn của các ứng dụng ngân hàng số, lần lượt ra quầy giao dịch của khách hàng cũng ít đi đáng kể. Và trong tương lai, công nghệ sẽ còn can thiệp mạnh mẽ hơn vào vào cách chúng ta sống và giao tiếp, khiến cho mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng có thể sẽ thay đổi mãi mãi.

Trong tương lai, khu vực thương mại B2C sẽ chứng kiến một sự thay đổi vô cùng lớn khi khách hàng có thể tự do chỉ tiêu ở nước ngoài mà không phải chịu bất kỳ chi phí ngoại hối nào cả. Một loại đồng tiền mới sẽ được hợp pháp hóa bởi các ngân hàng trung ương, đó chính là các đồng tiền số, như Libra chẳng hạn, đồng nghĩa với việc các sản phẩm dịch vụ cũng phải biến đổi theo. Việc đưa các đồng tiền này vào lưu thông sẽ đem lại những hiệu quả to lớn cho nền kinh tế toàn cầu, bởi các giao dịch sẽ được xử lý theo thời gian thực một cách tốt hơn nhờ đảm bảo tính minh bạch (CPMI, 2015).

3. Sự thay đổi của các tổ chức ngân hàng

Phải khẳng định rằng, dữ liệu trong thời đại này chắc chắn sẽ là tài sản cốt lõi không chỉ của khách hàng mà của cả ngân hàng. Mọi dịch vụ sẽ được cung cấp dựa trên những dữ liệu mà ngân hàng thu thập được từ khách hàng, bao gồm cả những dữ liệu phản ánh phong cách sống và mức sống. Sẽ không phải là một dịch vụ có những chức năng chung chung và phụ thuộc cho tất cả mọi người, mà là những dịch vụ mang tính cá nhân, được quảng bá có chọn lọc đến từng khách hàng mục tiêu. Để bắt kịp sự phát triển đa dạng không ngừng này, các nhà quản lý công sẽ phải thay đổi mình để thích nghi và chấp nhận mức độ tự động hóa ngày càng cao của các loại hình dịch vụ. Các quy định sẽ được xây dựng chủ yếu dựa trên các vấn đề phát sinh thực tế tại ngân hàng, chứ không phải tập trung vào các sản phẩm như trước đây nữa. Bởi các ngân hàng ở thời điểm này sẽ không còn bán những sản phẩm đơn lẻ, mà là những gói sản phẩm phù hợp với bối cảnh của từng khách hàng cụ thể, dẫn đến những phát sinh về pháp lý phức tạp mà các quy định riêng rẽ khó có thể giải quyết được. Không chỉ thế, mô hình điều hành hướng sản phẩm cũng sẽ được thay đổi theo cách tiếp cận phẳng, sự giao thoa giữa các lĩnh vực, ngành nghề sẽ ngày càng trở nên phổ biến, ví dụ như các ngân hàng truyền thống có thể kinh doanh cả bảo hiểm, hay các công ty viễn thông cũng có thể tham gia thực hiện chức năng thanh toán như ngân hàng.

4. Sự thay đổi của khách hàng

Nhu cầu của khách hàng đối với ngân hàng trong kỷ nguyên công nghệ này có thể gói gọn trong 3 chữ "S":
 i) Simple: Giúp họ tinh giản cuộc sống
 ii) Smart: Hiểu họ thông qua những dữ liệu mà ngân hàng có, quản lý tài chính cho họ và giúp họ đạt được mục tiêu
 iii) Secure: Bảo vệ tiền, danh tính và dữ liệu của họ
 Ngân hàng sẽ cần thực hiện các hoạt động tài chính cơ bản của khách hàng như tiết kiệm, di vay, đầu tư hay thanh toán một cách nhanh hơn và thông minh hơn. Trong khi đó, công nghệ sẽ không ngừng làm mờ đi vai

trò của ngân hàng, khiến các hoạt động của ngân hàng sẽ bị ảnh hưởng các “sleu úng dụng”, thứ sẽ giúp khách hàng thực hiện mọi thao tác tài chính của mình chỉ với một cú chạm vào bất kỳ lúc nào, ở bất kỳ nơi đâu. Và để những sản phẩm của mình đem lại trải nghiệm tuyệt vời cho khách hàng, thì không có cách nào khác là ngân hàng phải thực sự hiểu đối tượng mà mình phục vụ sẽ thay đổi như thế nào trong tương lai. Bởi dù cho 4 yếu tố quan trọng đã bàn tới ở trên (công nghệ, dữ liệu, các quy định hay sự chuyển mình trong mô hình kinh doanh) có ảnh hưởng như thế nào tới ngân hàng, thì ở trung tâm của mọi vấn đề, vẫn sẽ là khách hàng và trải nghiệm của họ.

Thứ nhất, cách mà họ làm việc sẽ khác đi. Theo (KPMG, 2019), vào năm 2030, thế hệ 10X sẽ chiếm khoảng 75% thị trường lao động. Sẽ có nhiều hơn những nhân sự là phụ nữ, người lớn tuổi và đa sắc tộc. Nhân sự sẽ chuyển việc mỗi 3 — 5 năm. Hơn thế nữa, 92% công việc sẽ yêu cầu các kỹ năng số. Nền kinh tế “gig economy”, nơi mà các công việc tạm thời và ngắn hạn chiếm đa số, sẽ ngày càng phát triển mạnh mẽ. (Aaron, 2016) Sẽ có khoảng 50% số người lao động trở thành các lao động tự do.

