

MB hé lộ điểm khác biệt trong chiến lược kinh doanh

18:21 05/08/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Ngày 05/8, Ngân hàng TMCP Quân đội (MB, mã chứng khoán MBB) tổ chức hội nghị nhà đầu tư (Investors Conference) nhằm cập nhật kết quả kinh doanh và triển vọng tăng trưởng năm 2024 của MB. Ông Lưu Trung Thái, Chủ tịch Hội đồng quản trị (HĐQT) chủ trì hội nghị.

Hội nghị được tổ chức theo hình thức trực tuyến với sự tham gia của hơn 300 đại diện đến từ các quỹ đầu tư, các công ty chứng khoán trong và ngoài nước.

Kiên định với chiến lược đã đề ra

Trả lời câu hỏi của các nhà đầu tư về điểm khác biệt trong chiến lược của MB so với các ngân hàng khác, ông Lưu Trung Thái, Chủ tịch HĐQT MB cho biết chiến lược của ngân hàng tập trung vào 3 điểm cốt yếu, bao gồm: Chú trọng phát triển khách hàng, quy mô giao dịch; tập trung cao vào bán lẻ, tạo ra các sản phẩm mới và tăng quy mô bán lẻ; đầu tư cho nền tảng và kinh doanh nền tảng số.

Gắn liền với đó là 2 vấn đề xương sống là: Quản trị rủi ro thông minh vượt trội và xây dựng văn hóa doanh nghiệp có bản sắc, phát triển bền vững và có khả năng học tập, sáng tạo cao.



Ông Lưu Trung Thái, Chủ tịch HĐQT MB chủ trì hội nghị.

“Là tổ chức gần 30 năm tuổi, MB đã nhanh chóng học tập quá trình đổi mới và đưa vào thực hành các phương pháp làm việc mới để nhanh chóng dẫn dắt đội ngũ chinh phục các mục tiêu đã đặt ra,” ông Thái chia sẻ. Bên cạnh đó, chia sẻ về kết quả chuyển đổi số của MB, Chủ tịch HĐQT MB cho biết vào ngày 4/8/2024, MB đã chính thức đạt con số 28 triệu khách hàng.

“Thay vì chỉ ưu tiên vào những khách hàng có tài sản lớn, MB tập trung vào khách hàng ở tất cả các phân khúc. Chúng tôi muốn thu hút khách hàng giao dịch chính trên nền tảng của MB, sau đó gia tăng dịch vụ phù hợp cho từng nhóm phân khúc,” ông Thái nhấn mạnh.

BAAS - MB đồng hành cùng doanh nghiệp chuyển đổi số

Một trong những điểm nhấn trong hội nghị là phần chia sẻ về mô hình Banking-as-a-Service (BAAS) của ông Vũ Thành Trung, Phó Chủ tịch HĐQT MB.

BAAS là mô hình cho phép các đối tác thứ ba kết nối với hệ thống của ngân hàng thông qua API để cung cấp trực tiếp các dịch vụ tài chính – ngân hàng tới khách hàng trên hệ thống ứng dụng/nền tảng của đối tác đó. Hiện MB có số lượng APIs phong phú nhất thị trường với khoảng 1,200 APIs, cho phép khách hàng tối ưu hóa quản trị dòng tiền với độ bảo mật tuyệt đối.



Ông Vũ Thành Trung, Phó Chủ tịch HĐQT MB chia sẻ về dịch vụ BAAS.

“Các đối tác dù lớn hay nhỏ, khi tích hợp dịch vụ ngân hàng vào nền tảng của đối tác đó, chúng tôi cũng cam kết thời gian tích hợp nhanh chóng trong 3 tuần làm việc,” ông Trung khẳng định.

Phó Chủ tịch HĐQT MB cho biết, MB bắt đầu xây dựng trung tâm BAAS từ năm 2021. Năm 2022, khi bắt đầu chính thức triển khai dịch vụ BAAS, MB có 112 khách hàng. Con số này đã tăng lên đến 12.688 khách hàng tính đến hết năm 2023, gấp 113 lần năm 2022. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ BAAS của MB đứng đầu thị trường, dự kiến đến hết năm 2024 đạt 150,000 khách hàng. Bên cạnh đó, doanh số giao dịch qua BAAS giữ vị trí số 1 thị trường, dự kiến đạt 500,000 tỷ đồng đến hết năm nay.

