

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

LÊ THANH PHƯƠNG

MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP
NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI
CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh
Mã số : 60.34.05

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Người hướng dẫn khoa học: TS. LÊ VĂN HUY

2012 | PDF | 113 Pages
buihuuhanh@gmail.com

Đà Nẵng - Năm 2012

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Học Viên

Lê Thanh Phương

MỤC LỤC

| | |
|--|-----------|
| MỞ ĐẦU | 1 |
| 1. Tính cấp thiết của đề tài | 1 |
| 2. Mục đích nghiên cứu | 2 |
| 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu | 2 |
| 4. Phương pháp nghiên cứu | 2 |
| 5. Bố cục luận văn | 3 |
| 6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu | 3 |
| CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, TÍN DỤNG NGÂN HÀNG VÀ MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG TỔ CHỨC | 6 |
| 1.1. NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI | 6 |
| 1.1.1. Khái niệm về ngân hàng thương mại | 6 |
| 1.1.2. Vai trò của Ngân hàng thương mại | 7 |
| 1.1.3. Chức năng của Ngân hàng thương mại | 7 |
| 1.2. KHÁI QUÁT VỀ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA | 9 |
| 1.2.1. Khái niệm Doanh nghiệp nhỏ và vừa | 9 |
| 1.2.2. Đặc điểm của Doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam..... | 10 |
| 1.3. TÍN DỤNG NGÂN HÀNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA | 12 |
| 1.3.1. Khái niệm và phân loại tín dụng | 12 |
| 1.3.2. Vai trò của tín dụng ngân hàng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa | 20 |
| 1.4. MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI | 23 |
| 1.4.1 Khái niệm, phương thức mở rộng tín dụng Ngân hàng thương mại | 23 |

| | |
|--|-----------|
| 1.4.2 Sự cần thiết của việc mở rộng tín dụng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Ngân hàng thương mại | 25 |
| 1.5. CÁC CHỈ TIÊU CHỦ YẾU PHẢN ẢNH MỞ RỘNG TÍN DỤNG DNNVV | 26 |
| 1.5.1. Các chỉ tiêu định tính | 26 |
| 1.5.2. Các chỉ tiêu định lượng | 27 |
| 1.6. NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI MỞ RỘNG TÍN DỤNG NGÂN HÀNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA NHTM..... | 30 |
| 1.6.1 Các nhân tố môi trường vĩ mô | 31 |
| 1.6.2. Khách hàng..... | 32 |
| 1.6.3. Đối thủ cạnh tranh | 35 |
| 1.6.4. Các nhân tố môi trường nội bộ ngân hàng | 35 |
| CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG KINH DOANH VÀ MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH | 43 |
| 2.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH | 43 |
| 2.1.1. Khái quát lịch sử hình thành và phát triển..... | 43 |
| 2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ | 43 |
| 2.1.3. Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý | 45 |
| 2.1.4. Môi trường kinh doanh..... | 46 |
| 2.1.5. Kết quả hoạt động kinh doanh..... | 48 |
| 2.2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH TRONG THỜI GIAN QUA. | 50 |
| 2.2.1. Nguồn vốn huy động | 50 |
| 2.2.2. Các hoạt động cấp tín dụng tại Ngân hàng Quân đội – CN Bình Định | 53 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.3. Chất lượng hoạt động tín dụng | 60 |
| 2.3. TÌNH HÌNH MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH | 60 |
| 2.3.1. Tình hình mở rộng về khách hàng | 60 |
| 2.3.2. Tình hình mở rộng về sản phẩm, dịch vụ tín dụng | 61 |
| 2.3.3. Tình hình mở rộng về mạng lưới hoạt động | 62 |
| 2.4. NHỮNG VẤN ĐỀ RÚT RA QUA CÔNG TÁC NGHIÊN CỨU TÌNH HÌNH MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG QUÂN ĐỘI – CN BÌNH ĐỊNH | 63 |
| 2.4.1. Những kết quả đạt được | 63 |
| 2.4.2. Những hạn chế, tồn tại | 64 |
| 2.4.3. Nguyên nhân của hạn chế, tồn tại | 65 |
| CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NHẪM MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI -CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH | 66 |
| 3.1 NHỮNG QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ XÃ HỘI | 66 |
| 3.1.1. Mục tiêu và định hướng phát triển kinh tế - xã hội chủ yếu của tỉnh Bình Định đến năm 2015 | 66 |
| 3.1.2. Định hướng phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Bình Định | 68 |
| 3.1.3. Định hướng mở rộng tín dụng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa . | 69 |
| 3.1.4. Phạm vi thẩm quyền của Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Bình Định trong đề xuất giải pháp..... | 70 |
| 3.2. GIẢI PHÁP MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DNNVV TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH | 70 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.1. Đẩy mạnh hoạt động marketing ngân hàng | 70 |
| 3.2.2. Xây dựng chiến lược kinh doanh đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ | 73 |
| 3.2.3. Xây dựng hệ thống thông tin tốt..... | 74 |
| 3.2.4. Nâng cao hiệu quả huy động vốn trung và dài hạn | 74 |
| 3.2.5 Một số giải pháp khác | 76 |
| 3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ..... | 81 |
| 3.3.1 Đối với nhà nước | 81 |
| 3.3.2 Đối với Ngân hàng Nhà nước | 84 |
| 3.3.3 Đối với Ngân hàng TMCP Quân đội Hội sở | 86 |
| KẾT LUẬN | 87 |

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN

PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT

| | |
|-------|---------------------------|
| CP | : Cổ phần |
| DN | : Doanh nghiệp |
| BĐ | : Bình Định |
| NHQĐ | : Ngân hàng TMCP Quân đội |
| NHTM | : Ngân hàng thương mại |
| NN | : Nhà nước |
| PGD | : Phòng giao dịch |
| TCKT | : Tổ chức kinh tế |
| TCTD | : Tổ chức tín dụng |
| TMCP | : Thương mại cổ phần |
| TP | : Thành phố |
| UBND | : Ủy ban nhân dân |
| VN | : Việt Nam |
| DNNVV | : Doanh nghiệp nhỏ và vừa |
| DNNN | : Doanh nghiệp nhà nước |
| NHNN | : Ngân hàng nhà nước |
| QHKH | : Quan hệ khách hàng |
| CN | : Chi nhánh |
| TSDB | : Tài sản đảm bảo |
| CBNV | : Cán bộ nhân viên |

DANH MỤC CÁC BẢNG

| Số hiệu bảng | Tên bảng | Trang |
|---------------------|--|--------------|
| 2.1 | Kết quả kinh doanh của NHQĐ BĐ | 49 |
| 2.2 | Tốc độ tăng trưởng huy động vốn tại NHQĐ BĐ | 51 |
| 2.3 | Dư nợ cho vay tại NHQĐ BĐ | 53 |
| 2.4 | Thị phần dư nợ cho vay trên địa bàn tỉnh Bình Định | 54 |
| 2.5 | Cơ cấu dư nợ cho vay theo thời gian tại NHQĐ BĐ | 54 |
| 2.6 | Cơ cấu dư nợ cho vay theo thành phần kinh tế tại NHQĐ BĐ | 55 |
| 2.7 | Cơ cấu dư nợ cho vay theo tài sản đảm bảo | 56 |
| 2.8 | Cơ cấu dư nợ cho vay theo phương thức cho vay | 57 |
| 2.9 | Cơ cấu dư nợ cho vay theo ngành nghề kinh tế | 58 |
| 2.10 | Doanh số của hoạt động bảo lãnh tại NHQĐ BĐ | 59 |
| 2.11 | Doanh số của hoạt động chiết khấu tại NHQĐ BĐ | 60 |
| 2.12 | Số lượng khách hàng có quan hệ tín dụng tại NHQĐ BĐ | 61 |
| 2.13 | Một số kết quả hoạt động của các phòng giao dịch | 63 |

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong quá trình đổi mới kinh tế ở Việt Nam, các DNNVV đóng vai trò quan trọng, góp phần gìn giữ và phát triển những ngành nghề truyền thống, tạo nhiều việc làm. Chiếm hơn 97% tổng số doanh nghiệp hiện có trên cả nước, các DNNVV đang hoạt động trong môi trường kinh tế chưa hoàn toàn thuận lợi cả tầm vĩ mô và vi mô. Trong đó gặp nhiều khó khăn về công nghệ sản xuất kinh doanh, mô hình quản lý, tiến độ, kỹ năng của đội ngũ lãnh đạo và tay nghề của người lao động, phương thức tiếp thị sản phẩm, đặc biệt là sự hạn chế về tiếp cận thông tin và dịch vụ tài chính, vốn đầu tư.

Là nơi cung cấp các dịch vụ tài chính và vốn đầu tư, các Ngân hàng đã trở thành một địa chỉ quan trọng của các doanh nghiệp, là một cơ sở quyết định sự tồn tại của Doanh nghiệp trên thị trường kinh doanh. Do đó nhiệm vụ cung cấp vốn cho nền kinh tế nói chung và cho các doanh nghiệp nói riêng là nghiệp vụ quan trọng của ngân hàng.

Trong tiến trình phát triển của đơn vị, qua 17 năm hình thành và phát triển đến nay Ngân hàng TMCP Quân đội đã là một ngân hàng TMCP hàng đầu tại Việt Nam, thực hiện mọi hoạt động kinh doanh tiền tệ, tín dụng, dịch vụ ngân hàng và phi ngân hàng.

Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Bình Định là chi nhánh trực thuộc Ngân hàng TMCP Quân đội, hoạt động kinh doanh trên địa bàn tỉnh Bình định. Tại đây hoạt động kinh doanh chủ yếu của Chi nhánh là huy động vốn để cho vay và phát triển kinh tế, phục vụ đời sống xã hội, song thực trạng vẫn còn nhiều bất cập về việc mở rộng tín dụng đối với các Doanh nghiệp nhỏ và vừa nhằm đảm bảo cơ cấu tín dụng, sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn huy động, nâng cao khả năng cạnh tranh của chi nhánh.

Do đó qua thực tế hiện nay, Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Bình Định cho thấy nguồn vốn tín dụng ngân hàng đầu tư cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa còn chưa nhiều. Một phần là do khách hàng truyền thống và do mục tiêu của Ngân hàng chủ yếu là các doanh nghiệp lớn, mặt khác do doanh nghiệp nhỏ và vừa ở nước ta sử dụng vốn tín dụng chưa hợp lý và hiệu quả. Chính vì vậy, việc tìm ra các giải pháp để mở rộng tín dụng đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa đang là mối quan tâm đặc biệt của các Ngân hàng thương mại.

Xuất phát từ quan điểm đó và thực trạng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội - chi nhánh Bình Định, tôi chọn đề tài **“Mở rộng tín dụng đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng TMCP Quân đội - chi nhánh Bình Định”** làm đề tài nghiên cứu.

2. Mục đích nghiên cứu

- Luận văn góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận về mở rộng tín dụng đối với khách hàng tổ chức.

- Phân tích thực trạng mở rộng tín dụng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng Quân đội chi nhánh Bình Định.

- Đề xuất các giải pháp mở rộng tín dụng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng Quân đội chi nhánh Bình Định.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Tất cả các vấn đề về lý luận và thực tế mở rộng tín dụng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng Quân đội chi nhánh Bình Định trong thời gian qua.

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng phương pháp sau: phương pháp duy vật biện chứng, phương pháp duy vật lịch sử, phương pháp so sánh, tổng hợp, thống kê, phân tích...

5. Bố cục luận văn

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn được kết cấu gồm 03 chương:

Chương I. Những vấn đề lý luận về Ngân hàng thương mại, tín dụng ngân hàng và mở rộng tín dụng đối với khách hàng tổ chức.

Chương II. Thực trạng kinh doanh và mở rộng tín dụng đối với các Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Bình Định.

Chương III. Giải pháp nhằm mở rộng tín dụng đối với các Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Bình Định.

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

- Quản trị ngân hàng thương mại, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, năm 2009, PGS.TS Phan Thị Thu Hà

Hoạt động của ngân hàng thương mại là hoạt động có tính chất kinh doanh. Đòi hỏi phải có một hệ thống tổ chức quản lý giỏi, để vừa hạn chế, ngăn ngừa rủi ro trong kinh doanh, vừa thu được lợi nhuận cao để không ngừng mở rộng, phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh, trong điều kiện thị trường tài chính Việt Nam dần dần mở cửa theo lộ trình đã được cam kết với Tổ chức thương mại Thế giới. Trong điều kiện đó, vấn đề nghiên cứu và nâng cao hiệu quả quản trị kinh doanh trong các ngân hàng thương mại có ý nghĩa rất quan trọng, không những đối với mỗi ngân hàng thương mại, mà còn có đối với toàn bộ hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam.

Tác giả đã đi từ vấn đề tổng quan, đến các nội dung cụ thể trong quản trị ngân hàng như: Quản trị nguồn vốn, quản trị tài sản nợ, quản trị tài sản có, quản trị tài chính, quản trị rủi ro trong kinh doanh ngân hàng, quản trị nhân lực...

- Tín dụng và thẩm định tín dụng ngân hàng, Nhà xuất bản tài chính, năm 2008, TS. Nguyễn Minh Kiều

Ngoài những vấn đề lý thuyết căn bản giúp người đọc có cái nhìn tổng quan về tín dụng ngân hàng, tác giả đã đưa thêm vào hai vấn đề khá mới mẻ mà hầu như chưa có cuốn sách nào đề cập tới đó là: Thẩm định tín dụng và xếp hạng tín dụng.

- Tín dụng ngân hàng, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, năm 2009, PGS.TS Lê Văn Tề

Tác giả đã đề cập từ những vấn đề cơ bản nhất về tín dụng, khái niệm, tài sản đảm bảo, phân tích tín dụng,...đến cụ thể đối với hình thức tín dụng: Tín dụng ứng trước, tín dụng trung dài hạn, chiết khấu thương phiếu, tín dụng tiêu dùng, cho thuê tài chính..

- Quản trị ngân hàng thương mại, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, năm 2009, PGS.TS Phan Thị Cúc

Tác giả đã hệ thống hóa những vấn đề cơ bản của quản trị ngân hàng thương mại trong điều kiện nền kinh tế hội nhập như hiện nay: Quản trị vốn chủ sở hữu, quản trị tài sản nợ, tài sản có của ngân hàng thương mại, quản trị thu nhập, chi phí, lợi nhuận và quản trị rủi ro trong kinh doanh ngân hàng, quản trị các nguồn lực khác của Ngân hàng thương mại ở Việt Nam.

- Marketing ngân hàng, Nhà xuất bản thống kê Thành phố Hồ Chí Minh, năm 2008, TS Trịnh Quốc Trung

Marketing ngân hàng được xem là một hướng chuyên sâu của việc ứng dụng các nguyên tắc, quy luật của marketing công nghiệp vào hoạt động của một lĩnh vực dịch vụ có tính đặc thù hướng đến việc tìm hiểu nhu cầu của khách hàng về dịch vụ tài chính, cách thức khách hàng lựa chọn quyết định và sử dụng các sản phẩm do các ngân hàng cung cấp.

Tác giả đã cung cấp cái nhìn tổng quan về marketing ngân hàng cũng như thông tin tham khảo về: hoạch định chiến lược, nghiên cứu phân đoạn thị

trường, quản lý, phát triển, định giá và phân phối sản phẩm, dịch vụ ngân hàng.

Ngoài ra, trong quá trình thực hiện đề tài, tác giả đã tham khảo từ một số nghiên cứu đi trước và các tài liệu có liên quan, để từ đó rút ra được những định hướng và phương pháp nghiên cứu cho phù hợp với đề tài của mình. Cụ thể:

+ Đề tài: *Giải pháp mở rộng tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa tại hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam*, của Phạm Thị Minh Hiền, giúp tác giả có được định hướng và tham khảo được phương pháp nghiên cứu về mở rộng tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa tại hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam.

+ Đề tài: *Mở rộng hoạt động tín dụng tại ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam*, của Phạm Tường Huy, giúp tác giả hiểu rõ hơn về các phương thức mở rộng hoạt động tín dụng cũng như định hướng của hệ thống Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam trong việc mở rộng hoạt động tín dụng trong bối cảnh hiện nay.

+ Đề tài: *Giải pháp mở rộng tín dụng tại ngân hàng nông nghiệp huyện Phước Sơn, tỉnh Quảng Nam*, của Nguyễn Tiến Nam, là một tài liệu tham khảo khác để giúp tác giả có cái nhìn rộng hơn về giải pháp mở rộng tín dụng tại các ngân hàng ngoài hệ thống, để từ đó có thể đưa ra được những giải pháp phù hợp hơn trong phần kiến nghị của đề tài.

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, TÍN DỤNG NGÂN HÀNG VÀ MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG TỔ CHỨC

1.1. NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, VAI TRÒ VÀ CHỨC NĂNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1.1. Khái niệm về ngân hàng thương mại

Sự hình thành và phát triển của nền kinh tế thị trường tất yếu dẫn đến việc hình thành thị trường tài chính và sự ra đời của trung gian tài chính, trong đó lực lượng nòng cốt là các NHTM. Sự ra đời của hệ thống NHTM đã đánh dấu một bước phát triển trong đời sống kinh tế, xã hội loài người. Hệ thống ngân hàng hiện nay là quá trình hình thành và phát triển lâu dài, phù hợp với tiến trình phát triển gắn liền với nền sản xuất hàng hóa và được xem là bộ phận không thể tách rời và tồn tại như một tất yếu lịch sử trong đời sống kinh tế, xã hội hiện đại.

Theo Luật các Tổ chức tín dụng được Quốc hội Việt Nam thông qua ngày 16/06/2010, định nghĩa: “Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác theo quy định của Luật này nhằm mục tiêu lợi nhuận”. Luật này còn định nghĩa: “Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp thực hiện một, một số hoặc tất cả các hoạt động ngân hàng. Tổ chức tín dụng bao gồm ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng, tổ chức tài chính vi mô và quỹ tín dụng nhân dân”. Hoạt động ngân hàng là việc kinh doanh, cung ứng thường xuyên một hoặc một số các nghiệp vụ sau đây: Nhận tiền gửi; Cấp tín dụng; Cung ứng dịch vụ thanh toán qua tài khoản.

1.1.2. Vai trò của Ngân hàng thương mại

Trong nền kinh tế thị trường, NHTM có vai trò hết sức quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội.

Trước hết, NHTM đóng vai trò to lớn trong việc thu hút, huy động tích tụ và tập trung các nguồn tài chính nhàn rỗi trong nền kinh tế, góp phần tài trợ nhu cầu về vốn cho quá trình sản xuất kinh doanh, phát triển kinh tế, xã hội.

NHTM là cầu nối giữ tiết kiệm và đầu tư. Ngân hàng thu hút những khoản tiết kiệm trong phạm vi toàn xã hội để đáp ứng nhu cầu về vốn cho quá trình sản xuất kinh doanh, đầu tư mở rộng năng lực hoạt động kinh doanh.

NHTM đóng vai trò quan trọng thúc đẩy nâng cao sử dụng các nguồn tài chính, tạo điều kiện thuận lợi, dễ dàng cho việc luân chuyển vốn và sự di chuyển vốn từ lĩnh vực kinh doanh kém hiệu quả sang lĩnh vực kinh doanh có hiệu quả.

NHTM góp phần đảm bảo cho quá trình sản xuất kinh doanh được liên tục, không bị đứt quãng thông qua việc cung cấp vốn đầu tư. Ngân hàng đóng vai trò là cầu nối, thu hút vốn từ những thực thể thừa vốn chuyển sang những thực thể thiếu vốn, từ đó đảm bảo cho quá trình sản xuất kinh doanh diễn ra liên tục.

NHTM góp phần thực hiện chính sách tài chính-tiền tệ của Nhà nước, điều tiết và kiểm soát hoạt động của thị trường tiền tệ và thị trường vốn, điều hòa hoạt động kinh tế, xã hội.

1.1.3. Chức năng của Ngân hàng thương mại

- Chức năng trung gian tài chính:

Quan hệ tín dụng trực tiếp giữa chủ thể có tiền tạm thời nhàn rỗi và chủ thể có nhu cầu tiền tệ bổ sung gặp phải nhiều hạn chế vì người có nhu cầu khó tìm được người có khả năng cung cấp. Hoạt động ngân hàng khắc phục được những khó khăn nói trên, đứng ra tập trung tiền tệ chưa sử dụng của tất cả các

chủ thể trong nền kinh tế bao gồm các cá nhân, tổ chức doanh nghiệp và các cơ quan nhà nước, trên cơ sở đó cung cấp cho các chủ thể có nhu cầu cần bổ sung.

Bên cạnh đó ngân hàng còn làm trung gian thanh toán, trung gian trong các dịch vụ tài chính khác.

Thông qua chức năng này giúp cho nền kinh tế sử dụng vốn hiệu quả, tiết kiệm được các chi phí trong các hoạt động kinh doanh.

- Chức năng tạo tiền:

Chức năng này được thể hiện trong quá trình NHTM cấp tín dụng cho nền kinh tế và hoạt động đầu tư của NHTM, trong mối quan hệ với NHNN, đặc biệt trong quá trình thực hiện chính sách tiền tệ là ổn định giá trị đồng tiền.

- Chức năng cung cấp và quản lý các phương tiện thanh toán:

Các NHTM cung cấp một danh mục phương tiện thanh toán rất đa dạng và phong phú: Séc chuyển tiền, thẻ tín dụng.... Sự xuất hiện của các phương tiện thanh toán này tạo điều kiện cho các cá nhân, tổ chức dễ dàng giao dịch thương mại, mua bán hàng hóa an toàn, nhanh chóng, chi phí thấp.

- NHTM cung cấp các dịch vụ tài chính:

Ngoài các dịch vụ truyền thống là huy động và cho vay, NHTM ngày nay còn cung cấp một danh mục khá đa dạng và phong phú: dịch vụ thanh toán, dịch vụ môi giới, bảo lãnh, tư vấn, bảo hiểm,..

Cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật, các loại dịch vụ ngân hàng cũng phát triển và mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng. Chưa bao giờ các dịch vụ tài chính ngân hàng lại phát triển như hiện nay, tỷ trọng thu nhập từ thu phí dịch vụ ở các ngân hàng hiện đại có thể chiếm tới 40-60% tổng thu nhập của ngân hàng. Đồng thời, việc phát triển các dịch vụ này cũng làm tăng

hiệu quả sử dụng vốn, tăng chu chuyển vốn trong nền kinh tế, làm giảm lượng tiền mặt trong lưu thông, do đó tiết kiệm được chi phí in ấn, kiểm đếm tiền.

Ngày nay, trong điều kiện cạnh tranh rất khốc liệt giữa các Ngân hàng, việc đưa ra các dịch vụ mới làm tăng tiện ích cho khách hàng là một yếu tố để cạnh tranh. Chính vì vậy, các ngân hàng ngày nay rất tích cực đầu tư trang bị cơ sở vật chất, áp dụng công nghệ tin học, khoa học kỹ thuật vào hoạt động của mình. Nếu các NHTM có thể đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng về dịch vụ, tạo được uy tín với khách hàng thì đây cũng là một biện pháp, yếu tố để tăng khả năng mở rộng các hoạt động kinh doanh của mình.

1.2. KHÁI QUÁT VỀ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

1.2.1. Khái niệm Doanh nghiệp nhỏ và vừa

Theo điều 03 của Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/06/2009, Định nghĩa Doanh nghiệp nhỏ và vừa được quy định là cơ sở kinh doanh đã đăng kí doanh theo quy định pháp luật, được chia thành ba cấp: siêu nhỏ, vừa theo quy mô tổng nguồn vốn (tổng nguồn vốn tương tổng tài sản được xác định trong bảng cân đối kế toán của Doanh nghiệp) hoặc số lao động bình quân năm (tổng nguồn vốn là tiêu chí ưu tiên), cụ thể như sau:

| Quy mô | Doanh nghiệp siêu nhỏ | Doanh nghiệp nhỏ | | Doanh nghiệp vừa | |
|---------------------------------|-----------------------|----------------------|--------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|
| Khu vực | Số lao động | Tổng nguồn vốn | Số lao động | Tổng nguồn vốn | Số lao động |
| I. Nông, lâm nghiệp và thủy sản | 10 người trở xuống | 20 tỷ đồng | Từ trên 10 người đến 200 người | Từ trên 20 tỷ đồng đến 100 tỷ đồng | Từ trên 200 người đến 300 người |
| II. Công nghiệp và xây dựng | 10 người trở xuống | 20 tỷ đồng | Từ trên 10 người đến 200 người | Từ trên 20 tỷ đồng đến 100 tỷ đồng | Từ trên 200 người đến 300 người |
| III. Thương mại và dịch vụ | 10 người trở xuống | 10 tỷ đồng trở xuống | Từ trên 10 người đến 50 người | Từ trên 10 tỷ đồng đến 50 tỷ đồng | Từ trên 50 người đến 100 người |

1.2.2. Đặc điểm của Doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam

- Năng động, linh hoạt, sáng tạo trong kinh doanh

Do quy mô vừa và nhỏ và mô hình tổ chức giản đơn nên các doanh nghiệp dễ dàng chuyển hướng sản xuất kinh doanh khác khi thấy lĩnh vực ngành nghề sản xuất đó có lợi hơn. Việc điều chuyển này cũng không khó khăn và tốn kém như sự thay đổi ngành nghề sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp lớn. Với lợi thế này của mình các DNNVV có thể nắm bắt được cả những yêu cầu nhỏ lẻ mang tính khu vực và địa phương, khai thác hết năng lực của mình, sáng tạo trong hoạt động để đạt được hiệu quả kinh doanh cao nhất.

- Có thể nhanh chóng thích ứng công nghệ hiện đại thế giới:

Do các trang thiết bị máy móc phục vụ sản xuất kinh doanh của các DNNVV đa phần có giá trị không quá lớn như trong các Doanh nghiệp lớn, nên các DNNVV dễ dàng đổi mới, áp dụng được công nghệ hiện đại phục vụ quá trình sản xuất kinh doanh cho năng suất cao.

- Hầu hết các Doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam công nghệ đã được cải thiện nhưng vẫn còn lạc hậu so với các nước phát triển trên thế giới:

Trong bối cảnh cạnh tranh quốc tế đang diễn ra gay gắt trong lĩnh vực khoa học công nghệ thì trình độ khoa học kỹ thuật của phần lớn DNNVV Việt Nam trong 5 năm qua đã có những cải thiện đáng kể trong việc ứng dụng các thiết bị khoa học công nghệ. Từ việc sử dụng các thiết bị lạc hậu từ 20 - 50 so với các thiết bị nước bạn tính từ trước năm 2000, đến nay các doanh nghiệp nước ta đã nhanh chóng ứng dụng các phần mềm mới cùng với các trang thiết bị hiện đại vào khâu sản xuất kinh doanh.

- Tổ chức sản xuất quản lý các doanh nghiệp nhỏ và vừa gọn nhẹ tiết kiệm chi phí:

Với số lượng lao động không nhiều, việc tổ chức sản xuất cũng như bộ máy quản lý trong các DNNVV tương đối nhỏ gọn, không có nhiều các khâu trung gian làm tăng hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. Các quyết định chế độ, chỉ tiêu... đến với người lao động cũng nhanh chóng vì thế mà công tác kiểm tra giám sát tiến hành thuận lợi, không phải qua nhiều khâu trung gian, tiết kiệm được chi phí, thời gian quản lý doanh nghiệp.

- Vốn chủ sở hữu nhỏ:

Theo thống kê kinh tế số lượng DNNVV chiếm khoảng 97% số doanh nghiệp trong cả nước. Cả nước hiện có nhưng số vốn đăng ký của các doanh nghiệp chỉ chiếm khoảng 50% tổng số vốn kinh doanh của các doanh nghiệp trong cả nước. Trong đó có tới 40% các DNNVV có số vốn dưới 5 tỷ đồng là

doanh nghiệp ở quy mô nhỏ. Điều này cho thấy các DNNVV có vốn kinh doanh rất nhỏ.

- Trình độ người quản lý và người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt nam còn hạn chế:

Trong số hơn 25% lao động có chuyên môn thì chỉ 7% lao động có trình độ cao đẳng và đại học. Chủ doanh nghiệp có trình độ Đại học cũng chỉ khoảng 4%. Về cơ bản, đội ngũ này mới được hình thành những năm 90, còn thiếu kinh nghiệm nhiều mặt, từ kỹ năng quản lý đến hiểu biết về công nghệ và thị trường. Quy mô nhỏ, lại khó khăn về vốn nên hầu hết các DNNVV không đủ kinh phí để đầu tư, nâng cao trình độ chuyên môn cho người lao động.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm nhỏ bé: Thị trường tiêu thụ sản phẩm của các DNNVV gặp không ít khó khăn xuất phát từ nhiều nguyên nhân chủ yếu là quyền sở hữu công nghiệp chưa được thực hiện nghiêm túc, sản phẩm luôn bị tấn công do việc xuất hiện các mặt hàng làm giả, hàng nhái, hàng nhập lậu. Cùng với sự độc quyền của một số doanh nghiệp lớn khiến sức cạnh tranh của DNNVV lại càng nhỏ trên thị trường nội địa. Ngoài ra còn do hạn chế về công nghệ dẫn đến mặt hàng sản xuất chưa đa dạng, chất lượng và tính cạnh tranh chưa cao, khả năng tiếp cận thị trường kém. Do đó thị trường tiêu thụ của các DNNVV còn khá nhỏ bé.

1.3. TÍN DỤNG NGÂN HÀNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

1.3.1. Khái niệm và phân loại tín dụng

a. Khái niệm về tín dụng

Tín dụng là một phạm trù kinh tế, ra đời, tồn tại và phát triển cùng với sự ra đời tồn tại và phát triển của nền sản xuất và lưu thông hàng hoá. Tín dụng ra đời là một yếu tố khách quan của sự phát triển kinh tế xã hội.

Mặc dù hoạt động tín dụng ra đời từ rất lâu nhưng cho đến nay người ta vẫn chưa thống nhất khi định nghĩa đầy đủ về tín dụng. Khái niệm “tín dụng” có nguồn gốc từ thuật ngữ La tinh *credittum* có nghĩa là sự tin tưởng, tín nhiệm. Hiểu một cách nôm na thì tín dụng là sự vay mượn giữa hai bên (Bên cho vay và Bên vay).

Theo từ điển thuật ngữ tín dụng, tín dụng là một phạm trù kinh tế thể hiện mối quan hệ giữa người cho vay và người đi vay. Trong quan hệ này người cho vay có nhiệm vụ chuyển giao quyền sử dụng tiền hoặc hàng hoá cho vay cho người đi vay trong một thời gian nhất định. Người đi vay tới kỳ hạn trả nợ có nghĩa vụ hoàn trả số tiền hoặc hàng hoá đã vay, có kèm hoặc không kèm một khoản lãi.

Theo Mác thì "tín dụng - dưới hình thức biểu hiện của nó - là sự tín nhiệm ít nhiều có căn cứ đã khiến cho người này giao cho người khác một số tư bản nào đó dưới hình thái hàng hoá được đánh giá thành một số tiền nhất định. Số tiền này bao giờ cũng phải được trả lại trong một thời hạn đã được ấn định"

Theo quan niệm của các nhà nghiên cứu kinh tế, tín dụng được coi là một quan hệ vay mượn lẫn nhau giữa người cho vay và người đi vay với điều kiện có hoàn trả cả vốn lẫn lãi sau một thời gian nhất định. Hay nói một cách khác, *tín dụng là một phạm trù kinh tế phản ánh mối quan hệ kinh tế mà trong đó mỗi cá nhân hay tổ chức nhường quyền sử dụng (chuyển nhượng) một khối lượng giá trị hoặc hiện vật cho một cá nhân hay tổ chức khác với những ràng buộc nhất định về: Số tiền hoàn trả (gốc và lãi), thời gian hoàn trả, lãi suất, cách thức vay mượn và thu hồi...*

Đối tượng của sự chuyển nhượng bao gồm:

- Hình thái hiện vật - hàng hoá: đó chính là việc kéo dài thời hạn thanh toán trong quan hệ mua bán.

- Hình thức giá trị: thực chất là việc “ứng trước” hay “đầu tư” trực tiếp bằng tiền (cho vay bằng tiền).

Những điều kiện mà hai bên thường thoả thuận là:

- Khối lượng hàng hoá hay tiền tệ được chuyển nhượng.
- Thời hạn sử dụng vốn của người vay.
- Thu nhập (lợi tức) mà người cho vay được hưởng.
- Những điều kiện ràng buộc nghĩa vụ hoàn trả của người đi vay...

Những điều kiện này mà một trong hai bên không chấp nhận thì không thể hình thành quan hệ tín dụng. Như vậy, tín dụng thể hiện các đặc trưng cơ bản:

- Sự chuyển nhượng giá trị từ người sở hữu sang người sử dụng.
- Sau một thời gian thu hồi về một lượng giá trị lớn hơn lượng giá trị ban đầu: thu hồi đúng thời hạn cả gốc và lãi.
- Việc chuyển nhượng được thực hiện trên cơ sở sự tin tưởng của người chuyển nhượng với người sử dụng.

Ngoài ra, trong quan hệ tín dụng còn có những đặc trưng khác cần đề cập như khả năng rủi ro, tính bảo đảm, quy luật cung cầu, cạnh tranh, giá trị và quy luật lưu thông tiền tệ...

Cũng trong từ điển thuật ngữ tín dụng, khái niệm “**tín dụng Ngân hàng**” như sau: “đó là quan hệ tín dụng giữa Ngân hàng và TCTD khác với doanh nghiệp, cá nhân. Trong quan hệ tín dụng này, Ngân hàng vừa là người đi vay, vừa là người cho vay. Khác với tín dụng Thương mại, tín dụng Ngân hàng không cung cấp tín dụng dưới hình thức hàng hoá”

Theo Luật Các Tổ chức Tín dụng đã được sửa đổi bổ sung năm 2004 quy định cụ thể về hoạt động tín dụng và cấp tín dụng của TCTD như sau: “Hoạt động tín dụng là việc TCTD sử dụng nguồn vốn tự có, nguồn vốn huy động để cấp tín dụng. Cấp tín dụng là việc tổ chức tín dụng thoả thuận để

khách hàng sử dụng một khoản tiền với nguyên tắc có hoàn trả bằng các nghiệp vụ cho vay, chiết khấu, cho thuê tài chính, bảo lãnh Ngân hàng và các nghiệp vụ khác.”

Như vậy, Tín dụng ngân hàng mang bản chất chung của quan hệ tín dụng. Đó là quan hệ tin cậy lẫn nhau trong việc vay và cho vay giữa các ngân hàng, các TCTD với các doanh nghiệp và cá nhân, được thực hiện theo nguyên tắc hoàn trả và có lãi.

b. Khái niệm về tín dụng Ngân hàng thương mại

Tín dụng ngân hàng là *quan hệ tín dụng giữa ngân hàng, các tổ chức tín dụng khác với các nhà doanh nghiệp và cá nhân.*

Trong quan hệ tín dụng, ngân hàng đóng vai trò là người đi vay khi thực hiện hoạt động huy động vốn, là người cho vay khi thực hiện hoạt động cho vay.

c. Phân loại tín dụng

- *Phân loại theo thời gian*, tín dụng được phân thành:

Tín dụng ngắn hạn: Từ 12 tháng trở xuống thường tài trợ cho TSLEĐ

Tín dụng trung hạn: Từ trên 1 năm đến 5 năm tài trợ cho các TSCĐ như phương tiện vận tải, trang thiết bị chóng hao mòn...

Tín dụng dài hạn: Trên 5 năm tài trợ cho công trình xây dựng như nhà, cầu, đường, thiết bị có giá trị lớn... thường có thời gian sử dụng lâu.

- *Phân loại theo hình thức tài trợ tín dụng được chia thành cho vay, bảo lãnh, cho thuê tài chính*

Cho vay: Là việc ngân hàng đưa cho khách hàng một khoản tiền với cam kết khách hàng phải hoàn trả cả gốc và lãi trong khoảng thời gian xác định đã thoả thuận trong hợp đồng tín dụng.

Cho vay thường được định lượng theo 2 chỉ tiêu: Doanh số cho vay trong kì và dư nợ cuối kì.

Doanh số cho vay trong kỳ: Là tổng số tiền mà ngân hàng đã cho vay ra trong kì xác định.

Dư nợ cuối kỳ là số tiền mà ngân hàng hiện đang còn cho vay vào thời điểm cuối kì xác định.

Chiết khấu thương phiếu: Là việc ngân hàng ứng trước tiền cho khách hàng tương ứng với giá trị của thương phiếu trừ đi phần thu nhập của ngân hàng để sở hữu một thương phiếu chưa đến hạn (hoặc một giấy nợ).

Cho thuê tài chính: Là việc NH bỏ tiền mua tài sản để cho khách hàng thuê theo những thoả thuận nhất định. Sau thời gian đã thoả thuận trong hợp đồng, khách hàng phải trả cả gốc lẫn lãi cho ngân hàng.

Bảo lãnh: Là việc NH cam kết thực hiện các nghĩa vụ tài chính hộ khách hàng của mình với bên thụ hưởng, trong trường hợp khách hàng không thực hiện đúng nghĩa vụ theo thoả thuận hợp đồng với bên thứ ba.

Một số hoạt động khác do Ngân hàng Nhà nước quy định.

- **Phân loại theo đảm bảo:** Không có đảm bảo, có đảm bảo bằng tài sản thế chấp, cầm cố.

Tín dụng không có TSDB: Có thể được áp dụng cho các khách hàng có uy tín, làm ăn thường xuyên có lãi, tình hình tài chính lành mạnh, ít xảy ra tình trạng nợ nần, hoặc các khoản cho vay theo chỉ thị của Chính phủ mà Chính phủ yêu cầu không cần TSDB.

Tín dụng có TSDB: Là tín dụng phổ biến nhất, được áp dụng cho các khách hàng chưa có uy tín với ngân hàng hoặc có tình hình tài chính không vững mạnh thông qua hợp đồng TSDB. Qua việc nắm giữ tài sản đảm bảo, ngân hàng ràng buộc được trách nhiệm trả nợ của khách hàng, và là cách phòng ngừa rủi ro cho ngân hàng khi khách hàng không trả nợ được hoặc cố tình không trả nợ.

- *Phân loại theo rủi ro*: Tín dụng bao gồm các khoản có độ an toàn cao, khá, trung bình và thấp. Cách phân loại này giúp các ngân hàng thường xuyên đánh giá lại khoản mục tín dụng, dự trữ quỹ cho các khoản tín dụng rủi ro cao, đánh giá chất lượng tín dụng.

- *Phân loại khác*

Theo ngành kinh tế (công, nông nghiệp...)

Theo đối tượng tín dụng (Tài sản lưu động, tài sản cố định)

Theo mục đích (sản xuất, tiêu dùng...)

Các cách phân loại này đều mang tính chất tương đối để ngân hàng dễ dàng quản lý hoạt động của mình, đồng thời cho thấy tính đa dạng và tính chuyên môn hoá trong việc cấp tín dụng của ngân hàng. Với xu hướng đa dạng như hiện nay, các ngân hàng sẽ mở rộng phạm vi tài trợ song vẫn có thể duy trì những lĩnh vực mà ngân hàng có lợi thế nhất.

d. Tín dụng Doanh nghiệp nhỏ và vừa

Là việc Ngân hàng cấp tín dụng cho các DNNVV thông qua việc thực hiện hợp đồng tín dụng, theo nguyên tắc hoàn trả gốc và lãi theo thoả thuận trong hợp đồng tín dụng.

Cấp tín dụng cho các DNNVV là một trong những nghiệp vụ quan trọng nhất của NHTM. Thông qua hoạt động này, ngân hàng có được lợi nhuận kinh doanh, là cơ sở để tồn tại và phát triển ngân hàng.

Đối tượng Doanh nghiệp được cung cấp tín dụng

Ngân hàng cấp tín dụng cho các DNNVV khi các doanh nghiệp đó phải thoả mãn những điều kiện sau:

(1) Có năng lực pháp luật dân sự, năng lực hành vi dân sự và chịu trách nhiệm dân sự theo quy định của pháp luật

(2) Khách hàng vay là doanh nghiệp nước ngoài phải có năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự theo quy định pháp luật của nước mà

doanh nghiệp đó có quốc tịch nếu pháp luật nước ngoài đó được Bộ Luật Dân sự của nước Cộng Hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam, các văn bản pháp luật khác của Việt Nam quy định hoặc được điều ước quốc tế mà Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam ký kết hoặc tham gia quy định.

(3) Có mục đích vay vốn, sử dụng dịch vụ của Ngân hàng hợp pháp, hoặc những mục đích không trái với pháp luật.

(4) Cung cấp đủ hồ sơ pháp lý, hồ sơ tài chính, hợp đồng tài sản đảm bảo, hợp đồng kinh tế liên quan đến việc sử dụng dịch vụ tín dụng.

(5) Doanh nghiệp có tình hình tài chính lành mạnh tối thiểu trong 3 năm gần nhất.

Các nguyên tắc cơ bản của tín dụng ngân hàng thương mại:

Khách hàng vay vốn của tổ chức tín dụng phải đảm bảo:

- Sử dụng vốn vay đúng mục đích đã thoả thuận trong hợp đồng tín dụng.

- Hoàn trả nợ gốc và lãi vốn vay đúng thời hạn đã thoả thuận trong hợp đồng tín dụng.

Quy trình của hoạt động tín dụng trong ngân hàng thương mại:

Quy trình nghiệp vụ tín dụng là một văn bản tập hợp các quy định được cụ thể hoá và hướng dẫn chi tiết của Ngân hàng TMCP Quân đội trong việc xem xét, thẩm định, phán quyết và thực hiện cho vay đối với các nhu cầu vốn ngắn hạn, trung hạn, dài hạn hay bảo lãnh tín dụng của mọi đối tượng khách hàng. Quy trình nghiệp vụ là cẩm nang cho người cán bộ tín dụng, cán bộ thẩm định đồng thời là công cụ cho người lãnh đạo nhằm quản lý và nâng cao chất lượng tín dụng của Ngân hàng TMCP Quân đội.

Quy trình nghiệp vụ tín dụng được ban hành nhằm mục đích:

- Xác định rõ các nội dung cơ bản cần phải tiến hành, quy định cụ thể trình tự tác nghiệp, phối hợp thực hiện các công việc để phục vụ cho việc phán quyết tín dụng của Ngân hàng TMCP Quân đội.

- Hướng dẫn chi tiết các bước tác nghiệp thực hiện việc cho vay và quản lý vốn vay bảo đảm nguyên tắc chặt chẽ và an toàn.

- Xác định các phòng ban chức năng thực hiện nghiệp vụ, xác định người thực hiện công việc và trách nhiệm của người thực hiện công việc.

- Giúp quá trình cho vay diễn ra thống nhất, khoa học, phòng ngừa hạn chế rủi ro và không ngừng nâng cao chất lượng tín dụng.

- Ngày càng hoàn thiện hệ thống quy trình nghiệp vụ, tiến tới tiêu chuẩn hoá quy trình nghiệp vụ tín dụng trong toàn hệ thống Ngân hàng TMCP Quân đội.

- Nhằm thoả mãn tốt nhất các nhu cầu hợp lý của khách hàng trong quan hệ với Ngân hàng TMCP Quân đội.

Nội dung của quy trình nghiệp vụ cho vay của Ngân hàng TMCP Quân đội đối với khách hàng được chia thành 2 giai đoạn và 7 bước tác nghiệp chính gồm có:

Giai đoạn I: Thẩm định và xét duyệt

- Bước 1: Hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay vốn, tiếp nhận, kiểm tra hồ sơ.

