

TỔNG QUAN

VỀ VPBANK

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA

Giải thưởng được trao bởi Hội đồng Thương hiệu Quốc gia và Bộ Công Thương

VPBank là Ngân hàng TMCP duy nhất có thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia năm 2016 và cũng là lần thứ 3 liên tiếp VPBank được vinh danh tại chương trình này. Chương trình Thương hiệu quốc gia được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, nhằm xây dựng hình ảnh Việt Nam là quốc gia có uy tín về hàng hoá và dịch vụ đa dạng, phong phú với chất lượng cao, nâng cao sức cạnh tranh cho các thương hiệu sản phẩm Việt Nam trên thị trường trong nước và quốc tế trong quá trình hội nhập.

NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TỐT NHẤT VIỆT NAM 2016

Giải thưởng do Tạp chí International Banker (UK) trao tặng

Đây là lần thứ hai VPBank được Tạp chí International Banker (UK) vinh danh tại hạng mục giải thưởng Ngân hàng Thương mại tốt nhất Việt Nam, thể hiện tầm nhìn của một tổ chức tài chính lớn, dày dặn kinh nghiệm trong xây dựng và vận hành hệ thống, luôn được khách hàng tin tưởng và gắn bó.



INTERNATIONAL
Banker
BANKING AWARDS 2016

2016

- Tổng thu nhập hoạt động hợp nhất của VPBank đạt gần 16.900 tỷ, riêng Ngân hàng đạt gần 9.300 tỷ, và dẫn đầu khối ngân hàng TMCP tư nhân
- Nhận gói tài trợ thương mại trị giá 133 triệu USD từ Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC)
- Giành 13 giải thưởng danh giá từ các tổ chức trong nước và quốc tế
- Lần đầu tiên tổng tài sản vượt 200 nghìn tỷ đồng
- Chuyển Trụ sở miền Bắc về VPBank Tower, 89 Láng Hạ, Đống Đa, Hà Nội và chuyển Trụ sở miền Nam về VPBank Tower Saigon, 1-1A-2 Tôn Đức Thắng, Bến Thành, Quận 1, thành phố Hồ Chí Minh

2015

- Xếp hạng 21 trong số các đơn vị nộp thuế thu nhập doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam
- Thành lập và đẩy mạnh các mảng kinh doanh mới như Dịch vụ Tín dụng Tiểu thương (Household), Dịch vụ Công nghệ số (Digital)
- Tập trung hóa dịch vụ khách hàng
- Giành 6 giải thưởng quốc tế

2014

- Hoàn thành cơ bản giai đoạn 1 của Chương trình Chuyển đổi
- Là 1 trong 10 ngân hàng hàng đầu Việt Nam được lựa chọn thực hiện phương pháp quản trị vốn và rủi ro theo tiêu chuẩn Basel II vào năm 2015
- Được Moody's nâng mức triển vọng từ mức "Ổn định" lên "Tích cực"
- Lần đầu tiên tổng tài sản vượt 150 nghìn tỷ đồng
- Mua lại thành công Công ty Tài chính Tập đoàn Than Khoáng sản Việt Nam và đổi tên thành Công ty Tài chính VPBank (VPB FC)
- Được công nhận là thương hiệu quốc gia lần thứ 2

2013

- Xây dựng và triển khai giai đoạn 1 của Chương trình Chuyển đổi
- Xây dựng lộ trình tổng thể cho lĩnh vực quản trị rủi ro và công nghệ thông tin
- Tổ chức lại các đơn vị kinh doanh, hỗ trợ và mạng lưới phân phối
- Lần đầu tiên Moody's xếp hạng tín nhiệm VPBank ở mức B3 với triển vọng "Ổn định"
- Lần đầu tiên lợi nhuận sau thuế vượt 1.000 tỷ đồng

2012

- Xây dựng chiến lược phát triển của VPBank giai đoạn 2012-2017 với sự hỗ trợ của công ty McKinsey & Company
- Ra mắt không gian giao dịch mới
- Lần đầu tiên tổng tài sản vượt 100 nghìn tỷ đồng
- Được công nhận là thương hiệu quốc gia

2011

- Triển khai 6 sáng kiến chiến lược với sự hỗ trợ của công ty McKinsey & Company để chuyển sang mô hình ngân hàng bán lẻ hiện đại
- Ra mắt các điểm giao dịch chuẩn đầu tiên theo mô hình này
- Lần đầu tiên lợi nhuận trước thuế vượt 1.000 tỷ đồng

2010

- Đổi tên thành Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng
- Ra mắt logo và bộ nhận diện thương hiệu mới
- Thí điểm triển khai mô hình chi nhánh ngân hàng bán lẻ hiện đại với sự hỗ trợ của công ty tư vấn quốc tế McKinsey & Company
- Thành lập bộ phận Tín dụng tiêu dùng dưới thương hiệu FE Credit

10

ĐIỂM SÁNG

TIÊU BIỂU

01



SẢN PHẨM CHO VAY TÍN CHẤP CỦA KHỐI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TĂNG TRƯỞNG MẠNH

Năm 2016, Khối Khách hàng Cá nhân tăng trưởng mạnh mẽ về quy mô cho vay với hai sản phẩm chủ lực có biên lợi nhuận cao là thẻ tín dụng và cho vay tín chấp (UPL). Những con số ấn tượng phải kể đến dư nợ cho vay tín chấp cuối kỳ tăng gấp đôi so với năm 2015 và đóng góp gần 40% vào tổng doanh thu của cả Khối.

VPBank đã được tạp chí The Asian Banker trao tặng danh hiệu “Sản phẩm cho vay tín chấp tốt nhất Việt Nam”.

02



TIỀN PHONG TRIỂN KHAI CHIẾN LƯỢC NGÂN HÀNG SỐ TOÀN DIỆN TẠI VIỆT NAM

Với việc thành lập Khối Dịch vụ Ngân hàng số đầu năm 2016, VPBank đang tiên phong triển khai chiến lược ngân hàng số toàn diện với 3 gọng kim:

1. Số hóa hoạt động ngân hàng truyền thống nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng và cải thiện hiệu quả hoạt động của ngân hàng.
2. Hợp tác với các công ty fintech để xây dựng hệ sinh thái đa dạng, mở rộng các dịch vụ ngân hàng số.
3. Thiết lập mô hình ngân hàng số độc lập với việc ra mắt thương hiệu Timo – Dịch vụ ngân hàng số đầu tiên tại Việt Nam.

Trong năm 2016, VPBank đã đưa vào hoạt động thử nghiệm hệ thống ngân hàng điện tử mới để mang lại các tiện ích ưu việt cho khách hàng, đồng thời nâng số lượng người sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử lên gấp 3 lần so với năm 2015 và đưa kênh ngân hàng điện tử trở thành kênh giao dịch chính của khách hàng VPBank.

ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN PHÂN KHÚC MICRO SME

VPBank đã và đang xây dựng mô hình kinh doanh chuyên biệt cho phân khúc đầy tiềm năng Micro SME, với các sản phẩm cho vay tín chấp doanh nghiệp có biên độ sinh lời cao và mô hình kênh bán hàng trực tiếp. Năm 2016, mô hình này đã đem lại những kết quả khả quan, với dư nợ sản phẩm cho vay tín chấp SME tăng hơn 5 lần so với năm 2015.

03



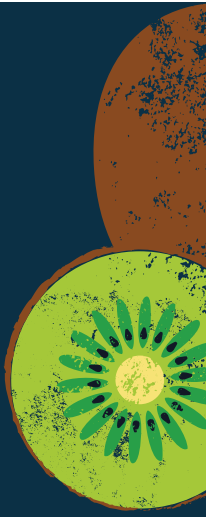
04



KHỐI TÍN DỤNG TIỂU THƯƠNG ĐẠT KẾT QUẢ KINH DOANH KHẢ QUAN

Bước vào năm hoạt động thứ 2, Khối Tín dụng Tiểu thương đã dần chứng tỏ vai trò của một khối kinh doanh chiến lược và đạt được những thành tựu đáng khích lệ với 129 điểm kinh doanh, dư nợ tăng gấp 10 lần và thu nhập tăng gấp 12 lần so với năm 2015, nhờ đó vượt kế hoạch về lợi nhuận trước phân bổ chi phí.

05



ĐẠT ĐƯỢC THỎA THUẬN TÀI TRỢ THƯƠNG MẠI TRỊ GIÁ 133 TRIỆU USD VỚI TỔ CHỨC TÀI CHÍNH QUỐC TẾ (IFC)

Gói tài chính này giúp VPBank tăng nguồn vốn cho vay cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, để tiến gần tới mục tiêu trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam, đồng thời chứng tỏ sự minh bạch, hiệu quả trong hoạt động của VPBank trên thị trường tài chính Việt Nam.

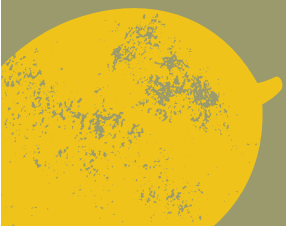
DẪN ĐẦU NHÓM NGÂN HÀNG TMCP VỀ TỔNG THU NHẬP HOẠT ĐỘNG

Năm 2016, bên cạnh tăng trưởng về quy mô, VPBank tập trung vào nâng cao chất lượng tăng trưởng. Nhờ đó, tổng thu nhập hoạt động hợp nhất của VPBank đạt gần 16.900 tỷ, riêng Ngân hàng đạt gần 9.300 tỷ, và dẫn đầu khối ngân hàng TMCP tư nhân.

06



07



HOÀN THÀNH CƠ BẢN CÁC DỰ ÁN TRỌNG ĐIỂM TRONG NĂM

Nhiều dự án trọng điểm được hoàn thành, góp phần nâng cao chất lượng vận hành, năng suất lao động và dịch vụ khách hàng, bao gồm:

- Dự án Tập trung hóa dịch vụ khách hàng giúp quy về một mối toàn bộ mạng lưới dịch vụ chi nhánh của VPBank, đảm bảo đồng nhất chất lượng dịch vụ toàn hệ thống.
- Dự án Xây dựng hệ thống khởi tạo khoản vay (LOS) được triển khai cho toàn bộ các chi nhánh Khách hàng Cá nhân và trung tâm SME.
- Dự án Nâng cấp hệ thống thẻ (WASI) đã mang lại nhiều cải tiến cho hệ thống thẻ của VPBank như xác thực online 3 yếu tố, triển khai thẻ tín dụng trả góp.
- Dự án ERP đã đưa vào vận hành nhiều phân hệ quan trọng trong mảng vận hành nhân sự và quản lý ngân sách.

08



VINH DỰ NHẬN NHIỀU GIẢI THƯỞNG UY TÍN

Năm 2016, năng lực và uy tín của VPBank và Công ty tài chính VPBFC (với thương hiệu FE Credit) đã được ghi nhận rộng rãi với 13 giải thưởng trong và ngoài nước. Những giải thưởng và chứng nhận này một lần nữa thể hiện tầm vóc của một tổ chức tài chính lớn, dày dặn kinh nghiệm trong xây dựng và vận hành hệ thống, với những chiến lược kinh doanh hướng đến khách hàng, thỏa mãn nhu cầu thị trường và luôn được khách hàng tin tưởng và gắn bó.

ĐẨY MẠNH XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU VÀ VĂN HÓA DOANH NGHIỆP

Năm 2016, VPBank tiếp tục ghi dấu ấn đối với khách hàng bằng sự kiện Paris Ballet par VPBank cùng hai đêm nhạc tri ân "Modern Talking ft. Thomas Anders & Band" và "Nhu đã dấu yêu" với sự tham gia của các ca sĩ và ban nhạc hàng đầu trong nước và quốc tế. Rất nhiều hoạt động nội bộ sôi nổi cũng đã truyền lửa, lan tỏa những niềm cảm hứng tới các cán bộ công nhân viên toàn hàng. Các hoạt động từ thiện, an sinh xã hội như "Áo ấm mùa đông", "Tối trường sau lũ" trở nên gần gũi, thiết thực hơn, gắn kết yêu thương và san sẻ khó khăn với cộng đồng. Nhờ đó, VPBank tự hào nằm trong top 25% doanh nghiệp toàn cầu có chỉ số sức khỏe tổ chức (OHI) cao nhất theo khảo sát của McKinsey năm 2016.

09



10



CHUYỂN VỀ HỘI SỞ MỚI, KHẲNG ĐỊNH VỊ THẾ DẪN ĐẦU

Năm 2016, VPBank chuyển toàn bộ hoạt động của Hội sở miền Bắc về VPBank Tower, 89 Láng Hạ, Đống Đa, Hà Nội và Hội sở miền Nam về VPBank Tower Saigon, 1-1A-2 Tôn Đức Thắng, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh. Tọa lạc tại vị trí đắc địa cùng cơ sở vật chất hiện đại bậc nhất, hai Hội sở mới đã đem lại một môi trường làm việc hiện đại, văn minh, chuyên nghiệp và cả sự tự hào cho CBNV toàn ngân hàng.

CÁC GIẢI THƯỞNG VÀ CHỨNG NHẬN UY TÍN TRONG NĂM 2016



Trong năm 2016, VPBank vinh dự được các tổ chức trong nước và quốc tế trao tặng 13 giải thưởng giá trị, trong đó có 10 giải thưởng dành cho Ngân hàng và 3 giải thưởng dành cho công ty thành viên VPBFC, tiếp tục khẳng định uy tín quốc tế, vị thế hàng đầu trong nước của Ngân hàng.

Cụ thể, Tạp chí International Banker (UK) đã trao cho VPBank hai giải thưởng “Ngân hàng Thương mại tốt nhất” và “Ngân hàng dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tốt nhất”. Tạp chí Global Banking & Finance Review (GBAF) cũng dành tặng VPBank ba giải thưởng “Ngân hàng có dịch vụ khách hàng tốt nhất”, “Ứng dụng ngân hàng di động tốt nhất” và “Giải pháp tài chính dành cho hộ kinh doanh cá thể tốt nhất Việt Nam”. Tập đoàn Dữ liệu Quốc tế (IDG) cũng trao tặng VPBank hai giải thưởng, “Ngân hàng Điện tử tiêu biểu 2016” và “Ngân hàng đồng hành cùng doanh nghiệp vừa và nhỏ 2016” trong khuôn khổ Giải thưởng Ngân hàng tiêu biểu tại Việt Nam 2016. Tạp chí Asian Banking & Finance (ABF) đã bình chọn sản phẩm thẻ dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ VPBiz Card của VPBank là “Sản phẩm thẻ đột phá của năm” bởi sản phẩm này mang đến giải pháp tài chính trọn gói hữu dụng và phù hợp với đặc thù doanh nghiệp SME tại Việt Nam.

Tạp chí Forbes và Brand Finance (công ty tư vấn tài chính độc lập uy tín hàng đầu thế giới) cũng định giá thương hiệu VPBank nằm trong Top 7 ngân hàng và Top

26 Doanh nghiệp có giá trị thương hiệu lớn nhất Việt Nam, với giá trị thương hiệu ở mức 57 triệu USD (tương đương hơn 1.300 tỷ đồng).

VPBank tự hào là Ngân hàng TMCP duy nhất có thương hiệu sản phẩm đạt Thương hiệu Quốc gia năm 2016 và cũng là năm thứ 3 liên tiếp VPBank được vinh danh tại chương trình này.

Trong năm 2016, Công ty tài chính VPBank (với thương hiệu FE Credit) cũng được vinh danh với 3 giải thưởng uy tín gồm:

- Công ty tài chính tiêu dùng tốt nhất Việt Nam 2016 do Tạp chí Global Banking & Finance Review, Vương quốc Anh trao tặng.
- Thương hiệu tài chính tiêu dùng tốt nhất Việt Nam 2016 do Tạp chí Global Brands, Vương quốc Anh trao tặng.
- Thương hiệu hàng đầu Việt Nam 2016 do Viện Nghiên cứu Kinh tế hợp tác với tổ chức Global Trade Alliance (GTA) trao tặng

Những giải thưởng và chứng nhận này một lần nữa thể hiện tầm vóc của một tổ chức tài chính lớn, dày dặn kinh nghiệm trong xây dựng và vận hành hệ thống, với những chiến lược kinh doanh hướng đến khách hàng, thỏa mãn nhu cầu thị trường và luôn được khách hàng tin tưởng và gắn bó.

KẾT QUẢ TÀI CHÍNH

Brand Finance[®]
TOP 7 BANKING BRAND
VIETNAM 2016

INTERNATIONAL
Banker
BANKING AWARDS 2016

TOP 7 NGÂN HÀNG GIÁ TRỊ NHẤT VIỆT NAM 2016

Danh hiệu được trao bởi Brand Finance

Brand Finance - công ty tư vấn tài chính độc lập uy tín hàng đầu thế giới – định giá thương hiệu VPBank ở mức 57 triệu USD (tương đương hơn 1.300 tỷ đồng), nằm trong Top 7 ngân hàng và Top 26 Doanh nghiệp có giá trị thương hiệu lớn nhất Việt Nam.

