

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI**

---

**PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG TIÊU DÙNG CỦA CÁC  
CÔNG TY TÀI CHÍNH TRỰC THUỘC NGÂN HÀNG  
THƯƠNG MẠI Ở VIỆT NAM**

**Chuyên ngành: Kinh doanh thương mại**

**Mã số: 934.01.21**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

**Hà Nội, Năm 2021**

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Tín dụng tiêu dùng trong nhiều thập kỷ qua được hai chủ thể chính trên thị trường tài chính cung ứng hợp pháp tới khách hàng bao gồm CTTC (công ty tài chính) và NHTM (ngân hàng thương mại). Mặc dù cả hai chủ thể đều tiến hành cung ứng TDTD (tín dụng tiêu dùng) nhưng phân khúc khách hàng lựa chọn có sự khác biệt rõ nét, trong đó các NHTM tập trung cung ứng TDTD đối với các khách hàng tiêu chuẩn đáp ứng được các điều kiện vay vốn của ngân hàng, trong khi các CTTC chủ yếu tiếp cận các phân đoạn khách hàng khó tiếp cận khoản vay từ NHTM hay còn gọi là khách hàng dưới chuẩn. Chính nhờ sự phân lớp khách hàng rõ nét giữa CTTC và NHTM đã dẫn tới sự khác biệt trong hoạt động kinh doanh của hai chủ thể cho vay và đem lại lợi ích cho khách hàng. Bên cạnh những lợi ích của TDTD đối với khách hàng, chủ thể cho vay và nền kinh tế, việc phát triển TDTD quá đà, thiếu chiến lược và không được kiểm soát trong khung khổ pháp lý an toàn có thể gây ra các cuộc khủng hoảng kinh tế trong phạm vi quốc gia và toàn cầu. Minh chứng rõ nét là cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu 2008-2009 xuất phát từ Bắc Mỹ có nguồn gốc từ sự phát triển tín dụng dưới chuẩn tràn lan. Đây cũng là bài học đối với các thị trường mới nổi còn nhiều dư địa để phát triển TDTD và có nguy cơ tăng trưởng TDTD nóng, cần có sự kiểm soát chặt chẽ và các giải pháp phát triển TDTD an toàn, bền vững.

Hoạt động ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam đã hình thành và phát triển mạnh mẽ cùng với sự phát triển của hệ thống NHTM. Các khoản TDTD dành cho KHCN tiêu chuẩn đã được các NHTM triển khai rộng rãi, trở thành mảng hoạt động sinh lời cho NHTM trong điều kiện tăng trưởng tín dụng khó khăn từ nhóm khách hàng tổ chức. Với cơ cấu dân số vàng (69% người dân đang trong độ tuổi lao động), thu nhập bình quân và mức sống ngày càng tăng, các hành vi tiêu dùng của người dân thay đổi theo hướng tích cực, TDTD tại Việt Nam phát triển nhanh chóng trong 10 năm vừa qua và dự báo sẽ tiếp tục phát triển trong tương lai, với mức tăng trưởng bình quân khoảng 20%/năm cho tới năm 2025. Các NHTM nội địa Việt Nam đang có nhiều lợi thế khi tham gia vào mảng thị trường TDTD và tìm kiếm các cơ hội phát triển mới để nâng cao khả năng cạnh tranh cùng vị thế của mình trên thị trường.

Cùng với chủ trương của Chính phủ và NHNN về việc củng cố hoạt động TDTD của các CTTC trong nước và hạn chế cấp phép mở mới các CTTC, nhiều NHTM đang nhìn nhận việc sở hữu CTTC triển khai hoạt động TDTD đối với các khách hàng dưới chuẩn là mảnh đất màu mỡ để khai thác tối đa lợi thế về vốn, mạng lưới, kinh nghiệm quản trị... và góp phần đạt được các mục tiêu chiến lược của NHTM trong giai đoạn 2020-2025. Vì vậy, giai đoạn 2017-2019 chứng kiến hàng loạt sự sáp nhập giữa các NHTM và các CTTC, 02 CTTC trực thuộc NHTM bao gồm MCredit và HD Saison chính thức đi vào hoạt động trong năm 2017 và 2018. Một số NHTM đã hoàn tất thủ tục mua lại CTTC trong năm 2018-2019 như Ngân hàng TMCP Đông Nam Á và Ngân hàng TMCP Tiên Phong. Đồng thời, nhiều NHTM khác cũng đang lập đề án trình NHNN về việc mua lại các CTTC cho thấy sức ép cạnh tranh ngày càng gắt gao trên thị trường TDTD.

