

THÔNG TIN TÓM TẮT
VỀ NHỮNG KẾT LUẬN MỚI CỦA LUẬN ÁN TIẾN SĨ

1. Đề tài luận án: *“Phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam”*

2. Chuyên ngành: Tài chính - Ngân hàng

Mã số: 9.34.02.01

3. Họ và tên NCS: *Nguyễn Thị Minh*

4. Họ và tên cán bộ hướng dẫn khoa học:

1. TS. Nghiêm Văn Bảy

2. TS. Nguyễn Xuân Điền

5. Những kết luận mới của Luận án:

Từ những kết quả nghiên cứu lý luận và thực tiễn về phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng của ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam, luận án có những kết luận mới như sau:

Một là: hệ thống hóa, phân tích góp phần làm rõ thêm một số vấn đề lý luận về phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng thương mại; luận án đề xuất hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng, gồm: Chỉ tiêu thị phần tín dụng tiêu dùng và sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Chỉ tiêu doanh số của các sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Chỉ tiêu dư nợ của các sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Chỉ tiêu thu nhập của các sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Chỉ tiêu chi phí cho các sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Chỉ tiêu về rủi ro nợ xấu của các sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Chỉ tiêu số lượng khách hàng của các sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Chỉ tiêu lợi ích cộng đồng, trách nhiệm xã hội của sản phẩm tín dụng tiêu dùng.

Hai là: luận án tổng hợp, phân tích, minh chứng rõ thực trạng phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng từ đó nghiên cứu đưa ra được hệ thống các yếu tố tác động quyết định đến phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng, gồm: Yếu tố nghiên cứu thị trường tín dụng tiêu dùng; Yếu tố phát triển nguồn nhân lực tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng; Yếu tố nghiên cứu sản phẩm tín dụng tiêu dùng toàn diện tại ngân hàng; Yếu tố nghiên cứu khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Yếu tố quảng bá sản phẩm, marketing sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Yếu tố cơ sở vật chất, kỹ thuật của ngân hàng phục vụ phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Một số bài học kinh nghiệm cho Agribank nhằm phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng.

Ba là: luận án đã xây dựng được mô hình nghiên cứu định lượng gồm các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam. Những kết quả đóng góp mới của mô hình bao gồm:

(1) Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự ảnh hưởng tích cực của các yếu tố: Yếu tố nghiên cứu thị trường tín dụng tiêu dùng; Yếu tố phát triển nguồn nhân lực tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng; Yếu tố nghiên cứu sản phẩm tín dụng tiêu dùng toàn diện tại ngân hàng; Yếu tố nghiên cứu khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Yếu tố quảng bá sản phẩm, marketing sản phẩm tín dụng tiêu dùng; Yếu tố cơ sở vật chất, kỹ thuật của

ngân hàng; tác động tích cực đến phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại Agribank.

(2) Những kết luận của luận án phù hợp với lý thuyết cũng như kết quả của các nghiên cứu trong và ngoài nước đã công bố về sản phẩm tín dụng nói chung nhưng mức độ và thứ tự ảnh hưởng đã có nhiều thay đổi đối với sản phẩm tín dụng tiêu dùng, trong đó nổi bật là các nghiên cứu trước đây cho rằng yếu tố nghiên cứu khách hàng sản phẩm tín dụng là yếu tố có mức độ ảnh hưởng lớn nhất đến phát triển sản phẩm tín dụng nói chung, tuy nhiên đối với phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng thì yếu tố nghiên cứu thị trường toàn diện là nhân tố có ảnh hưởng lớn nhất đến phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại Agribank.

(3) Luận án đã đưa ra những bằng chứng định lượng chứng minh cho những nguyên nhân của tồn tại và hạn chế trong phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại Agribank hiện nay có liên quan mật thiết với các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng.

(4) Luận án cũng đã đưa ra được các bằng chứng định lượng cho thấy để phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng một cách hiệu quả thì cần phải thực hiện những giải pháp hữu hiệu có liên quan mật thiết đến các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng.