NGÂN HÀNG DÀNH CHO DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ TỐT NHẤT VIỆT NAM 2016

Giải thưởng do Tạp chí International Banker (UK) trao tặng

VPBank SME mang đến giải pháp tài chính trọn gói hữu dụng và phù hợp với đặc thù doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME) tại Việt Nam. Đặc biệt, với nhóm Micro SME (Doanh nghiệp nhỏ), chiếm phần lớn số lượng doanh nghiệp SME trên cả nước, VPBank SME mang tới cơ hội cấp vốn đột phá cùng những gói giải pháp riêng. Hiện số lượng Khách hàng SME của VPBank đạt hơn 50.000 Doanh nghiệp.



PHẦN 1. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH NĂM 2016

Trong bối cảnh kinh tế thế giới không thuận lợi, tăng trưởng chậm hơn so với dự báo, tăng trưởng thương mại đạt thấp, giá dầu thô thất thường, nhu cầu và giá nông sản giảm mạnh... kinh tế Việt Nam đã tăng trưởng chậm lại. Nền kinh tế nước ta đã có năm khởi động kế hoạch 2016-2020 không thuận lợi khi tốc độ tăng trưởng GDP chỉ đạt 6,21%, thấp hơn so với mục tiêu 6,7% đưa ra từ đầu năm cũng như so với mục tiêu trung bình 6,5%-7% của cả giai đoạn. Tuy so với mặt bằng chung của thế giới thì tốc độ tăng trưởng này vẫn rất tích cực, nhưng nền kinh tế vẫn chứa đựng nhiều thách thức khi tăng trưởng chưa bền vững, phục hồi không đều, tăng trưởng dựa nhiều vào khu vực FDI.

Hệ thống tài chính, ngân hàng Việt Nam năm 2016 đã đạt được một số thành công nhất định, góp phần quan trọng trong kiểm soát lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, hỗ trợ tăng trưởng kinh tế. Các chỉ tiêu tiền tệ tăng đúng định hướng Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đề ra từ đầu năm. Lạm phát cơ bản được kiểm soát ổn định và đạt mục tiêu dưới 5% mà Quốc hội đề ra. Thanh khoản của hệ thống được đảm bảo và có dư thừa, thị trường liên ngân hàng hoạt động thông suốt. Đến ngày 29/12/2016, tổng phương tiện thanh toán tăng 17,88%, huy động vốn tăng 18,38%, dư nợ tín dụng tăng 18,71% so với cuối năm 2015. Vì thế đồng Việt Nam được nâng cao, tình trạng “đô la hóa”, “vàng hóa”

trong nền kinh tế tiếp tục giảm; việc xử lý nợ xấu theo cơ chế thị trường được đẩy mạnh.

Lộ trình tái cơ cấu các tổ chức tín dụng (TCTD) đang được tiếp tục triển khai theo kế hoạch, giảm số lượng các TCTD dưới chuẩn, cải thiện từng bước chất lượng, sức cạnh tranh toàn hệ thống và từng TCTD. Tháng 12 năm 2016, tổ chức đánh giá xếp hạng quốc tế Fitch Ratings công bố Báo cáo đánh giá về triển vọng ngành ngân hàng Việt Nam năm 2017, cho biết: các ngân hàng Việt Nam đã cải thiện hơn tình trạng “sức khỏe” của mình; đồng tiền Việt Nam ổn định và lạm phát trong ngưỡng an toàn. Sự cộng hưởng và tác động đa chiều của những thành tựu đã đạt được tạo nên những cơ hội và thách thức, cho phép kỳ vọng về những tập đoàn tài chính-ngân hàng Việt Nam có tầm vóc hơn, có tính quốc tế và năng lực cạnh tranh cao.

VPBank vừa trải qua một năm kinh doanh thành công, đóng góp không nhỏ vào sự phát triển chung của ngành. 2016 là năm cận cuối trong lộ trình triển khai chiến lược 5 năm của Ngân hàng. VPBank đã bứt phá với những thành tựu rất đáng tự hào và để lại dấu ấn về sự tăng trưởng của chất lượng, hiệu quả và bền vững. Những thành quả này sẽ là bước đệm vững chắc để VPBank đạt được những mục tiêu thách thức của chiến lược 5 năm cũng như kết quả tích cực trong các năm tiếp theo.



Năm 2016, VPBank nhận gói tài trợ thương mại trị giá 133 triệu USD từ Tổ chức Tài chính Quốc tế (IFC)

PHẦN 2. BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH 2016

1. QUY MÔ HOẠT ĐỘNG TIẾP TỤC TĂNG TRƯỞNG ỔN ĐỊNH

Năm 2016, VPBank đã có sự dịch chuyển hoạt động kinh doanh theo hướng tập trung vào các phân khúc thị trường khách hàng trọng tâm chiến lược và các khu vực thị trường chọn lọc, giảm dần hoạt động ở các lĩnh vực hoạt động kém hiệu quả.

Sau 3 năm (2013-2015) tập trung xây dựng và củng cố các hệ thống nền tảng để chuẩn bị cho phát triển quy mô lớn, 2016 là năm thứ 2 VPBank chuyển sang giai đoạn 2 của chương trình chuyển đổi toàn diện với nhiệm vụ tập trung nâng cao chất lượng tăng trưởng song song với tiếp tục tăng trưởng quy mô một cách chọn lọc. Theo đó, quy mô hoạt động phát triển theo hướng ổn định và bền vững, cơ cấu bảng cân đối hướng tới mục tiêu hiệu quả trong sử dụng vốn đi đôi với an toàn hệ thống.

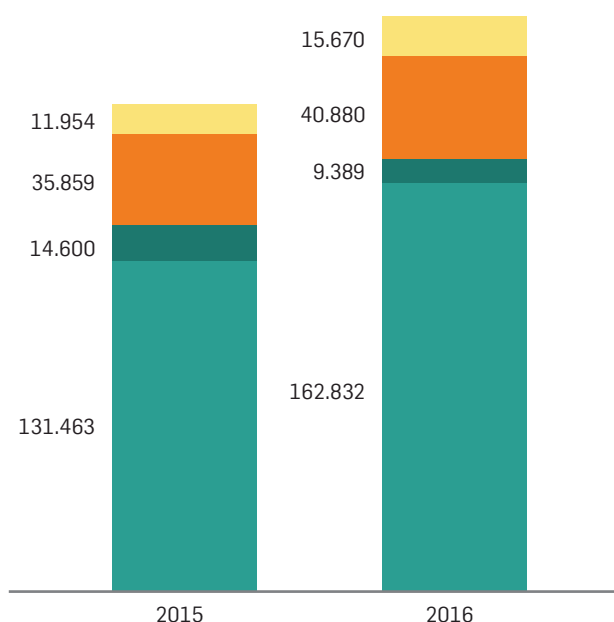
1.1 CẤU TRÚC TÀI SẢN TIẾP TỤC ĐƯỢC CẢI THIỆN THEO HƯỚNG NÂNG CAO CÁC TÀI SẢN CÓ CHẤT LƯỢNG TỐT VÀ TỐI ƯU HÓA HIỆU QUẢ

Tổng tài sản (TTS) của VPBank đạt 228.771 tỷ đồng, tăng trưởng 18% so với cuối năm 2015. Cấu trúc tài sản tiếp tục tập trung tăng trưởng bền vững với sự đóng góp đáng kể của các hoạt động cốt lõi, trong đó - cho vay khách hàng tăng trưởng mạnh nhất với mức 24%, đóng góp 62% tổng tài sản và danh mục chứng khoán cũng đóng góp 18% tổng tài sản.

Năm 2016, VPBank tiếp tục phát triển hai mảng kinh doanh trọng tâm phục vụ phân khúc Khách hàng Cá nhân (KHCCN), Khách hàng Doanh nghiệp Vừa và Nhỏ (SME). Mặt khác, VPBank đã nhanh chóng thiết lập mảng kinh doanh phục vụ phân khúc Tín dụng Tiêu thụ. Kết quả tăng trưởng ấn tượng về quy mô của ba phân khúc này trong năm vừa qua đã khẳng định mục tiêu lựa chọn phân khúc khách hàng chiến lược của Ngân hàng là phù hợp và khả thi.

Dư nợ cấp tín dụng (gồm Cho vay khách hàng và Trái phiếu doanh nghiệp) năm 2016 tăng trưởng 31.400 tỷ, tương đương tăng trưởng 24% so với cuối năm 2015. Mức tăng trưởng này cao hơn mức tăng trưởng trung bình của ngành và có sự chuyển dịch lớn theo phân khúc khách hàng. Các phân khúc chiến lược đã có được sự tăng trưởng vượt bậc, giúp tăng tỷ trọng đóng góp trong tổng dư nợ tín dụng lên gần 77%. Cụ thể, Khối KHCCN ghi nhận mức tăng trưởng dư nợ 50%, Khối SME tăng trưởng 30%, Khối Tín dụng Tiêu thụ tuy mới đi vào hoạt động nhưng cũng đạt dư nợ gần 2,000 tỷ đồng.

CO CẤU TỔNG TÀI SẢN (tỷ đồng)



- Tài sản khác
- Chứng khoán
- Tiền gửi và cho vay TCTD khác
- Cho vay khách hàng và Trái phiếu doanh nghiệp

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán

Mảng tín dụng tiêu dùng đã chứng kiến mức tăng trưởng vượt bậc tới 60% so với năm 2015. Các Khối Khách hàng doanh nghiệp lớn được định hướng tăng trưởng dư nợ có chọn lọc, tập trung thay đổi tái cấu trúc danh mục, đẩy mạnh các hoạt động ngoại bảng và cho vay tài trợ thương mại.

Cấu trúc sản phẩm cho vay cũng có nhiều thay đổi theo hướng phát triển mạnh các sản phẩm đem lại thu nhập cao như cho vay tín chấp, vay tiêu dùng, vay qua thẻ tín dụng. Với việc tập trung vào mô hình bán lẻ, VPBank đã xây dựng và triển khai thành công hệ thống quản trị rủi ro, hệ thống phê duyệt và xử lý tín dụng, hệ thống thu hồi nợ vững chắc, đảm bảo kiểm soát tốt rủi ro cho tăng trưởng quy mô lớn các sản phẩm bán lẻ. VPBank cũng là một trong những ngân hàng đi đầu ở Việt Nam trong việc xây dựng mô hình chấm điểm dựa trên dữ liệu lớn cho khách hàng cá nhân. Nhờ vậy, quy mô cho vay tín chấp năm 2016 tăng trưởng 20.700 tỷ đồng, gấp gần 2 lần so với cuối năm 2015.

Trong năm 2016, VPBank tiếp tục tập trung rà soát và hoàn thiện các tiêu chí thẩm định tín dụng nhằm kiểm soát nợ xấu. Nhờ áp dụng thẻ điểm cho các hồ sơ tín dụng của khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp vừa và

nhỏ và mô hình xếp hạng tín dụng với khách hàng doanh nghiệp lớn và định chế tài chính, VPBank đã lựa chọn được những khách hàng có chất lượng tín dụng tốt. Bên cạnh đó, hệ thống thu hồi nợ đã được hoàn thiện và chuyên môn hóa theo khách hàng, tuổi nợ và đã đạt được những kết quả khả quan. Nhờ đó, tỷ lệ nợ xấu của toàn Ngân hàng được kiểm soát tốt, luôn duy trì ở mức dưới 3%.

Hoạt động đầu tư được đa dạng hóa với việc đẩy mạnh các sản phẩm phái sinh lãi suất và hàng hóa, trên cơ sở tận dụng các cơ hội của thị trường để gia tăng lợi nhuận cho Ngân hàng song song với việc kiểm soát và quản lý rủi ro thanh khoản. Tổng danh mục chứng khoán (không bao gồm trái phiếu doanh nghiệp) cuối năm 2016 đạt 40.880 tỷ đồng, tăng 5.006 tỷ đồng, tương ứng tăng 14% so với năm 2015, trong đó tăng chủ yếu vào trái phiếu do các tổ chức tín dụng phát hành được Chính phủ bảo lãnh.

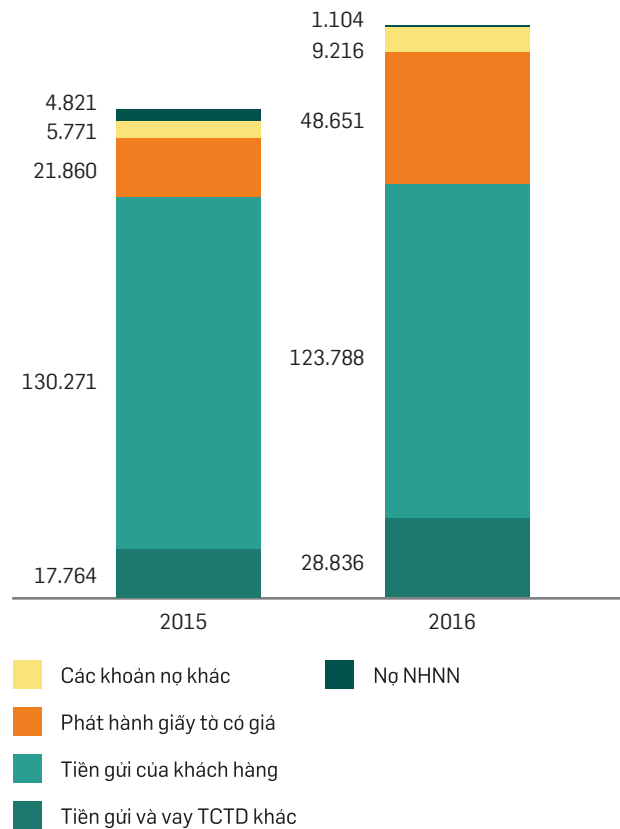
1.2 NGUỒN VỐN ĐƯỢC ĐIỀU CHỈNH LINH HOẠT, PHÙ HỢP VỚI NHU CẦU SỬ DỤNG VỐN VÀ CHIẾN LƯỢC HUY ĐỘNG VỐN

Hàng năm, VPBank xây dựng và triển khai kế hoạch nguồn vốn cụ thể ngay từ đầu năm. Kế hoạch nguồn vốn được xây dựng chi tiết tới cấu trúc nguồn huy động: từ cá nhân, tổ chức kinh tế, TCTD, tổ chức tài chính trong nước và quốc tế, cho đến kế hoạch phát hành giấy tờ có giá và cấu trúc theo kỳ hạn,... vừa đảm bảo tuân thủ an toàn vốn nói riêng và các chỉ số an toàn tài chính nói chung trong từng thời kỳ, đồng thời góp phần định hướng kinh doanh toàn hàng. Tại mỗi thời điểm, Hội đồng Quản lý Tài sản Nợ - Có (ALCO) của Ngân hàng đã có những chính sách, yêu cầu, chỉ đạo các đơn vị chuyên môn và các khối kinh doanh phối hợp triển khai các nội dung phù hợp với tình hình thị trường, chính sách vĩ mô và những yêu cầu của Ban lãnh đạo Ngân hàng. Nhờ vậy, nguồn vốn huy động của VPBank đã tăng trưởng phù hợp với tiến độ tăng trưởng tài sản, cơ cấu nguồn vốn được cải thiện, đa dạng hóa nguồn huy động cũng như tăng trưởng tốt huy động trung dài hạn, trái phiếu dài hạn.

Tổng nợ phải trả đến cuối năm 2016 đạt 211.593 tỷ đồng, tăng trưởng gần 31.106 tỷ đồng, tương đương tăng 17% so với cuối năm 2015. Trong cơ cấu Nợ phải trả, đóng góp phần lớn là Tiền gửi khách hàng (chiếm tỷ trọng 59%) và Phát hành giấy tờ có giá (chiếm tỷ trọng 23%).

Tổng vốn huy động (gồm Tiền gửi của khách hàng, Tiền gửi và vay các tổ chức tín dụng khác và Phát hành giấy tờ có giá) tại thời điểm 31/12/2016 đạt 201.274 tỷ đồng, tăng trưởng 18% so với 2015. Trong đó Tiền gửi của khách hàng và Phát hành giấy tờ có giá đạt 172.438 tỷ đồng, tăng trưởng hơn 20.300 tỷ đồng tương ứng tăng 13% so với năm trước, với sự tăng trưởng mạnh ở các phân khúc chiến lược của Ngân hàng. Trong năm, các phân khúc chiến lược ghi nhận mức tăng trưởng 11%

TỔNG NỢ PHẢI TRẢ (tỷ đồng)



Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán

và đóng góp 62% vào tổng Tiền gửi khách hàng và Phát hành giấy tờ có giá của toàn Ngân hàng.