Trong giai đoạn đầu triển khai hoạt động TDTD, một số lợi thế giúp CTTC trực thuộc NHTM cạnh tranh với các CTTC độc lập xuất phát từ hậu thuẫn của NHTM mẹ. Tuy nhiên, các CTTC trực thuộc NHTM cũng phải đối mặt với giai đoạn phát triển đầy thách thức đến từ: (i) Áp lực chuyển đổi mô hình kinh doanh nền tảng số theo xu thế 4.0; (ii) Cạnh tranh ngày càng khốc liệt trong lĩnh vực TDTD khi có sự gia nhập của các công ty Fintech, đặc biệt hình thức cho vay qua APP nở rộ do nhiều đối thủ từ Trung Quốc và Indonesia chuyển sang Việt Nam sau sự đổ vỡ của thị trường cho vay ngang hàng; (iii) Khung pháp lý ngày càng hoàn thiện theo hướng kiểm soát chặt hoạt động của CTTC và hạn chế cho vay tiền mặt tín chấp theo lộ trình; và (iv) Quy định hạn chế tăng trưởng tín dụng của NHNN trong nhiều năm qua.

Được sở hữu bởi các NHTM nội địa hàng đầu ở Việt Nam, các CTTC trực thuộc được kỳ vọng sẽ góp phần tích cực vào chủ trương hạn chế tín dụng đen, góp phần đưa các giao dịch cho vay dân sự vào khuôn khổ các giao dịch pháp lý, triển khai các hoạt động cho vay có trách nhiệm với khách hàng và cộng đồng, giữ gìn và củng cố uy tín thương hiệu của NHTM. Các CTTC trực thuộc NHTM cần xác định được mô hình kinh doanh nào phù hợp, cần có các giải pháp nào để tồn tại và phát triển cho hợp lý, cân bằng các mục tiêu lợi nhuận, an toàn, uy tín trong mối tương quan với chiến lược chung của NHTM mẹ, thực hiện tốt chủ trương hạn chế tín dụng đen, bảo vệ uy tín thương hiệu của NHTM mẹ và CTTC trực thuộc thông qua các hoạt động cho vay có trách nhiệm. Xuất phát từ thực tế trên, tác giả lựa chọn “***Phát triển tín dụng tiêu dùng của công ty tài chính trực thuộc NHTM ở Việt Nam***” làm đề tài luận án của mình.

## 2. MỤC TIÊU VÀ NHIỆM VỤ NGHIÊN CỨU

### \* Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu của luận án là xác lập khung lý luận phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM (bao gồm lý luận về TDTD và phát triển TDTD của CTTC đối với khách hàng dưới chuẩn, đặc thù phát triển TDTD của CTTC trực thuộc NHTM, chỉ tiêu đánh giá sự phát triển TDTD và các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển TDTD của CTTC trực thuộc NHTM đối với khách hàng dưới chuẩn). Khung lý luận là cơ sở để tác giả thực hiện phân tích, đánh giá thực trạng phát triển TDTD của CTTC trực thuộc NHTM, từ đó đề xuất các giải pháp có cơ sở khoa học và thực tiễn nhằm phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam.

### \* Nhiệm vụ nghiên cứu

- Về lý luận: luận án làm sáng tỏ lý luận về TDTD và phát triển TDTD trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế và gia tăng áp lực cạnh tranh. Luận án cũng tập trung phân tích các kinh nghiệm quốc tế về TDTD từ đó vận dụng vào điều kiện thực tiễn của CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam.

- Về thực tiễn: Trên cơ sở phân tích và đánh giá thực trạng phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam trong giai đoạn 2014-2019, xác định được các hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế, bất cập trong phát triển TDTD, nghiên cứu chỉ ra các cơ hội và thách thức, từ đó đề xuất định hướng và giải pháp phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam đến năm 2025 phù hợp với thực tiễn hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

## 3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

### \* Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là sự phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM Việt Nam.