- Bước 2: Thẩm định.

- Bước 3: Trình duyệt hồ sơ vay vốn, phán quyết cho vay.

Giai đoạn II: Thực hiện cho vay và quản lý tín dụng

- Bước 4: Lập, đàm phán và ký kết các Hợp đồng.

- Bước 5: Giải ngân.

- Bước 6: Giám sát, theo dõi khoản vay; Thu nợ và xử lý các vấn đề phát sinh.

- Bước 7: Tắt toán kế ước, thanh lý hợp đồng, lưu hồ sơ.

Việc chấp hành quy trình cho vay tại Chi nhánh Ngân hàng TMCP Quân đội nói chung là chặt chẽ, từ Cán bộ tín dụng đến cán bộ cấp phòng và Ban giám đốc chấp hành theo quy trình đã ban hành tương đối tốt. Tuy nhiên có lúc, có khâu Cán bộ tín dụng còn chưa nắm vững, hoặc chưa phân tích và nhận định đúng tình hình thị trường dẫn đến phát sinh nợ quá hạn. Nhìn chung quy trình và quy chế cho vay của Ngân hàng TMCP Quân đội còn nhiều quy định và cơ chế quá cứng nhắc, dẫn tới bó buộc các hoạt động cho vay, cần phải thường xuyên xem xét và chỉnh sửa lại cho phù hợp với nền kinh tế thị trường.

1.3.2. Vai trò của tín dụng ngân hàng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa

a. Đối với Doanh nghiệp

* Khi được vay vốn hoặc khi thực hiện chiết khấu các DNNVV sẽ có vốn kinh doanh, trên cơ sở có vốn, các doanh nghiệp thực hiện tiến độ kinh doanh theo đúng kế hoạch đã định: mua sắm được trang thiết bị cần thiết, mua sắm được các nguyên nhiên vật liệu đầu vào, và một số hoạt động khác được pháp luật cho phép phù hợp với nghiệp vụ của NH. Vay được vốn của NH là một trong những điều kiện quan trọng bậc nhất để doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

* Với hoạt động gửi tiền trong NH, doanh nghiệp có thêm được tiền lãi, đó là một phần thu nhập tăng lên của Doanh nghiệp. Sử dụng dịch vụ này Doanh nghiệp có thể kết hợp với việc sử dụng một số dịch vụ khác để thuận tiện trong giải quyết công việc sản xuất của mình như: mua, bán ngoại tệ phục vụ cho nhu cầu chi trả, thanh toán qua tài khoản, trả tiền lương qua tài khoản...

* Với việc sử dụng dịch vụ cho thuê tài chính, Doanh nghiệp có được những tài sản cần thiết phục vụ cho sản xuất mà không cần phải mua ngay ở thời điểm thiếu vốn mà lại đang cần có tài sản đó.

* Khi được bảo lãnh của NH, doanh nghiệp cũng được phép, hay có cơ hội lớn để tham gia các hoạt động hợp pháp khác khi không có tài sản, vốn đủ lớn đảm bảo cho việc thực hiện của mình với một bên thứ 3 khác. Như vậy Doanh nghiệp khi chưa đủ vốn để thực hiện các hợp đồng mua bán nếu được sự bảo lãnh của Ngân hàng, doanh nghiệp vẫn được phép giao dịch thương mại. Ngoài ra khi sử dụng các loại hình bảo lãnh khác như Bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh dự thầu... doanh nghiệp còn nhận được nhiều lợi ích khác nữa theo đúng như tên gọi của nó.

* Góp phần tác động đến việc tăng cường chế độ hạch toán kinh tế của các doanh nghiệp. Đặc trưng của tín dụng là sự vận động trên cơ sở hoàn trả và có lợi tức. Nhờ vậy mà hoạt động tín dụng đã kích thích sử dụng vốn và sử dụng có hiệu quả. Khi sử dụng vốn các doanh nghiệp phải tôn trọng hợp đồng tín dụng dẫn đến tác động đòi hỏi doanh nghiệp phải quan tâm đến việc nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, giảm chi phí sản xuất, tăng vòng quay vốn tạo điều kiện nâng cao doanh lợi của doanh nghiệp.

* Tạo điều kiện phát triển các quan hệ kinh tế với các doanh nghiệp nước ngoài (đặc biệt các tín dụng xuất nhập khẩu)

Như vậy sử dụng dịch vụ tín dụng NH của các doanh nghiệp có được nhiều thuận lợi trong quá trình kinh doanh của mình. Thực tế cho thấy không một doanh nghiệp nào, đặc biệt là DNNVV tồn tại và phát triển mà không sử dụng đến các dịch vụ tín dụng của NH. Sử dụng tín dụng của NH là tất yếu để doanh nghiệp thành công.

b. Đối với Ngân hàng

* Thực hiện cung ứng tín dụng là nghiệp vụ chính của các TCTD. Theo quy định của Pháp luật Việt nam thì chỉ có các TCTD thì mới được phép kinh doanh tiền tệ. Tín dụng chính là một trong những nghiệp vụ kinh doanh tiền tệ. Điều này cho thấy thực hiện cung ứng tín dụng chính là điều kiện để tồn tại và phát triển ngân hàng.

* Qua việc cấp tín dụng, NH thu được tiền lãi, đó là một phần thu nhập của ngân hàng. Theo số liệu thống kê tín dụng mang về 50% thu nhập của Ngân hàng. Trên cơ sở đó NH trang trải cho các chi phí trong quá trình hoạt động.

* Cung cấp tín dụng cho DNNVV giúp cho NH phân tán được các rủi ro khi cung cấp sản phẩm dịch vụ.

* Thực hiện tốt việc cung ứng tín dụng là điều kiện để các nghiệp vụ khác phát triển. Vì chỉ có cung ứng tín dụng tốt thì uy tín NH ngày một nâng cao, sự biết đến ngân hàng của các tổ chức khác, cá nhân ngày càng nhiều. Các doanh nghiệp và cá nhân đến giao dịch với NH càng tăng do đó khả năng vốn huy động vốn, và tăng các giao dịch các nghiệp vụ tín dụng cũng như phi tín dụng tăng.

c. Đối với nền kinh tế

* Với việc hỗ trợ vốn, các doanh nghiệp tồn tại và phát triển, nguồn sản xuất hàng hoá cho nền kinh tế tăng, đây chính là biểu hiện xã hội phát triển.

* Với sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp, công nhân viên có việc làm, đời sống ổn định hơn giúp cho xã hội phát triển lành mạnh.

* Giúp phát triển các doanh nghiệp, Việt Nam cũng trở nên phát triển hơn vươn vị trí tiến tới là nước phát triển

* Hỗ trợ các doanh nghiệp không những tạo điều kiện cho doanh nghiệp tồn tại và phát triển mà còn làm cân bằng xuất nhập khẩu trong nước,

tránh tình trạng trở thành nước nhập siêu quá lớn. Từ việc ổn định xuất nhập khẩu sẽ hỗ trợ làm cân bằng cán cân thanh toán, giá cả trong nước sẽ ổn định hơn.

* Tài trợ những ngành kinh tế yếu kém và ngành kinh tế mũi nhọn. Nông nghiệp là ngành sản xuất đáp ứng nhu cầu cần thiết cho xã hội đang trong quá trình công nghiệp hoá và là ngành chịu ảnh hưởng nhiều nhất trong điều kiện nước ta hiện nay, trong giai đoạn trước mắt Nhà nước phải tập trung đầu tư phát triển nông nghiệp để giải quyết những nhu cầu tối thiểu xã hội đồng thời tạo điều kiện để phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn khác như: sản xuất hàng xuất khẩu, khai thác dầu khí...

1.4. MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.4.1 Khái niệm, phương thức mở rộng tín dụng Ngân hàng thương mại

Mở rộng tín dụng đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa được hiểu là việc ngân hàng thương mại cải thiện và đổi mới phương pháp cung cấp tín dụng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa hiện tại, nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa dễ dàng hơn trong việc tiếp cận với vốn của ngân hàng, đồng thời nhằm mục đích tăng doanh số cho vay nâng cao hiệu quả tín dụng của ngân hàng.

Mở rộng tín dụng được xem xét trên hai khía cạnh đó là mở rộng về số lượng và nâng cao chất lượng tín dụng:

a. Mở rộng về số lượng

- Tăng số lượng điểm giao dịch của ngân hàng bằng cách ngân hàng thiết lập thêm nhiều chi nhánh ở các địa bàn quan trọng, những địa bàn dễ dàng tiếp xúc được với doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Mở rộng thêm đối tượng tín dụng. Thực tế cho thấy có nhiều ngân hàng chỉ quen cho vay với các doanh nghiệp có tài sản thế chấp, còn các doanh nghiệp không có tài sản thế chấp thì không đáp ứng. Hay có một số ngân hàng xưa nay chỉ quen với các doanh nghiệp vừa và nhỏ chuyên sản xuất nông nghiệp như Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn nên mở rộng với các ngành kinh tế khác như cơ khí, xuất khẩu, than...

- Tăng cường tính đa dạng của sản phẩm dịch vụ, phối hợp linh hoạt giữa các dịch vụ với nhau trong việc đáp ứng nhu cầu khách hàng.

b. Nâng cao chất lượng tín dụng

- Giảm thiểu thủ tục rườm rà không cần thiết trong quy trình tín dụng, rút ngắn thời gian làm thủ tục gây cảm giác an toàn mà hiệu quả của khách hàng.

- Giảm số nợ quá hạn, tăng cường nợ tốt

Thể hiện tỷ lệ thanh toán, hệ số an toàn vốn tối thiểu, và một số chỉ tiêu khác đúng theo quy định pháp luật.

- Tăng doanh số cho vay đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Nâng cao trình độ chuyên viên Quan hệ khách hàng trong công tác tiếp xúc khách hàng, thăm định hồ sơ khách hàng và thái độ làm việc của các giao dịch viên.

- Nhanh chóng ứng dụng các khoa học kỹ thuật hiện đại

Thường xuyên cập nhật ứng dụng các phần mềm mới để quản lý hoạt động của mình.

- Tăng cường quảng cáo khuyến mại tăng uy tín của ngân hàng, thể hiện ở việc ngân hàng tài trợ cho một số chương trình hấp dẫn trên truyền hình, trên đài, trên báo, và để những biển quảng cáo ở vị trí đông người dễ nhìn thấy biển. Yêu cầu đối với biển quảng cáo là biển phải thể hiện được logo và giá trị cốt lõi cũng như sứ mệnh của ngân hàng.

- Giá tín dụng cần linh hoạt theo giá thị trường

- Tăng cường công tác giám sát sử dụng vốn của doanh nghiệp

1.4.2 Sự cần thiết của việc mở rộng tín dụng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Ngân hàng thương mại

a. Đối với các Ngân hàng Việt Nam nói chung

- Nhận thấy được ích lợi trong việc cung ứng tín dụng đối với các DNNVV, hầu như tất cả các NHTM Việt Nam đều chú trọng nghiệp vụ tín dụng đặc biệt là tín dụng cho các DNNVV. Nghiệp vụ này không những đem lại nguồn thu nhập lớn cho Ngân hàng mà còn góp phần thúc đẩy việc sử dụng dịch vụ khác của các Doanh nghiệp.

- Ngày nay, trong giai đoạn hội nhập hoá, Việt Nam sắp tới gia nhập WTO, các doanh nghiệp nước ngoài sẽ hình thành và phát triển cùng cạnh tranh bình đẳng với các doanh nghiệp Việt Nam. Với kiến thức và kinh nghiệm kinh doanh thương trường vượt trội các doanh nghiệp nước ngoài trở thành đối thủ cạnh tranh sừng sỏ của các Doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là các DNNVV vẫn còn yếu kém cả về vốn và khả năng quản lý. Nhiệm vụ hỗ trợ vốn cho các Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam lúc này của các Ngân hàng Thương mại Việt Nam giờ càng trở nên cấp thiết, điều này nó không chỉ có ý nghĩa tạo thu nhập cho các Ngân hàng mà còn tạo tiền đề cho các Doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam có cả vốn và kinh nghiệm quản lý để tồn tại và cạnh tranh với các Doanh nghiệp nước ngoài, từ đó tạo thế vững cho các doanh nghiệp Việt Nam tránh tình trạng bị các Doanh nghiệp nước ngoài thôn tính.

- Cùng với sự cạnh tranh của các Doanh nghiệp, các Ngân hàng cũng cạnh tranh ngày một gay gắt, việc tập trung vào chuyên môn nghiệp vụ là cần thiết khách quan.

- Do khả năng tiếp cận vốn vay NH của doanh nghiệp còn khó khăn.

Từ những lý do trên các Ngân hàng thương mại Việt Nam cần mở rộng và nâng cao hiệu quả trong việc thực hiện nghiệp vụ tín dụng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

b. Đối với Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Bình Định

- Hoà chung với cuộc cạnh tranh và nhiệm vụ của các NHTM Việt Nam, Ngân hàng TMCP Quân đội nói chung, Ngân hàng TMCP Quân đội Chi nhánh Bình Định nói riêng, luôn đề cao nghiệp vụ tín dụng của mình đặc biệt là tín dụng đối với các DNNVV trong quá trình hoạt động. Đó là cơ sở tồn tại và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội.

- Mặt khác qua hơn 06 năm hoạt động, Ngân hàng TMCP Quân đội Chi nhánh Bình Định còn nhiều bất cập trong quá trình hoạt động cần được củng cố và phát triển. Mở rộng hoạt động tín dụng đối với các DNNVV là hết sức cần thiết.

- Các DNNVV hiện nay đang thực sự cần vốn vay của ngân hàng để trang trải cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

1.5. CÁC CHỈ TIÊU CHỦ YẾU PHẢN ẢNH MỞ RỘNG TÍN DỤNG DNNVV

Có nhiều chỉ tiêu phản ánh việc mở rộng tín dụng đối với DNNVV, dưới đây là các chỉ tiêu chủ yếu thường được sử dụng để đánh giá;

1.5.1. Các chỉ tiêu định tính

*** Một là: Sự thỏa mãn của khách hàng về các sản phẩm tín dụng của ngân hàng.**

Trong nền kinh tế thị trường các NHTM, luôn tìm cách để tối đa hóa tài sản của chủ sở hữu, thông qua chiến lược mở rộng thị trường, thị phần, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động. Vì vậy để mở rộng tín dụng các NHTM phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh, đưa ra các chính sách tín

dụng phù hợp, đa dạng hóa sản phẩm tín dụng với mức độ linh hoạt cao và có nhiều tiện ích, mới thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

*** Hai là: Sự hài lòng của khách hàng về công nghệ và trình độ của cán bộ ngân hàng.**

Trong xu thế toàn cầu hóa hiện nay, thì khoa học công nghệ là một trong những yếu tố rất cần thiết và quan trọng đối với tất cả các lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực ngân hàng. Ngân hàng phải luôn đổi mới các trang thiết bị và công nghệ hiện đại. mới có thể đáp ứng các giao dịch với khách hàng được nhanh chóng, thuận tiện, đảm bảo an toàn, chính xác. Để tiếp thu được khoa học công nghệ mới, cán bộ ngân hàng phải nâng cao trình độ và kỹ thuật nghiệp vụ. Trình độ nghiệp vụ của cán bộ ngân hàng cùng với công nghệ hiện đại sẽ càng thỏa mãn hơn những nhu cầu của khách hàng

1.5.2. Các chỉ tiêu định lượng

*** Chỉ tiêu về quy mô tín dụng DNNVV.**

$$- \text{Tăng trưởng dư nợ DNNVV} = \frac{DN_1 - DN_0}{DN_0} \times 100\%$$

Trong đó: DN_1 : là dư nợ cho vay DNNVV năm nay

DN_0 : là dư nợ cho vay DNNVV năm trước

Tăng trưởng dư nợ là một chỉ tiêu quan trọng của tăng trưởng quy mô tín dụng, để tăng trưởng dư nợ phải tăng doanh số cho vay lớn hơn doanh số thu nợ. Muốn tăng trưởng dư nợ bền vững thì mức tăng trưởng dư nợ phải duy trì ổn định qua các năm. Đồng thời để tăng trưởng dư nợ cần tăng mức đầu tư phù hợp với từng dự án kết hợp mở rộng thêm số lượng khách hàng.

$$- \text{Tăng trưởng khách hàng} = \frac{KH_1 - KH_0}{KH_0} \times 100\%$$

Trong đó: KH_1 : là số DNNVV vay vốn năm nay

KH_0 : là số DNNVV vay vốn năm trước

Để tăng trưởng quy mô tín dụng ngoài việc tăng trưởng dư nợ, tăng trưởng mức vốn đầu tư cho từng dự án, thì việc tăng thêm khách hàng là một trong những chỉ tiêu quan trọng để mở rộng tín dụng.

$$\text{– Tăng trưởng thu nhập từ cho vay DNNVV} = \frac{TN_1 - TN_0}{TN_0} \times 100\%$$

Trong đó: TN_1 : là thu nhập từ cho vay số DNNVV năm nay

TN_0 : là thu nhập từ cho vay số DNNVV năm trước

Thu nhập từ hoạt động cho vay DNNVV chủ yếu là thu lãi cho vay sau khi đã trừ đi chi phí về vốn và các chi phí hoạt động cho vay đối với DNNVV. Tăng trưởng thu nhập từ hoạt động tín dụng DNNVV là thu nhập từ hoạt động tín dụng đối với DNNVV năm sau cao hơn năm trước.

*** Chỉ tiêu về mở rộng hình thức tín dụng DNNVV**

Nói đến hình thức tín dụng là nói đến các loại hình tín dụng ngắn hạn, trung hạn, dài hạn hoặc cho vay, bảo lãnh ngân hàng, thấu chi, cho thuê tài chính. Các phương thức cấp tín dụng như từng lần, hạn mức, thấu chi, theo dự án đầu tư,...

Mở rộng các hình thức cấp tín dụng là việc các ngân hàng phải gia tăng thêm các hình thức, phương thức cấp tín dụng mới.

*** Chỉ tiêu về mở rộng đối tượng cho vay**

Mở rộng tín dụng còn được thể hiện thông qua việc mở rộng đối tượng cho vay. Ngân hàng có thể mở rộng số lượng khách hàng thông qua việc lựa chọn nhiều đối tượng cho vay khác nhau, bất kỳ loại đối tượng nào cũng có thể cho vay trừ những đối tượng mà pháp luật có quy định về cấm giao dịch, mua bán, chuyển nhượng

*** Chỉ tiêu về tăng nguồn vốn cho vay**

Một trong những chức năng quan trọng nhất của NHTM là chức năng trung gian tín dụng trong nền kinh tế. Với chức năng này NHTM sẽ huy động vốn và sử dụng vốn huy động để cho vay, do đó để mở rộng cho vay NHTM phải mở rộng huy động nguồn vốn. Nguồn vốn huy động của mỗi ngân hàng quyết định quy mô hoạt động và cơ cấu tín dụng. Bằng các nghiệp vụ đa năng của mình kết hợp với nhiều hình thức huy động phong phú đa dạng NHTM sẽ huy động mọi nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội để đầu tư phát triển nền kinh tế. Như vậy mở rộng tín dụng sẽ được thể hiện thông qua việc mở rộng nguồn vốn.

Quy mô tín dụng càng mở rộng, hình thức tín dụng ngày càng đa dạng, phong phú chứng tỏ tín dụng ngày càng mở rộng. Mở rộng quy mô tín dụng và hình thức tín dụng sẽ góp phần giúp cho ngân hàng có thể khai thác được tiềm năng của mọi thành phần kinh tế, mọi ngành nghề cũng như mọi vùng lãnh thổ thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Bên cạnh đó nhìn vào đối tượng và nguồn vốn cho vay ta có thể đánh giá hoạt động mở rộng tín dụng của ngân hàng. Nguồn vốn càng lớn, đối tượng cho vay càng đa dạng, chứng tỏ tín dụng càng được mở rộng.

*** Chỉ tiêu về nâng cao chất lượng tín dụng (giảm tỷ lệ nợ xấu trong tổng dư nợ)**

Nợ xấu là những khoản nợ dưới tiêu chuẩn và có khả năng mất vốn.

$$\text{Tỷ lệ nợ xấu} = \frac{\text{Tổng dư nợ từ nhóm 3 đến nhóm 5}}{\text{Tổng dư nợ vay}} \times 100\%$$

Khi mở rộng quy mô, hình thức tín dụng, đối tượng cho vay nhằm mục đích để mở rộng hoạt động tín dụng thì phải tính đến hiệu quả đầu tư tín dụng, đó là chất lượng đầu tư tín dụng. Muốn chất lượng đầu tư tín dụng cao, ngân

hàng phải có giới hạn mở rộng quy mô tín dụng vì nếu mở rộng quá giới hạn cho phép sẽ làm cho chất lượng tín dụng giảm thấp.

Đối với khách hàng vay họ mong muốn nhu cầu vay của họ được đáp ứng. Nếu nhu cầu này được chấp nhận với thái độ niềm nở và thủ tục đơn giản sẽ thu hút được nhiều người khách hàng tốt, tạo điều kiện cho tín dụng được thuận lợi và chất lượng tín dụng sẽ được đảm bảo hơn. Ngoài ra ngân hàng còn phải có chính sách tín dụng rõ ràng, phù hợp, công tác tổ chức của ngân hàng khoa học, chất lượng nhân sự, quy trình tín dụng...đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, khi đó ngân hàng mới có thể nâng cao được chất lượng tín dụng, giảm tỷ lệ nợ xấu trong tổng dư nợ.

Với những yếu tố trên sẽ góp phần làm cho tín dụng ngân hàng được mở rộng nhưng vẫn đảm bảo tốt chất lượng đầu tư tín dụng.