Năm 2016 cũng ghi nhận sự dịch chuyển lớn về nguồn cũng như hình thức huy động. Huy động từ tiền gửi truyền thống đã dịch chuyển sang huy động thông qua phát hành giấy tờ có giá, giúp quy mô giấy tờ có giá đạt 48.651 tỷ đồng, tăng gấp hơn 2 lần so với năm 2015. Đặc biệt, trong năm 2016, Ngân hàng phát hành thêm hơn 21.175 tỷ đồng giấy tờ có giá kỳ hạn từ 1-5 năm. Đây là nguồn vốn ổn định, dài hạn để tài trợ cho tăng trưởng tài sản trung dài hạn, đảm bảo an toàn trong cấu trúc tài sản của VPBank.

Thêm vào đó, nguồn vốn huy động cũng được bổ sung bằng việc thu hút gần 3.800 tỷ đồng từ các tổ chức quốc tế, giúp đa dạng hóa nguồn tài trợ, khẳng định được vị thế và uy tín của VPBank trên thị trường.

Bằng việc duy trì tăng trưởng ổn định ở các hoạt động cốt lõi của ngân hàng, song song với việc cải thiện chất lượng tín dụng, giảm thiểu chi phí huy động nhờ tăng cường các nguồn huy động vốn giá rẻ nên hiệu quả sử dụng vốn được nâng cao, tỷ lệ biên thu nhập lãi thuần (NIM) được tối ưu, tăng từ 6,3% năm 2015 lên 7,7% năm 2016.

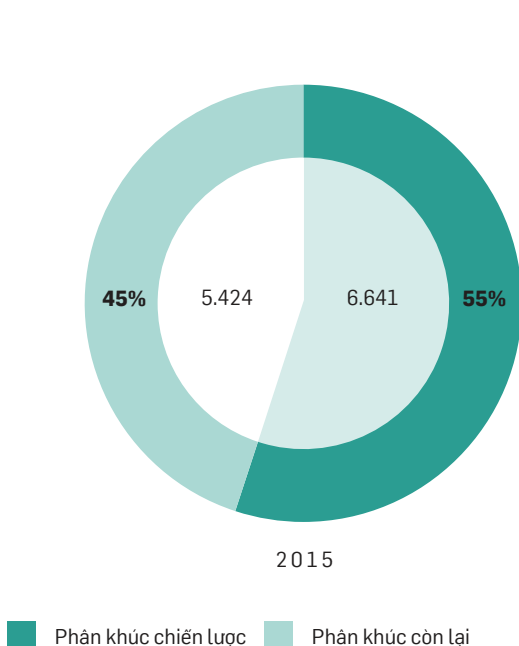
2. KẾT QUẢ KINH DOANH ĐẠT ĐƯỢC MỨC CAO Ở TẤT CẢ CÁC CHỈ SỐ

2.1 TỔNG THU NHẬP HOẠT ĐỘNG THUẦN (TOI) TĂNG CAO NHỜ THAY ĐỔI CẤU TRÚC SẢN PHẨM, TỐI ĐA HÓA HIỆU SUẤT HOẠT ĐỘNG

2016 tiếp tục là một năm kinh doanh thành công của VPBank với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) của tổng thu nhập hoạt động thuần trong giai đoạn 2013-2016 đạt 50,3%. Tổng thu nhập hoạt động thuần đạt 16.864 tỷ đồng năm 2016, tăng 40% so với năm 2015 và là mức thu nhập hoạt động thuần đạt được cao nhất từ trước đến nay của VPBank. Thu nhập hoạt động thuần chủ yếu đến từ thu nhập lãi thuần, đạt 15.168 tỷ, tăng 4.814 tỷ đồng, tương đương tăng trưởng 47% so với năm trước. VPBank có được tăng trưởng về thu nhập hoạt động thuần cao hơn nhiều so với tăng trưởng về quy mô tài sản (ở mức 18%) là nhờ chiến lược tăng trưởng mạnh ở các phân khúc cốt lõi, sản phẩm mới tiềm năng, tăng cường chất lượng tài sản, chuyển dịch cơ cấu sản phẩm, bán chéo và nâng cao hiệu quả cơ cấu nguồn vốn, sử dụng vốn.

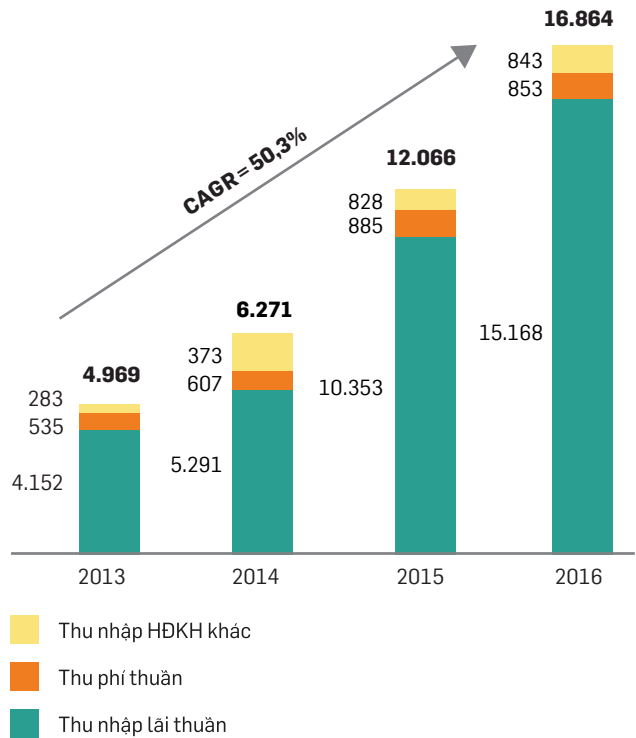
Sau 3 năm tập trung chuyển đổi mô hình bán hàng, chuẩn hóa bộ sản phẩm và củng cố hệ thống hỗ trợ bán, năm 2016 các phân khúc chiến lược đã thể hiện được vai trò mũi nhọn của mình bằng các mức tăng trưởng ấn tượng về hiệu quả hoạt động. Khối KHCN đạt được mức tăng trưởng ấn tượng là 54% về thu nhập hoạt động thuần, Khối SME tăng 40%, Khối Tín dụng Tiêu thương tăng gần 12 lần và Công ty Tài chính (VPB FC) tăng hơn 2 lần so với năm trước.

CO CẤU TOI (tỷ đồng)

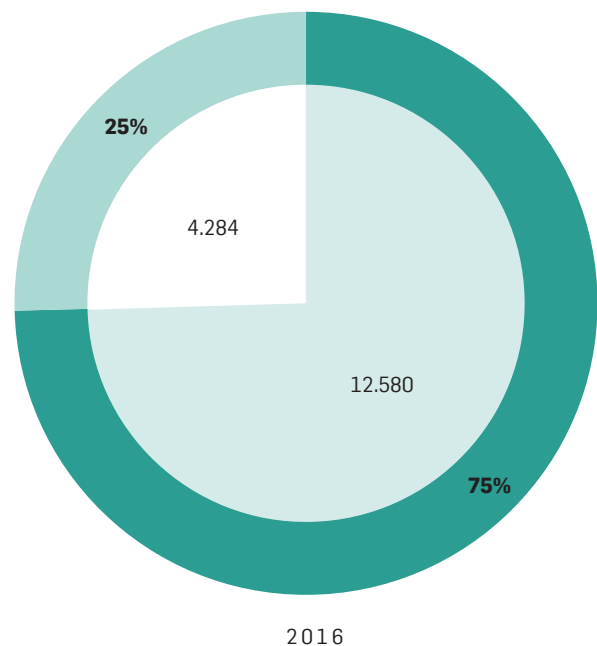


Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán

TỔNG THU NHẬP HOẠT ĐỘNG THUẦN (tỷ đồng)



Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán



Để đạt được những kết quả trên, năm 2016 các đơn vị trên toàn hệ thống đã triển khai hoạt động theo đúng định hướng chiến lược. Sự chuyển đổi đột phá trong cấu trúc sản phẩm và kênh bán hàng của Khối KHCN và Khối SME trong năm 2016 đã mang lại những kết quả hết sức tích cực cho hoạt động bán lẻ, trong đó đáng chú ý là Khối KHCN ghi nhận những thành công với sản phẩm trọng tâm là cho vay tín chấp cá nhân (UPL), đóng góp gần 40% vào thu nhập hoạt động của Khối.

Thêm vào đó, Công ty tài chính VPBank đã có một năm phát triển vững chắc cả về lượng và chất với sự tăng trưởng mạnh về quy mô và hiệu quả hoạt động. Thương hiệu FE Credit liên tục cải tiến về sản phẩm, gia tăng thị phần, kết hợp với tăng cường kiểm soát rủi ro hệ thống nên đã đạt kết quả cao. Tổng thu nhập hoạt động thuần năm 2016 đạt 8.552 tỷ, tăng trưởng gấp 2 lần so với năm 2015. Nhờ vậy, các phân khúc chiến lược của Ngân hàng đã có tăng trưởng mạnh mẽ về tổng thu nhập thuần, đưa tỷ trọng đóng góp của các phân khúc này lên 75% tổng thu nhập hoạt động thuần của toàn Ngân hàng.

Các mảng kinh doanh vệ tinh của Khối Khách hàng Doanh nghiệp lớn, Khối Thị trường Tài chính, Trung tâm Định chế và Ngân hàng giao dịch...cũng đã có một năm tài chính thuận lợi. Các đơn vị này một mặt tận dụng thế mạnh của mình về mô hình hoạt động chuyên biệt, linh hoạt để cung cấp những giải pháp tài chính riêng biệt, mặt khác phối hợp chặt chẽ liên khối và các đối tác bên ngoài để thực hiện bán chéo, tài trợ chuỗi ... để tối ưu hóa kết quả kinh doanh của toàn Ngân hàng. Việc đẩy mạnh hoạt động Tài trợ thương mại và Quản lý tiền tệ, các hoạt động ngoại bảng đã đạt những kết quả ấn tượng, đóng góp đáng kể vào tăng trưởng thu phí cho Ngân hàng và giảm chi phí vốn huy động.

Bên cạnh đó, công tác thu hồi nợ cũng đạt được những kết quả tốt, không chỉ gián tiếp góp phần tăng lợi nhuận thông qua thu hồi lãi treo, giảm nợ xấu, mà còn trực tiếp góp phần tăng lợi nhuận của Ngân hàng thông qua việc thu 715 tỷ đồng từ nợ đã xử lý rủi ro, tăng 180% so với năm 2015.

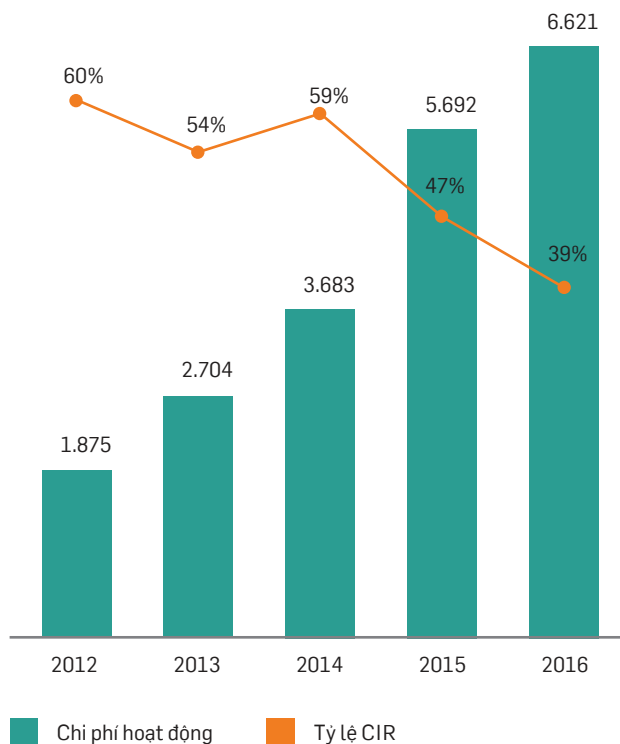
2.2 CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG ĐƯỢC KIỂM SOÁT TRÊN CƠ SỞ TIẾT KIỆM CHI PHÍ, NÂNG CAO HIỆU QUẢ VÀ NĂNG SUẤT LAO ĐỘNG

Năm 2016, VPBank tiếp tục tập trung đầu tư vào phát triển nguồn lực cùng với việc phát triển một số mảng kinh doanh mới và các dự án trọng điểm phục vụ cho hoạt động kinh doanh nên chi phí cho đầu tư cơ sở hạ tầng tương đối lớn. Nhưng nhờ kiểm soát tốt chi phí hoạt động với việc triển khai một loạt các dự án tối ưu hóa chi phí hoạt động, nâng cao năng suất lao động, đẩy mạnh số hóa, tự động hóa, sử dụng hiệu quả chi phí vận hành nên chi phí hoạt động năm 2016 chỉ tăng 16% so với

năm 2015, thấp hơn rất nhiều so với mức tăng trưởng về thu nhập. Do đó, tỷ lệ chi phí hoạt động trong thu nhập hoạt động thuần (CIR) năm 2016 giảm mạnh xuống mức 39% từ mức 47% của năm 2015.

2.3 CHI PHÍ DỰ PHÒNG RỦI RO ĐƯỢC TRÍCH LẬP TĂNG CAO NHẪM XỬ LÝ NỢ XẤU VÀ DỰ PHÒNG NỢ XẤU

CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG (tỷ đồng)



Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán

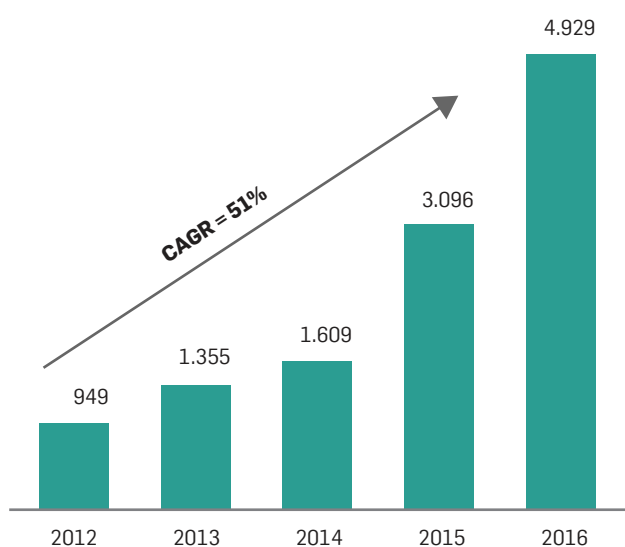
Ngoài việc đảm bảo chi phí dự phòng được trích đúng và đủ theo quy định của NHNN, VPBank còn có cách tiếp cận thận trọng hơn trong việc trích dự phòng nhằm giảm thiểu rủi ro có thể phát sinh trong tương lai. Tổng chi phí dự phòng trích cho năm 2016 là 5.383 tỷ đồng, tăng 2.549 tỷ so với năm trước. Mức trích lập cao hơn năm trước chủ yếu do tái cấu trúc các danh mục đầu tư, sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro nên tăng chủ yếu ở các khoản trích cho nội bảng.

2.4 LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ TĂNG TRƯỞNG ẤN TƯỢNG, CÁC TỶ SUẤT SINH LỜI VÀ HIỆU QUẢ SỬ DỤNG VỐN ĐỀU ĐƯỢC NÂNG CAO

Nhờ tất cả các yếu tố thuận lợi như phân tích trên đây, kết thúc năm tài chính 2016, lợi nhuận trước thuế hợp nhất của VPBank đạt 4.929 tỷ đồng, trong đó lợi

nhuận của riêng Ngân hàng là hơn 3.403 tỷ đồng. Lợi nhuận trước thuế hợp nhất tăng trưởng 59% so với năm 2015, cao nhất từ trước đến nay, vượt mục tiêu 54% theo phê duyệt của Đại hội đồng Cổ đông và đưa tốc độ tăng trưởng kép hàng năm của 5 năm trở lại đây lên mức 51%.

Hiệu suất sinh lời trên tổng tài sản bình quân (ROAA) và hiệu suất sinh lời của vốn chủ sở hữu bình quân (ROAE) năm 2016 đạt tương ứng là 1,86% và 26%, cao hơn mặt bằng chung của các ngân hàng thương mại cổ phần ngoài quốc doanh.



