

Mcredit tăng tốc với chiến lược hiệp lực tập đoàn

18:02 22/09/2022

Trước xu hướng chuyển động của xã hội, một công ty tài chính đã triển khai chiến lược hiệp lực để cung ứng sản phẩm đa dạng và hoàn thiện hơn.

Dân số Việt Nam tính đến thời điểm hiện tại có độ tuổi trung bình 32 tuổi là một sự tương đồng lớn với xã hội Trung Quốc và Thái Lan, Hàn Quốc trong những giai đoạn bùng nổ và phát triển mạnh mẽ (nửa cuối thập niên 90 và đầu những năm 2000).

Dân số trẻ và khả năng tiếp nhận công nghệ cao đang là điểm hấp dẫn công ty tài chính tiêu dùng. Tập khách hàng với những đặc tính này sẽ không chỉ có nhu cầu sử dụng những sản phẩm dịch vụ tài chính có tính thuận tiện và tốc độ cao mà còn phát sinh cả các nhu cầu với các sản phẩm có tính liên kết dịch vụ, cấu trúc liên hoàn như việc sử dụng cùng lúc các sản phẩm tín dụng, thanh toán, bảo hiểm, chứng khoán, ... trên cùng một ứng dụng tại cùng một thời điểm.

Trước xu hướng chuyển động của nhu cầu xã hội trên, nhiều công ty tài chính kết hợp với một số Fintech và Bank đã bước đầu xây dựng, triển khai các sản phẩm về dịch vụ thanh toán, chuyển tiền. Trong số đó, phải kể đến Công ty Tài chính TNHH MB Shinsei – một công ty có 49% cổ phần của Ngân hàng Shinsei (Nhật Bản) và 50% của Ngân hàng TMCP Quân đội (Việt Nam) đã nhanh chóng tận dụng lợi thế tập đoàn của mình sẵn có từ trước để khai thác và tăng trưởng mạnh mẽ.

Tính đến hết 30/06/2022, tổng tài sản của Công ty đạt 23.800 tỷ đồng, tăng 26% so với thời điểm cuối năm 2021. Tổng doanh số giải ngân trong 6 tháng đầu năm 2022 của Mcredit đạt khoảng 11,6 nghìn tỷ đồng, tăng tới 97% so với cùng kỳ, đem lại nguồn thu từ lãi lên tới 2.934 tỷ đồng. Ngoài nguồn thu này, một nguồn thu ngoài lãi khác (791 tỷ đồng) được cải thiện trong 2022 cũng là kết quả ấn tượng giúp lợi nhuận trước thuế của Công ty đạt 600 tỷ đồng, tăng 74% so với cùng kỳ.

Những chỉ tiêu về kết quả kinh doanh 6 tháng 2022 đã phản ánh tốt hiệu quả của chiến lược và định hướng của Mcredit



Tổng tài sản
▲ 26%
vs 2021



Giải ngân
▲ 97%
vs 1H.2021



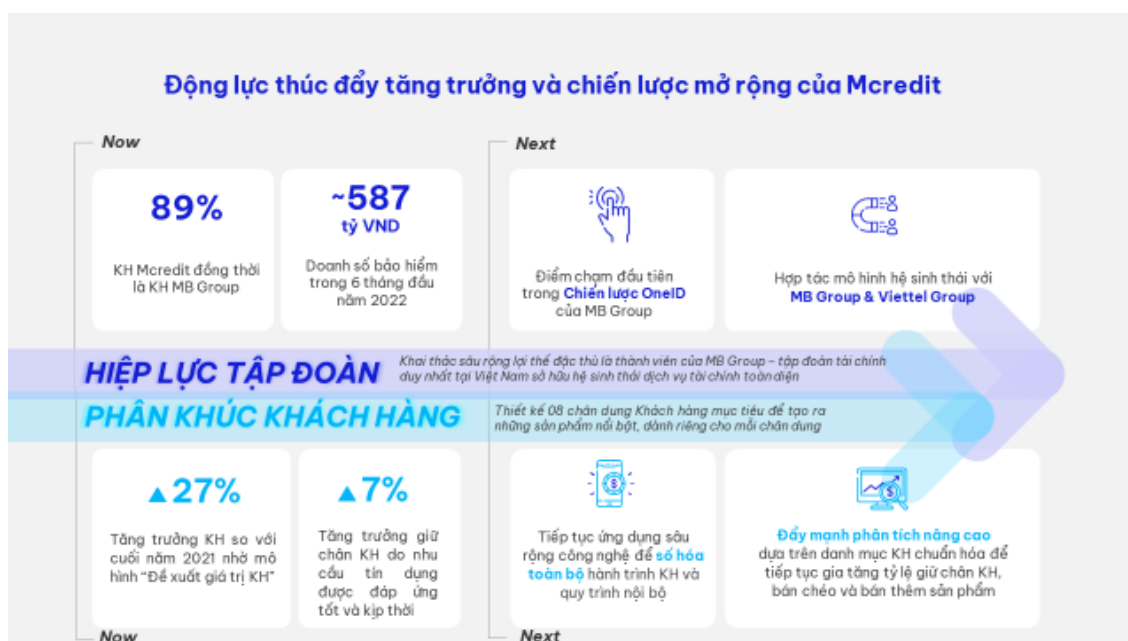
Lợi nhuận trước thuế
▲ 74%
vs 1H.2021

Tăng trưởng khách hàng (triệu)