Như vậy chất lượng đầu tư tín dụng là chỉ tiêu để đánh giá việc mở rộng hoạt động tín dụng. Mở rộng hoạt động tín dụng phải gắn liền với hiệu quả tín dụng. Nếu mở rộng hoạt động tín dụng mà hiệu quả tín dụng giảm thì không nên mở rộng hoạt động tín dụng. Cho nên chỉ đánh giá được mở rộng hoạt động tín dụng khi việc mở rộng đó đạt chất lượng tín dụng cao.

1.6. NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI MỞ RỘNG TÍN DỤNG NGÂN HÀNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA NHTM

Trong bất kỳ hoạt động nào trong nền kinh tế - xã hội đều ít nhiều chịu sự tác động của các nhân tố bên ngoài và bên trong, việc xác định được các nhân tố sẽ giúp chúng ta tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc trong quá trình thực hiện để mang lại hiệu quả. Mở rộng hoạt động tín dụng của ngân hàng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng không nằm ngoài mục tiêu đó. Việc tìm kiếm, phân tích, giải quyết tốt các nhân tố có ảnh hưởng đến mở rộng tín dụng sẽ giúp ngân hàng tìm ra các giải pháp nhằm thực hiện tốt hơn kế hoạch

kinh doanh của mình trong đó có mở rộng tín dụng đối với DNNVV đảm bảo an toàn, hiệu quả.

1.6.1 Các nhân tố môi trường vĩ mô

- Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế tác động lớn đến hoạt động tín dụng của ngân hàng theo hai hướng: tích cực và tiêu cực. Môi trường kinh tế phù hợp và phát triển ổn định có thể tạo thuận lợi cho hoạt động tín dụng. Một môi trường kinh tế lành mạnh, các chủ thể tham gia nền kinh tế đang hoạt động có hiệu quả sẽ thúc đẩy mở rộng tín dụng, chất lượng tín dụng. Nhưng nếu nền kinh tế suy thoái, lạm phát cao, đẩy các doanh nghiệp vào trong tình trạng thua lỗ, gây rủi ro cho hoạt động tín dụng của ngân hàng thì doanh nghiệp sẽ khó có thể thực hiện nghĩa vụ với ngân hàng và khó có thể mở rộng hoạt động tín dụng.

- Môi trường chính trị - xã hội

Môi trường chính trị - xã hội ổn định sẽ là một nhân tố quan trọng thúc đẩy hoạt động đầu tư và ngân hàng cũng có thể mạnh dạn mở rộng hoạt động tín dụng cũng như các hoạt động khác. Các doanh nghiệp vay vốn ngân hàng cũng có môi trường để làm ăn ổn định và hiệu quả hơn. Một sự thay đổi trong hệ thống chính trị hay nếu có bạo động có thể làm cho các ngân hàng mất phần lớn hoặc toàn bộ các khoản tín dụng của mình, điều này sẽ đẩy các ngân hàng đến bờ vực phá sản.

- Môi trường Văn hóa – xã hội

Môi trường văn hóa – xã hội được hình thành từ những tổ chức và nguồn lực khác nhau có ảnh hưởng cơ bản đến giá trị xã hội như: các thức nhận thức, trình độ dân trí, trình độ văn hóa, lối sống, thói quen sử dụng và cất trữ tiền tệ, sự hiểu biết của dân chúng về ngân hàng.

- Môi trường Công nghệ

Phương thức trao đổi giữa ngân hàng và khách hàng trên thị trường rất nhạy cảm với các tiến bộ về công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin. Công nghệ thông tin cho phép ngân hàng đổi mới không chỉ quy trình nghiệp vụ mà còn đổi mới cách thức phân phối như cho phép ngân hàng cung cấp dịch vụ ngân hàng 24/24h, Internet Banking, Phone banking,...

- Môi trường pháp lý

Hoạt động tín dụng của ngân hàng cũng như các hoạt động sản xuất kinh doanh khác, đều phải thực hiện trên cơ sở các điều khoản quy định của pháp luật. Chính vì vậy, pháp luật đã tạo hành lang pháp lý cho hoạt động tín dụng ngân hàng. Pháp luật cũng có những quy định về hoạt động tín dụng, bắt buộc mọi chủ thể tham gia trong quan hệ tín dụng đều phải tuân theo, phải thực hiện tốt nghĩa vụ và được bảo vệ quyền lợi. Vì vậy, môi trường pháp lý có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động tín dụng của các NHTM.

Nếu hệ thống pháp luật không đồng bộ, đầy đủ và ổn định, việc thực thi pháp luật chưa nghiêm sẽ tạo các khe hở trong quản lý tín dụng, gây ra lừa đảo, chộp giật vốn vay của ngân hàng hoặc cán bộ ngân hàng lạm dụng tài sản làm sai trái ảnh hưởng không tốt đến hoạt động tín dụng của ngân hàng.

1.6.2. Khách hàng

Để đảm bảo khoản tín dụng được sử dụng đúng mục đích và có hiệu quả, mang lại lợi ích cho ngân hàng, góp phần vào sự tăng trưởng và phát triển kinh tế - xã hội thì khách hàng có vai trò hết sức quan trọng.

Một khách hàng có tư cách đạo đức tốt, có tình hình tài chính tốt, có thu nhập cao, ổn định sẽ sẵn sàng hoàn trả đầy đủ những khoản vay của ngân hàng khi đến hạn.

Năng lực của khách hàng được hiểu là khả năng trong việc đáp ứng các điều kiện, tiêu chuẩn đòi hỏi của hoạt động tín dụng. Điều kiện tín dụng được đưa ra nhằm tiêu chuẩn hóa khả năng của khách hàng trong quá trình vay vốn

đồng thời đảm bảo cho khả năng thu hồi vốn của Ngân hàng. Khả năng đáp ứng các điều kiện tín dụng thể hiện ở các mặt sau:

+ Uy tín, đạo đức

Trong quy trình tín dụng của các ngân hàng thường chỉ đưa ra quyết định cho vay sau khi đã phân tích cẩn thận các yếu tố có liên quan đến uy tín và khả năng trả nợ của người vay nhằm hạn chế thấp nhất các rủi ro do chủ quan của người vay có thể gây nên.

Đạo đức của người vay là một yếu tố quan trọng của quy trình thẩm định, tính cách của người vay không chỉ được đánh giá bằng phẩm chất đạo đức chung mà còn phải kiểm nghiệm qua những kết quả hoạt động trong quá khứ, hiện tại và chiến lược phát triển trong tương lai. Thực tế kinh doanh đã cho thấy, tính chân thật và khả năng chi trả của người vay có thể thay đổi sau khi món vay được thực hiện. Khách hàng có thể lừa đảo ngân hàng thông qua việc gian lận số liệu, giấy tờ, quyền sở hữu tài sản, sử dụng vốn vay không đúng mục đích, không đúng đối tượng kinh doanh, phương án kinh doanh.

Uy tín của khách hàng cũng là một yếu tố đáng quan tâm, uy tín của khách hàng là tiêu chí để đánh giá sự sẵn sàng trả nợ và kiên quyết thực hiện các nghĩa vụ cam kết trong hợp đồng từ phía khách hàng. Uy tín của khách hàng được thể hiện dưới nhiều khía cạnh đa dạng như: chất lượng, giá cả hàng hóa, dịch vụ, sản phẩm, mức độ chiếm lĩnh thị trường, chu kỳ sống của sản phẩm, các quan hệ kinh tế tài chính, vay vốn, trả nợ với khách hàng, bạn hàng và Ngân hàng. Uy tín được khẳng định và kiểm nghiệm bằng kết quả thực tế trên thị trường qua thời gian càng dài càng chính xác. Do đó, ngân hàng cần phân tích các số liệu và tình hình trong suốt quá trình phát triển của khách hàng với những thời gian khác nhau mới có kết luận chính xác.

+ Năng lực sản xuất

Năng lực sản xuất của khách hàng biểu hiện giá trị công cụ lao động mà chủ yếu là tài sản cố định, biểu hiện cụ thể là quá trình sản xuất sản phẩm, công nghệ sản xuất, các nhu cầu đầu tư trước đây.

Nghiên cứu năng lực sản xuất của doanh nghiệp cho biết quy mô, sản xuất của doanh nghiệp, sự phù hợp của quy mô đó với thị trường, cơ cấu và khả năng làm chủ giá thành sản phẩm của doanh nghiệp.

+ Năng lực tiêu thụ

Năng lực tiêu thụ của khách hàng được lượng hóa theo các mặt: Khối lượng sản phẩm tiêu thụ, chất lượng sản phẩm như thế nào? Có phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng hay không? Vị thế của khách hàng trên thị trường? Quá khứ, hiện tại và tương lai phát triển của khách hàng? Hệ thống tiêu thụ sản phẩm của khách hàng, mối quan hệ với các bạn hàng, với các đối tác?

Nghiên cứu năng lực tiêu thụ của khách hàng cho biết khả năng mở rộng đầu tư cũng như định hướng đầu tư nhằm kiểm tra sự phù hợp của phương án, dự án hoạt động với khả năng của khách hàng.

+ Năng lực tài chính

Năng lực tài chính của khách hàng thể hiện ở số vốn tự có, tỷ trọng vốn tự có trên tổng nguồn vốn huy động. Ngoài ra, năng lực tài chính của doanh nghiệp còn thể hiện ở khả năng thanh toán đối với các khoản nợ. Năng lực tài chính trong tín dụng trung – dài hạn còn đòi hỏi khách hàng có số vốn lưu động tối thiểu cho việc duy trì hoạt động thường xuyên của tài sản cố định. Vì vậy, năng lực tài chính càng cao thì càng thuận lợi cho ngân hàng trong việc mở rộng hoạt động tín dụng.

+ Năng lực quản lý

Việc xem xét khả năng thích nghi của bộ máy quản lý doanh nghiệp với biến động của cơ chế thị trường là điều hết sức cần thiết trước khi ngân hàng

quyết định cho vay. Ngoài ra, việc xem xét việc phù hợp của hệ thống hạch toán kế toán và quản lý tài chính của doanh nghiệp với quy định của pháp luật sẽ cho kết quả đánh giá về năng lực quản lý của doanh nghiệp một cách chính xác hơn.

Như vậy, vốn tín dụng chỉ thực sự mang lại hiệu quả đối với ngân hàng và bản thân khách hàng vay vốn khi các đơn vị vay vốn hoạt động kinh doanh thực sự có hiệu quả, các dự án đầu tư có tính khả thi. Điều này lại phụ thuộc rất nhiều vào các nhân tố chủ quan và khách quan – nhìn từ phía doanh nghiệp như đã xem xét ở trên. Nếu doanh nghiệp vay vốn làm ăn không hiệu quả hoặc dự án không có tính khả thi thì việc hoàn trả các khoản vay là vô cùng khó khăn, các ngân hàng sẽ không thể thu hồi các khoản nợ đúng hạn được, chất lượng tín dụng của ngân hàng sẽ thấp.

1.6.3. Đối thủ cạnh tranh

Trong hoạt động tín dụng ngân hàng, mỗi ngân hàng thương mại phải tìm cách phát huy thế mạnh của mình, tìm hiểu kỹ các đối thủ cạnh tranh để đưa ra chính sách tín dụng phù hợp. Các vấn đề thường được đề cập trong cạnh tranh bao gồm các đối thủ cạnh tranh của ngân hàng là ai? Tiềm lực của họ như thế nào? Họ muốn gì? Họ có những chính sách gì đối với khách hàng? Thời điểm các ngân hàng đưa ra chính sách để lôi kéo khách hàng của ngân hàng mình?

Để chủ động cạnh tranh, các ngân hàng phía tổ chức thu thập thông tin liên quan như báo cáo thường niên, tài liệu công bố trên các phương tiện thông tin đại chúng, thông qua hiệp hội ngân hàng, kể cả việc thu thập thông tin một cách không chính thức.

1.6.4. Các nhân tố môi trường nội bộ ngân hàng

Ngoài những yếu tố mang tính khách quan thì những vấn đề bên trong ngân hàng như chính sách khách hàng, sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung cấp,

công tác thông tin tuyên truyền, mở rộng mạng lưới... là những nhân tố đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng hoạt động tín dụng. Mục tiêu cuối cùng của các chính sách đó chính là nhằm thỏa mãn một cách tối đa nhu cầu của khách hàng, qua đó thu hút khách hàng quan hệ tín dụng với ngân hàng.

+ Chính sách về sản phẩm

Cụ thể là nghiên cứu các hình thức, mỗi hình thức tín dụng là một sản phẩm cụ thể. Nội dung của các chính sách này phải giải quyết được câu hỏi: Khả năng thích ứng của các hình thức cấp tín dụng hiện tại đối với nhu cầu thị trường ở mức nào? Định hướng cải tiến đổi mới hình thức cấp tín dụng cũ và phát triển ra đời các hình thức cấp tín dụng mới. Ngân hàng cần tạo ra nhiều sản phẩm đa dạng với chất lượng cao để khách hàng lựa chọn.

Sản phẩm tín dụng ngân hàng phải tuân thủ theo pháp luật, chủ trương chính sách của nhà nước và chính sách tín dụng của ngân hàng nhà nước và của chính ngân hàng thương mại. Chính sách sản phẩm tín dụng và cách vận dụng vào thực tiễn ảnh hưởng rất lớn đến khả năng thu hút khách hàng. Ngoài việc đảm bảo hạn chế rủi ro trong hoạt động tín dụng, chính sách thông thoáng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng dễ dàng tiếp cận được vốn tín dụng.

+ Chính sách về giá cả (lãi suất, phí...)

Giá của sản phẩm ngân hàng là số tiền mà khách hàng phải trả để được quyền sử dụng một khoản tiền trong thời gian nhất định hoặc sử dụng các sản phẩm do ngân hàng cung cấp. Với các sản phẩm là các khoản tín dụng ngân hàng cung cấp ở đây thì giá cả chính là lãi suất cho vay, phí dịch vụ. Chính sách giá cả cần hướng tới những mục tiêu

Thu hút khách hàng mới và phải tăng sức cạnh tranh cho ngân hàng.

Tăng doanh số hoạt động là mục tiêu quan trọng của chiến lược giá.

Chiến lược giá phải nhằm vào việc tăng cường mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng.

Định giá là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động và kết quả hoạt động của cả ngân hàng và khách hàng, đến thu nhập và mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng. Việc định giá sản phẩm là hết sức phức tạp vì nó bị chi phối bởi nhiều nhân tố. Vì vậy, khi xây dựng chính sách giá, các ngân hàng thường phải dựa trên những căn cứ sau:

Chi phí là các nguồn lực mà ngân hàng phải bỏ ra để duy trì sự hoạt động và cung cấp sản phẩm cho khách hàng. Chi phí gồm hai loại cơ bản là chi phí cố định và chi phí biến đổi. Giá của sản phẩm ngân hàng tối thiểu phải bù đắp đủ các chi phí phát sinh. Các thức tổ chức cung ứng sản phẩm, chất lượng, trình độ kỹ thuật, chuyên môn của đội ngũ cán bộ nhân viên khác nhau sẽ dẫn đến chi phí khác nhau và cũng tạo nên sự khác biệt về giá giữa các ngân hàng. Thực tế, các ngân hàng thường gặp khó khăn trong việc xác định chính xác cơ cấu chi phí đối với từng sản phẩm ngân hàng. Vì vậy, việc định giá sản phẩm của các ngân hàng thường hướng tới việc xác định tổng chi phí, tổng thu nhập hơn là xác định chi phí cho từng loại sản phẩm.

Rủi ro thực chất là các khoản chi phí tiềm ẩn. Khi rủi ro phát sinh nó sẽ trở thành các khoản chi phí thực mà ngân hàng phải bù đắp trong quá trình hoạt động. Do vậy, định giá cho các sản phẩm ngân hàng phải tính đến yếu tố rủi ro. Đối với các sản phẩm có rủi ro cao hơn, ngân hàng thường phải định một mức giá cao hơn và ngược lại.

Các nhóm khách hàng khác nhau đặc điểm đường cầu khác nhau và có phản ứng khác nhau với những thay đổi của giá (có nhóm nhạy cảm nhưng có nhóm không nhạy cảm với giá). Do đó, để tối ưu hóa lợi nhuận, ngân hàng thường định giá căn cứ vào sự phản ứng của khách hàng đối với giá. Đối với nhóm ít nhạy cảm, ngân hàng có thể áp dụng mức cao hơn và ngược lại.

Giá của các đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Ngân hàng phải tính tới yếu tố này khi xác định giá sản phẩm, vì giá là nhân tố ảnh hưởng lớn tới năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Nếu một ngân hàng định giá cao trong khi chất lượng sản phẩm không có gì vượt trội, sức hấp dẫn của sản phẩm lại thấp, chắc chắn sẽ có nhiều khách hàng chuyển sang sử dụng sản phẩm của các ngân hàng khác có giá tốt hơn.

+ Chính sách phân phối

Đây là chính sách bán hàng của ngân hàng. Nội dung chủ yếu là bán hàng cho ai và bán hàng như thế nào? Đối với ngân hàng, việc lựa chọn để bán hàng cho ai cực kì quan trọng vì ngân hàng chỉ bán “quyền sử dụng vốn” chứ không bán “quyền sở hữu vốn”. Do đó nguyên tắc bán hàng là “chọn mặt gửi vàng”. Bán như thế nào là nghiên cứu tập hợp toàn bộ những phương tiện và phương pháp đưa vốn tín dụng đến theo các mục tiêu đã chọn.

Nhờ có chính sách phân phối mà sản phẩm của ngân hàng được thực hiện nhanh chóng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Chính sách phân phối đóng vai trò tích cực trong việc nắm bắt nhu cầu của khách hàng để ngân hàng chủ động trong việc cải tiến hoàn thiện sản phẩm, tạo điều kiện thuận lợi trong việc cung cấp sản phẩm của ngân hàng cho khách hàng.

Hoạt động kinh doanh ngân hàng mang nét đặc thù lớn, do vậy trong quá trình phân phối cần có một cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại:

/ Nhà cửa đồ sộ, khang trang, chắc chắn tạo được uy tín với khách hàng, thu hút khách hàng nhiều hơn bởi độ tin cậy vào tài sản.

/ Mạng lưới hoạt động của ngân hàng có tác động trực tiếp đến khả năng hoạt động của ngân hàng đó. Một ngân hàng có mạng lưới hoạt động rộng lớn có cơ hội phát triển càng cao, dễ dàng đáp ứng được nhiều yêu cầu của khách hàng.

Hiện nay, có các cách cung cấp sản phẩm, dịch vụ như:

Các ngân hàng cung cấp tất cả các loại sản phẩm, dịch vụ, đây là cách cung cấp truyền thống yêu cầu khách hàng phải đến ngân hàng để giao dịch.

Các ngân hàng cung cấp một số sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đặc biệt hay chuyên biệt: Ưu điểm chi phí thấp, chuyên môn cao, chi cung cấp các sản phẩm, dịch vụ có lợi nhuận cao, do đó nâng cao lợi nhuận của ngân hàng.

Các ngân hàng tự động hoàn toàn nhờ vào kỹ thuật điện tử: Ưu điểm nhanh chóng, phí thấp, tuy nhiên đôi khi mọi người cũng chưa thật sự tin tưởng vào máy móc.

Thiết bị đầu cuối thông minh đảm bảo liên lạc giữa khách hàng và ngân hàng thông qua máy tính nối mạng, khai thác để thực hiện các dịch vụ chuyển tiền, tín dụng thư, nhận từ ngân hàng tất cả các thông tin tư vấn, giải thích.

Các dịch vụ ngân hàng tại nhà: Thực hiện các giao dịch tại nhà thông qua hệ thống thông tin liên lạc bằng điện thoại, với sự trợ giúp đặc lực của máy tính, các dịch vụ ngân hàng được xử lý, cung ứng nhanh chóng thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng mà họ còn không phải đến nơi giao dịch của ngân hàng.

Việc lựa chọn cung cấp sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bằng cách nào phụ thuộc vào nhiều yếu tố, đó là đặc điểm của thị trường, tính chất của sản phẩm, dịch vụ ngân hàng, đặc điểm của môi trường kinh doanh, mức độ cạnh tranh trên thị trường, trình độ kỹ thuật công nghệ của ngân hàng, quan điểm của các nhà lãnh đạo ngân hàng, đặc biệt là nhu cầu và xu hướng phát triển nhu cầu của khách hàng trên thị trường.

+ Chính sách truyền thông, quảng cáo

Các hoạt động truyền thông làm cho công chúng hiểu rõ, đầy đủ hơn về sản phẩm ngân hàng, giúp khách hàng có căn cứ quyết định việc lựa chọn sản phẩm ngân hàng. Các hoạt động quan hệ giúp các nhà ngân hàng nắm được những thông tin phản hồi từ khách hàng cả về mức độ thảo mãn và sự không

hài lòng của chất lượng sản phẩm. Đây sẽ là căn cứ quan trọng để ngân hàng điều chỉnh sản phẩm, giá, hệ thống phân phối và các hoạt động khác cho phù hợp với nhu cầu mong muốn của khách hàng.

Trong hoạt động tín dụng, chính sách truyền thông, quảng cáo nhằm mục đích giới thiệu các hình thức, cơ chế, chính sách... Vấn đề này giúp ngân hàng mở rộng và phát triển các loại sản phẩm cung ứng, tạo mối quan hệ rộng lớn từng bước mở rộng thị trường, tăng sự thích ứng, tăng hiệu quả trong kinh doanh.

Như vậy, mục tiêu của chính sách truyền thông quảng cáo, nhằm đạt đến:

/ Số lượng người biết đến ngân hàng nhiều lên trong thời gian ngắn.

/ Số lượng sản phẩm được sử dụng tăng lên, doanh thu tăng lên.

/ Chi phí quản lí điều hành phân bổ cho sản phẩm được sử dụng giảm xuống, lợi nhuận tăng lên trên một đơn vị sản phẩm.

Hoạt động truyền thông, quảng cáo phải được thực hiện thường xuyên, lựa chọn cách thức quảng cáo phù hợp:

/ Có thể quảng cáo thông qua ưu thế sản phẩm riêng có trên thị trường.