■ Lợi nhuận trước thuế

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán

3. CÁC CHỈ TIÊU AN TOÀN VÀ CHẤT LƯỢNG HOẠT ĐỘNG

Ngày 27/5/2016, NHNN ban hành Thông tư số 06 sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư 36 về các giới hạn, tỷ lệ an toàn trong hoạt động của các tổ chức tín dụng. Hai điều chỉnh lớn có hiệu lực từ 1/1/2017 đó là tỷ lệ tối đa sử dụng nguồn vốn ngắn hạn để cho vay trung hạn và dài hạn giảm dần xuống 50%, hệ số rủi ro đối với các khoản phải đòi để kinh doanh bất động sản bắt đầu nâng lên 200%. Để chuẩn bị cho các thay đổi này, VPBank đã thực hiện cân đối lại nguồn vốn cũng như định hướng và kiểm soát chặt chẽ hoạt động cho vay bất động sản, cho vay trung dài hạn để vừa đảm bảo các quy định của cơ quan quản lý, vừa duy trì hoạt động của ngân hàng phát triển hiệu quả, ổn định và bền vững. Vì vậy, các chỉ số an

toàn luôn được duy trì và đảm bảo tuân thủ các giới hạn theo quy định của NHNN trong năm 2016 và các năm tiếp theo.

4. CÁC CHỈ TIÊU PHI TÀI CHÍNH

Sự thành công của VPBank trong năm qua không chỉ dừng lại ở các kết quả tài chính, các chỉ số phi tài chính cũng đạt được tăng trưởng mạnh mẽ.

Cơ sở khách hàng: năm 2016, số lượng khách hàng hoạt động của Ngân hàng có sự tăng trưởng mạnh mẽ lên gần 3,3 triệu khách hàng, tăng trưởng 57% so với năm 2015. Đây là cơ sở quan trọng trong việc theo đuổi chiến lược bán lẻ của VPBank.

Phát hành thẻ: số lượng thẻ hoạt động năm 2016 đạt gần 630 nghìn thẻ, tăng trưởng mạnh 39% so với cuối năm 2015. Cũng trong năm 2016, gần 100 nghìn thẻ tín dụng được mở mới, tăng trưởng 39% so với năm 2015.

Số lượng nhân viên: sự tăng trưởng mạnh mẽ trong phân khúc bán lẻ được thể hiện thông qua tăng trưởng mạnh số lượng nhân sự, đảm bảo cung cấp đủ nguồn lực cho kinh doanh. Số lượng nhân viên toàn hệ thống tính đến hết năm 2016 là 17.387 người, tăng 4.460 người so với cuối năm 2015.

5. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ KẾT QUẢ KINH DOANH NĂM 2016

Năm 2016 là năm cận cuối của lộ trình triển khai chiến lược 5 năm. VPBank đã đạt được những kết quả kinh doanh hết sức ấn tượng với nhiều chỉ số đạt mức tốt nhất từ trước tới nay, phản ánh rõ hiệu quả hoạt động cũng như tốc độ phát triển bền vững của Ngân hàng theo đúng mục tiêu chiến lược đã đặt ra. Với một chiến lược kinh doanh đúng đắn, cùng sự tập trung cao độ, tinh thần làm việc sáng tạo không ngừng nghỉ, VPBank đã gần hoàn thành và vượt các chỉ tiêu kinh doanh trọng yếu mà Đại hội đồng Cổ đông đề ra trong năm 2016, duy trì đà tăng trưởng vững chắc so với năm trước, các chỉ tiêu về khả năng sinh lời, hiệu quả sử dụng vốn cũng như các chỉ tiêu về an toàn hệ thống đều được nâng cao.

Tình hình thực hiện kế hoạch kinh doanh năm 2016

Chi tiêu	Thực hiện năm 2016	Kế hoạch năm 2016	% so với KH 2016	% tăng trưởng với 2015
Tổng tài sản	228.771	246.223	93%	18%
Huy động khách hàng (gồm Phát hành giấy tờ có giá)	172.438	188.326	92%	13%
Dư nợ cấp tín dụng	162.832	171.017	95%	24%
Trong đó: Cho vay khách hàng	144.673	156.358	93%	24%
Tỷ lệ nợ xấu	2,91%	<3%	Đạt	
LNTT hợp nhất	4.929	3.200	154%	59%

Nguồn: Báo cáo tài chính hợp nhất đã kiểm toán

KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG

KINH DOANH



GIẢI PHÁP TÀI CHÍNH DÀNH CHO HỘ KINH DOANH CÁ THỂ TỐT NHẤT VIỆT NAM 2016

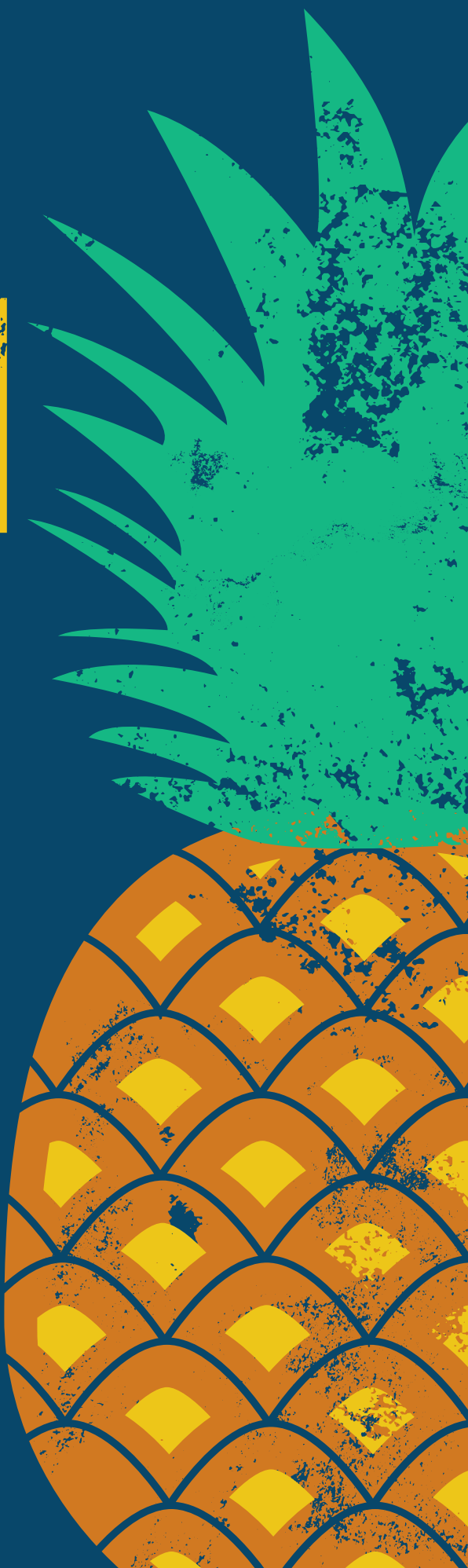
Giải thưởng do Tạp chí Global Banking and Finance Review trao tặng cho CommCredit – Thương hiệu thuộc VPBank dành riêng cho Hộ kinh doanh cá thể

Các hộ kinh doanh cá thể rất ưa chuộng giải pháp tài chính trọn gói do CommCredit trực thuộc VPBank cung cấp, bởi sự tiện dụng ngay từ khâu xét duyệt, giải ngân và dịch vụ phục vụ tận nơi. Năm 2016 đã có tới hàng chục ngàn hộ kinh doanh lựa chọn giải pháp này và tích cực giới thiệu cho các hộ khác cùng sử dụng.

ỨNG DỤNG NGÂN HÀNG DI ĐỘNG TỐT NHẤT VIỆT NAM 2016

Giải thưởng được trao bởi Tạp chí Global Banking & Finance Review

Với tính năng bảo mật SMS OTP an toàn nhất hiện nay và giao diện bắt mắt, giúp khách hàng dễ dàng truy cập từ các thiết bị kết nối internet vào bất kỳ thời điểm nào trong ngày, VPBank Mobile tự hào là ứng dụng cung cấp đa dạng nhất các tính năng giao dịch trực tuyến cho người dùng.



DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ

Năm 2016 chúng kiến những bước tiến lớn của VPBank trên hành trình trở thành một trong ba ngân hàng TMCP bán lẻ hàng đầu Việt Nam vào năm 2017. Đây cũng là năm đầu tiên Khối Khách hàng Cá nhân (KHCCN) đạt được mức tăng trưởng ấn tượng 54% đối với doanh thu hoạt động thuần và 116% đối với lợi nhuận trước phân bổ chi phí. Trong năm qua, sự tận tụy, năng động, chuyên nghiệp của lực lượng bán hàng và giao dịch viên đã góp phần quan trọng trong việc giúp VPBank giành được niềm tin của gần 2 triệu khách hàng, qua đó giúp tăng cơ sở khách hàng thêm gần 50% so với năm trước. Bên cạnh đó, tăng trưởng huy động và dư nợ cũng rất ấn tượng với dư nợ cho vay tăng mạnh ở mức 50% so với năm 2015.

Với phương châm “Hành động vì những ước mơ”, VPBank mong muốn không chỉ mang lại những trải nghiệm dịch vụ ngân hàng tốt nhất mà còn cung cấp cho khách hàng cùng người thân, gia đình và bạn bè những giải pháp tài chính đa dạng, thuận tiện và phù hợp. Với nỗ lực không ngừng nghỉ nhằm phát triển các sản phẩm, dịch vụ và chính sách chiến lược tốt nhất cho các phân khúc khách hàng khác nhau, VPBank đã thành công trong việc nâng cao mức độ nhận diện và năng lực cạnh tranh của VPBank trên thị trường ngân hàng bán lẻ.

Năm 2016 cũng ghi nhận những thành công của sản phẩm trọng tâm là cho vay tín chấp cá nhân (UPL). Với hàng loạt cải tiến về sản phẩm, số lượng khách hàng UPL đã gia tăng nhanh chóng và giải ngân UPL tăng 152% so với năm 2015. Bên cạnh đó, VPBank đã nỗ lực mang lại cho khách hàng dịch vụ đơn giản và thuận tiện thông qua việc triển khai thành công các trang web mục tiêu nhằm cho phép tất cả các khoản vay tín chấp đều được xử lý trực tuyến. Cải tiến này không chỉ nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng mà còn nâng cao hình ảnh của VPBank là ngân hàng tiên phong trong quá trình số hóa. Giải ngân phê duyệt trước và rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ là những điểm sáng trong công tác nâng cao trải nghiệm khách hàng. Với những tính năng ấn tượng trên, VPBank đã nhận được giải thưởng “Ngân hàng có sản phẩm cho vay tín chấp tốt nhất Việt Nam” của tạp chí The Asian Banker.

Năm qua, VPBank cũng đã hợp tác chặt chẽ hơn với các tập đoàn bất động sản danh tiếng như Vingroup, Novaland nhằm mang đến cho khách hàng những giải pháp tốt nhất về tài chính cho khách hàng có nhu cầu về nhà ở. Đồng thời, Ngân hàng cũng phát triển quan hệ đối tác với các đại lý ô tô và đưa ra mức phí hợp lý cũng giúp sản phẩm vay mua ô tô đạt được những thành quả quan trọng. 2016 là năm đầu tiên các chương trình bán chéo được thực hiện hiệu quả và gặt hái được những kết quả ấn tượng với hiệu suất bán tại chi nhánh tăng gấp 6 lần

và tỷ lệ nắm giữ sản phẩm với khách hàng có hơn 2 sản phẩm tăng gấp 2 lần.

Sản phẩm thẻ tín dụng cũng mang lại thành công cho VPBank nhờ tập trung phát triển quan hệ hợp tác chiến lược với nhiều nhà bán lẻ, đồng thời thực hiện nhiều chiến dịch tiếp thị nhằm thu hút khách hàng, số lượng chủ thẻ đã tăng gần 100.000 người, qua đó giúp VPBank vinh dự nhận được giải thưởng “Ngân hàng dẫn đầu về số lượng thẻ tín dụng Mastercard”. Thành công này sẽ tạo đà tăng trưởng cho Ngân hàng trong năm 2017.

Cùng với sự tăng trưởng đáng kể về cho vay, mảng huy động cũng đạt được những kết quả tích cực, trong đó số dư cuối kỳ tăng 16% so với đầu kỳ. Việc liên tục triển khai các chương trình thi đua bán hàng cho các chi nhánh cũng như các kênh bán đã tạo động lực cho lực lượng bán hàng và đóng góp vào việc tăng số dư tài khoản thanh toán (CASA) bình quân lên 91% so với năm trước. VPBank cũng ghi nhận chỉ số xuất sắc về tiền gửi có kỳ hạn, trong đó số dư tiền gửi có kỳ hạn trực tuyến tăng gấp đôi. Năm 2016 còn là năm thành công của mảng bancassurance với những kết quả đáng khích lệ. Việc chuyển đổi từ mô hình nhân viên VPBank giới thiệu khách hàng cho công ty bảo hiểm sang mô hình nhân viên trực tiếp tư vấn và bán các sản phẩm bảo hiểm ở một số chi nhánh, thành lập nhóm bán hàng từ xa, cùng với minishow ở các chi nhánh đã gây ấn tượng lớn với khách hàng và mang lại kết quả ấn tượng về bancassurance tại thời điểm cuối năm. Điều này thể hiện rõ ở chỉ tiêu thu phí thuần và hoa hồng với mức tăng hơn 3 lần so với năm 2015. Ngoài ra, việc hợp tác thành công với các đối tác bảo hiểm lớn đã giúp tăng nguồn thu phí từ bảo hiểm nhân thọ lên gần 5 lần.

Trong năm 2016, phân khúc khách hàng ưu tiên đã đạt tiến bộ cách đáng kể cả về quy mô cũng như cơ sở khách hàng. Số lượng chi nhánh có bộ phận phục vụ khách hàng ưu tiên (Gold Club) đã tăng 1,5 lần, từ 89 lên 155 tại thời điểm cuối năm. Số lượng thành viên Gold Club cũng tăng 120% so với năm trước. Kể từ khi tái định vị chính sách phát triển lực lượng bán hàng, 90% khách hàng hài lòng về chất lượng dịch vụ của các chuyên viên Quan hệ khách hàng ưu tiên. Năm qua, bộ phận Khách hàng Ưu tiên tập trung hơn vào củng cố kỹ năng bán và tăng năng suất thông qua tiếp thị địa phương (micro marketing), chăm sóc tốt hơn và thu hút sự tham gia của khách hàng nhiều hơn.

VPBank đã củng cố cơ cấu tổ chức để đảm bảo sự phối hợp nhuần nhuyễn giữa các phòng ban và sự nhất quán của các hoạt động nội khối. Tất cả các phòng ban trong Khối đều nhận thức được tầm quan trọng của việc đề xuất và triển khai sáng kiến, qua đó giúp Khối tiến gần hơn tới mục tiêu mang lại trải nghiệm khách hàng tốt nhất và sứ mệnh đưa VPBank trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu. Trong năm 2017, Khối CHCCN đặt ra các

mục tiêu cao về sản phẩm và kênh bán hàng. Khối sẽ triển khai mô hình động cơ 5 thì nhằm củng cố thể mạnh ở các sản phẩm chủ chốt, đồng thời tiếp tục tập trung vào quy trình số hóa Ngân hàng, thiết kế lại kênh thay thế để quản lý bán hàng tốt hơn, và tăng cường hiệu quả của các chương trình bán chéo cũng như khai thác nhóm khách hàng trung lưu. Với tầm nhìn và chiến lược hợp lý, VPBank tự tin có thể đạt được tầm nhìn trở thành một trong ba ngân hàng TMCP bán lẻ hàng đầu Việt Nam vào năm 2017.

DỊCH VỤ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG

Trong năm 2016, Công ty Tài chính VPBank (với thương hiệu FE Credit) đã chứng tỏ năng lực của một công ty hàng đầu về mọi mặt trên thị trường tín dụng tiêu dùng. FE Credit đã liên tục cải tiến sản phẩm, mở rộng mạng lưới phân phối, củng cố khung quản trị rủi ro, duy trì tỷ lệ nợ xấu ở mức thấp cũng như tập trung xây dựng nguồn nhân lực mạnh để duy trì sự tăng trưởng một cách bền vững.

Là doanh nghiệp hàng đầu với mạng lưới phân phối lớn nhất và rộng khắp trên cả nước, FE Credit đã giúp hàng triệu khách hàng tại Việt Nam giải quyết các vấn đề tài chính cá nhân thông qua danh mục các sản phẩm cho vay tín chấp và dịch vụ tài chính đa dạng. Hệ thống phân phối này đã giúp FE Credit đạt doanh số kỷ lục về cho vay hàng tiêu dùng lâu bền và xe máy, từ đó hình thành một nền tảng phát triển mạnh mẽ cho hoạt động bán chéo và bán thêm sản phẩm của công ty.