### \* Phạm vi nghiên cứu

- Về nội dung nghiên cứu: luận án nghiên cứu cơ sở lý luận về TDTD và sự phát triển TDTD của CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam, đánh giá thực trạng phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam, một số giải pháp phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam. Về nội hàm của sự phát triển, luận án tập trung nghiên cứu các phương thức nhằm phát triển TDTD về lượng (gồm: sản phẩm, kênh phân phối, thị trường, xúc tiến bán hàng, lãi suất), phát triển TDTD về chất (gồm mô hình quản trị rủi ro, chính sách và quy trình tín dụng), các vấn đề khác được nghiên cứu dưới tiếp cận là yếu tố ảnh hưởng đến phát triển TDTD của CTTC.

- Về không gian nghiên cứu: luận án khảo sát nghiên cứu điển hình bốn trong tổng số sáu CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam, gồm Công ty Tài chính TNHH MTV Ngân hàng Việt Nam Thịnh Vượng, Công ty Tài chính TNHH HD Saison, Công ty Tài chính TNHH MB Shinsei và Công ty Tài chính TNHH MTV Ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội.

- Về thời gian nghiên cứu: thông tin, số liệu thực tế về phát triển TDTD được thu thập trong giai đoạn 2014-2019, các giải pháp và kiến nghị đề xuất áp dụng cho giai đoạn từ năm 2020 đến năm 2025.

## 4. CÂU HỎI NGHIÊN CỨU

- (1) Đặc điểm, vai trò của TDTD của CTTC trực thuộc NHTM? Phương thức phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM?
- (2) Các kinh nghiệm quốc tế về phát triển TDTD có thể vận dụng vào thực tiễn phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc các NHTM Việt Nam?
- (3) Thực trạng phát triển TDTD của CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam? Những thành công, hạn chế và nguyên nhân của hạn chế?
- (4) Trong thời đại công nghiệp 4.0, các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam cần xác định định hướng phát triển TDTD như thế nào? Cơ hội, thách thức đối với CTTC trực thuộc NHTM Việt Nam trong thời đại số?
- (5) Cần có giải pháp gì để các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam vượt qua thách thức và phát triển TDTD đúng định hướng?

## 5. NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

(1) Về lý luận: Phân tích, làm rõ các đặc trưng của TDTD của CTTC trực thuộc NHTM trong mối quan hệ lợi ích với NHTM mẹ về chiến lược kinh doanh, mô hình kinh doanh, phương thức phát triển so với CTTC độc lập. Xác lập khung lý luận về nội dung phát triển TDTD trên hai góc độ: phương thức phát triển về lượng và tổ chức quản lý đảm bảo chất lượng tín dụng, xác lập 08 nhóm chỉ tiêu đánh giá phát triển

TDTD và các yếu tố ảnh hưởng tới phát triển TDTD của CTTC trực thuộc. Tổng kết, đúc rút ra 05 bài học có giá trị tham khảo trong phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam từ kinh nghiệm của một số CTTC trên thế giới.

(2) Về phân tích, đánh giá thực tiễn: trên cơ sở gắn kết chặt chẽ với khung lý luận và sử dụng cơ sở dữ liệu đáng tin cậy, tác giả đã phân tích và đánh giá chi tiết thực trạng phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc NHTM ở Việt Nam giai đoạn 2014-2019 và thu được kết quả nghiên cứu về phát triển TDTD như sau:

Những thành công: i) các CTTC trực thuộc NHTM áp dụng thành công các phương thức phát triển TDTD truyền thống phù hợp với đặc điểm thị trường TDTD giai đoạn 2014-2019, (ii) góp phần tạo ra thu nhập của các CTTC trực thuộc NHTM, (iii) công tác quản trị rủi ro đang tiếp cận với thông lệ quốc tế và chất lượng tín dụng được duy trì theo hướng an toàn hiệu quả, (iv) nâng cao vị thế của NHTM mẹ và khẳng định hướng đi đúng của các NHTM khi triển khai mô hình TDTD tại CTTC trực thuộc, (v) góp phần tích cực trong việc thực hiện chủ trương hạn chế tín dụng đen theo chỉ đạo của Chính Phủ. Các thành công trên đạt được nhờ bốn nguyên nhân chủ yếu: (i) chiến lược phát triển của CTTC trực thuộc gắn kết với chiến lược phát triển chung của NHTM mẹ, (ii) CTTC trực thuộc có năng lực phát triển sản phẩm TDTD cơ bản (iii) các CTTC được hưởng lợi thế từ các NHTM mẹ khi triển khai hoạt động TDTD (iv) nhu cầu TDTD của KHCV tăng trưởng mạnh mẽ và (v) môi trường kinh doanh thuận lợi.

Các hạn chế: Từ các nguồn thông tin thứ cấp và dữ liệu sơ cấp (qua điều tra xã hội học với 293 khách hàng và các cán bộ chuyên môn của CTTC trực thuộc) cho thấy, hoạt động TDTD của CTTC trực thuộc NHTM còn có một số hạn chế như: ((i) phương thức phát triển TDTD chưa theo kịp xu thế tiêu dùng trong thời đại 4.0, (ii) hoạt động phát triển TDTD của CTTC trực thuộc có nguy cơ ảnh hưởng tới hình ảnh và gây tác động bất lợi tới một số chỉ tiêu tài chính của NHTM mẹ (iii) nguyên tắc cho vay có trách nhiệm chưa được xem xét đúng mức. Nguyên nhân hạn chế chủ yếu xuất phát từ nội tại CTTC trực thuộc (nguồn nhân sự không ổn định và thiếu trung thành; chất lượng dịch vụ chưa đáp ứng được kỳ vọng của người tiêu dùng về các khía cạnh chuẩn mực và chuyên nghiệp của nhân viên CTTC trực thuộc; dịch vụ chăm sóc khách hàng sau vay vốn chưa đáp ứng kỳ vọng; các văn bản nội bộ về cho vay có trách nhiệm và chương trình hành động cho vay có trách nhiệm chưa được các CTTC trực thuộc ưu tiên triển khai; năng lực công nghệ thông tin chưa đáp ứng kịp phương thức kinh doanh số) và các yếu tố bên ngoài xuất phát từ NHTM mẹ, hiểu biết của khách hàng vay vốn và một số các quy định luật về TDTD còn chưa rõ ràng.

(3) Về giải pháp: Dựa trên định hướng phát triển các CTTC trực thuộc NHTM và hoạt động TDTD của các công ty này, các hạn chế và nguyên nhân của hạn chế, những bài học rút ra từ kinh nghiệm quốc tế về phát triển TDTD, tác giả luận án đã đề xuất 3 nhóm giải pháp và một số kiến nghị nhằm phát triển TDTD của các CTTC trực thuộc đang hoạt động trên thị trường và các CTTC trực thuộc chuẩn bị gia nhập thị trường trong thời gian tới. Một giải pháp chính được tác giả tập trung phân tích, luận giải là: nhóm giải pháp chuyển dịch số (sản phẩm, kênh phân phối), nhóm giải pháp hoàn thiện năng lực quản lý chất lượng TDTD (hoàn thiện công tác thu thập và xử lý dữ liệu khách hàng, quản trị dữ liệu khách hàng) và nhóm giải pháp bảo vệ bảo vệ uy tín và thương hiệu của CTTC trực thuộc và NHTM.

## 6. KẾT CẤU LUẬN ÁN

Ngoài phần mở đầu và kết luận, danh mục các công trình nghiên cứu của tác giả đã công bố, danh mục các tài liệu tham khảo, các phụ lục, Luận án gồm có 04 chương:

**Chương 1:** Tổng quan tình hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu.

**Chương 2:** Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển tín dụng tiêu dùng của các công ty tài chính trực thuộc ngân hàng thương mại.

**Chương 3:** Thực trạng phát triển tín dụng tiêu dùng của các công ty tài chính trực thuộc ngân hàng thương mại ở Việt Nam.

**Chương 4:** Giải pháp phát triển tín dụng tiêu dùng của các công ty tài chính trực thuộc ngân hàng thương mại ở Việt Nam.