/ Quảng cáo gây ấn tượng, cảm giác mạnh, lâu quên...

Trong khi truyền thông, quảng cáo cần lưu ý các vấn đề cơ bản sau:

/ Ngôn từ, hình ảnh, biểu tượng khi quảng cáo phải chuẩn xác, thống nhất, ngắn gọn, gây ấn tượng, dễ hiểu, dễ nhớ.

/ Phản ánh được tầm nhìn, mục tiêu chiến lược mà ngân hàng muốn đạt hiện tại và tương lai.

/ Giới thiệu được hình ảnh riêng biệt của ngân hàng khi truyền thông, quảng cáo.

/ Những biện pháp cơ bản của ngân hàng để đạt được mục tiêu chiến lược và tạo được hình ảnh riêng có của mình.

/ Tạo ra một phản ứng dây chuyền từ khách hàng này sang khách hàng khác.

Trong khi truyền thông sản phẩm, dịch vụ ngân hàng phải tuân thủ đầy đủ các bước mang tính hệ thống, có như vậy việc tuyên truyền mới có hiệu quả:

- / Xác định các mục đích của truyền thông hiệu quả.
- / Chuẩn bị thông tin tuyên truyền thật chu đáo, chuẩn xác.
- / Lựa chọn phương tiện thông tin truyền thông hợp lý.
- / Thực hiện các phương pháp truyền thông thích hợp.
- / Phân tích các kết quả của chiến lược truyền thông, quảng cáo.

Tất cả những vấn đề trên cho thấy rằng chính sách truyền thông quảng cáo là việc làm cần thiết. Thông qua truyền thông quảng cáo, ngân hàng có thể nhanh chóng thâm nhập và mở rộng thị trường, tăng doanh thu, tiết kiệm chi phí mang lại lợi ích kinh tế cho mỗi ngân hàng. Thông qua mức bán, số lượng khách hàng, mức tăng lên của thị phần mà ngân sách có thể đánh giá chính sách truyền thông, quảng cáo có phù hợp hay không phù hợp...

+ Nguồn vốn huy động

Mở rộng hoạt động tín dụng phải đảm bảo khả năng đáp ứng yêu cầu ngày càng tăng về vốn cho nền kinh tế theo một cơ cấu hợp lý và phù hợp với tốc độ phát triển trong từng thời kỳ, do vậy để mở rộng hoạt động tín dụng trước tiên phải huy động được nguồn vốn từ nền kinh tế và dân cư. Nguồn vốn càng nhiều thì khả năng đáp ứng vốn cho nền kinh tế - xã hội càng được đảm bảo đầy đủ. Nguồn vốn huy động tăng trưởng qua các năm cũng thể hiện sự tăng trưởng và phát triển của ngân hàng thương mại trong quá trình cạnh tranh, là nền tảng cho việc mở rộng hoạt động tín dụng.

+ Chất lượng tín dụng

Để đảm bảo mở rộng hoạt động tín dụng ngoài việc tăng cường nguồn vốn huy động thì việc nâng cao chất lượng tín dụng cũng không kém phần quan trọng. Chỉ khi chất lượng tín dụng tốt thì ngân hàng mới có nhiều khách hàng, uy tín ngân hàng được nâng cao, tạo điều kiện cho ngân hàng phát triển. Ngân hàng không được nói lòng, tùy tiện trong việc cấp tín dụng rồi không quản lý được chất lượng sẽ gây ra những hậu quả khó lường, gây tác động xấu đến các ngân hàng mà còn cho cả nền kinh tế. Nhưng mặc khác, không vì quá quan tâm đến chất lượng tín dụng mà không mở rộng hoạt động tín dụng sẽ làm mất cơ hội và khả năng mở rộng thị trường của ngân hàng. Nó là thước đo hiệu quả kinh doanh, hiệu quả quản lý của ngân hàng thương mại.

+ Trình độ, năng lực làm việc của đội ngũ chuyên viên QHKH:

Yếu tố con người luôn quyết định sự thành bại của bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào, bất kỳ doanh nghiệp nào. chuyên viên QHKH là người đầu tiên tiếp xúc với khách hàng, hướng dẫn các thủ tục tín dụng, tiếp cận các nhu cầu vay vốn, tư vấn các vấn đề liên quan đến tài chính, đến dự án đầu tư, thẩm định hồ sơ vay vốn và đề xuất cho vay hay từ chối cho vay. Do vậy trình độ, năng lực, đạo đức của những nhân viên làm công tác tín dụng có ảnh hưởng rất lớn và là nhân tố quan trọng liên quan đến khả năng mở rộng tín dụng, chất lượng, hiệu quả tín dụng.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG KINH DOANH VÀ MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

2.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

2.1.1. Khái quát lịch sử hình thành và phát triển

Ngân hàng TMCP Quân Đội - Chi nhánh Bình Định (MB Bình Định) được thành lập theo Quyết định số 169/QĐ-NHQĐ-HĐQT ngày 30/06/2006, tính đến nay đã hoạt động được 06 năm, hiện tại Chi nhánh có 03 điểm giao dịch trên địa bàn Tỉnh Bình Định: 01 Chi nhánh online (địa chỉ: 285 Trần Hưng Đạo, Quy Nhơn) và 02 Phòng giao dịch (PGD Quy Nhơn – địa chỉ: 40 Trường Chinh, Quy Nhơn & PGD Diêu Trì – Thôn Vân Hội, Thị trấn Diêu Trì). Tính đến thời điểm 31/12/2011, Chi nhánh Bình Định có tổng số Cán bộ nhân viên là 56 người, trong đó Cán bộ nhân viên đạt trình độ Đại học là 53 người, Cao đẳng trung cấp là 03 người

Ngay từ trước khi ra đời, mục tiêu hoạt động của Chi nhánh Ngân hàng TMCP Quân đội Bình Định đã được xác định rõ chủ yếu là phục vụ các doanh nghiệp quân đội tham gia phát triển kinh tế và thực hiện nhiệm vụ quốc phòng tại tỉnh Bình Định và khu vực Trung Trung bộ, đồng thời làm dịch vụ ngân hàng đối với mọi thành phần kinh tế.

2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ

Chức năng của chi nhánh cấp 1 có nhiệm vụ tiếp xúc với khách hàng, cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng tới khách hàng, thẩm định tài chính và năng lực khách hàng, theo dõi quá trình sử dụng tiền vay của khách hàng và các khoản dư nợ khác... báo cáo cấp trên, hỗ trợ cấp trên để cấp trên đưa ra

quyết định tối ưu nhất giúp ngân hàng hoạt động kinh doanh có hiệu quả và có lãi.

Các sản phẩm dịch vụ

Với phương châm luôn mang lại những sản phẩm dịch vụ tiện ích đáp ứng tốt nhất nhu cầu khách hàng, NHQĐ Bình Định đã không ngừng nâng cao chất lượng những sản phẩm dịch vụ hiện có cũng như nghiên cứu phát triển các sản phẩm dịch vụ mới. Các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng bao gồm:

- Huy động vốn từ các doanh nghiệp, các tổ chức và dân cư: Các sản phẩm huy động vốn của NHQĐ Bình Định rất đa dạng gồm tiết kiệm và tài khoản tiền gửi cá nhân và doanh nghiệp. Dòng sản phẩm tiết kiệm của NHQĐ Bình Định gồm các sản phẩm tiết kiệm truyền thống, tiết kiệm tích lũy, tiết kiệm trả lãi trước với nhiều kì hạn và lãi suất khác nhau. Ngoài ra, NHQĐ Bình Định còn nhận vốn uỷ thác đầu tư của các tổ chức cá nhân trong và ngoài nước.

- Hoạt động tín dụng bảo lãnh: NHQĐ Bình Định cung cấp cho khách hàng một dòng sản phẩm tín dụng rất đa dạng phong phú bao gồm: cho vay vốn ngắn hạn, trung hạn và dài hạn bằng đồng Việt nam và ngoại tệ phục vụ sản xuất kinh doanh, dịch vụ, tài trợ, đồng tài trợ cho các dự án, cho vay trả góp tiêu dùng, sinh hoạt gia đình, cho vay mua ô tô trả góp, cho vay trả góp mua, xây dựng và sửa chữa nhà, cho vay du học, cho vay mua cổ phần của các doanh nghiệp cổ phần hoá. Dịch vụ bảo lãnh của NHQĐ Bình Định bao gồm: Bảo lãnh vay vốn, bảo lãnh thành toán, bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh bảo hành sản phẩm.

- Thanh toán quốc tế, tài trợ xuất nhập khẩu: Với mạng lưới gần 350 ngân hàng đại lý ở gần 90 trên toàn thế giới, NHQĐ Bình Định cung cấp một

cách nhanh chóng và an toàn cho các khách hàng những sản phẩm dịch vụ theo tiêu chuẩn quốc tế.

- Thẻ ngân hàng: Nhằm nâng cao hơn nữa năm 2004 ngân hàng TMCP Quân đội đã triển khai dịch vụ thẻ ATM Active plus cho khách hàng. Thẻ Active plus do ngân hàng TMCP Quân đội cung cấp mang lại cho khách hàng những tính năng ưu việt hơn hẳn những sản phẩm thẻ của các ngân hàng khác như cung cấp cho chủ thẻ dịch vụ bảo hiểm cá nhân tại Công ty bảo hiểm Viễn đông. Ngoài ra, nhờ việc kết nối thành công với VCB, khách hàng có thể thực hiện giao dịch tại tất cả các điểm chấp nhận thẻ của Ngân hàng TMCP Quân đội và hệ thống ATM của VCB trên toàn quốc.

- Kinh doanh mua bán ngoại tệ: Là lĩnh vực khá mạnh của ngân hàng TMCP Quân đội nói chung và của NHQĐ Bình Định nói riêng. Với đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp và hệ thống hỗ trợ hiện đại, NHQĐ Bình Định có thể đáp ứng tốt nhu cầu ngoại tệ của khách hàng với mức giá cạnh tranh hợp lý với thủ tục nhanh chóng thuận tiện. Ngoài ra, NHQĐ Bình Định còn có thể tư vấn cho khách hàng để quản lý, phòng ngừa rủi ro và các hình thức kinh doanh phù hợp có lợi.

- Các dịch vụ khác: Ngoài các sản phẩm dịch vụ trên, NHQĐ Bình Định còn cung cấp cho khách hàng nhiều dịch vụ khác như: dịch vụ tư vấn tài chính, dịch vụ ngân quỹ, chi trả lương hộ cho doanh nghiệp, dịch vụ chuyển tiền nhanh trong nước, dịch vụ kiều hối.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý

Cơ cấu tổ chức của NHQĐ Bình Định hiện nay như sau:

- Ban giám đốc: 01 Giám đốc
- Dưới ban Giám đốc:

Tại trụ sở chính: 285 Trần Hưng Đạo, Tp. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định, có 04 phòng ban: Phòng Quan hệ khách hàng, Phòng hành chính – nhân sự, Phòng Quản lý tin dụng, Phòng Kế toán và dịch vụ khách hàng.

Hệ thống mạng lưới hoạt động: có 02 phòng giao dịch trực thuộc:

+ PGD Quy Nhơn tại 40 Trường Chinh, TP. Quy Nhơn, tỉnh Bình Định.

+ PGD Điều Trì tại Thôn Vân Hội, Thị trấn Điều Trì, huyện Tuy Phước, tỉnh Bình Định

2.1.4. Môi trường kinh doanh

- Thị trường:

Bình Định nằm ở khu vực duyên hải Nam Trung Bộ, là 1 trong 5 tỉnh, thành phố thuộc Vùng kinh tế trọng điểm Miền Trung, có diện tích tự nhiên là 6.039 km²; theo kết quả Tổng điều tra dân số và nhà ở thời điểm 1/4/2009, dân số tỉnh Bình Định (năm 2009) là 1.485.943 người; gồm 10 huyện và TP Quy Nhơn. TP Quy Nhơn đã được công nhận là đô thị loại I trực thuộc tỉnh Bình Định theo Quyết định số 159/QĐ-TTg Ngày 25/01/2010 của Thủ tướng Chính phủ, có dân số hơn 280.000 người.

Bình Định có vị trí địa kinh tế đặc biệt quan trọng trong giao lưu khu vực và quốc tế, nằm ở trung điểm của trục giao thông sắt, bộ Bắc - Nam Việt Nam, đồng thời là cửa ngõ ra biển gần nhất và thuận lợi nhất của Tây Nguyên, Nam Lào, Đông Bắc Campuchia và Thái Lan thông qua Quốc lộ 19 và cảng biển quốc tế Quy Nhơn. Ngoài lợi thế này, Bình Định còn có nguồn tài nguyên tự nhiên, tài nguyên văn phong phú và nguồn nhân lực khá dồi dào. Trong Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Bình Định đến năm 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt (Quyết định số 54/2009/QĐ-TTg ngày 14/4/2009), Bình Định được xác định sẽ trở thành tỉnh có nền công nghiệp hiện đại và là một trong những trung tâm phát triển về

kinh tế - xã hội, đóng góp tích cực vào sự phát triển của Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung và cả nước.

Với 5 khu công nghiệp, 37 cụm công nghiệp đã hoàn thiện về cơ sở hạ tầng, sẵn sàng bàn giao mặt bằng, Tỉnh Bình Định còn có những chính sách ưu đãi thỏa mãn các yêu cầu của các nhà đầu tư. So với các tỉnh lân cận các khu công nghiệp của Bình Định được đánh giá cao về vị trí thuận lợi, thủ tục đơn giản, nhanh gọn, giá đất và các loại dịch vụ khá cạnh tranh.

Thị trường tài chính khu vực Miền Trung – Tây nguyên nói chung, Bình Định nói riêng đang diễn ra ngày càng sôi động, chỉ trong vòng 5 năm trở lại đây, Bình Định đã có trên 10 ngân hàng đến mở chi nhánh và phòng giao dịch.

Theo thống kê hiện nay Bình Định đã có 22 chi nhánh ngân hàng, trên 76 phòng giao dịch một con số khá ấn tượng so với một tỉnh trên 1,4 triệu dân.

Thị trường tín dụng ngày càng phát triển, đòi hỏi các NHTM phải có dịch vụ tín dụng đa dạng hơn, phức tạp hơn và chất lượng cao hơn.

Trong thời gian tới trên địa bàn Bình Định còn xuất hiện thêm từ 03 đến 04 chi nhánh ngân hàng mới. Nói chung môi trường cạnh tranh đang diễn ra ngày càng gay gắt trên một thị phần không lớn.

- Khách hàng:

Một trong những đặc điểm của dịch vụ là tính không thể tách rời. Để thực hiện một dịch vụ cần phải có người tiếp nhận, khách hàng được tham gia sản xuất cái họ muốn. Vai trò của khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng trong các dịch vụ liên quan đến con người.

Đa số khách hàng tại NHQĐ Bình Định là các DN cổ phần, Công ty TNHH và đây cũng là các khách hàng có dư nợ vay chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng dư nợ toàn chi nhánh. Do đó định hướng của chi nhánh tiếp tục mở

rộng tín dụng cho đối tượng khách hàng là các DNNVV đồng thời thực hiện các biện pháp như thế chấp Bất động sản, hàng hóa, quyền đòi nợ...

- Đối thủ cạnh tranh:

+ Thị trường tài chính tỉnh Bình Định đã hình thành khá đầy đủ các tổ chức tài chính hoạt động như: hệ thống các Ngân hàng TMQD, Ngân hàng TMCP, Quỹ tín dụng nhân dân; Các Công ty Bảo hiểm nhân thọ, phi nhân thọ; Các dịch vụ tài chính của ngành Bưu chính... Các tổ chức tín dụng trên địa bàn tỉnh Bình Định cung cấp khá đầy đủ các sản phẩm dịch vụ Ngân hàng như: đầu tư tín dụng, huy động vốn, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thanh toán quốc tế, phát hành các loại thẻ ATM, thẻ tín dụng (Visa, MasterCard, JCB, Amex, SacomPassport...), HomeBanking, MobileBanking...

+ Tỉnh Bình Định ngoài các Ngân hàng TMQD đã ngự trị từ lâu, trong những năm qua các Ngân hàng TMCP đang phát triển rất mạnh mẽ về số lượng. Tính đến đầu năm 2010 toàn tỉnh có 22 Chi nhánh Ngân hàng cấp 1, bao gồm : 6 Chi nhánh Ngân hàng TMQD, 13 Chi nhánh Ngân hàng TMCP, 01 Chi nhánh Ngân hàng phát triển, 01 Chi nhánh QTDTW, 01 Chi nhánh Ngân hàng Chính sách xã hội; Ngoài ra mạng lưới hoạt động của các TCTD trên địa bàn còn có 12 Chi nhánh cấp huyện, thành phố, 76 Phòng Giao dịch và 27 Quỹ Tín dụng nhân dân cơ sở. Sắp tới đây sẽ thêm một số Ngân hàng TMCP mở chi nhánh hoạt động trên địa bàn tỉnh và tạo nên một môi trường cạnh tranh rất khốc liệt giữa các TCTD.

2.1.5. Kết quả hoạt động kinh doanh

Là một ngân hàng phát triển theo hướng ngân hàng cộng đồng, NHQD Bình Định tham gia vào nhiều hoạt động kinh doanh, nhưng kết quả tựu trung lại cơ bản như sau:

Bảng 2.1. Kết quả kinh doanh của NHQĐ Bình Định*Đơn vị tính: 1.000đồng*

| Chỉ tiêu | Thực hiện năm 2010 | Thực hiện năm 2011 | Tỷ lệ 2011/2010 |
|--|--------------------|--------------------|-----------------|
| A. Thu nhập | 113.824.541 | 176.896.724 | 155% |
| I. Thu từ hoạt động tín dụng | 111.805.539 | 172.527.564 | 154% |
| 1. Thu lãi tiền gửi | 354 | 409 | 116% |
| 2. Thu lãi cho vay | 65.549.555 | 94.083.955 | 144% |
| 3. Thu khác hoạt động tín dụng | 888.506 | 965.132 | 109% |
| 4. Thu lãi vốn điều chuyển | 45.367.123 | 77.478.065 | 171% |
| II. Thu dịch vụ | 1.295.578 | 1.591.639 | 123% |
| III. Thu nhập từ hoạt động kinh doanh ngoại | 630.338 | 2.053.430 | 326% |
| 1. Thu về kinh doanh ngoại tệ | 630.338 | 2.039.480 | 324% |
| IV. Thu từ các hoạt động khác | 93.084 | 724.090 | 778% |
| B. Chi phí | 105.036.734 | 165.284.957 | 157% |
| C. Thu nhập trước thuế | 8.787.807 | 11.611.766 | 132% |

(nguồn: chi nhánh NHQĐ BD)

Lợi nhuận của NHQĐ BD liên tục tăng trưởng: năm 2011 tăng 32% so với năm 2010. Trong đó, thu lãi từ cho vay luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thu nhập của Ngân hàng (năm 2010 chiếm 98% tổng thu, năm 2011 chiếm 99%); Đến năm 2011 mặc dù trên thị trường vẫn diễn ra tình trạng tranh gay gắt giữa các ngân hàng, lãi suất cho vay thoả thuận tăng chậm so với lãi suất huy động vốn nhưng lợi nhuận của Ngân hàng Quân đội Bình Định vẫn tiếp tục duy trì ổn định và đạt mức tăng trưởng khá. Đạt được điều này là nhờ rút kinh nghiệm từ việc thực hiện cho vay với lãi suất thấp để có thể cạnh tranh,

Ngân hàng Quân đội Bình Định đã gắn việc tăng trưởng tín dụng với hiệu quả kinh doanh kết hợp với đa dịch vụ và an toàn vốn. Vì vậy, cùng với giảm dư nợ tín dụng đến 3% thì tỷ lệ lợi nhuận lại tăng 32% với chất lượng các khoản vay là khá tốt. Điều này khẳng định hướng đi của Ngân hàng Quân đội Bình Định trong những năm qua là hoàn toàn đúng đắn và phù hợp.

2.2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH TRONG THỜI GIAN QUA.

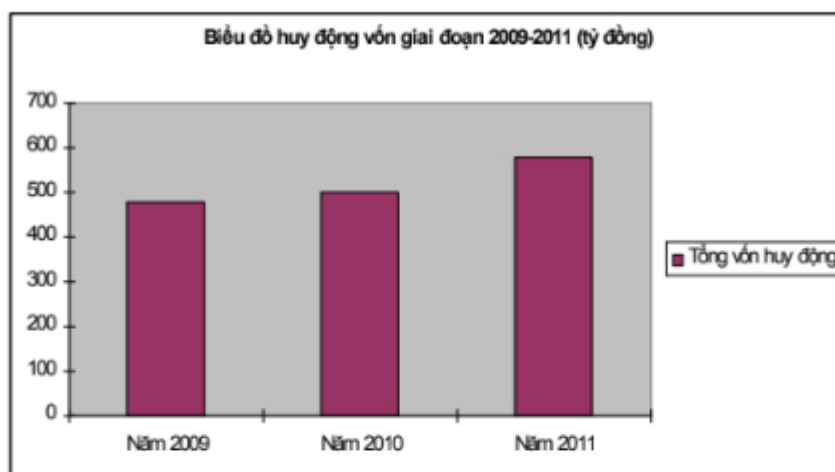
2.2.1. Nguồn vốn huy động

Trong hoạt động kinh doanh của bất kỳ Ngân hàng nào, nguồn vốn và cơ cấu nguồn vốn luôn giữ một vai trò hết sức quan trọng, nó quyết định quy mô, phạm vi hoạt động và là tiền đề cho các Ngân hàng thương mại cạnh tranh trên thị trường. NHQĐ Bình Định luôn xác định huy động vốn là khâu mở đường, là cơ sở bảo đảm cho hoạt động kinh doanh của Ngân hàng phát triển, nên mặt bằng vốn của Ngân hàng luôn được đảm bảo vững chắc ngày càng tăng trưởng cả VND và ngoại tệ. Trong những năm qua, Chi nhánh Ngân hàng TMCP Quân đội Bình Định rất quan tâm đến công tác huy động vốn, đa dạng hoá nguồn vốn bằng việc đa dạng hoá các hình thức, biện pháp, các kênh huy động vốn từ mọi nguồn trong mọi thành phần kinh tế xã hội.