Năm 2016, FE Credit đã chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc với việc thu hút mới 2,7 triệu tài khoản, tăng số lượng điểm giao dịch lên 7.900, tương đương tăng 48%, và phát hành tới 125.000 thẻ tín dụng chỉ sau một năm ra mắt sản phẩm. Một thành tích ấn tượng nữa trong năm qua là FE Credit đã huy động thành công 40.000 tỷ đồng vốn từ các nguồn tài chính khác nhau. Đặc biệt, gần đây FE Credit công bố đã hoàn tất hợp đồng vay vốn trị giá 100 triệu USD với Credit Suisse. Đây được coi là bước đột phá trong hoạt động thu hút vốn của FE Credit, thể hiện niềm tin của các định chế quốc tế đối với hoạt động kinh doanh và tầm nhìn tăng trưởng bền vững của Công ty. Thành công này đã tạo động lực cho FE Credit đẩy mạnh các chỉ tiêu và tăng cường sự tăng trưởng và phát triển bền vững trong tương lai. Được thành lập từ năm 2010, FE Credit đã xây dựng một môi trường làm việc chuyên nghiệp và trở thành nơi làm việc tích cực, đáng ao ước đối với những tài năng trẻ, tham vọng và năng động, thể hiện qua số lượng nhân viên lên tới 14.600 người hiện nay.

Năm 2016 đánh dấu 6 năm tăng trưởng và phát triển của FE Credit. Công ty đã vượt lên các đối thủ đầy kinh nghiệm, có mặt từ trước trên thị trường, để trở thành

doanh nghiệp tài chính tiêu dùng hàng đầu tại Việt Nam. Nhờ đó, FE Credit đã vinh dự nhận được 3 giải thưởng danh giá trong năm 2016:

- Công ty tài chính tiêu dùng tốt nhất Việt Nam 2016 do Tạp chí Global Banking & Finance Review, Vương quốc Anh trao tặng.
- Thương hiệu tài chính tiêu dùng tốt nhất Việt Nam 2016 do Tạp chí Global Brands, Vương quốc Anh trao tặng.
- Thương hiệu hàng đầu Việt Nam 2016 do Viện Nghiên cứu Kinh tế hợp tác với tổ chức Global Trade Alliance (GTA) trao tặng

FE Credit đang mở rộng hoạt động kinh doanh theo cả chiều rộng lẫn chiều sâu với sự tập trung vào quy mô cũng như hiệu quả kinh doanh. Bên cạnh việc hoàn thành các chỉ tiêu kinh doanh táo bạo, Công ty sẽ tiếp tục cải thiện các nền tảng kinh doanh, quản trị rủi ro, tối ưu hóa chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ, và chuẩn bị tốt cho các kịch bản khác nhau, đa dạng hóa danh mục sản phẩm cũng như xây dựng một văn hóa doanh nghiệp đa quốc gia vững mạnh.

DỊCH VỤ TÍN DỤNG TIÊU THƯƠNG

Kể từ thời điểm đi vào hoạt động năm 2015, phân khúc khách hàng Tín dụng Tiêu thương của VPBank với thương hiệu CommCredit đã có những bước tiến mạnh mẽ, đặc biệt là trong năm 2016. Hướng tới hàng triệu khách hàng tự doanh trên thị trường đại chúng (thường được gọi là “tiêu thương”) tại Việt Nam, mảng kinh doanh này của VPBank đã chứng kiến một năm tăng trưởng vượt bậc và chứng minh vai trò trọng tâm của mình trong hành trình đưa VPBank trở thành một trong 3 ngân hàng TMCP bán lẻ hàng đầu Việt Nam.

CommCredit đã tận dụng mạng lưới chi nhánh rộng khắp của VPBank tại các khu vực thành thị với lực lượng nhân sự có nền tảng kiến thức sâu rộng và gắn bó với tổ chức, để cung cấp các dịch vụ tín dụng nhanh chóng cho khách hàng. Hoạt động của CommCredit được thúc đẩy nhờ khung khẩu vị rủi ro được xác định rõ ràng, sự tập trung không ngừng vào chất lượng dịch vụ, năng lực phát triển các sản phẩm sáng tạo và phù hợp với nhu cầu khách hàng, danh mục tài sản chất lượng cao cùng hiệu quả kinh doanh khả quan.

Mô hình kinh doanh có tính cộng đồng, các sáng kiến về trách nhiệm cộng đồng đã giúp CommCredit tiến gần các mục tiêu đề ra. Sáng kiến chương trình “Tôi yêu chợ Việt – Giữ sạch làm xanh” được nhân rộng triển khai trên khắp cả nước trong năm 2016. Sự tập trung mạnh mẽ vào phân khúc khách hàng mục tiêu đã giúp VPBank xây dựng lòng tin và giành được sự tín nhiệm cao, thể hiện qua giải thưởng “Sáng kiến ngân hàng tốt nhất cho khách hàng tự doanh” do tạp chí Global Banking & Finance Review trao tặng.

Những nỗ lực của CommCredit trong năm 2016 không chỉ giúp VPBank giành được các giải thưởng và sự ghi nhận quốc tế mà còn giúp thương hiệu CommCredit chiếm được lòng tin và sự yêu mến của hàng nghìn khách hàng khắp Việt Nam. Từ số lượng 35 chi nhánh trong năm 2015, CommCredit đã mở rộng mạng lưới lên 129 chi nhánh, hiện diện tại trên 39 tỉnh thành phố, trở thành một trong những mạng lưới kinh doanh tín dụng tiêu thương lớn nhất Việt Nam. Số lượng khách hàng mà CommCredit phục vụ đã tăng lên trên 50.000 khách hàng, gấp 7 lần so với năm trước, cho thấy sự phát triển của VPBank không chỉ đơn thuần là sự mở rộng mạng lưới vật lý, mà còn là khả năng thu hút và mang lại sự hài lòng cho khách hàng.

Những thành công của VPBank trong phục vụ khách hàng Tín dụng Tiêu thương đã được chuyển thành các kết quả tài chính đáng ghi nhận. Tính tới cuối năm 2016, dư nợ tín dụng và thu nhập từ phí của CommCredit đã tăng gấp 8 lần trong khi doanh thu tăng 10 lần. Thêm vào đó, đến tháng 7/2016, CommCredit đã bắt đầu có lợi nhuận trước chi phí phân bổ hàng tháng, sớm hơn nhiều so với kế hoạch và kỳ vọng sẽ hòa vốn vào đầu năm 2017.

Năm qua, VPBank đã không ngừng mở rộng mạng lưới CommCredit ra các tỉnh thành trên khắp cả nước. Trong năm 2017, Ngân hàng sẽ nỗ lực gia tăng sự hiện diện tại các địa bàn chưa có chi nhánh của VPBank nhằm mục tiêu phục vụ tốt hơn khách hàng tiêu thương. Đồng thời, CommCredit sẽ tập trung củng cố các đội nhóm bán hàng thông qua hoạt động đào tạo nội bộ, tinh giản hiệu quả quy trình bán hàng cũng như đa dạng hóa mạnh mẽ sản phẩm và dịch vụ. Những mục tiêu và nỗ lực đang thực hiện được kỳ vọng sẽ giúp CommCredit trở thành đối tác tài chính được yêu thích của mọi khách hàng tiêu thương tại Việt Nam.

DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ

Thị trường năm 2016 đánh dấu bởi sự biến động mạnh về tỷ giá và nhu cầu tín dụng của doanh nghiệp ở mức thấp. Bất chấp những thách thức này, VPBank vẫn tăng trưởng 30% về tín dụng cho khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME). Nhằm đạt mục tiêu tăng trưởng quy mô đi đôi với nâng cao hiệu quả kinh doanh, VPBank đã chủ động xác định và tập trung vào phân khúc khách hàng SME vi mô (Micro SME) vốn chưa được đáp ứng đầy đủ nhu cầu. Các sản phẩm mới như Cho vay tín chấp (BIL) và kênh bán hàng thay thế với chi phí thấp được triển khai thí điểm trước đó đã được nhân rộng trong năm 2016. Nhờ đó, VPBank đã hoàn thành các chỉ tiêu tăng trưởng chính, đồng thời tăng biên lãi thuần (NIM) cho vay của phân khúc SME.

Mặc dù phân khúc Micro SME có tiềm năng lớn nhưng sự thiếu hụt về tài sản đảm bảo, minh bạch tài chính và cấu trúc vốn yếu của khách hàng là những thách thức đáng kể. Tuy nhiên, các thách thức này đã và đang được giải quyết thông qua cơ chế định giá tín dụng phù hợp và sự đầu tư thích đáng vào nguồn nhân lực cũng như các công cụ quản trị rủi ro. VPBank cũng đạt mức tăng trưởng tốt trong phân khúc khách hàng SME có quy mô lớn hơn nhờ khả năng bán chéo sản phẩm và dịch vụ. Nhờ đó, tổng thu nhập từ phí của Khối đã tăng 38%, giúp bù đắp cho phần thu nhập lãi thuần giảm xuống. Nhìn chung, Dịch vụ khách hàng SME đã có một năm tài chính thuận lợi với tổng thu nhập hoạt động thuần tăng 40%, và mức đóng góp vào lợi nhuận toàn hàng tăng gấp 5 lần so với năm 2015.

Trong năm 2016, VPBank đã đạt được những bước tiến lớn trên thị trường nhờ các giải pháp ngân hàng giao dịch. Doanh thu từ các sản phẩm bảo hiểm và dịch vụ thương mại đã đóng góp tới 75% tổng thu phí thuần. Khối sẽ tiếp tục chú trọng vào thu nhập từ phí để đạt mục tiêu đóng góp 20% vào tổng thu nhập hoạt động thuần của Khối. Các giải pháp về thu chi hộ và thanh toán thương mại đã mở ra nhiều cơ hội kinh doanh trong lĩnh vực thương mại điện tử. Để đẩy mạnh hơn nữa các giải pháp thanh toán, VPBank đã ra mắt thẻ tín dụng doanh nghiệp Platinum VPBiz Card và ứng dụng Business Controller trong năm 2016 nhằm đáp ứng nhu cầu thanh toán thương mại ngày càng tăng nhanh của khách hàng. Những nỗ lực mang tới các sản phẩm, dịch vụ sáng tạo cho khách hàng của VPBank đã được ghi nhận qua giải thưởng "Thẻ tín dụng sáng tạo nhất Việt Nam" do Tạp chí Asian Banking & Finance trao cho thẻ VPBiz. VPBank sẽ tiếp tục hợp tác với các đối tác và chuyên gia trong ngành để phát triển các giải pháp tiên tiến và tham gia tích cực hơn nữa vào thế giới công nghệ số hiện nay.

Nhân sự là yếu tố chủ chốt dẫn đến thành công trong hoạt động kinh doanh, do đó, VPBank đã liên tục đầu tư và phát triển nguồn lực con người nhằm đáp ứng yêu cầu và năng suất lao động ngày càng cao của Ngân hàng. Bộ kỹ năng cho nhân viên kinh doanh tại 68 trung tâm SME đã được cải tiến nhằm cung cấp cho khách hàng các khuyến nghị và dịch vụ ngân hàng phù hợp. Kế hoạch phát triển nhân sự và lộ trình sự nghiệp được đưa ra năm 2015 đã được làm mới nhằm đáp ứng tốt hơn kỳ vọng của cán bộ nhân viên.

VPBank đã có nhiều nỗ lực nhằm hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam thông qua quan hệ hợp tác với các hiệp hội thương mại, các cơ quan chính phủ và các tổ chức quốc tế như IFC và World Bank. Các giải thưởng như Đối tác tốt nhất của doanh nghiệp SME 2016 do Tập đoàn Dữ liệu Quốc tế IDG và Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam trao tặng là động lực khích lệ VPBank nỗ lực hơn nữa để phục vụ cộng đồng khách hàng doanh nghiệp.

Năm 2017 sẽ đánh dấu chặng đường 5 năm phát triển mảng dịch vụ SME của VPBank. Ngân hàng đã xác định một số sáng kiến cần được triển khai trong năm để thúc đẩy sự phát triển liên tục, đồng thời cam kết sẽ tiếp tục đầu tư và phát triển mạnh phân khúc micro SME được khởi xướng từ năm 2016. Mô hình quan hệ khách hàng sẽ được điều chỉnh, đồng thời các quy trình sẽ được đơn giản hóa nhằm tăng thời gian tiếp xúc khách hàng và nâng suất lao động nói chung. Dữ liệu phân khúc và các phản hồi của khách hàng sẽ tiếp tục giúp thúc đẩy hoạt động phát triển sản phẩm và chương trình chăm sóc khách hàng trong những năm tới. Trừ khi xuất hiện các diễn biến bất thường, VPBank lạc quan rằng năm 2017 sẽ tiếp tục là một năm thành công trong hoạt động kinh doanh của phân khúc SME với sự tăng trưởng bền vững về cả quy mô lẫn lợi nhuận.

DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP

Năm 2016 là một năm thị trường có nhiều biến động và thách thức đối với toàn ngành ngân hàng nói chung cũng như đối với Khối Khách hàng Doanh nghiệp (CMB) nói riêng. Vượt lên những khó khăn đó, CMB đã hết sức nỗ lực để duy trì thành quả đạt được của năm 2015 và tiếp tục tăng trưởng trong năm 2016 để tạo nền tảng vững chắc cho sự phát triển những năm tiếp sau.

Cụ thể, VPBank tiếp tục khẳng định vị trí là đơn vị dẫn đầu toàn Ngân hàng trong cung cấp các sản phẩm bảo lãnh, L/C, thanh toán trong nước và quốc tế, đồng thời duy trì được quy mô huy động vốn ổn định và tăng trưởng dư nợ bình quân ở mức 20% so với năm 2015. VPBank cũng kiên định nguyên tắc phát triển bền vững, chú trọng vào hiệu quả giao dịch, tăng doanh thu từ phí dịch vụ, nhờ đó doanh thu ngoài lãi của mảng Khách hàng Doanh nghiệp đã tăng tới 50% và lợi nhuận trước thuế cũng tăng ấn tượng ở mức 35% so với năm 2015. Danh mục khách hàng tăng lên cũng là điều kiện thuận lợi để Khối mở rộng phạm vi hoạt động của mình trong thời gian tới. Bên cạnh đó, công tác quản trị rủi ro, kiểm soát sau vay được chú trọng triển khai áp dụng thường xuyên, liên tục nên đã giúp cho CMB không phát sinh nợ xấu trong năm 2016.

Bước sang năm 2017 với nhiều tiềm năng kinh doanh cũng như thách thức, định hướng phát triển hoạt động kinh doanh cho CMB theo 4 nhóm sản phẩm dịch vụ, bao gồm: (1) Tài trợ trọn gói; (2) Tài trợ thương mại; (3) Tài trợ nhà cung cấp/nhà phân phối; và (4) Tiếp tục nghiên cứu và tận dụng cơ hội thị trường để tài trợ một số dự án đầu tư lớn an toàn và hiệu quả. Để thực hiện điều đó, CMB sẽ tập trung khai thác sâu khách hàng hiện hữu bên cạnh công tác mở rộng danh mục khách hàng mới để đem lại hiệu quả cao hơn. Đồng thời, CMB sẽ triển

khai công tác dịch vụ và chăm sóc khách hàng tốt hơn nữa để tạo thêm sự gắn bó khăng khít giữa Ngân hàng với khách hàng, tạo dựng kết quả kinh doanh bền vững. Không những vậy, Khối cũng sẽ phối hợp với các đơn vị nội bộ có liên quan để đẩy mạnh mảng quan hệ với hiệp hội ngành nghề để có thể triển khai xây dựng và cung cấp sản phẩm dịch vụ phù hợp nhất cho cho nhóm các khách hàng này.

Đối với công tác quản trị rủi ro và kiểm soát sau vay, CMB sẽ tiếp tục đẩy mạnh các quy tắc lựa chọn khách hàng đầu vào để có thể nhận diện được ngay các khách hàng tốt, tăng cường hơn nữa công tác cảnh báo và phát hiện rủi ro sớm cũng như đưa ra các phương án xử lý rủi ro phát sinh hiệu quả và kịp thời ngay tại đơn vị.

Tiếp nối những thành tựu đã xây dựng trong 5 năm qua đối với mảng Dịch vụ Khách hàng Doanh nghiệp, VPBank tin tưởng CMB sẽ tạo lập được kết quả kinh doanh tốt hơn nữa trong năm 2017 để cùng góp sức với sự phát triển chung của Ngân hàng.

DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP LỚN VÀ ĐẦU TƯ

Bất chấp những xáo trộn về vĩ mô và vi mô trong môi trường kinh doanh đầy biến động, mảng dịch vụ khách hàng doanh nghiệp lớn và đầu tư của VPBank năm 2016 đã cán đích thành công với việc hoàn thành các chỉ tiêu tài chính quan trọng nhất.