Theo ông Lưu Trung Thái, Chủ tịch HĐQT MB, BAAS là dịch vụ đặc biệt phù hợp với các doanh nghiệp chuỗi khi giúp quá trình bán hàng tự động hóa nhanh chóng. “Đây là hướng đi mới và rất có triển vọng,” người đứng đầu MB cho hay.

Bức tranh kinh doanh nửa đầu năm 2024

Cũng tại sự kiện, ông Đàm Nhân Đức, Kinh tế trưởng MB đánh giá bối cảnh kinh doanh trong 6 tháng đầu năm 2024, khẳng định “giai đoạn khó khăn nhất đã qua”. Theo đó, lĩnh vực dịch vụ, du lịch phục hồi tương đối mạnh; ngành sản xuất phục hồi tích cực, đặc biệt là nhóm FDI, tạo đà để kinh tế trong 6 tháng cuối năm 2024 và năm 2024 phát triển mạnh mẽ hơn.

Về bức tranh kết quả kinh doanh của MB trong nửa đầu năm 2024, bà Nguyễn Thị Thanh Nga, Giám đốc Tài chính MB cho biết lợi nhuận trước thuế tập đoàn đạt 13.428 tỷ đồng, tăng trưởng 5,4% so với cùng kỳ năm 2023, ngay cả khi chi phí dự phòng tăng trong nửa đầu năm qua. Các công ty thành viên đang đi đúng hướng và đóng góp 5% vào lợi nhuận trước thuế toàn tập đoàn.

Về tăng trưởng quy mô, tín dụng của MB tăng ấn tượng với mức 9.4% và tăng đều ở các phân khúc. Đáng chú ý, NPL đã quay về mức dưới 2% và được kiểm soát chặt chẽ ở mức 1.64% (hợp nhất) và 1.42% (riêng lẻ). Đi kèm theo đó, chất lượng tín dụng của MB liên tục cải thiện.

Về hiệu quả hoạt động, tuy NII đi ngang so với cùng kỳ 2023 do nền lãi suất trong 6 tháng năm 2024 thấp hơn tương đối so với cùng kỳ 2023, đồng thời MB chủ động triển khai các chương trình hỗ trợ lãi suất cho Khách hàng theo chủ trương của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước, song NFI tăng trưởng ấn tượng ở mức 48% so với cùng kỳ; từ đó, TOI tăng trưởng tăng 11%, song song, chi phí cũng như CIR đang được quản lý hiệu quả và tối ưu trong bối cảnh nền kinh tế đang đối mặt với nhiều lạm phát, kết quả lợi nhuận trước thuế của MB nằm trong топ 4 ngành ngân hàng.



Hội nghị Nhà đầu tư (Investors Conference) nhằm cập nhật kết quả kinh doanh và triển vọng tăng trưởng năm 2024 của MB.

Hoạt động thẻ của MB cũng ghi nhận kết quả nổi bật. “Sau 4 năm triển khai đa dạng các mô hình, hiện số lượng thẻ của MB đang dẫn đầu thị trường. Doanh số chi tiêu tăng mạnh. Đây là kỳ đầu tiên MB có gia tốc bật tăng mạnh như thế và con số này được kỳ vọng sẽ bật hơn nữa trong các kỳ tiếp theo,” bà Thanh Nga cho hay.

Đánh giá về vị thế của MB trên thị trường, ông Phan Phương Anh, Tổng Giám đốc MBS cho biết số lượng khách hàng của MB đang đạt top 1 thị trường, tổng tài sản và thị phần dư nợ thuộc top 4. MB nằm trong số các ngân hàng có tốc độ tăng trưởng tín dụng vượt trội trong 6 tháng đầu năm 2024.

Lan Chi

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/mb-he-lo-diem-khac-biet-trong-chien-luoc-kinh-doanh>