Bảng 2.2. Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động*Đơn vị tính: tỷ đồng*

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|-----------------------------------|------------|------------|-------------|--------------|-------------|---------|
| | Số tiền | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền |
| Tổng nguồn vốn huy động | 480 | 501 | 104% | 580 | 116% | |
| - Tiền gửi không kỳ hạn | 65 | 38 | 58% | 88.2 | 232% | |
| --- Tiền gửi không kỳ hạn cá nhân | 5 | 5.4 | 108% | 8.2 | 152% | |
| --- Tiền gửi không kỳ hạn TCKT | 60 | 32.6 | 54% | 80 | 245% | |
| - Tiền gửi có kỳ hạn | 80 | 103 | 129% | 98 | 95% | |
| --- Tiền gửi có kỳ hạn cá nhân | | - | | - | | |
| --- Tiền gửi có kỳ hạn TCKT | 80 | 103 | 129% | 98 | 95% | |
| - Tiền gửi ký quỹ | 0.8 | 1.2 | 150% | 1 | 83% | |
| --- Tiền gửi ký quỹ cá nhân | | - | | - | | |
| --- Tiền gửi ký quỹ TCKT | 0.8 | 1.2 | 150% | 1 | 83% | |
| - Tiền gửi tiết kiệm | 334 | 359 | 107% | 393.2 | 110% | |
| --- Kỳ hạn dưới 12 tháng | 322 | 345 | 107% | 380 | 110% | |
| --- Kỳ hạn trên 12 tháng | 12 | 14 | 117% | 13.2 | 94% | |

(Nguồn: chi nhánh NHQD BD)



Các số liệu trên Biểu 2.2 cho thấy Ngân hàng TMCP Quân đội đã rất chú trọng đến công tác huy động vốn nên hàng năm đều có tốc độ tăng trưởng khá tốt.

Tốc độ tăng trưởng vốn huy động bình quân năm đạt 10%/năm. Trong đó, năm 2011 tăng cao nhất đạt 16%. Trong các nguồn vốn huy động thì tiền gửi không kỳ hạn của các tổ chức kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao và chiếm tỷ trọng lớn trong nguồn vốn huy động trong năm 2011. Đây là một lợi thế của Chi nhánh NHQĐ BĐ bởi lãi suất huy động loại tiền gửi này thường thấp hơn lãi suất tiền gửi tiết kiệm; đạt được điều này là nỗ lực của Chi nhánh Ngân hàng TMCP Quân đội Bình Định thường xuyên phối hợp chặt chẽ với các cơ quan của Bộ chỉ huy Quân sự tỉnh và các đơn vị quân đội đóng trên địa bàn, các đơn vị có nguồn tiền gửi dồi dào ...

Bên cạnh đó, tiền gửi tiết kiệm cũng có sự tăng trưởng khá, luôn chiếm tỷ trọng trên 67% tổng nguồn vốn huy động trong vòng 3 năm liền từ 2009 đến 2011. Song nguồn vốn này khá nhạy cảm với sự thay đổi của lãi suất, tức là khách hàng gửi tiền đã có sự tính toán trước. Chỉ cần có sự thay đổi nhỏ về lãi suất tiền gửi thì có thể tăng hoặc giảm nguồn vốn huy động phù hợp với

mục đích sử dụng. Điều này cho thấy các Ngân hàng phải cạnh tranh với nhau gay gắt và quyết liệt. Khi lãi suất huy động giữa các Ngân hàng tương đương nhau thì việc nâng cao chất lượng phục vụ, bố trí mạng lưới thuận tiện đáp ứng kịp thời nhu cầu gửi và lĩnh tiền của Ngân hàng là yếu tố rất quan trọng.

2.2.2. Các hoạt động cấp tín dụng tại Ngân hàng Quân đội – CN Bình Định

a. Hoạt động cho vay

Trong hoạt động kinh doanh Ngân hàng thương mại thì 2 khâu quan trọng nhất là huy động vốn và cho vay. Xuất phát từ tình hình thực tế, với nhiệm vụ và mục tiêu của mình, hoạt động cho vay của NHQĐ BĐ đã không ngừng mở rộng, tốc độ tăng trưởng cho vay bình quân 3 năm (2009-2011) là 8%/năm. Đây là mức tăng trưởng trung bình với mức bình quân chung của ngành Ngân hàng.

Bảng 2.3. Dư nợ cho vay NHQĐ Bình Định

Đơn vị tính: tỷ đồng

| Chi tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|-------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | Tỷ lệ |
| Tổng số dư nợ vay | 431 | | 577 | | 564 | |
| Số dư nợ quá hạn | 8 | 2% | 3 | 1% | 12 | 2% |
| Số dư nợ xấu | 22 | 5% | 10 | 2% | 8 | 1% |

(Nguồn: chi nhánh NHQĐ BĐ)

Trong 3 năm gần đây, từ năm 2009 đến năm 2011, Dư nợ của NHQĐ BĐ tăng từ 431 tỷ đồng lên đến 564 tỷ đồng, trong đó dư nợ quá hạn và nợ xấu chiếm tỷ lệ tương đối thấp. Điều này chứng tỏ hoạt động cho vay của NHQĐ BĐ đã có sự tăng trưởng nhất định, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng không đều và còn thấp (năm 2010 tăng 17,6 % so với năm 2009, năm 2011

giảm 3% so với năm 2010). Thị phần dư nợ cho vay của NHQĐ BĐ trên địa bàn tỉnh Bình Định còn chiếm thị phần khá khiêm tốn.

Bảng 2.4. Thị phần dư nợ cho vay trên địa bàn tỉnh Bình Định

Đơn vị tính: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | Năm 2010 | Năm 2011 |
|----------------------------|----------|----------|----------|
| Tổng số dư nợ vay các NHTM | 20.143 | 23.698 | 28.347 |
| Tổng dư nợ vay của NHQĐ BĐ | 490 | 577 | 564 |
| Thị phần của NHQĐ BĐ | 2% | 2% | 2% |

(Nguồn: chi nhánh NHNN BĐ)

Bảng 2.5. Cơ cấu dư nợ cho vay theo thời gian tại NHQĐ BĐ

Đơn vị tính: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|-------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ |
| Tổng số dư nợ vay | 490 | 100% | 577 | 100% | 564 | 100% |
| Ngắn hạn | 319 | 65% | 392 | 68% | 406 | 72% |
| Trung và dài hạn | 172 | 35% | 185 | 32% | 158 | 28% |

(Nguồn: chi nhánh NHQĐ BĐ)

Năm 2009 dư nợ vay ngắn hạn đạt 319 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 65% tổng dư nợ, dư nợ cho vay trung dài hạn đạt 172 tỷ đồng chiếm 35% tổng dư nợ vay.

Năm 2010 dư nợ vay ngắn hạn đạt 392 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 68% tổng dư nợ, dư nợ cho vay trung dài hạn đạt 185 tỷ đồng chiếm 32% tổng dư nợ vay.

Năm 2011 dư nợ vay ngắn hạn đạt 406 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 72% tổng dư nợ, dư nợ cho vay trung dài hạn đạt 158 tỷ đồng chiếm 28% tổng dư nợ vay.

Như vậy, cho vay ngắn hạn thường chiếm tỷ trọng lớn trong hoạt động tín dụng của NHQĐ BĐ, thông thường chiếm trên 65%. Những năm qua tín dụng trung dài hạn có xu hướng giảm dần tỷ trọng trong cơ cấu cho vay của ngân hàng. Đây là một xu hướng cho thấy NHQĐ rất thận trọng trong việc cấp tín dụng trung dài hạn, đây là một xu thế tất yếu khi nền kinh tế đang trong giai đoạn khủng hoảng.

Khách hàng vay vốn tại Ngân hàng TMCP Quân đội bao gồm các khách hàng là tổ chức (Doanh nghiệp nhà nước, Công ty trách nhiệm hữu hạn, Công ty cổ phần, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, Hợp tác xã, doanh nghiệp tư nhân...) và các thể nhân. Theo hình thức sở hữu thì dư nợ cho vay có thể được phân thành 2 đối tượng chính đó là: khu vực kinh tế quốc doanh (Doanh nghiệp nhà nước) và khu vực kinh tế ngoài quốc doanh (Công ty Trách nhiệm hữu hạn, Công ty cổ phần, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, doanh nghiệp tư nhân và các cá nhân...).

Bảng 2.6. Cơ cấu dư nợ cho vay theo thành phần kinh tế tại NHQĐ Bình định

Đơn vị tính: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|----------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ |
| Tổng số dư nợ vay | 490 | 100% | 577 | 100% | 564 | 100% |
| DNNN | - | - | - | - | - | - |
| DN ngoài quốc doanh | 425 | 87% | 499 | 86% | 475 | 84% |
| Cá nhân, hộ gia đình | 65 | 13% | 78 | 14% | 89 | 16% |

(nguồn: chi nhánh NHQĐ BĐ)

Có thể thấy tỷ trọng dư nợ cho vay của thành phần doanh nghiệp ngoài quốc doanh chiếm tỷ trọng lớn (từ năm 2009 đến 2011 lần lượt chiếm tỷ lệ

87%, 86%, 84% trên tổng dư nợ vay). Qua tỷ trọng trên cho thấy tại NHQĐ BD đã rất chú trọng phát triển cả về số lượng và chất lượng tín dụng đối với mảng khách hàng doanh nghiệp ngoài quốc doanh và cá nhân hộ gia đình, vì đây là lượng khách hàng rất lớn và sẽ đem lại hiệu quả cho ngân hàng.

Theo thông lệ quốc tế thì NHTM căn cứ vào mức độ tín nhiệm của khách hàng vay và tính chất của khoản vay mà yêu cầu khách hàng có hoặc không có tài sản đảm bảo tiền vay. Ở Việt Nam cũng vậy, trong Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật các TCTD cũng đã nêu rõ “ TCTD có quyền xem xét, quyết định cho vay trên cơ sở có bảo đảm hoặc không có bảo đảm bằng tài sản cầm cố, thế chấp của khách hàng vay, bảo lãnh của bên thứ ba và chịu trách nhiệm về quyết định của mình”. Để thấy được tình hình cho vay theo hình thức đảm bảo ta nghiên cứu bảng sau:

Bảng 2.7. Cơ cấu dư nợ vay theo tài sản đảm bảo

Đơn vị tính: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|--------------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ |
| Tổng số dư nợ vay | 490 | 100% | 577 | 100% | 564 | 100% |
| Có đảm bảo bằng tài sản | 466 | 95% | 554 | 96% | 536 | 95% |
| Không có tài sản bảo đảm | 23 | 5% | 22 | 4% | 27 | 5% |

(nguồn: chi nhánh NHQĐ BD)

Qua số liệu cho thấy dư nợ cho vay có tài sản đảm bảo chiếm tỷ trọng lớn và duy trì qua các năm. Việc cho vay không có tài sản bảo đảm chủ yếu tập trung cho vay một số cá nhân vay thấu chi có giá trị thấp, cho vay cán bộ công nhân viên của cơ quan và các đơn vị hợp tác.

Bảng 2.8. Cơ cấu dư nợ cho vay theo phương thức vay*Đơn vị tính: tỷ đồng*

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|-------------------|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ |
| Tổng số dư nợ vay | 490 | 100% | 577 | 100% | 564 | 100% |
| Từng lần | 150 | 31% | 177 | 31% | 144 | 26% |
| Hạn mức | 275 | 56% | 320 | 55% | 340 | 60% |
| Dự án | 65 | 13% | 80 | 14% | 80 | 14% |

(nguồn: chi nhánh NHQĐ BĐ)

Về phương thức cho vay, dư nợ cho vay theo hạn mức thường chiếm tỷ lệ lớn so với cho vay từng lần, cho vay đầu tư dự án. Việc cho vay theo hạn mức chủ yếu tập trung đối với các khách hàng đã có quan hệ lâu năm, uy tín với ngân hàng, có nhu cầu vốn lưu động thường xuyên, ổn định.

Bảng 2.9 Cơ cấu dư nợ cho vay theo ngành nghề kinh tế*Đơn vị tính: tỷ đồng*

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|---|----------|-------|----------|-------|----------|-------|
| | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ | Số tiền | tỷ lệ |
| Tổng số dư nợ vay | 490 | 100% | 577 | 100% | 564 | 100% |
| Nông nghiệp và lâm nghiệp | 25 | 5% | 36 | 6% | 33 | 6% |
| Thủy sản | 0 | 0% | 1 | 0% | 2.2 | 0% |
| Công nghiệp khai thác mỏ | 35 | 7% | 52 | 9% | 49 | 9% |
| Công nghiệp khai thác chế biến | 212 | 43% | 240 | 42% | 232 | 41% |
| Ngành sản xuất và phân phối điện, khí đốt và nước | 15 | 3% | 21 | 4% | 20 | 4% |
| Xây dựng | 20 | 4% | 32 | 6% | 30 | 5% |
| Thương nghiệp sửa chữa xe có động cơ, mô tô, đồ dùng cá nhân gia đình | 55 | 11% | 60 | 10% | 63 | 11% |
| Khách sạn, nhà hàng | 0 | 0% | 0.3 | 0% | 0.4 | 0% |
| Vận tải, kho bãi và thông tin liên lạc | 58 | 12% | 60 | 10% | 62 | 11% |
| Hoạt động phục vụ cá nhân và gia đình | 70 | 14% | 75 | 13% | 72 | 13% |

(Nguồn: chi nhánh NHQĐ BD)

Về cơ cấu dư nợ theo ngành kinh tế, hầu hết dư nợ cho vay của NHQĐ BD nhằm phục vụ sản xuất kinh doanh chiếm trên 85% tổng dư nợ vay, trong đó lĩnh vực công nghiệp khai thác và chế biến chiếm trọng cao nhất, kể đến là các ngành nghề vận tải và dư nợ cho vay nhằm phục vụ nhu cầu cá nhân. Điều này là phù hợp với định hướng phát triển của NHQĐ BD trong thời điểm hiện tại.

b. Hoạt động bảo lãnh

Trong thời gian qua, tại NHQĐ BĐ đã triển khai hoạt động bảo lãnh. Tuy nhiên các hình thức bảo lãnh của ngân hàng không nhiều, doanh thu còn chưa cao và chưa có nhiều khách hàng.

Một số hình thức bảo lãnh được triển khai chủ yếu tại NHQĐ BĐ là: bảo lãnh thực hiện dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng và bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh bảo hành...

Bảng 2.10. doanh số của hoạt động bảo lãnh tại NHQĐ BĐ

Đơn vị tính: triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | Năm 2010 | | Năm 2011 | |
|-----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Doanh số | Bình quân | Doanh số | Bình quân | Doanh số | Bình quân |
| BL thực hiện hợp đồng | 2,200 | 800 | 3,000 | 1,500 | 2,000 | 1,000 |
| Bảo lãnh dự thầu | | | 1,500 | 700 | 1,000 | 400 |
| Bảo lãnh thanh toán | 500 | 200 | 2,400 | 1,000 | 5,000 | 2,500 |
| Bảo lãnh khác | 100 | | 400 | 200 | 800 | 200 |
| Tổng | 2,800 | 1,000 | 7,300 | 3,400 | 8,800 | 4,100 |

(Nguồn: chi nhánh NHQĐ BĐ)

Qua bảng số liệu trên cho thấy doanh số bảo lãnh của NHQĐ BĐ tăng khá tốt qua các năm. Tuy nhiên số dư bảo lãnh bình quân còn thấp, điều này cho thấy khả năng mở rộng hơn nữa sản phẩm bảo lãnh cho các đối tượng khách hàng trong thời gian tới là khá tốt.

c. Hoạt động chiết khấu

Về hoạt động chiết khấu bộ chứng từ, NHQĐ BĐ cũng như các chi nhánh của các ngân hàng khác. Tuy nhiên do mô hình quản lý tập trung nên doanh số phát sinh còn tương đối khá thấp, trong thời gian qua chi tập trung vào hoạt động chiết khấu bộ chứng từ xuất khẩu.

Bảng 2.11. Doanh số của hoạt động chiết khấu tại NHQĐ BD*Đơn vị tính: 1.000 USD*

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | Năm 2010 | Năm 2011 |
|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Doanh số chiết khấu | 580 | 800 | 200 |

*Nguồn: chi nhánh NHQĐ BD***2.2.3. Chất lượng hoạt động tín dụng**

Hoạt động tín dụng là hoạt động mang lại nhiều lợi nhuận nhất trong cơ cấu các ngân hàng thương mại hiện nay, tuy nhiên hoạt động này chứa đựng nhiều tiềm ẩn rủi ro. Do đó quản lý rủi ro là một trong những công việc ưu tiên hàng đầu trong công tác cấp tín dụng. Để đánh giá chất lượng tín dụng của NHQĐ BD

Qua bảng số liệu 2.3 cho thấy tỉ lệ nợ quá hạn và nợ xấu của chi nhánh có xu hướng giảm theo từng năm. Cho thấy chi nhánh đã cơ cấu và xử lý các khoản nợ là khá tốt, đảm bảo ở mức an toàn chung và theo quy định của NHNN. Ngoài ra hiệu quả về sử dụng vốn của chi nhánh là tương đối tốt, đảm bảo cân đối được nguồn vốn huy động và cho vay tại chi nhánh.

2.3. TÌNH HÌNH MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

2.3.1. Tình hình mở rộng về khách hàng

Bảng 2.12. Số lượng khách hàng quan hệ tín dụng với NHQĐ BD

| Chỉ tiêu | Năm 2009 | | | Năm 2010 | | | Năm 2011 | | |
|----------------------|----------|-----------|-------|----------|-----------|-------|----------|-----------|-------|
| | Số lượng | Dư nợ vay | tỷ lệ | Số lượng | Dư nợ vay | tỷ lệ | Số lượng | Dư nợ vay | tỷ lệ |
| Tổng số dư nợ vay | 1,400 | 490 | 100% | 1,532 | 577 | 100% | 1,608 | 564 | 100% |
| DNNN | | - | - | | - | - | | - | - |
| DN ngoài quốc doanh | 50 | 425 | 87% | 62 | 499 | 86% | 70 | 475 | 84% |
| Cá nhân, hộ gia đình | 1,340 | 65 | 13% | 1,450 | 78 | 14% | 1,530 | 89 | 16% |

Qua bảng số liệu cho thấy, Số lượng các DN ngoài quốc doanh đang có quan hệ vay vốn với NHQĐ BD chiếm tỷ lệ 100% Số lượng khách hàng doanh nghiệp. Đến cuối năm 2011 có 70 Doanh nghiệp tăng 8 khách hàng, tuy nhiên dư nợ vay có giảm hơn so với năm 2010 là 24 tỷ đồng.

Trong tổng số dư nợ vay của khách hàng là các TCKT chủ yếu là các DN ngoài quốc doanh thuộc lĩnh vực công nghiệp chế biến, vận tải chiếm tỷ lệ lớn như: Công ty Cp Phú tài, Công ty CP khoáng sản Sài Gòn – Quy Nhơn, Công ty TNHH Tân Phước, Công ty TNHH Hồng Ngọc, Công ty CP FOCOCEV Phú Yên...đến năm 2011 các đơn vị này có dư nợ tín dụng chiếm trên 50% tổng dư nợ

2.3.2. Tình hình mở rộng về sản phẩm, dịch vụ tín dụng

Trong thời gian vừa qua, NHQĐ BD phối hợp cùng các khối phòng ban Hội sở đã ban hành nhiều sản phẩm chuyên biệt mang tính đặc trưng của vùng miền như: sản phẩm cho vay cầm cố thể chấp LC xuất khẩu, sản phẩm cho vay dự trên hàng tồn kho và khoản phải thu, sản phẩm cho vay thấu chi, sản

phẩm cho vay tài trợ nhà phân phối...qua đó góp phần giúp NHQĐ BĐ mở rộng hoạt động tín dụng cho các DNNVV cho chi nhánh. Tình hình hoạt động các sản phẩm tín dụng đối với Khách hàng của NHQĐ BĐ đã được thể hiện thông qua từng loại hình phương thức cấp tín dụng đã được phản ánh ở phần trên.

Nhìn chung các sản phẩm, dịch vụ tín dụng áp dụng đối với khách hàng doanh nghiệp còn khá cứng nhắc, đơn điệu chưa đáp ứng được những nhu cầu phong phú của khách hàng, chưa có nhiều chính sách ưu đãi, khuyến khích nhằm thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ của NHQĐ. Cụ thể đối với phương thức cấp hạn mức tín dụng thường xuyên áp dụng đối với các khách hàng đã có quan hệ, uy tín với ngân hàng.

2.3.3. Tình hình mở rộng về mạng lưới hoạt động

Phát triển mạng lưới là một một trong những chiến lược góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của chi nhánh, ngoài ra còn góp phần tích cực vào việc mở rộng hoạt động tín dụng đối với các DNNVV tại NHQĐ Bình Định, huy động được nguồn vốn lớn từ các TCKT, dân cư trên địa bàn trú đóng, đồng thời cung cấp các tiện ích sản phẩm dịch vụ cho các đối tượng có nhu cầu, qua đó giảm chi phí giao dịch và đẩy nhanh tốc độ sử dụng sản phẩm của khách hàng.

Hiện nay, mạng lưới các NHTM trên địa bàn tỉnh Bình định có 8 chi nhánh NHTM NN, 14 chi nhánh NHTM CP, 76 phòng giao dịch. Trong đó, mạng lưới của NHQĐ BĐ mới chỉ có 2 PGD đi vào hoạt động và mang lại những kết quả tương đối khả quan.