Với nền tảng được hợp nhất từ Khối Khách hàng Doanh nghiệp lớn và Khối Quản lý Đầu tư và Dự án từ cuối năm 2015, trong năm 2016 Khối Khách hàng Doanh nghiệp lớn và Đầu tư (CIB) của VPBank đã tận dụng thế mạnh của mình là mô hình tổ chức linh hoạt và chuyên biệt để cung cấp những giải pháp tài chính toàn diện thông qua các gói sản phẩm tài chính tổng thể, các dịch vụ tiện ích tới không chỉ khách hàng doanh nghiệp lớn của mình mà còn tới cả các đại lý và nhà cung cấp của khách hàng. Bên cạnh đó, công tác kiểm soát chất lượng danh mục đầu tư và danh mục nợ cũng được hết sức chú trọng, do đó hiệu quả từ hoạt động đầu tư và cho vay được tăng cường.

Cùng với việc phối hợp chặt chẽ với Trung tâm Định chế Tài chính và Ngân hàng Giao dịch, bên cạnh việc đẩy mạnh hoạt động tài trợ thương mại, gia tăng doanh số bảo lãnh và L/C, tăng thu phí dịch vụ thì trong năm 2016, Khối Khách hàng Doanh nghiệp lớn và Đầu tư cũng đã có những đóng góp đáng ghi nhận trong việc cung cấp dịch vụ tài trợ chuỗi nhà phân phối cho các tập đoàn lớn. Ngoài ra, mảng đầu tư cũng có một năm thành công. Bên cạnh việc tiếp tục tăng cường công tác quản lý danh mục nhằm đảm bảo tính an toàn, hiệu quả và

chất lượng của hoạt động đầu tư, VPBank cũng đã đẩy mạnh hoạt động dịch vụ tư vấn (tư vấn phát hành, tư vấn thu xếp tài chính), doanh thu từ phí dịch vụ của mảng này đã có tăng trưởng đáng kể so với năm 2015.

Trong năm 2017, bên cạnh việc tiếp tục tăng cường chất lượng dịch vụ và khai thác sâu các khách hàng truyền thống như VNPT, Mobifone, Viettel, VEAM... và các khách hàng doanh nghiệp FDI như Yamaha, Nippon Seiki... CIB của VPBank sẽ tập trung chào bán các sản phẩm ngoại bang và vốn lưu động để phục vụ tốt nhu cầu khách hàng ngay từ đầu năm. Ngoài ra, CIB cũng sẽ tiếp tục tăng cường bán chéo, phối hợp với các đơn vị nội bộ để cung cấp tới khách hàng các gói sản phẩm cấu trúc, các dịch vụ ngân hàng chuyên sâu nhằm phục vụ tốt nhất cho lợi ích của khách hàng. Mảng đầu tư cũng sẽ tiếp tục chú trọng chọn lọc các khoản đầu tư trái phiếu có lợi nhuận biên tốt được chào bán trên thị trường (do các công ty chứng khoán, các tổ chức tài chính khác ngoài VPBank thu xếp phát hành) mà vẫn đảm bảo quản lý được rủi ro. Qua đó, VPBank tin tưởng năm 2017 sẽ tiếp tục là một năm thành công đối với mảng dịch vụ khách hàng doanh nghiệp lớn và đầu tư.

DỊCH VỤ CHO CÁC ĐỊNH CHẾ TÀI CHÍNH VÀ NGÂN HÀNG GIAO DỊCH

Sau ba năm hoạt động chính thức, Trung tâm Định chế Tài chính và Ngân hàng Giao dịch của VPBank (FITB) đã đẩy mạnh được hoạt động tài trợ thương mại và triển khai thành công các chiến lược của nghiệp vụ ngân hàng giao dịch, đồng thời phát triển mạnh quan hệ với các định chế tài chính quốc tế.

Trong năm 2016, VPBank đã xây dựng và triển khai được nhiều sản phẩm trọng điểm cho hoạt động ngân hàng giao dịch bao gồm các sản phẩm Tài trợ thương mại (UPAS LC, tài trợ chuỗi phân phối, tài trợ kho hàng theo chuẩn quốc tế) và Quản lý tiền tệ (thuế điện tử, bảo lãnh online, dịch vụ thu chi hộ). Với những nỗ lực trong năm qua, VPBank đã đạt được những kết quả ấn tượng trong việc triển khai 11 chương trình tài trợ chuỗi, trong đó khách hàng trung tâm là các công ty đa quốc gia, tập đoàn lớn trên thị trường. Doanh số UPAS LC tăng 29% so với năm 2015, tổng doanh thu thuần từ phí năm 2016 tăng 11% so với năm 2015.

Trong phân khúc Định chế tài chính ngân hàng, VPBank đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ về nguồn vốn và hạn mức từ các định chế tài chính trong nước và nước ngoài. Tổng hạn mức do các ngân hàng nước ngoài tăng trưởng 20% so với năm 2015, và hạn mức do ngân hàng có vốn Nhà nước cấp tăng trưởng 35% so với năm 2015. Một thành công lớn của VPBank trong năm 2016 là được IFC phê duyệt khoản vay trung hạn 5 năm với số tiền 133 triệu

USD. Bên cạnh đó, VPBank cũng đã chính thức được tham gia vào chương trình Tài trợ Thương mại Toàn cầu của IFC. Trong năm 2016, VPBank tiếp tục là một trong các ngân hàng nhận vốn ủy thác đầu tư của các tổ chức quốc tế như World Bank, JICA để hỗ trợ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ với tổng dư nợ tăng trưởng 150% so với 2015. Đặc biệt trong năm 2016, VPBank là một trong bốn ngân hàng được World Bank lựa chọn là ngân hàng giải ngân nguồn vốn Dự án Phát triển ngành nông nghiệp bền vững (VNSAT) với hạn mức 200 tỷ đồng. Dự kiến trong năm 2017, ngoài việc phát triển mở rộng các dự án trên, VPBank sẽ triển khai một số dự án có nguồn vốn ODA như Dự án tín dụng năng lượng xanh của Ngân hàng tái thiết Đức (KfW) và Quỹ Phát triển Doanh nghiệp vừa và nhỏ - Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Những thành quả nổi bật của FITB đã giúp khẳng định vị thế và uy tín của VPBank trên thị trường Việt Nam và quốc tế. Trong năm 2017, VPBank sẽ tiếp tục phát triển các sản phẩm tài trợ chuỗi và tài trợ ngành cũng như tăng cường hơn nữa các giải pháp về quản lý dòng tiền để đáp ứng đa dạng nhu cầu của khách hàng, mở rộng quan hệ đại lý của VPBank với các định chế tài chính trong và ngoài nước, tăng cường hợp tác với các tổ chức tài chính quốc tế là IFC, ADB và các định chế tài chính ngân hàng khác để tăng hạn mức trung dài hạn phục vụ cho định hướng chiến lược kinh doanh của VPBank.

DỊCH VỤ THỊ TRƯỜNG TÀI CHÍNH

Năm 2016, mảng dịch vụ thị trường tài chính, bao gồm các hoạt động ngoại hối, tiền tệ, trái phiếu của VPBank, thông qua Khối Thị trường Tài chính (FM), đã tiếp tục được tái cơ cấu và đổi mới về cơ cấu tổ chức để tăng tốc, bứt phá và đạt được những thành tựu nổi bật. Thành công trong năm 2016 của Khối Thị trường Tài chính được thể hiện qua những kết quả đầy ấn tượng.

Bên cạnh việc tối ưu hóa các lĩnh vực kinh doanh truyền thống, năm 2016, FM đã tái cấu trúc mạnh mẽ thông qua việc đưa ra các sản phẩm tài chính mới, đặc biệt là nhóm sản phẩm về ngoại hối, phái sinh và sản phẩm cấu trúc vốn mở rộng tới nhiều đối tượng khách hàng, chú trọng đến các khách hàng cao cấp. Đặc biệt, Khối Thị trường Tài chính đã đóng góp quyết định trong việc phát hành thành công trái phiếu huy động vốn dài hạn của VPBank thông qua việc cấu trúc sản phẩm phù hợp và tìm kiếm các khách hàng tiềm năng.

Trong năm 2016, Khối Thị trường Tài chính cũng đã phối hợp chủ động, tích cực đưa ra các giải pháp để quản lý các tỷ lệ an toàn và tối ưu hoá nguồn vốn dư thừa, hiệu quả bảng cân đối, bao gồm việc sử dụng mô hình phân tích tài chính để dự báo các tỷ lệ tuân thủ, đồng thời chủ

động có những phân tích và nhận định về diễn biến lãi suất và đưa ra các giải pháp để cải thiện tỷ lệ an toàn theo quy định, các giải pháp để tối ưu hoá nguồn vốn dư thừa, hiệu quả bằng cân đối.

2016 cũng là năm Khởi Thị trường Tài chính đã bước đầu xây dựng đội ngũ bán sản phẩm thị trường tài chính chuyên nghiệp, phối hợp chặt chẽ với các khối kinh doanh khác để đưa sản phẩm thị trường tài chính đến với khách hàng một cách chủ động hơn. Với đội ngũ chuyên gia mạnh, VPBank không chỉ cung cấp các sản phẩm thông thường mà còn đưa ra các tư vấn thị trường thích hợp về tỉ giá và lãi suất cho khách hàng, qua đó tối ưu hóa lợi ích của khách hàng và tạo ra sự khác biệt của VPBank.

Về mặt vận hành, năm 2016 Khởi Thị trường Tài chính tiếp tục triển khai hệ thống phần mềm quản trị và thực hiện giao dịch hiện đại để giúp các hoạt động chuyên môn đặc thù của mảng kinh doanh liên ngân hàng trong các lĩnh vực kinh doanh trái phiếu, tiền gửi, ngoại hối và các sản phẩm phái sinh được tiến hành nhanh chóng, tính giá chuẩn xác, hiệu quả và kiểm soát rủi ro tốt hơn. Nhờ đó, Khởi Thị trường Tài chính đã đạt được thành tích vượt trội, cán đích lợi nhuận cả năm ngay trong quý 3 năm 2016 và kết thúc năm với thu nhập hoạt động thuần của khối tăng 43% so với năm 2015. Đặc biệt, VPBank duy trì được vị thế top 5 ngân hàng TMCP có thành tích nổi bật trong hoạt động đấu thầu trái phiếu Chính phủ năm 2016 do Bộ Tài chính xếp hạng. Năm 2017, lần đầu tiên VPBank được lọt vào danh sách các nhà tạo lập thị trường của Hiệp hội Trái phiếu Việt Nam (VBMA). Với nền tảng đó, VPBank sẽ tiếp tục có một năm thành công trong mảng dịch vụ trên thị trường tài chính.

DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CÔNG NGHỆ SỐ

Số hóa ngân hàng là một chiến lược quan trọng của VPBank, thể hiện tầm nhìn của Ban lãnh đạo Ngân hàng đối với tương lai của ngành ngân hàng và sự thay đổi trong hành vi khách hàng. Tháng 1/2016, Khởi Dịch vụ Ngân hàng Công nghệ số (DBS) được chính thức thành lập, tập trung triển khai các định hướng chủ yếu của chiến lược số hóa:

- Tiếp tục số hóa các dịch vụ của ngân hàng truyền thống nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tiết kiệm chi phí vận hành và đẩy mạnh quá trình thu hút khách hàng;
- Hợp tác với các công ty fintech, áp dụng các ý tưởng cách mạng vào dịch vụ ngân hàng, mang lại những trải nghiệm khác biệt, mới mẻ tới khách hàng.

Việc thành lập một khối riêng tập trung số hóa Ngân hàng khẳng định sự tiên phong của VPBank trong lĩnh vực này. Đây là nền tảng quan trọng giúp Ngân hàng

chuyển đổi mạnh mẽ, hướng tới tầm nhìn trở thành ngân hàng dẫn đầu về tăng trưởng khách hàng và hiệu quả hoạt động. Để hiện thực hóa điều này, trong năm qua, VPBank đã thực hiện các bước đi chiến lược sau:

- Tháng 10/2016: Thành lập “Digital Lab” – một mô hình tiên tiến dưới sự tư vấn của McKinsey, bao gồm nhân viên từ nhiều phòng ban khác nhau, để uơm mầm và phát triển các trải nghiệm số hóa cho khách hàng;
- Thiết kế lại các quy trình của VPBank theo hướng tự động và số hóa;
- Số hóa các kênh phục vụ khách hàng: Với chiến lược này, việc đăng ký dịch vụ sẽ được triển khai trên Internet và khách hàng cũng có thể tự thực hiện một số giao dịch mà trước đây phải tới chi nhánh.

Song song với đó, VPBank tiếp tục đẩy mạnh số hóa các sản phẩm, quy trình, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng qua máy tính và thiết bị di động. Khách hàng VPBank được cung cấp dịch vụ số hoá phong phú nhất ngành ngân hàng Việt Nam, bao gồm hầu hết các dịch vụ tài chính trực tuyến: Chuyển khoản, thanh toán (hơn 300 loại hóa đơn), gửi tiết kiệm, vay, mở thẻ tín dụng.

Cũng trong năm 2016, VPBank là ngân hàng đầu tiên trên thị trường đã số hóa thành công các sản phẩm thấu chi khách hàng trả lương, thấu chi trên tài khoản thanh toán (Sm@rt OD), thẻ tín dụng phê duyệt trước và thẻ tín dụng Timo. Việc hợp tác với các công ty fintech, đặc biệt là Timo, đã cho ra đời các dịch vụ tài chính khác biệt, tạo ra làn gió mới trong ngành ngân hàng về những dịch vụ hiện đại, thuận tiện cho khách hàng.

Với các nỗ lực đồng bộ này, VPBank đã tăng số người dùng các kênh số hóa 260% so với 2015, tăng gấp 2 lần số dư huy động trực tuyến so với 2015 và 12 lần so với 2014. Tỷ lệ giao dịch tài chính trực tuyến cũng đạt mức 33%, trong đó gần 100% số giao dịch chuyển tiền được thực hiện qua các kênh số hóa. Trong tháng 11/2016, số lượng giao dịch tài chính qua các kênh số hóa đã lần đầu tiên vượt qua số lượng giao dịch tại quầy. Số lượng khoản vay online và mở thẻ tín dụng tăng hàng chục lần so với 2015.

Giải thưởng của “Sáng kiến ngân hàng điện tử tốt nhất Việt Nam” của The Asian Banker, “Dự án e-banking tốt nhất” của IDG, và “Ứng dụng mobile banking tốt nhất Việt Nam” của Tạp chí Global Finance & Banking Review là sự vinh danh của cộng đồng và các nhà chuyên môn cho những nỗ lực phục vụ khách hàng của VPBank. Trong năm 2017, VPBank sẽ tiếp tục triển khai mạnh mẽ các sáng kiến và sáng tạo các trải nghiệm mới, khẳng định vai trò tiên phong trong lĩnh vực số hóa trong ngành ngân hàng Việt Nam.

NHỮNG THÀNH TỰU VỀ XÂY DỰNG

NỀN TẢNG?



NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TIÊU BIỂU VIỆT NAM 2016

Giải thưởng do Tập đoàn Dữ liệu Quốc tế (IDG) trao tặng

Giải thưởng "Ngân hàng điện tử tiêu biểu" do Tập đoàn Dữ liệu Quốc tế (IDG) trao tặng khẳng định VPBank đang thực hiện tốt chiến lược phát triển, tốc độ tăng trưởng khách hàng trực tuyến, ứng dụng công nghệ bảo mật, tích hợp sản phẩm... trên kênh ngân hàng điện tử.



QUẢN TRỊ RỦI RO

Khung quản trị rủi ro của VPBank được dựa trên 3 trụ cột chính là quản trị rủi ro tín dụng, quản trị rủi ro thị trường, và quản trị rủi ro hoạt động. Thông lệ quản trị rủi ro đã được lồng ghép vào các quy trình hoạch định chiến lược, vốn và tài chính cũng như những quy trình kinh doanh thường nhật trên toàn ngân hàng với mục tiêu đảm bảo rủi ro được xem xét, đánh giá, và đối phó một cách kịp thời.

VPBank đã có những bước chuẩn bị kỹ lưỡng trước khi Thông tư 41/2016-NHNN ngày 30/12/2016 có hiệu lực. Ngân hàng đã định kỳ tính toán chỉ số an toàn vốn tối thiểu theo Basel và quy định của Ngân hàng Nhà nước và liên tục củng cố công tác quản trị rủi ro theo khuyến nghị của Basel. Cho đến năm 2018, các ưu tiên hàng đầu của Ngân hàng là chuẩn bị chuyển sang cách tiếp cận nâng cao, nâng cao chất lượng và sự sẵn có của dữ liệu, và triển khai các giải pháp quản trị rủi ro lồng ghép.

Dựa trên cơ cấu tổ chức đã được tối ưu hóa vào năm 2015, Khối đã chú trọng đến kỹ năng và chuyên môn của các chuyên gia quản trị rủi ro, cụ thể là hoàn thành hơn 150 khóa đào tạo nội bộ với giảng viên là các chuyên gia nước ngoài.