Bốn là: luận án đã đề xuất 06 nhóm giải pháp đối với ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030. Luận án cũng đưa ra những kiến nghị đối với Chính phủ, các cơ quan chức năng, ngân hàng Nhà nước để vận dụng trong việc xây dựng và thực thi cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại các NHTM nói chung và tại ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam nói riêng.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

Hà nội, ngày tháng năm 2019

Nghiên cứu sinh

THỨ NHẤT

THỨ HAI

TS. Nghiêm Văn Bảy

TS. Nguyễn Xuân Điền

Nguyễn Thị Minh

SUMMARY OF NEW CONCLUSIONS OF DOCTORAL THESIS

1. Thesis subject: *“Public property management of public higher education institutions in Vietnam”*

2. Full name of PhD Candidate: NGUYEN THI MINH

3. Major: Finance and Banking

Code: 9.34.02.01

4. Full name of the scientific Instructors:

1. Dr. NGHIEM VAN BAY;

2. Dr. NGUYEN XUAN DIEN

5. New findings of the thesis

From the results of theoretical and practical research on the development of consumer credit products of Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development, the thesis has the following new conclusions:

Firstly, systematizing and analyzing contribute to clarify some theoretical issues on developing consumer credit products at commercial banks; The thesis proposes a system of criteria to evaluate the effectiveness of development of consumer credit products, including: Indicators of market share of consumer credit and consumer credit products; Sales targets of consumer credit products; Debt balance of consumer credit products; Income targets of consumer credit products; Expenditure targets for consumer credit products; Criteria on bad debt risk of consumer credit products; Target number of customers of consumer credit products; Indicators of community benefits, social responsibility of consumer credit products.

Secondly, the dissertation summarizes, analyzes and clearly demonstrates the current situation of development of consumer credit products from which the study provides a system of decisive factors affecting the development of consumer credit products in banks, including: Factors of consumer credit market; Factors for developing human resources of consumer credit at banks; Research factors of comprehensive consumer credit products at banks; Researching customers using consumer credit products; Factors promoting products, marketing consumer credit products; Physical and technical factors of the bank serving the development of consumer credit products; Some lessons for Agribank to develop consumer credit products at banks.

Thirdly, the thesis has built a quantitative research model including factors affecting the development of consumer credit products at the Bank for Agriculture and Rural Development of Vietnam. New results of the model include:

(1) The research results show that there is a positive influence of the following factors: Consumer credit market research factors; Factors for developing human resources of consumer credit at banks; Research factors of comprehensive consumer credit products at banks; Researching customers using consumer credit products; Factors

promoting products, marketing consumer credit products; Material and technical factors of the bank; positive impact on the development of consumer credit products at Agribank.

(2) The conclusions of the thesis are consistent with the theory as well as the results of domestic and foreign studies published on credit products in general, but the extent and order of influence have changed a lot for with consumer credit products, among which are previous studies that credit customer research is the factor that has the greatest impact on the development of credit products in general, However, for the development of consumer credit products, the comprehensive market research is the most influential factor in developing consumer credit products at Agribank.

(3) The thesis has provided quantitative evidence proving the causes of existence and limitations in developing consumer credit products at Agribank today, which is closely related to the factors affecting develop consumer credit products at banks.

(4) The thesis has also provided quantitative evidence to show that in order to develop consumer credit products effectively, it is necessary to implement effective solutions that are closely related to the image factors. affecting the development of consumer credit products at banks.

Fourthly, the thesis has proposed 06 groups of solutions for the Bank for Agriculture and Rural Development of Vietnam to 2025 and a vision to 2030. The thesis also makes recommendations to the Government and agencies. authorities, the State Bank to apply in developing and implementing mechanisms and policies to support the development of consumer credit products at commercial banks in general and at the Bank for Agriculture and Rural Development of Vietnam Nam in particular.

SCIENTIFIC INSTRUCTORS

Hanoi, September 12nd, 2019

Instructor 1

Instructor 2

PhD. Candidate

Dr. Nghiem Van Bay

Dr. Nguyen Xuan Dien

Nguyen Thi Minh