Bảng 2.13. Một số kết quả hoạt động của các PGD*Đơn vị tính: tỷ đồng*

| Phòng giao dịch | Huy động vốn | Dư nợ |
|------------------------|---------------------|--------------|
| PGD Quy Nhơn | 50 | 40 |
| PGD Điều trị | 60 | 50 |

Nguồn: chi nhánh NHQĐ BD

Trong thời gian vừa qua, tốc độ mở rộng mạng lưới hoạt động của NHQĐ BD còn khá chậm (năm 2007 mở mới 02 PGD), việc phát triển chậm các PGD có nhiều lý do đó là việc cân nhắc kỹ từng điểm giao dịch, hiệu quả hoạt động của các PGD. Điều này ảnh hưởng đáng kể đến mục tiêu mở rộng tín dụng đối với DNNVV tại NHQĐ BD.

2.4. NHỮNG VẤN ĐỀ RÚT RA QUA CÔNG TÁC NGHIÊN CỨU TÌNH HÌNH MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG QUÂN ĐỘI – CN BÌNH ĐỊNH

2.4.1. Những kết quả đạt được

Được thành lập ngày 30/06/2006, Chi nhánh ngân hàng TMCP Quân đội Bình Định đã trải qua hơn 6 năm hoạt động, với nhiều khó khăn trong giai đoạn mới đi vào hoạt động nhưng NHQĐ Bình Định đã đạt được nhiều thành công khẳng định tương lai là một chi nhánh hoạt động hiệu quả. Đặc biệt trong việc cung cấp tín dụng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, NHQĐ Bình Định đã đạt được những kết quả sau:

- NHQĐ Bình Định đóng góp một phần nhỏ vào lợi nhuận chung của toàn hệ thống NHQĐ.

- Chi nhánh cũng đã đa dạng hoá khách hàng, mở rộng cấp tín dụng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Việc mở rộng này được thể hiện ở phạm vi mọi đối tượng doanh nghiệp kinh doanh theo pháp luật.

- Số lượng khách hàng thuộc đối tượng doanh nghiệp nhỏ và vừa ngày càng tăng đến giao dịch tại chi nhánh, đạt con số trên 550 doanh nghiệp, các phòng ban đã phối hợp tốt trong việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ tới khách hàng.

- Dư nợ tín dụng tăng và ổn định qua các năm, qua đó góp thúc đẩy SXKD, đáp ứng nhu cầu vốn cho nhân dân. Ngoài ra các khoản tín dụng đã giúp các DN dần dần ổn định sản xuất, mở rộng quy mô, góp phần vào sự phát triển chung của đất nước.

- Chi nhánh giữ ổn định tỷ lệ nợ xấu không cao, đảm bảo mức an toàn chung và góp phần nâng cao uy tín, thương hiệu của NHQĐ trên thị trường.

2.4.2. Những hạn chế, tồn tại

Bên cạnh những kết quả đã đạt được, NHQĐ BĐ còn tồn tại nhiều vấn đề trong việc mở rộng tín dụng đối với DNNVV như:

- Mạng lưới và kênh phân phối trên địa bàn còn ít, chủ yếu tập trung tại TP. Quy Nhơn và vùng lân cận nên việc tiếp cận và mở rộng khách hàng DN còn khá hạn chế.

- Các sản phẩm tín dụng còn chưa đa dạng, linh hoạt, chưa có các sản phẩm mang tính đặc thù chung của vùng, chưa có chính sách giá, phí cạnh tranh cho nhóm Khách hàng DN xuất khẩu, công tác bán chéo sản phẩm còn chưa thật sự tốt để giúp mở rộng khách hàng.

- Cơ cấu huy động vốn tại NHQĐ BĐ hiện nay chủ yếu là nguồn vốn ngắn hạn. Do đó chi nhánh chỉ đáp ứng được một phần vốn vay trung, dài hạn của khách hàng, điều này làm cho NHQĐ có thể gặp rủi ro trong thanh khoản do các khoản vay trung và dài hạn gây nên.

- Phần đông các DNNVV mới chỉ sử dụng dịch vụ vay vốn, các dịch vụ khác như bảo lãnh và chiết khấu còn rất ít.

2.4.3. Nguyên nhân của hạn chế, tồn tại

- Do Ngân hàng TMCP Quân đội thực sự chưa quảng bá được thương hiệu của mình trên thị trường. Đến thời điểm này, nhiều doanh nghiệp vẫn chưa biết đến ngân hàng TMCP Quân đội là ngân hàng nào và đang ở đâu. Do chưa được biết đến nhiều, nên giao dịch giữa ngân hàng TMCP Quân đội nói chung và NHQĐ BĐ nói riêng với các doanh nghiệp chưa nhiều. Đây là một hạn chế rất lớn của ngân hàng TMCP Quân đội.

- Do Chi nhánh chưa thể hiện rõ khách hàng mục tiêu trong kinh doanh của ngân hàng là ai và chưa thể hiện rõ thái độ quan tâm ưu đãi riêng đối với khách hàng, do đó khách hàng chưa thấy rõ được lợi ích của mình khi giao dịch với ngân hàng TMCP nói chung và NHQĐ nói riêng.

- Do Ngân hàng TMCP Quân đội nói chung và NHQĐ BĐ nói riêng chưa quen với việc cho vay không có tài sản đảm bảo đồng thời yêu cầu tỷ lệ tài sản đảm bảo quá cao 70% nên nhiều doanh nghiệp tuy có phương án kinh doanh khả thi nhưng cũng không thể nào giao dịch với chi nhánh được. Như vậy chi nhánh cũng đã bị mất đi một phần thị trường tiềm năng.

- Do thông tin tín dụng mà Nhà nước cung cấp về các doanh nghiệp để phục vụ cho quá trình thẩm định tín dụng của ngân hàng còn quá ít và thời gian để có được thông tin về doanh nghiệp còn dài ảnh hưởng lớn đến công việc thẩm định của cán bộ tín dụng ngân hàng.

- Do một số doanh nghiệp làm ăn không hiệu quả, đã cải biên số liệu để được cấp tín dụng của ngân hàng, gây khó khăn cho cho cán bộ tín dụng thẩm định. Điều này yêu cầu cần có một chế độ hạch toán đúng đắn hơn đối với các doanh nghiệp.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP NHẪM MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI -CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

3.1 NHỮNG QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN KINH TẾ XÃ HỘI

3.1.1. Mục tiêu và định hướng phát triển kinh tế - xã hội chủ yếu của tỉnh Bình Định đến năm 2015

- Mục tiêu tổng quát

Phát huy sức mạnh đại đoàn kết toàn dân; phát huy nội lực, tranh thủ tối đa các nguồn ngoại lực; khai thác có hiệu quả tiềm năng, lợi thế của tỉnh; tích cực thu hút đầu tư, liên kết, hợp tác với các địa phương, các tổ chức kinh tế trong và ngoài nước, tiếp tục đẩy mạnh sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá tỉnh nhà, trong đó tập trung phát triển kinh tế theo hướng hiệu quả và bền vững. Gắn phát triển kinh tế với giải quyết tốt các vấn đề xã hội; nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân; phát triển kinh tế - xã hội gắn với bảo đảm quốc phòng - an ninh, giữ vững ổn định chính trị và trật tự an toàn xã hội, bảo vệ môi trường sinh thái; tạo tiền đề để đến năm 2020, tỉnh ta cơ bản trở thành một tỉnh công nghiệp.

- Mục tiêu cụ thể

+ Tổng sản phẩm địa phương bình quân hàng năm đạt 13%. Cơ cấu kinh tế năm 2015: Nông, lâm, ngư nghiệp 25%, Công nghiệp – xây dựng 36.7%, dịch vụ 38.2%. Giá trị kim ngạch xuất khẩu 05 năm 2011-2015 đạt 2.8 tỷ USD. Huy động vốn xã hội 05 năm đạt 42-45% GDP. Thu nhập bình quân đầu người đạt 2.000USD. Tổng thu ngân sách đạt 5.000 tỷ đồng, tỷ lệ đô thị hóa 40%

+ Phát triển công nghiệp theo hướng hiện đại, tiếp tục đào tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững của tỉnh.

+ Tiếp tục đẩy nhanh tiến độ xây dựng kết cấu hạ tầng, tích cực thu hút đầu tư và Khu kinh tế Nhơn Hội, tạo bước đột phá quan trọng trong phát triển kinh tế của tỉnh.

+ Phần đầu đến năm 2015, giá trị sản xuất công nghiệp trong Khu kinh tế chiếm khoảng 20% tổng giá trị sản xuất công nghiệp và 20% tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu toàn tỉnh.

+ Phát triển nông nghiệp toàn diện theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá gắn với giải quyết tốt vấn đề nông thôn, nông dân

+ Đẩy mạnh xuất khẩu, nâng cao hiệu quả các hoạt động thương mại, dịch vụ

+ Tích cực huy động các nguồn vốn đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng đáp ứng yêu cầu phát triển của tỉnh.

+ Phát triển hài hoà các vùng đô thị và nông thôn

+ Phát triển các thành phần kinh tế và liên kết, hợp tác phát triển

+ Ngành nghề khuyến khích phát triển:

*/ Ngành công nghiệp chế biến nông lâm, thủy hải sản phục vụ xuất khẩu: nâng cao giá trị xuất khẩu thông qua đầu tư ứng dụng công nghệ tiên tiến.

*/ Tập trung phát triển theo chiều sâu những ngành CN có lợi thế như: Chế biến gỗ, hải sản thông qua chính sách hỗ trợ mở rộng quy mô, nâng cao năng lực sản xuất và cải thiện chất lượng sản phẩm, tăng tính cạnh tranh.

*/ Triển khai chính sách khuyến khích phát triển đồ gỗ nội thất.

3.1.2. Định hướng phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Bình Định

- Tiếp tục bám sát định hướng phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội cũng như định hướng phát triển kinh tế kinh tế xã hội của tỉnh Bình Định. Tiếp tục đẩy mạnh huy động vốn thông qua nhiều hình thức: đa dạng hóa sản phẩm với chất lượng cao, mở rộng phát triển mạng lưới, duy trì việc đánh giá phân loại khách hàng tiền gửi để có biện pháp thu hút khách hàng, khuyến khích trưng và quảng bá các sản phẩm mới. Phân đấu tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động không thấp hơn mức bình quân chung của hệ thống.

- Đẩy mạnh công tác sử dụng vốn của chi nhánh. Mở rộng tín dụng gắn với nâng cao chất lượng đầu tư tín dụng bằng nhiều biện pháp và luôn đảm bảo phương châm “an toàn, hiệu quả”. Tập trung xử lý nợ xấu, hạn chế tối đa rủi ro trong kinh doanh, giải quyết tốt công tác mua bán ngoại tệ, đáp ứng cơ bản nhu cầu của mọi khách hàng. Trong đó tập trung phát triển tín dụng đối với mảng khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa. phân đấu mức dư nợ cho vay cuối năm 2012 tăng trưởng 15% so với năm 2011.

- Ổn định tổ chức và vận hành theo mô hình mới – Ngân hàng cộng đồng. tiếp tục quan tâm đào tạo và đào tạo lại cán bộ kết hợp với nghiên cứu khoa học.

- Định hướng phát triển của chi nhánh trong 05 năm tới là đứng trong TOP 03 của nhóm các Ngân hàng TMCP trên địa bàn.

Triển khai công tác khách hàng: phát triển khách hàng mới thông qua phương pháp ngân hàng cộng đồng do ngân hàng hội sở triển khai. Tổ chức thăm dò ý kiến khách hàng để đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng cung cấp và có cơ sở để điều chỉnh hoạt động ngân hàng, các công cụ lãi suất tỷ giá, biểu phí cho phù hợp với tình hình chung và đáp ứng tốt hơn nữa yêu cầu của khách hàng. Tiếp cận trực tiếp với khách hàng để tìm hiểu

nguyện vọng, tâm tư mà khách hàng cần. từng bước hoàn thiện chính sách khách hàng phù hợp với đặc thù của chi nhánh.

3.1.3. Định hướng mở rộng tín dụng đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa

Trên cơ sở mục tiêu, định hướng phát triển chung và nhận thức được tầm quan trọng của việc mở rộng tín dụng đối với mảng doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nhằm đáp ứng tốt hơn nữa nhu cầu của khách hàng, Ngân hàng Quân đội đã và đang xây dựng nhiều kế hoạch trong ngắn và trung hạn nhằm mở rộng hoạt động tín dụng DNNVV, nâng cao uy tín và sức cạnh tranh với các ngân hàng khác trên đại bàn.

Mở rộng thị trường hoạt động, tăng cường mối quan hệ chặt chẽ với khách hàng truyền thống, đồng thời mở rộng đối tượng khách hàng mới theo hướng an toàn và hiệu quả.

Đa dạng hóa các hình thức cấp tín dụng, nâng cao chất lượng hoạt động nhằm hoàn thiện các quy trình nghiệp vụ, tăng cường kiểm tra giám sát, tăng cường công tác thẩm định để tạo ra uy tín và sự an tâm cho khách hàng khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng.

Tiếp tục nâng cao trình độ nghiệp vụ cho các cán bộ thực hiện, cử cán bộ đi học hỏi nghiên cứu sâu về nghiệp vụ tín dụng, tham gia các lớp tập huấn do Trung tâm đào tạo của ngân hàng mở nhằm không ngừng nâng cao tính chuyên nghiệp trong hoạt động tín dụng, đảm bảo cung cấp cho khách hàng dịch vụ tốt nhất.

Thực hiện tốt chính sách khách hàng, chiến lược marketing nhằm thu hút thêm khách hàng mới theo hướng giảm dần tỷ trọng các doanh nghiệp yếu kém, tăng cường các doanh nghiệp có tình hình tài chính tốt.

Hiện đại hóa trang thiết bị ngân hàng nói chung và hoạt động tín dụng nói riêng nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho khách hàng khi tiến hành giao dịch với ngân hàng.

3.1.4. Phạm vi thẩm quyền của Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Bình Định trong đề xuất giải pháp

Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Bình Định là chi nhánh trực Ngân hàng TMCP Quân đội, được kinh doanh tiền tệ, tín dụng, dịch vụ ngân hàng theo sự phân cấp của Ngân hàng TMCP Quân đội trên địa bàn theo địa giới hành chính. Nguyên tắc tổ chức, hoạt động tuân thủ theo các chính sách, chế độ quy định của NHNN, Ngân hàng TMCP Quân đội và quy định của pháp luật, đảm bảo nguyên tắc tập trung, thống nhất, đồng thời kết hợp việc phân cấp, ủy quyền, khuyến khích tính chủ động, sáng tạo.

Về tín dụng, Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Bình Định được nghiên cứu xây dựng chiến lược khách hàng, phân loại khách hàng, chính sách ưu đãi phí, lãi suất theo quy định của từng loại khách hàng. Căn cứ vào kế hoạch tín dụng được cấp có thẩm quyền của Ngân hàng Quân đội phê duyệt. Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Bình Định được quyết định triển khai các giải pháp nhằm đạt được mục tiêu đề ra. Với phạm vi, quyền hạn của mình chi nhánh Bình Định có thể chủ động xây dựng và triển khai một số giải pháp, trong đó có giải pháp mở rộng hoạt động tín dụng đối với DNNVV.

3.2. GIẢI PHÁP MỞ RỘNG TÍN DỤNG ĐỐI VỚI CÁC DNNVV TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

3.2.1. Đẩy mạnh hoạt động marketing ngân hàng

Ngày nay, khi mà sự cạnh tranh giữa các ngân hàng càng trở nên gay gắt thì Ngân hàng TMCP Quân đội Chi nhánh Bình Định - sau đây gọi là Ngân hàng - không thể ngồi yên chờ khách hàng tìm đến mình. Thị phần của ngân hàng sẽ ngày càng giảm do bị đối thủ cạnh tranh chiếm lĩnh hoặc ngân hàng khó tồn tại nếu ngân hàng không tự tìm đến khách hàng. Qua đó ta thấy Marketing ngân hàng là một hoạt động có ý nghĩa rất quan trọng đối với ngân

hàng. Tuy nhiên, những hoạt động marketing mà Ngân hàng TMCP Quân đội và NHQĐ BĐ thực hiện còn nhiều hạn chế. Mặc dù trong những năm vừa qua, trong quá trình tái cơ cấu lại hệ thống tổ chức trong ngân hàng Quân đội, đã có phòng Marketing đảm nhiệm vụ chủ yếu thực hiện các chiến lược Marketing ngân hàng. Nhưng vẫn còn tình trạng khách hàng chưa biết đến những tiện ích những dịch vụ mà ngân hàng cung cấp, hay các tầng lớp dân cư, hộ sản xuất hiểu biết rất ít về hoạt động tín dụng của ngân hàng.

Nhiều đơn vị kinh tế nghĩ rằng việc vay vốn ngân hàng rất khó khăn về thủ tục mất nhiều thời gian. Hơn nữa, họ càng không hiểu hết về quy trình tín dụng mà ngân hàng đang áp dụng như về thời hạn cho vay, lãi suất, từ đó ngân hàng bị mất khả năng lựa chọn khách hàng tốt. Vì thế để mở rộng tín dụng đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ thì trong thời gian tới ngân hàng cần phải áp dụng các biện pháp khác nhau đó là:

a. Chủ động tìm kiếm khách hàng

Việc chủ động tìm kiếm khách hàng là một vấn đề trọng tâm đi vào chiều sâu của chiến lược cạnh tranh. Khi ngân hàng tìm đến mời chào khách hàng vay vốn thì ngân hàng phải có được những thông tin trước, tức là ngân hàng chủ động thăm định khách hàng để lựa chọn. Điều đó sẽ tránh được sự phân tán vào các thông tin do khách hàng cung cấp, nhiều khi rất hấp dẫn với ngân hàng do khách hàng đã có sự điều chỉnh theo hướng có lợi cho mình. Mặt khác đây là biện pháp tiếp thị rất hiệu quả, nhất là đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ mới thành lập hoặc mới vay ngân hàng lần đầu và ngay đối với những khách hàng đã vay ngân hàng khác. Bởi vậy ngân hàng phải chủ động tìm kiếm những doanh nghiệp vừa và nhỏ làm ăn có hiệu quả, sản xuất kinh doanh có lãi hoặc đang có dự án khả thi. Ngân hàng có thể liệt kê danh sách tất cả DNNVV đã mở tài khoản tại ngân hàng, từ đó ngân hàng xác định được doanh nghiệp nào đã có quan hệ tín dụng với ngân hàng và doanh nghiệp nào

chưa có. Ngân hàng cần thu thập các thông tin về khách hàng mà ngân hàng hướng tới.

b. Phát triển nhu cầu khách hàng

Xuất phát từ những nhận định ban đầu về nhu cầu khách hàng, để hiểu sâu sắc hơn về nhu cầu của khách hàng, ngân hàng tổ chức các buổi gặp gỡ với khách hàng trên cơ sở phân tích các vấn đề về dịch vụ cung ứng. Phân tích các thông tin về các ngân hàng đang phục vụ khách hàng đó. Việc phân tích phải chỉ ra được việc sử dụng dịch vụ của ngân hàng mình sẽ mang lại hiệu quả cao hơn. Đánh giá điểm mạnh điểm yếu của từng ngân hàng, đánh giá khả năng thu hút khách hàng của ngân hàng cạnh tranh từ đó có biện pháp cạnh tranh, biện pháp được sử dụng là nâng cao chất lượng phục vụ, hạ giá thành, tăng cường tiếp xúc với khách hàng.

c. Chính sách giao tiếp khuyến khích

Bên cạnh đó, ngân hàng cần phải tích cực hơn nữa trong việc thực hiện chính sách giao tiếp, khuyến khích, phải làm cho khách hàng biết tới ngân hàng như sản phẩm sẽ được cung ứng và từ đó làm nảy sinh quan hệ với ngân hàng. Ngân hàng có nhiều biện pháp để tiếp xúc, nhưng phương pháp thông dụng nhất là gửi tài liệu tra cứu về ngân hàng, quảng cáo sản phẩm của ngân hàng, tiếp xúc qua điện thoại, tiếp xúc qua dịch vụ bưu chính hiện đại khác như điện tử hay internet. Cần phải tạo dựng niềm tin với khách hàng, nhiều phương pháp để ngân hàng có thể tạo dựng niềm tin với khách hàng. Trong các phương pháp đó thì đội ngũ cán bộ là sự phản ánh trực tiếp, chính xác nhất. Vì vậy, ngoài sự đòi hỏi về trình độ nghiệp vụ cao còn phải có thái độ phục vụ khách hàng nhiệt tình nhằm tạo dựng mối quan hệ thực sự tin tưởng của khách hàng, làm cho khách hàng hài lòng cả khi họ không đạt được mục đích. Hơn nữa, để mở rộng phạm vi cho vay đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ thì ngân hàng Quân đội phải tích cực hơn nữa trong việc quảng cáo, tuyên

truyền trên phương tiện thông tin đại chúng để giới thiệu các tiện ích và hoạt động của ngân hàng, giới thiệu các thủ tục và điều kiện vay vốn, chính sách tín dụng của ngân hàng, thực hiện công tác tiếp thị dựa vào chính sách khách hàng của ngân hàng, thực hiện công tác tiếp thị dựa vào chính sách khách hàng của ngân hàng thông qua việc cải tiến thủ tục, nhanh gọn về thời gian, tiến bộ về phong cách giao tiếp để khách hàng tự giới thiệu với bạn hàng của họ.

d. Kế hoạch hỗ trợ khách hàng trong việc vay vốn và sử dụng vốn

Ngân hàng TMCP Quân đội có thể tổ chức các hội nghị khách hàng, qua đó hiểu được tâm tư nguyện vọng của doanh nghiệp, vướng mắc họ gặp phải khi vay vốn ngân hàng để có biện pháp tháo gỡ kịp thời, nghiên cứu đưa ra những sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Cần làm tốt hoạt động tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp trong quá trình lập và xây dựng dự án khả thi; tư vấn tốt khách hàng về thực hiện thủ tục tín dụng quan hệ giao dịch với ngân hàng.