Quản trị rủi ro tín dụng

Chiến lược quản trị rủi ro tín dụng của VPBank được dựa trên khung khẩu vị rủi ro rõ ràng, sự chú trọng đặc biệt đến chất lượng tín dụng, rà soát các tiêu chí thẩm định tín dụng một cách chặt chẽ, đảm bảo danh mục tài sản chất lượng cao và đảm bảo sự minh bạch giữa phần thường và rủi ro. Năm 2016, chất lượng tín dụng của VPBank vẫn được kiểm soát chặt chẽ và tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ được duy trì dưới mức quy định 3%. Để đảm bảo chất lượng tín dụng ở mức hợp lý, VPBank đã áp dụng thẻ điểm cho các hồ sơ tín dụng của khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ và mô hình xếp hạng tín dụng với khách hàng doanh nghiệp lớn và định chế tài chính. Đồng thời, Ngân hàng cũng xây dựng và áp dụng mô hình chấm điểm hành vi để bán thêm, bán chéo và quản lý hạn mức của các khách hàng hiện hữu. VPBank cũng là một trong những ngân hàng đi đầu ở Việt Nam trong việc xây dựng mô hình chấm điểm dựa trên dữ liệu lớn cho khách hàng cá nhân. Để giám sát và quản lý danh mục tín dụng hiện tại, Ngân hàng cũng áp dụng các phân tích sâu về danh mục, hệ thống cảnh báo sớm với tất cả các đối tượng khách hàng và quy trình rà soát tín dụng để kiểm tra ngẫu nhiên và xử lý các rủi ro cao. Ngoài ra, Ngân hàng đã nâng cấp thành công Hệ thống Quản lý Môi trường và Xã hội và ban hành chính sách và quy trình liên quan, đồng thời triển khai đào tạo sâu về hệ thống này cho các chuyên viên tín dụng.

Quản trị Rủi ro Thị trường

Trong năm 2016, khung quản trị rủi ro thị trường của VPBank đã được củng cố. Ngân hàng đã thành lập ủy ban chuyên trách về định giá và các chủ đề rủi ro thị trường khác, đồng thời điều chỉnh các cấp phê duyệt có liên quan. Hệ thống hạn mức rủi ro thị trường đã được rà soát và củng cố để đảm bảo tuân thủ với các thông lệ quốc tế tốt nhất và yêu cầu của Ngân hàng Nhà nước và nhằm bảo vệ các trạng thái rủi ro của Ngân hàng trước những thách thức trong thị trường tài chính.

Quản trị rủi ro hoạt động

Tầm quan trọng của quản trị rủi ro hoạt động đã được truyền thông rộng rãi đến tất cả CBNV VPBank. Khung Quản lý Gian lận và An ninh Thông tin đã được triển khai thành công vào năm 2016. Những yêu cầu chặt chẽ trong các chính sách này cũng như các chương trình giảm thiểu gian lận, rút ngắn thời gian bắt đầu điều tra, ngăn chặn việc dùng internet cho các mục đích ngoài công việc, kiểm soát việc dùng USB ở máy tính của ngân hàng đã được áp dụng đồng bộ trên toàn ngân hàng nhằm giảm rủi ro rò rỉ thông tin và nhiễm vi-rút máy tính. Khía cạnh quản trị rủi ro hoạt động của phần lớn các tài liệu và quy trình ở VPBank đã được đánh giá. Quy trình lưu trữ và giám sát dữ liệu sự kiện rủi ro hoạt động được từng bước cải tiến. Ngân hàng có hệ thống Chỉ số Rủi ro chính cho tất cả các mảng kinh doanh và bộ phận hỗ trợ và hệ thống này được giám sát thường xuyên. Các buổi đào tạo chung cho tất cả CBNV, đào tạo chuyên biệt cho các bộ phận kinh doanh và hỗ trợ, và các buổi truyền thông đã được thực hiện trong năm 2016 nhằm nâng cao nhận thức của CBNV về rủi ro hoạt động. Đối với các quy trình vận hành chính, cách tiếp cận dựa trên thống kê đã được áp dụng nhằm hạn chế rủi ro vận hành. Kế hoạch duy trì kinh doanh liên tục của ngân hàng được áp dụng cho tất cả các hoạt động kinh doanh trọng yếu. Năm 2016, một số kịch bản duy trì kinh doanh liên tục đã được đưa ra và thử nghiệm thành công.

Thu hồi nợ

Năm 2016, VPBank đã tăng cường một cách đáng kể hiệu quả của các quy trình thu hồi nợ nhờ triển khai giải pháp công nghệ thông tin mới cho xử lý nợ cùng với Tổng đài nhắc nợ tự động. Ngân hàng cũng xây dựng các chiến lược trước xử lý nợ toàn diện, qua đó cải tiến chất lượng của các danh mục tín dụng. Các công cụ phân tích và hệ thống thu hồi nợ mới đã cho phép quản lý hiệu suất thu hồi nợ một cách chủ động.

Quản trị rủi ro là một nhân tố chính đóng góp cho thành công của Ngân hàng trong năm 2016. Bước sang 2017, VPBank sẽ tiếp tục cải tiến hệ thống quản trị rủi ro và thu hồi nợ như một nền tảng chiến lược cho việc hiện

thực hóa tầm nhìn trở thành ngân hàng TMCP hàng đầu ở Việt Nam.

VẬN HÀNH

Trong năm áp chót thực hiện lộ trình chuyển đổi 5 năm giai đoạn 2012 – 2017 của VPBank, Khối Vận hành đã củng cố vai trò chủ lực trong việc cung cấp dịch vụ xuất sắc cho khách hàng, tối ưu hóa chi phí, đồng thời đẩy mạnh công tác quản trị và kiểm soát trong các nghiệp vụ vận hành của Ngân hàng.

Dịch vụ khách hàng: Trong năm 2016, VPBank đã được Tạp chí Global Banking & Finance Review, Vương quốc Anh bầu chọn là “Ngân hàng có dịch vụ khách hàng tốt nhất Việt Nam”.

Tiếp tục thực hiện sáng kiến tập trung hóa quản lý dịch vụ khách hàng tại chi nhánh, trong năm 2016, mạng dịch vụ khách hàng của toàn bộ mạng lưới đã được chuyển về trực thuộc Khối Vận hành sau khi thực hiện thành công đối với các chi nhánh tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh trong năm 2015.

Để đảm bảo tính đồng nhất giữa các kênh dịch vụ khác nhau nhằm nâng cao trải nghiệm cho khách hàng, tất cả các điểm tiếp xúc cung cấp dịch vụ khách hàng chủ chốt bao gồm dịch vụ khách hàng chi nhánh, phòng Dịch vụ và Chăm sóc khách hàng qua điện thoại 24/7, Mạng lưới ATM và bộ phận Tiếp nhận và xử lý khiếu nại khách hàng tập trung đã được quy về một đầu mối quản lý dịch vụ Khách hàng thống nhất trong Khối Vận hành. Điều này đã giúp Ngân hàng cải thiện thời gian xử lý khiếu nại và phản hồi các vấn đề khác của khách hàng nhanh chóng hơn.

Với mục tiêu cải thiện trải nghiệm dịch vụ của khách hàng tại chi nhánh theo hướng giảm thiểu thời gian chờ và nâng cao sự thuận tiện, một loạt các quy trình đã được thiết kế lại, qua đó giúp tăng năng suất lao động tại các quầy giao dịch hơn 30%. Hơn nữa, 40 máy nhận tiền gửi (CDM) mới đã được lắp đặt tại các chi nhánh, nhờ đó cung cấp cho khách hàng một phương thức gửi tiền hiệu quả và thuận tiện hơn so với gửi tiền tại quầy thông qua giao dịch viên.

Đồng thời, nhân viên dịch vụ khách hàng chi nhánh đã chủ động trong việc hướng dẫn khách hàng sử dụng các kênh thay thế như ATM, CDM, và ngân hàng trực tuyến. Hơn 80% khách hàng gửi tiền tại các chi nhánh có lắp đặt CDM đã chuyển sang sử dụng phương tiện thay thế này khi gửi tiền. Không những mang lại lợi ích cho khách hàng gửi tiền mặt, việc này cũng cho phép nhân viên dịch vụ khách hàng cải thiện thời gian cung cấp dịch vụ cho các khách hàng khác.

Trọng tâm trong các hoạt động của Khối luôn gắn liền

với mục tiêu nâng cao trải nghiệm của khách hàng thẻ tín dụng cá nhân và SME. Việc triển khai các sáng kiến then chốt trong mảng nghiệp vụ này đã giúp giảm mạnh số lượng các giao dịch không thành công cho chủ thẻ tín dụng nội địa và quốc tế.

Các tiêu chuẩn về dịch vụ cho tất cả các kênh đã được thiết lập một cách rõ ràng với trọng tâm đo lường liên tục chất lượng dịch vụ của Ngân hàng tại tất cả các chi nhánh, phòng Dịch vụ và Chăm sóc khách hàng qua điện thoại 24/7, mạng lưới ATM và bộ phận Tiếp nhận và xử lý khiếu nại khách hàng tập trung. Các tiêu chuẩn này được thiết lập dựa trên các thông lệ của các ngân hàng tốt nhất toàn cầu và là cơ sở quan trọng để Ngân hàng thực hiện cam kết cung cấp dịch vụ tới khách hàng.

Hiệu quả vận hành: Nâng cao năng suất lao động, cải thiện thời gian xử lý và sử dụng tối ưu nguồn lực tiếp tục là các mục tiêu then chốt trong trọng tâm nâng cao hiệu quả vận hành của Khối Vận hành năm 2016.

Mặc dù quy mô cho vay tại các khối kinh doanh chủ đạo của Ngân hàng tăng mạnh, Khối Vận hành tiếp tục duy trì ổn định thời gian phản hồi dịch vụ, đồng thời nâng cao năng lực xử lý nhưng không tăng thêm nhân sự và chi phí. Thành công này là kết quả từ các hoạt động đơn giản hóa quy trình, các yếu tố tự động hóa và năng lực quản lý năng suất lao động tốt hơn, qua đó giảm đáng kể đơn giá sản phẩm và dịch vụ của Khối.

Các sáng kiến tương tự về xử lý thanh toán, tài trợ thương mại và các nghiệp vụ thị trường tài chính đã giúp nâng cao năng lực xử lý xuyên suốt với thời gian phản hồi dịch vụ nhanh hơn cho các khách hàng doanh nghiệp trong năm 2016.

Cải tiến liên tục là phương châm định hướng hoạt động của các bộ phận nghiệp vụ tại Hội sở Ngân hàng. Việc liên tục tiếp nhận các phản hồi từ các đơn vị vận hành và biến các ý tưởng thành hành động đã giúp Khối Vận hành tiết kiệm đáng kể số lượng nhân sự cũng như cải thiện thời gian phục vụ khách hàng doanh nghiệp và cá nhân. Trong năm 2016, những cải tiến này đóng vai trò đặc biệt quan trọng giúp doanh số bán hàng của hàng loạt sản phẩm tăng trưởng ấn tượng.

Kiểm soát vận hành: Với nhận thức sâu sắc rằng tăng trưởng kinh doanh đột phá cần đi đôi với kiểm soát thận trọng hơn, VPBank đã củng cố năng lực quản lý vận hành bằng cách hợp nhất chức năng quản lý quy trình và kiểm soát vận hành. Việc hợp nhất hai chức năng này sẽ giúp Ngân hàng có được cái nhìn tổng thể hơn về các điểm rủi ro trong các quy trình vận hành.

Thực hiện chiến lược “3 tuyến phòng thủ” được Khối Kiểm toán Nội bộ thúc đẩy phù hợp với khuyến nghị của

Ủy ban Basel về Giám sát Ngân hàng, Khối Vận hành đã cụ thể hóa chủ trương này tại cả các đơn vị dịch vụ khách hàng chi nhánh và các đơn vị nghiệp vụ tại Hội sở.

Đồng thời, Khối Vận hành cũng củng cố chức năng kiểm soát sau vay với nhiệm vụ kiểm soát toàn bộ danh mục cho vay khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ và sẽ sớm kiểm soát danh mục cho vay thế chấp của Khối KHCN.

Những đòi hỏi của chủ thẻ về an toàn và bảo mật đã thúc đẩy Khối Vận hành triển khai các sáng kiến quan trọng tại Trung tâm Vận hành thẻ trong năm 2016. Sau khi nâng cấp hệ thống quản lý thẻ vào năm 2015, Ngân hàng đã triển khai hệ thống Quản trị Rủi ro theo thời gian thực để theo dõi mức độ sử dụng thẻ của khách hàng 24/7 và cảnh báo cho khách hàng trong trường hợp phát sinh giao dịch đáng ngờ. Hơn nữa, Ngân hàng cũng đã ứng dụng công nghệ 3D Secure, giúp tạo thêm một lớp an ninh bảo vệ cho chủ thẻ tín dụng và chủ thẻ ghi nợ nội địa khi sử dụng các kênh thương mại điện tử.

Ngoài ra, để đảm bảo tuân thủ chuẩn quốc tế về thẻ chip EMV trong việc chấp nhận thẻ Mastercard và Visa tại mạng lưới ATM của ngân hàng, VPBank đã nâng cấp toàn bộ hệ thống ATM lên hệ điều hành Windows 7, đồng thời hoàn thành đánh giá bảo mật mã PIN ATM theo các yêu cầu của đối tác Visa.

Tầm nhìn: Trong năm cuối cùng thực hiện lộ trình chuyển đổi 2017, Khối Vận hành sẽ tiếp tục tập trung nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ và đảm bảo hiệu quả về quy trình sẽ mang lại cho khách hàng mức độ hài lòng cao hơn với chi phí được tốt ưu hóa hơn nữa.

QUẢN TRỊ NGUỒN NHÂN LỰC

Nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng nhất, góp phần tạo nên sự thành công của VPBank trong thời gian qua. Năm 2016, VPBank tiếp tục triển khai và hoàn thiện các chính sách nhân sự, các dự án và sáng kiến trọng điểm nhằm cải thiện và nâng cao chất lượng quản lý, góp phần làm vững chắc hệ thống nền tảng quản trị nhân sự của Ngân hàng.

Việc triển khai thành công các dự án phát triển hệ thống nền tảng trọng điểm về quản trị nguồn nhân lực trong năm 2016 giúp VPBank tối ưu hóa các thủ tục, quy trình nhân sự và quản trị rủi ro một cách hiệu quả hơn. Hệ thống “Họ công việc” đã được đưa vào vận hành, áp dụng đồng bộ toàn hàng, làm nền tảng quản trị nhân sự hiệu quả; giúp việc xây dựng và triển khai chương trình đào tạo theo đúng yêu cầu công việc, giúp cán bộ nhân viên của VPBank có thể nhận diện được sự khác biệt trong yêu cầu về năng lực và kinh nghiệm tại mỗi vị trí khác nhau, đồng thời công tác tuyển dụng được đơn giản hóa, tập trung theo tính chuyên môn nghiệp vụ. Bên cạnh đó,

Khối Quản trị Nguồn nhân lực của VPBank đã tiếp tục làm việc với công ty tư vấn Quốc tế Korn Ferry Group để hoàn thiện Mô hình “Nhóm Họ công việc”, xây dựng các tiêu chí trọng yếu phân biệt theo từng cấp bậc công việc để đảm bảo cán bộ quản lý của Ngân hàng có thể chủ động thiết lập kế hoạch nguồn nhân lực phù hợp với kế hoạch kinh doanh và số lượng nhân sự cần có trong đơn vị. Song song với đó, cán bộ nhân viên có thể chủ động trong việc xây dựng kế hoạch phát triển công việc trong ngắn hạn và nghề nghiệp trong dài hạn tại VPBank.

Hệ thống Quản trị nhân sự của VPBank đã được triển khai và áp dụng theo chuẩn quản trị quốc tế thông qua hệ thống HCM của SAP. Ngân hàng đã hoàn thiện những phân hệ cốt lõi như Hệ thống quản lý cơ cấu tổ chức và thông tin cá nhân, Tuyển dụng trực tuyến, Quản lý giờ làm việc & trả lương và Cổng ứng dụng dịch vụ trực tuyến. Cuối năm 2016, VPBank đã chuyển hình thức thi tuyển sang online nhằm đảm bảo tính minh bạch trong quản lý với các đề bài kiểm tra phù hợp với tính chất công việc. Với tham vọng hệ thống hóa các quy trình nhân sự, VPBank đã đưa ra lộ trình chiến lược thích hợp để hoàn thiện những giải pháp, tính năng nhân sự khác trong năm 2017, đảm bảo việc đẩy mạnh hiệu suất làm việc, nâng cao tính hiệu quả của công tác quản trị nhân sự và quản trị rủi ro.