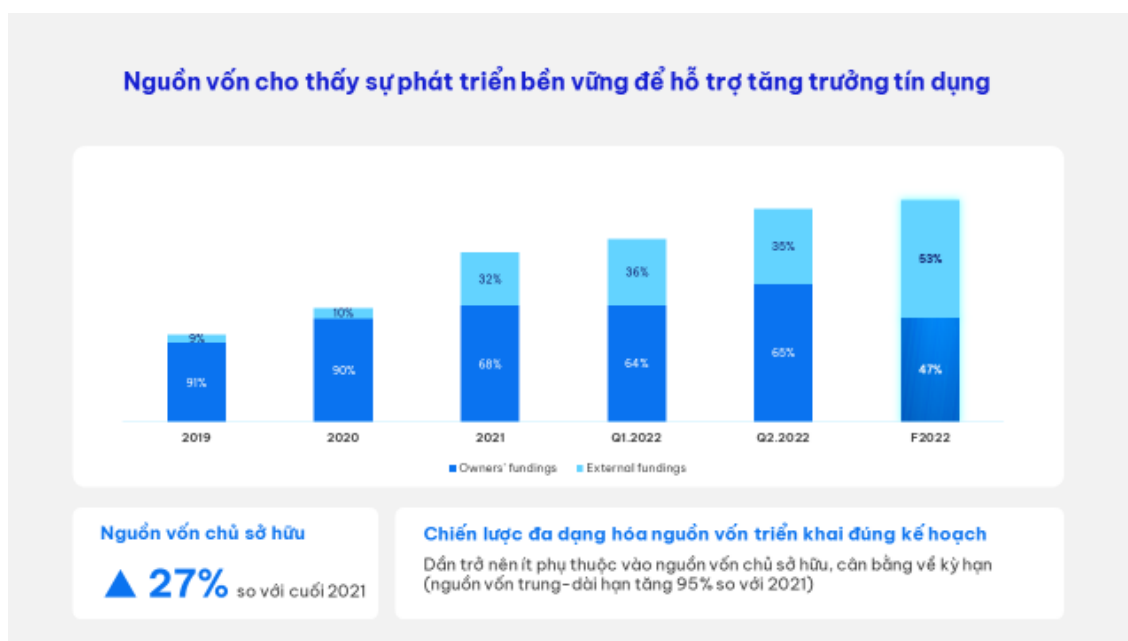


Nguồn thu ngoài lãi trên của Mcredit đã thay đổi tỷ trọng từ mức 15% trong năm 2019 tăng nhẹ lên 16% trong năm 2020 và tăng tốc rõ nét hơn trong năm 2021 và 06 tháng đầu năm 2022, chiếm 1/5 tổng doanh thu. Nếu như cơ cấu doanh thu của Công ty tài chính tiêu dùng nói chung trước nay chủ yếu đến từ lãi tín dụng thì nay đã có sự thay đổi, và doanh thu ngoài lãi của Mcredit đang có mức thay đổi dẫn đầu 21%, cao hơn so với bình quân ngành là 18%. Có thể thấy, Mcredit đã tận dụng tốt ưu thế của hệ sinh thái tài chính toàn diện MB Group khi khai thác và bán chéo độc quyền và thành công nhiều sản phẩm khác trong hệ sinh thái này để đem lại nguồn doanh thu ngoài lãi trên.

Ngoài ra, quy mô khách hàng của Mcredit có sự tăng trưởng ổn định bất chấp các giai đoạn biến động của nền kinh tế trước - trong và sau dịch bệnh. Số lượng khách hàng của Mcredit đến tháng 06/2022 đạt gần 2 triệu khách hàng, tăng gần như gấp đôi so với thời điểm cuối năm 2020. Trong con số gần 2 triệu khách hàng này, hơn 89% khách hàng của Mcredit đã từng hoặc đang sử dụng các dịch vụ khác nhau trong tập đoàn MB group như các sản phẩm thanh toán, bảo hiểm, chứng khoán, ...



Một lợi thế tập đoàn không thể bỏ qua là khối lượng vốn vay Mcredit tiếp nhận từ 2 ngân hàng mẹ luôn chiếm trên 64% tổng nguồn vốn hoạt động của Công ty. Các nguồn vốn từ 2 tập đoàn mẹ chủ yếu có kỳ hạn ngắn (dưới 1 năm), lãi suất cạnh tranh mà không một công ty trong ngành nào có được, kèm cam kết quay vòng 100% đã giảm mọi áp lực thanh khoản cho Công ty trong ngắn và trung hạn.



Không chỉ gắn kết chặt chẽ và khai thác được nhiều lợi thế từ tập đoàn, mà Mcredit còn đang cho thấy vai trò quan trọng của mình khi đóng góp ngược trở lại vào sự phát triển chung của cả 2 tập đoàn. Ngoài phần góp về lợi nhuận tăng trưởng ổn định hàng năm, vị trí của Mcredit còn giống như bậc thêm thứ nhất, như điểm chạm đầu tiên cho rất nhiều khách hàng tiếp cận được và tiếp cận thêm thành công với các sản phẩm dịch vụ tài chính khác của MB Group.

Nhiều khách hàng sau thời gian sử dụng sản phẩm tín dụng của Mcredit và chứng minh lịch sử thanh toán tốt, đã tăng hạng tín nhiệm và tiếp cận được với những sản phẩm ưu đãi hơn của MB cũng như các công ty con khác của Tập đoàn. Và dự án One ID của MB đã triển khai và đang hoàn thiện sẽ hỗ trợ khách hàng sử dụng luân chuyển các sản phẩm trong tập đoàn được nhanh chóng, tiện lợi hơn nữa, tiếp thêm sức mạnh cho Mcredit nói riêng và MB Group nói chung tăng tốc vững chắc và mạnh mẽ.

Thái Sơn