Thứ hai, cuộc sống của họ cũng rất khác. Con người vào năm 2030 sẽ làm việc nhiều hơn và sống lâu hơn, bởi điều kiện y tế cũng như về nền tảng cuộc sống đã tốt hơn rất nhiều, với sự hỗ trợ sát sao của công nghệ. Các ứng dụng theo dõi sức khỏe cá nhân hàng ngày sẽ trở nên quen thuộc hơn bao giờ hết. Mặt trái của việc này là có thể sẽ khiến con người lo lắng nhiều hơn cho tuổi già ngày càng dài ra của mình, đi kèm với đó là những khoản chi để duy trì sức khỏe. Điều này sẽ khiến các tổ chức tài chính cần tập trung xây dựng những gói bảo hiểm nhân thọ bởi trong tương lai, nguồn cầu về lĩnh vực này chắc chắn sẽ tăng lên.

Thứ ba, cách họ giải trí cũng không còn như xưa. Cuộc sống quá bận rộn khiến họ không còn quá nhiều thời gian cho giải trí. Các hình thức nghỉ ngơi “tranh thủ” sẽ tăng lên. Họ sẽ có xu hướng chọn thư giãn bằng cách chạy bộ một mình với một chiếc tai nghe bluetooth trên tai nhiều hơn là tham gia vào các hội nhóm thể dục thể thao thường xuyên. Rồi công nghệ sẽ trở thành một phần không thể thiếu trong các hoạt động giải trí, ví dụ như Thực tế ảo — VR hay live-streaming chẳng hạn. Những địa điểm du lịch vẫn còn nguyên sơ, không có dấu tích của “kỹ thuật số” sẽ trở nên vô cùng hiếm hoi.

Tóm lại, bức tranh về khách hàng năm 2030 sẽ rất khác những gì chúng ta đang thấy ngày hôm nay, đặc biệt là thái độ, sự kỳ vọng và hành vi của họ. Nhu cầu của con người sẽ ngày càng phức tạp và đa dạng hơn, tùy theo bối cảnh cuộc sống của mỗi người. Đó cũng là lý do vì sao mà mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng lại quay về quy tắc 1 — 1 như thừa ban đầu, bởi trong thời đại này, tính cá nhân hóa được đẩy lên cao nhất. Ngân hàng nào, tổ chức nào nhận diện

và đáp ứng được yêu cầu cá biệt của từng khách hàng một cách nhanh nhất và thuận tiện nhất, thì lợi thế cạnh tranh sẽ thuộc về ngân hàng, tổ chức ấy.

5. Kết luận

Tóm lại, cuộc sống của con người nói chung và ngân hàng nói riêng vào năm 2030 sẽ vô cùng khác ngày hôm nay. Sự can thiệp mạnh mẽ của công nghệ, đặc biệt là AI, là không thể chối bỏ, kéo theo đó là vô vàn những tiện ích nhưng cũng không thiếu những rủi ro khó đoán. Các cơ quan quản lý sẽ cần nhanh chóng thích nghi và xây dựng những quy định, những bộ tiêu chuẩn được chấp nhận trên toàn thế giới, nhằm làm phẳng lĩnh vực ngân hàng nói riêng và nền kinh tế nói chung. Dữ liệu là tài sản vô giá không chỉ của riêng từng khách hàng mà còn của mọi tổ chức trong xã hội, không chỉ ngân hàng, đòi hỏi hoạt động an toàn bảo mật phải được chú trọng hơn bao giờ hết. Ngân hàng nào sử dụng và bảo quản dữ liệu của khách hàng tốt, tinh gọn mô hình kinh doanh nhanh chóng và hợp lý thì lợi thế cạnh tranh sẽ thuộc về ngân hàng đó./

Tài liệu tham khảo

- Aaron, S. (2016). The Gig Economy: Work, Online Selling and Home Sharing.
- CPMI. (2015). Digital currencies. Bank for International Settlements.
- Group, O. B. (2015). The Open Banking Standard. HM Treasury. Retrieved from <https://www.payments-forum.uk/sites/default/files/documents/Background%20Document%20No.%202%20-%20The%20Open%20Banking%20Standard%20-%20Full%20Report.pdf>
- Jan Kietzmann, Linda W. Lee, Ian Paul McCarthy, Tim Kietzmann. (2019). Deepfakes: Trick or treat? Business Horizons, 135—146.
- KPMG. (2019). The future of digital banking in 2030. Australia.
- Shevlin, R. (2016, July 19). The Platformification of Banking. Retrieved from thebrand.com/60019/theplatformification-of-banking/
- ViettelPay. (2019). Retrieved from ViettelPay: <https://viettelpay.vn/>
- VPBank. (2019, 5 30). Retrieved from Trang chủ Ngân hàng VPBank: <https://www.vpbank.com.vn/bai-viet/thong-cao-bao-chi/hoa-thuan-hop-tac-giua-be-group-va-vpbank-huong-den-he-sinh-thai-tai>