Việc xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng chuyên nghiệp đóng vai trò qua trọng trong chiến lược dài hạn của Ngân hàng. VPBank đang hướng đến trở thành điểm đến cho những ứng viên tài năng và đầy tham vọng trong việc xây dựng và phát triển nghề nghiệp cá nhân. Với khẩu hiệu “Không chỉ là công việc mà còn là sự nghiệp”, VPBank mong muốn cùng các cán bộ nhân viên của mình xây dựng một ngân hàng TMCP hàng đầu tại Việt Nam. Ngân hàng đã nỗ lực để các cán bộ nhân viên luôn có nhiều cơ hội trong công việc để phát triển và hoàn thiện các kiến thức nền tảng vững chắc từ đó có thể vươn cao và xa hơn trong nghề nghiệp, tạo những thành công cá nhân bên cạnh thành công của tập thể.

Công tác đào tạo và phát triển nhân viên toàn Ngân hàng được chú trọng một cách tập trung hơn với việc triển khai các chương trình đào tạo theo Nhóm công việc nhằm nâng cao kiến thức và năng lực của nhân viên. Học viện VPBank chú trọng triển khai nhiều lớp huấn luyện kỹ năng bán hàng và nhận biết rủi ro tín dụng cho các đơn vị chủ chốt tạo ra nguồn doanh thu chính cho Ngân hàng; đồng thời, thúc đẩy các lớp kỹ năng mềm và kiến thức cho các đơn vị hỗ trợ nhằm nâng cao hiểu biết và hiệu suất làm việc. Chương trình nâng cao các kỹ năng lãnh đạo và quản lý cho các cán bộ quản lý chú trọng đến các đơn vị kinh doanh nhằm nâng cao năng lực quản lý cũng như đào tạo lực lượng kế thừa vững mạnh cho tổ chức. Các cán bộ nhân viên của VPBank cũng được khuyến khích nâng cao kỹ năng và tinh thần tự học trong công việc hỗ trợ cho kế hoạch phát triển nghề nghiệp

theo mong muốn của mỗi cá nhân.

Với việc liên tục triển khai và cải thiện chiến lược quản trị nhân sự, VPBank đang từng bước khẳng định vị thế của mình trên thị trường tài chính nói chung và lĩnh vực nhân sự nói riêng. Với tinh thần không ngừng hoàn thiện và phát triển, của VPBank sẽ không ngừng lắng nghe ý kiến của cán bộ nhân viên, hoàn thiện hệ thống, hướng dẫn người dùng, đảm bảo hệ thống đã triển khai phải đi vào sử dụng một cách hiệu quả nhất. Tuyển dụng đúng người, giữ chân cán bộ nhân viên có hiệu quả làm việc tốt và tiếp tục hoàn thiện các phân hệ quản trị nền tảng tiếp tục là những thách thức mà Khối Quản trị Nguồn nhân lực cùng Ban lãnh đạo của VPBank chú trọng trong năm 2017 nhằm hoàn thiện những mảnh ghép quan trọng trong chiến lược xây dựng thương hiệu Nhân sự số một trên thị trường Việt Nam.

CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Công nghệ Thông tin (CNTT) là một yếu tố then chốt, đóng góp những giá trị căn bản đối với thành công chung của VPBank trong năm 2016.

Với kết quả đạt được từ công tác xây dựng các giải pháp và ứng dụng CNTT, VPBank đã và đang tiếp tục thực hiện các dự án và sáng kiến theo hướng tăng cường sự đổi mới sáng tạo và nâng cao hiệu quả, điển hình như:

- Gói giải pháp hàng đầu thế giới về công tác hoạch định nguồn lực doanh nghiệp của SAP, các phân hệ triển khai trong năm 2016 bao gồm:
 - Quản lý nguồn ngân sách (FM)
 - Kế toán và quản lý tài chính (FI/CO)
 - Lập kế hoạch và quản lý ngân sách (BPC)
 - Quản lý lương và nguồn nhân lực (HCM, quản lý đào tạo)
- Giải pháp hàng đầu về quản lý thẻ từ Openway
- Bên cạnh đó, những dự án, sáng kiến đang và sẽ được thực hiện cũng góp phần hiện thực hóa các giá trị của VPBank, bao gồm:
 - Thử nghiệm và đưa vào hoạt động Hệ thống hiện đại về Khởi tạo Khoản vay
 - Hệ thống ứng dụng giao dịch ngân hàng trên internet và điện thoại di động (mobile banking & internet banking)
 - Hiện đại hóa liên tục với hệ thống ngân hàng lõi (core banking) đầu bảng trên thế giới của Temenos
 - Hệ thống Kho dữ liệu (Data Warehouse) và hệ thống Tích hợp Dịch vụ phục vụ công tác phân tích dữ liệu trên nền tảng hệ thống giải pháp của IBM
 - Hệ thống Cổng thanh toán tập trung (Payment Hub) và hệ thống Trung tâm Chăm sóc khách hàng (Call Center) của các hãng cung cấp nổi tiếng trên thế giới

Trong năm 2016, bằng việc cải tổ các dịch vụ và quy trình CNTT một cách triệt để, VPBank đã và đang tiếp tục tạo ra cơ sở cho việc xây dựng và đưa sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đến với thị trường một cách nhanh hơn, thông qua:

- Tái cơ cấu tổ chức Khối CNTT và xây dựng cơ chế quản lý quan hệ với các đơn vị nghiệp vụ
- Thiết lập cơ chế kiểm soát Chiến lược và Kiến trúc CNTT rõ ràng hơn
- Thành lập đội ngũ nhân sự liên khối để tập trung vào lĩnh vực ngân hàng số và hoạt động theo mô hình Agile/Scrum
- Thu hút nhân sự có kinh nghiệm tốt nhất từ thị trường trong nước và quốc tế
- Đầu tư liên tục vào sự phát triển của cá nhân,
- Duy trì chặt chẽ Cam kết chất lượng dịch vụ (SLA) cho các đơn vị nghiệp vụ

Năm 2016 cũng chứng kiến một xu hướng nổi bật về hoạt động CNTT của VPBank với việc kết hợp với các tổ chức bên ngoài như các công ty Công nghệ Tài chính (Fintech), Viễn thông (Telco) và/hoặc các nhà Bán lẻ (Retailer). Năm 2016 cũng thấy rõ sự tập trung lớn về hoạt động CNTT của VPBank cho các quy trình kinh doanh ngân hàng số hướng tới các khách hàng trẻ tuổi năng động.

Không kém phần quan trọng là các kế hoạch bài bản trong hoạt động an ninh bảo mật. Công tác an ninh bảo mật của VPBank đã được chú trọng đầu tư hết sức chủ động trong năm 2016, thể hiện bằng việc thực thi nhiều biện pháp trong chương trình Chiến lược Bảo mật CNTT. Đây là những đầu tư nhằm hướng đến việc nâng cao hơn nữa mức độ đảm bảo an toàn cho khách hàng.

Với những thành tựu đạt được năm 2016, Công nghệ Thông tin của VPBank sẽ là nền tảng tạo đà cho sự phát triển nhanh, hợp với xu hướng nhưng luôn đảm bảo yếu tố bền vững của các hoạt động kinh doanh của VPBank, góp phần không nhỏ vào sự phát triển kinh tế và thịnh vượng của Việt Nam.

PHÂN TÍCH KINH DOANH

Thông qua một chương trình quy mô toàn Ngân hàng, từ năm 2014, VPBank đã bắt đầu thực hiện một lộ trình nhằm chuyển đổi dữ liệu phân tán của mình trở về với đúng giá trị - một tài sản mang tính chiến lược, đồng thời tái định hình VPBank như một doanh nghiệp lấy thông tin làm trọng tâm, trong đó việc đảm bảo chất lượng và tối ưu hóa việc khai thác hiệu quả dữ liệu đều được quản lý một cách chặt chẽ và nhất quán, trực tiếp bởi đội ngũ quản lý cấp cao của Ngân hàng. Trung tâm Phân tích Kinh doanh (BIC) đã được thành lập và đi vào hoạt động dưới sự giám sát trực tiếp của Tổng Giám đốc kể từ đầu năm 2014. Trong năm 2016, BIC tiếp tục triển khai

chương trình tự động hóa công tác báo cáo và cung cấp các phân tích sắc bén cho các cấp ra quyết định. Đến cuối năm 2016, BIC đã phát triển thành một bộ phận hỗ trợ then chốt trong ngân hàng với gần 60 cán bộ giàu kỹ năng. Các báo cáo, dashboard, phân tích sâu, phân tích nâng cao, v.v. đang mang lại những thông tin kinh doanh quan trọng và cái nhìn sâu sắc cho các bộ phận kinh doanh và hỗ trợ của Ngân hàng. Hơn 100 báo cáo quản trị nội bộ cũng như báo cáo cho cơ quan quản lý bên ngoài đã được tự động hóa trên nền tảng phân tích kinh doanh. Tác động của các phân tích này lên thu nhập hoạt động của các bộ phận kinh doanh đã bắt đầu được đo lường và trình bày với Ban Điều hành. BIC đang cung cấp dịch vụ trong các mảng:

- Bán hàng và trước bán hàng
- Dịch vụ/kênh phân phối
- Chiến dịch tiếp thị
- Khách hàng/phân khúc
- Rủi ro và thu hồi nợ
- Sản phẩm
- Quản lý dữ liệu
- Quản trị dữ liệu

Năm 2017, VPBank đặt mục tiêu có được những bước tiến lớn về nâng cao chất lượng dữ liệu, mở rộng phạm vi và tác động của các dự án phân tích và đạt mức độ tự động hóa cao cho công tác báo cáo.

TRUYỀN THÔNG VÀ XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

Truyền thông tới khách hàng, đối tác và cộng đồng

2016 tiếp tục là một năm VPBank khẳng định vị thế hàng đầu và ghi dấu ấn đậm nét với các sự chương trình dành cho khách hàng, đối tác và cộng đồng. Trong đó không thể không nhắc đến VPBank Concert – chuỗi chương trình thực sự đã góp phần quan trọng trong việc nâng cao thương hiệu cho Ngân hàng với những hiệu ứng tích cực từ báo giới và công chúng về ý tưởng độc đáo, chất lượng nghệ thuật và sự chuyên nghiệp đến từng chi tiết nhỏ trong khâu tổ chức.

Với VPBank Legend Concert – Paris Ballet par VPBank, lần đầu tiên khán giả Việt có cơ hội được chiêm ngưỡng những trích đoạn ballet “tinh tuyền” với sự thăng hoa của những étoile (nghệ sĩ ngôi sao) đến từ L’Opera de Paris, cái nôi của nền Ballet đương đại. Với Paris Ballet par VPBank tiếp tục cho thấy sự kiên định với sứ mệnh mang đến những tinh hoa của nghệ thuật thế giới, góp phần xây dựng một cuộc sống thịnh vượng cả về vật chất và tinh thần cho người Việt. Sau Richard Clayderman và Kenny G, sự góp mặt của vũ đoàn Paris Ballet đã góp

phần đánh dấu Việt Nam trên bản đồ nghệ thuật quốc tế, trở thành một điểm đến hấp dẫn cho các nghệ sĩ hàng đầu thế giới.

Năm 2016 cũng chứng kiến sự thành công vang dội của chuỗi chương trình Private Concert – Tri ân khách hàng và đối tác của VPBank. Ở Hà Nội, 2 đêm nhạc của Thomas Anders – ca sĩ hát chính của ban nhạc pop huyền thoại Modern Talking đã được gần 7.000 khán giả đón nhận một cách cuồng nhiệt. Modern Talking ft. Thomas Anders & Band đã vượt ra khỏi quy mô của một chương trình tri ân cuối năm để trở thành một sự kiện nghệ thuật thực thụ, gây tiếng vang lớn trong cộng đồng yêu mến nghệ thuật Việt Nam. Tại TP HCM, đêm diễn “Nhu đã dấu yêu” với sự kết hợp tuyệt vời của Bằng Kiều và Mỹ Tâm đã trở thành món quà tinh thần vô cùng giá trị mà VPBank dành cho hơn 1.000 khách hàng và đối tác.

Định vị là một ngân hàng bán lẻ, VPBank đang dành sự quan tâm lớn tới lớp người dùng trẻ trung, năng động thông qua chuỗi các hoạt động sôi nổi trên internet và mạng xã hội. Đặc biệt, năm 2016 đánh dấu một cột mốc quan trọng khi VPBank thực hiện chiến dịch “Công việc trong mơ” chi tiêu 100 triệu/1 tuần bằng thẻ tín dụng Step Up, thu hút tới hơn 2.000 lượt ứng tuyển. Thông tin được lan truyền rộng rãi, được cả công chúng lẫn báo chí hết sức quan tâm, trở thành một phương thức marketing đột phá và ấn tượng.

Trang fanpage Facebook của VPBank năm qua đã có sự tăng trưởng nhanh về số lượng tương tác hữu cơ, là một trong số những fanpage ngân hàng được yêu thích nhất Việt Nam. Lượng tương tác (yêu thích, chia sẻ, bình luận) luôn đạt mức cao thể hiện sự quan tâm và gắn bó của người dùng với thương hiệu VPBank. Với những nỗ lực kể trên VPBank trở thành thương hiệu được chia sẻ nhiều nhất trong số các ngân hàng TMCP tư nhân với gần 83.000 lượt thảo luận trên mạng xã hội.

Truyền thông tới cán bộ nhân viên

Trong năm 2016, các kênh truyền thông nội bộ của VPBank tiếp tục được khai thác hiệu quả. Các ấn phẩm thường kỳ như Bản tin giấy Thịnh Vượng tiếng Việt & tiếng Anh và Bản tin điện tử VPBank Today liên tục được cải tiến về nội dung và hình thức, được đông đảo bạn đọc đón nhận. Fanpage Facebook dành riêng cho cán bộ nhân viên cũng trở thành kênh thông tin, chia sẻ rất hữu ích với hơn 15.000 người theo dõi và tương tác thường xuyên. Bên cạnh đó, hệ thống poster nội bộ, màn hình nền máy tính cá nhân, các màn hình LCD ở sảnh chờ và trong thang máy hay mới đây nhất là chương trình phát thanh nội bộ “Thay lời muốn nói” cũng đang phát huy tối đa công dụng, khiến cho các thông điệp truyền thông trở nên sinh động, hấp dẫn và dễ dàng được các VPBanker yêu mến và đón nhận.

Các hoạt động nội bộ quy mô toàn hàng đã được triển khai định kỳ, tạo sức hút ngày càng mạnh mẽ đối với cán bộ nhân viên như cuộc thi chinh phục thử thách “Commandos – Đường mòn khai sáng”, cuộc thi kiến thức nghiệp vụ “Trạng nguyên VPBank”, chòm sự kiện văn nghệ, thể thao như: “Sing & dance”, “VPSshow”, “Đêm ngàn sao”, đặc biệt là cuộc thi “Miss & Mr VPBank 2016” đã được tổ chức rất chuyên nghiệp và sáng tạo, thu hút sự quan tâm lớn của đông đảo cán bộ nhân viên, đồng nghiệp tại các ngân hàng bạn, tạo tiếng vang lớn trên mạng xã hội và báo giới. Việc sử dụng các hoạt động nội bộ để quảng bá thương hiệu VPBank là một thử nghiệm táo bạo và đang mang lại hiệu quả tích cực.

Với mục tiêu truyền thông rộng rãi tới toàn Ngân hàng, trước mỗi sự kiện, VPBank đã tổ chức hàng loạt roadshow đến từng chi nhánh ở các địa phương khắp 3 miền, qua đó không chỉ thu hút đông đảo VPBanker tham gia các sự kiện phong trào mà còn thắt chặt hơn

nữa mối quan hệ giữa cán bộ nhân viên chi nhánh và Hội sở. Cách làm này đã phát huy hiệu quả đặc biệt, giúp các hoạt động nội bộ của VPBank trong năm 2016 đã được nâng lên 1 tầm cao mới với việc truyền lửa tới các đơn vị trên toàn hệ thống để chủ động triển khai các chương trình, sự kiện ở các quy mô khác nhau dành cho cán bộ nhân viên.

An sinh xã hội

Trong năm 2016, VPBank đẩy mạnh các hoạt động từ thiện an sinh xã hội gắn với giáo dục. VPBank đã tài trợ trên 3 tỷ đồng cho các quỹ, hội khuyến học các tỉnh, đồng thời xây dựng trường học ở các địa phương còn gặp nhiều khó khăn. Bên cạnh các chương trình có quy mô lớn là hàng loạt các chương trình an sinh xã hội như “Áo ấm mùa đông”, “Tới trường sau lũ”, “Tài trợ quỹ Thiện Nhân” được tổ chức ngày càng thiết thực mang ý nghĩa to lớn trong việc gắn kết yêu thương và san sẻ khó khăn với cộng đồng.



Chương trình “Paris Ballet par VPBank”



Chương trình Tri ân Khách hàng “Nhu đã dấu yêu”



Chương trình Tri ân Khách hàng “Modern Talking ft. Thomas Anders & Band”