3.2.2. Xây dựng chiến lược kinh doanh đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ

Ngân hàng cũng phải xây dựng cho mình một chiến lược kinh doanh có định hướng đối với các DNNVV, xây dựng cơ cấu tín dụng DNNVV trong cơ cấu chung của Ngân hàng, đa dạng hoá đối tượng cho vay, mở rộng hơn nữa đối với cấp tín dụng doanh nghiệp tư nhân, công ty TNHH... vì đây là những khách hàng nhỏ nhưng số lượng ngày càng đông đảo, ngành nghề kinh doanh đa dạng phong phú, do vậy mà trong tương lai họ sẽ là khách hàng tiềm năng mà ngân hàng cần phải khai thác triệt để nhằm đưa nguồn vốn ngân hàng đầu tư một cách có hiệu quả cho nền kinh tế tăng lợi nhuận cho ngân hàng từ hoạt động tín dụng.

3.2.3. Xây dựng hệ thống thông tin tốt

Nắm bắt thông tin tốt, đặc biệt thông tin về doanh nghiệp, sẽ tạo điều kiện cho ngân hàng có quyết định cho vay đúng, hạn chế rủi ro. Mặt khác, nắm bắt thông tin tốt, ngân hàng sẽ phân tích đánh giá “định lượng” được rủi ro, có những dự báo, dự đoán được tính hiệu quả khả thi của dự án trong tương lai từ đó đưa ra quyết định đầu tư hay không đối với dự án lớn, dự án trung dài hạn. Đây là giải pháp mà ngân hàng cần đặc biệt quan tâm và thực hiện trong một môi trường mà thông tin trở thành tài nguyên, nguồn lực của nền kinh tế. Theo đó, cần xây dựng và tổ chức tốt hệ thống thông tin: bao gồm thông tin tín dụng, thông tin khách hàng và thông tin về kinh tế, thông tin pháp luật, thông tin thị trường với mức độ ứng dụng công nghệ cao cho phép thu thập và xử lý thông tin nhanh, đảm bảo tính cập nhật và chính xác.

- Thực hiện trao đổi thông tin giữa các chi nhánh và tổ chức tín dụng khác với NHNN, với tổ chức kinh tế.

- Ngân hàng cần phát triển mạng nội bộ, tổ chức thông tin nội bộ, và xây dựng trang web. Hiện nay mới chỉ có trang Web của toàn bộ ngân hàng quân đội chưa có trang web ở các chi nhánh, các chi nhánh và hội sở đã kết nối internet nhưng việc khai thác thông tin còn nhiều hạn chế.

- Tham gia đầy đủ vào hệ thống thông tin tín dụng của ngân hàng Nhà nước với tư cách là thành viên, thực hiện nghiêm túc các quy định quy chế thông tin tín dụng hiện hành do NHNN ban hành.

- Có quy định bắt buộc đối với doanh nghiệp có quan hệ tín dụng với ngân hàng định kỳ phải gửi báo cáo tài chính quý, 6 tháng và năm đầy đủ, kịp thời và chính xác.

3.2.4. Nâng cao hiệu quả huy động vốn trung và dài hạn

- Trước hết NHQBĐ cần mở rộng số lượng phòng giao dịch của mình để tăng lượng phân tiếp xúc khách hàng. Tuy nhiên nếu càng mở rộng

nhiều chi nhánh mà không cân nhắc thì chi phí giao dịch trên một đơn vị tiền gửi là rất cao, và hoạt động NH lại không hiệu quả do đó, NH cần mở thêm phòng giao dịch trên cơ sở bộ máy hết sức tinh gọn để đảm bảo mục tiêu mở rộng mạng lưới phục vụ huy động tiền gửi tới nhiều đối tượng.

a. Chiến lược khuyến khích doanh nghiệp gửi vốn vào ngân hàng.

- Khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp gửi vốn trung và dài hạn
Ngân hàng cần chú ý đến các biện pháp thích hợp nhằm khuyến khích các tổ chức gửi vốn trung và dài hạn như: Chính sách khuyến khích về lãi suất, có thể yêu cầu các tổ chức, doanh nghiệp chuyển một phần tiền gửi không kỳ hạn sang tiền gửi có kỳ hạn. Làm thế vừa đảm bảo họ có thể rút vốn bất kỳ lúc nào khi cần, vừa được hưởng mức lãi suất cao của khoảng tiền gửi có kỳ hạn.

- Tập trung vào khu vực dân cư. Các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế thường chỉ có các khoản tiền gửi không kỳ hạn và ngắn hạn do họ chỉ có thể có số dư tiền mặt tạm thời hoặc để giao dịch thanh toán... chỉ có khu vực dân cư là nơi huy động vốn trung và dài hạn chủ yếu của ngân hàng. Thu nhập của người dân ngày càng tăng, quan điểm thích giữ tiền đã thay đổi, họ ngày càng có xu hướng gửi tiết kiệm. Mở rộng các hình thức gửi tiết kiệm trong dân bao gồm tiền gửi tiết kiệm, tiền sử dụng thẻ, trái phiếu, kỳ phiếu, đa dạng hoá hạn. Không chỉ dừng lại ở việc chỉ có tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn và có kỳ hạn theo kiểu 3 tháng, 6 tháng, 1 năm..., mà ngân hàng cần có giải pháp tự động chuyển hoá tiền gửi không kỳ hạn sang có kỳ hạn cho dân.

- Ngoài ra ngân hàng cũng nên tập trung vào các đối tượng hưởng lương, hưởng trợ cấp vì các đối tượng này có thu nhập ổn định và có xu hướng tiết kiệm. Những biện pháp để thu hút đối tượng là:

+ Ngân hàng giao chi tiêu huy động vốn đến từng cán bộ để nâng cao hiệu quả hoạt động

+ Ngân hàng chỉ đạo cán bộ của mình có thái độ lịch sự, kính trọng, hướng dẫn khách hàng tận tình chu đáo.

+ Ngân hàng chủ động chỉ đạo cán bộ trực tiếp và cách tốt nhất là thông qua các hội, các tổ chức mà các đối tượng này hay tham gia: câu lạc bộ, hội người cao tuổi, hội cựu chiến binh...

+ Tích cực tuyên truyền, và phải biết đánh vào tâm lý của họ, tâm lý cẩn thận, an toàn.

b. Khuyến khích cán bộ công nhân viên ngân hàng gửi tiết kiệm

Trên cơ sở các hình thức đã chọn và tình nguyện của cá nhân gửi tiền trong đơn vị tập thể, các đơn vị và ngân hàng sẽ thoả thuận với nhau bằng hợp đồng chuyển toàn bộ lương của cán bộ trong đơn vị vào ngân hàng và ngân hàng tiến hành trả dần cho từng người theo tháng quý năm... Đồng thời chuyển số tiền còn lại gửi theo kế hoạch vào tài khoản gửi góp của từng người

- Khuyến khích bằng lợi ích vật chất đối với những cán bộ có công thu hút khách hàng nói về quan hệ với ngân hàng.

- Phải cải cách lề lối làm việc, thủ tục trong huy động vốn. Mở rộng phạm vi thực hiện giao dịch ngân hàng một cửa.

3.2.5 Một số giải pháp khác

a. Tăng cường nguồn vốn

Vốn cho vay của ngân hàng xuất phát từ nhiều nguồn khác nhau, trong đó có hai nguồn chủ yếu đó là vốn tự có và vốn huy động. Trong đó vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của ngân hàng. Hầu hết nguồn vốn này được huy động từ tiền gửi của các TCKT và dân cư. Tính chất của nguồn vốn này là một trong những yếu tố có ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động cho vay của ngân hàng. Một nguồn vốn có tính chất tốt là nguồn có cơ cấu hợp lý với chi phí thấp nhất, đáp ứng được các phương án/dự án cho vay. Vì vậy, một trong những giải pháp để mở rộng hoạt động tín dụng đối với

DNNVV là xây dựng và phát triển nguồn vốn bằng cách đa dạng hóa các hình thức huy động, đa dạng hóa các loại kì hạn, có các biện pháp phù hợp, cụ thể:

- Tạo cho các khoản tiền gửi có tính chuyển hóa dễ dàng để khi người dân gửi tiền vào ngân hàng cũng như mở tài khoản không phải chờ đợi lâu, qua nhiều loại giấy tờ, tạo tâm lý không tốt cho khách hàng.

- Cải tiến thủ tục nâng cao chất lượng các hình thức huy động vốn hiện có như: tiền gửi thanh toán không kỳ hạn, có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, không kỳ hạn, tiết kiệm số...

- Tăng cường các biện pháp khuyến khích phát triển các tài khoản cá nhân và thanh toán thông qua ngân hàng. Ngân hàng nên chú ý đến nguồn tiền gửi thanh toán này bởi đây là nguồn tiền có chi phí thấp. Việc thu hút thêm nhiều khoản tiền gửi loại này sẽ giúp ngân hàng hạ lãi suất đầu ra, góp phần thúc đẩy hoạt động tín dụng.

- Phát triển việc nhận và trả tiền gửi tiết kiệm tại chỗ theo yêu cầu của khách hàng (có thu phí thấp). thể thức này sẽ đáp ứng được nhu cầu cho những người có số tiền lớn, người lớn tuổi muốn tránh được rủi ro khi mang tiền trên đường.

- Quán triệt sâu sắc trong toàn chi nhánh với quan điểm “ vốn huy động là nền tảng để mở rộng kinh doanh”. Thường xuyên theo dõi, động viên vào tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp cán bộ tín dụng thực hiện tốt vai trò của mình “vừa huy động vốn tốt, vừa cho vay tốt”. Chẳng hạn như:

- + Dành một khoản tiền trong quỹ khen thưởng để thưởng đột xuất hay định kỳ cho tập thể và cá nhân đạt thành tích cao về huy động vốn.

b. Đào tạo nâng cao chất lượng đội ngũ chuyên viên QHKH

Con người luôn là yếu tố trung tâm trong bất kỳ quan hệ kinh tế nào. Nghiệp vụ ngân hàng càng phát triển đòi hỏi chất lượng đội ngũ cán bộ nhân viên ngày càng cao để có thể sử dụng những phương tiện hiện đại, phù hợp

với sự phát triển của ngân hàng trong nền kinh tế thị trường. Theo đó, việc lựa chọn nhân sự phải đảm bảo cả về đạo đức và chuyên môn nghiệp vụ.

Đối với NHQĐ Bình Định, ngoài việc phát triển đội ngũ cán bộ (thông qua hình thức tuyển dụng, tuyển mộ) thì cần tăng cường hơn nữa kế hoạch đào tạo cụ thể mỗi năm. Thường xuyên định kỳ tối thiểu 02 lần/năm, tổ chức tập huấn, bồi dưỡng kiến thức chuyên môn, hiểu biết các chế độ văn bản pháp luật, chính sách, quy trình nghiệp vụ có liên quan đến công tác tín dụng. Trong quá trình học tập, bồi dưỡng phải gắn lý luận với thực tiễn để chuyên viên có thể vận dụng một cách đúng đắn, sáng tạo, linh hoạt và có hiệu quả trong thực tế. NHQĐ Bình Định tổ chức nhiều hơn những lớp học ngay tại ngân hàng để nâng cao trình độ như khi áp dụng những sản phẩm tín dụng mới, nâng cao kỹ năng thẩm định, quản trị rủi ro, định giá Tài sản đảm bảo, kỹ năng giao tiếp, thương lượng,... mời giảng viên có kinh nghiệm cả về lý luận và thực tiễn giảng dạy.

Bên cạnh kiến thức chuyên môn, chuyên viên phải được thường xuyên tự trang bị thêm hiểu biết về tình hình an ninh – xã hội, thị trường, ngoại ngữ, tin học..., rèn luyện kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

Để có một đội ngũ chuyên viên vừa có đức, vừa có tài thì NHQĐ Bình Định thường xuyên tiến hành rà soát lại đội ngũ chuyên viên, chuyển sang công việc khác đối với những chuyên viên không đủ phẩm chất đạo đức, trình độ chuyên môn không đáp ứng được yêu cầu, có những biểu hiện, hành vi mang tính vụ lợi, không đúng đắn với khách hàng, sắp xếp lại cán bộ cho phù hợp với khả năng, thực lực của mỗi người.

c. Giải pháp về tài sản đảm bảo

Trong những năm đến, cùng với sự phát triển của tỉnh Bình Định thì ngày càng có nhiều doanh nghiệp ra đời và cần vay vốn ngân hàng bằng hình thức thế chấp tài sản nhằm mở rộng quy mô kinh doanh, phát triển sản xuất.

Do đó, công việc định giá có ý nghĩa to lớn trong quyết định cho vay của ngân hàng cho nên chỉ có một bộ phận chuyên môn, đó là bộ phận chuyên định giá tài sản đảm bảo mới có thể đảm nhận công việc này. Bộ phận này gồm những chuyên viên có kinh nghiệm, được đào tạo chuyên môn, thường xuyên được bổ sung nguồn kiến thức về mọi vấn đề có liên quan. Họ phải định giá các tài sản có cấu trúc phức tạp như công trình xây dựng, cơ sở hạ tầng,...sau đó, phải thông báo cho từng chuyên viên đã trực tiếp nhận hồ sơ của chính khách hàng đó. Một khi bộ phận này thành lập tại chi nhánh thì trước mắt sẽ khắc phục được tâm lý e ngại của chuyên viên khi đề xuất tín dụng, bởi hiện nay chuyên viên định giá tài sản đảm bảo cũng chính là cán bộ thực hiện cho vay nên chuyên viên dễ bị quy trách nhiệm và bị xem là thông đồng với khách hàng về việc định giá tài sản đảm bảo, nâng giá trị định giá cao hơn giá trị thực tế để cho vay nhiều. Trong trường hợp có phát sinh vấn đề định giá tài sản đảm bảo thì chuyên viên sẽ không còn có trách nhiệm, không bị đổ lỗi do giá trị tài sản đảm bảo đã được bộ phận này chuyên thẩm định. Do đó, một yêu cầu khắc khe cho bộ phận này là phải làm việc mang tính khách quan, không chịu sự chi phối của những đối tượng khác. Có như vậy sẽ làm giảm chi phí cho khách hàng khi phải thuê tổ chức chuyên định giá tài sản cũng như góp phần đem lại hiệu quả cao trong hoạt động tín dụng của ngân hàng. Nếu như thực hiện tốt thì uy tín của chi nhánh sẽ được biết đến nhiều không chỉ ở những khách hàng hiện có mà còn có tác động lan tỏa đến các đối tượng khách hàng mới mà chi nhánh đang hướng tới trên thị trường. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong giai đoạn cạnh tranh gay gắt như hiện nay.

d. áp dụng hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ khách hàng doanh nghiệp

Khách hàng luôn được xem là một trong những nhân tố quyết định sự tồn tại và phát triển cũng như sự thất bại hay thành công trên thương trường của một doanh nghiệp. Theo đó, việc xem xét, đánh giá mức độ rủi ro từ phía khách hàng đối với việc cung cấp sản phẩm của doanh nghiệp là cần thiết, không thể thiếu. Hoạt động tín dụng của ngân hàng cũng không nằm trong ngoại lệ. Hơn bao giờ hết, vấn đề đánh giá, xếp loại mức độ rủi ro tín dụng theo từng khách hàng trong hoạt động tín dụng của mỗi ngân hàng là một công tác đặc biệt quan trọng nhằm cung cấp thông tin “dấu hiệu tốt” phục vụ cho công tác thẩm định tín dụng, từ đó có phương pháp “ứng xử” phù hợp, tạo sự hấp dẫn và thu hút khách hàng. Thực tế hoạt động tín dụng của mỗi ngân hàng cho thấy mức độ rủi ro tín dụng thay đổi theo “từng khách hàng” và được xác định thông qua quá trình đánh giá bằng thang điểm, dựa vào thông tin tài chính và phi tài chính sẵn có của khách hàng tại thời điểm chấm điểm. Việc phân chia khách hàng trong hoạt động tín dụng tại mỗi ngân hàng luôn gồm hai nhóm là doanh nghiệp và cá nhân (cá nhân và hộ gia đình). thật vậy, hiện nay việc thực hiện chấm điểm xếp hạng tín dụng tại Chi nhánh áp dụng đối với nhóm khách hàng là doanh nghiệp và cả cá nhân. Điều này đã góp phần giảm thiểu những rủi ro tiềm ẩn trong hoạt động tín dụng đối với nhóm khách hàng là doanh nghiệp cũng như tạo sự “giới hạn” trong thị trường phát triển sản phẩm của ngân hàng. Nhằm nâng cao năng suất lao động, hạn chế rủi ro, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng... thì công tác triển khai chấm điểm tín dụng và xếp hạng khách hàng doanh nghiệp là tất yếu cần thiết.

Các khách hàng doanh nghiệp có nhu cầu đối với hoạt động tín dụng của ngân hàng sẽ được chấm điểm tín dụng và xếp hạng theo một mô hình

phù hợp. Việc xây dựng mô hình hệ thống tính điểm tín dụng cho khách hàng doanh nghiệp sẽ giúp cho việc thẩm định và xét duyệt cấp tín dụng tốn ít thời gian, công sức, chi phí của Chi nhánh cũng như khách hàng, hạn chế sự phụ thuộc vào tài sản bảo đảm mà chủ yếu dựa vào chính khách hàng. Hệ thống tính điểm là một tập hợp các tiêu thức khác nhau liên quan đến từng đối tượng khách hàng, mỗi tiêu thức có điểm số khác nhau tùy thuộc vào tính chất, tầm quan trọng và kinh nghiệm thực tiễn. Sau khi tổng hợp điểm của khách hàng, chuyên viên xếp hạng khách hàng (theo phụ lục số 02). Khi hoàn tất việc xếp hạng khách hàng doanh nghiệp thì chuyên viên có thể đề xuất ngay với cấp trên có thẩm quyền việc có đồng ý hay không đồng ý cấp tín dụng tương ứng với kết quả chấm điểm tín dụng và xếp hạng khách hàng (theo phụ lục số 03).

Khi sử dụng hệ thống chấm điểm tín dụng và xếp hạng khách hàng doanh nghiệp này, Chi nhánh nên có chế độ xem xét đặc biệt đối với khách hàng có điểm số xấp xỉ mức điểm giới hạn để tránh bỏ qua những trường hợp có hoàn cảnh đặc biệt, đồng thời thường xuyên nghiên cứu, bổ sung, điều chỉnh, thay đổi cho phù hợp với những thay đổi của thực tế nhằm nâng cao hiệu quả của phương pháp này.

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1 Đối với nhà nước

Thứ nhất: Hoàn thiện và ổn định các chính sách phát triển kinh tế- xã hội.

Hoàn thiện và ổn định các chính sách phát triển kinh tế- xã hội trên cơ sở đó tạo môi trường kinh tế và pháp lý thuận lợi cho các Ngân hàng hoạt động kinh doanh có hiệu quả. Đây là yếu tố tạo nên sự yên tâm bỏ vốn đầu tư của các thành phần kinh tế, có được sự ổn định môi trường kinh tế vĩ mô các thành phần kinh tế mạnh dạn hơn trong việc đầu tư chiều sâu, mở rộng các hoạt động sản xuất kinh doanh dịch vụ như thế sẽ thu hút được một bộ phận

khá lớn nguồn vốn tham gia vào quá trình đầu tư của các thành phần kinh tế. Trong đó DNNVV là các đối tượng đang được các ngân hàng nhắm đến.

Thứ hai: Tạo lập và hoàn thiện môi trường pháp lý bảo đảm cho việc mở rộng và an toàn vốn cho vay của NHTM

Trong thời gian vừa qua, môi trường pháp lý cho hoạt động cho vay đã được hoàn thiện theo hướng đầy đủ rõ ràng chặt chẽ và phù hợp với thông lệ quốc tế hơn như:

Nghị định 178/1999/NĐ-CP ngày 29/12/1999 của Chính phủ về bảo đảm tiền vay của các TCTD và Nghị định số 85/2002/NĐ-CP về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định 178/1999/NĐ-CP [9, 10]...

Nghị định số 08/2000/NĐ-CP ngày 10/3/2000 của Chính phủ về đăng ký giao dịch bảo đảm.

Thông tư liên tịch 03/2001/TTLB/NHNN-BTP-BCA-TCĐC ngày 23/4/2001 về xử lý tài sản để thu nợ...

Những văn bản trên đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng cho vay của các NHTM. Tuy nhiên để tiếp tục hoàn thiện hơn nữa thì cần phải:

+ Từ Chính phủ, các bộ ngành cần rà soát lại các văn bản pháp luật về thế chấp, cầm cố, bảo lãnh bằng tài sản từ đó phối hợp xây dựng các văn bản hướng dẫn kịp thời đồng bộ.

+ Sớm ban hành luật sở hữu và các văn bản hướng dẫn thi hành nhằm xác định rõ về chủ sở hữu tài sản khi liên quan đến thế chấp, cầm cố, bảo lãnh và chuyển quyền sở hữu khi phát mại tài sản trên.

+ Quy định cụ thể những vấn đề liên quan đến phát mại tài sản như: quyền và nghĩa vụ của Ngân hàng, quyền và nghĩa vụ của các cơ quan, ban ngành có liên quan...

Thứ ba: Nhà nước quy định thực hiện chế độ kiểm toán bắt buộc đối với các Doanh nghiệp.

Một trong các căn cứ để xem xét cho vay là doanh nghiệp vay vốn hoạt động sản xuất kinh doanh bình thường, tình hình tài chính lành mạnh. Trong thực tế nhiều doanh nghiệp tuy hạch toán kinh doanh theo pháp lệnh kế toán thống kê của Nhà nước nhưng để vay được vốn Ngân hàng, họ sẵn sàng chỉnh sửa chế biến số liệu hoặc hạch toán sai bản chất, chưa thật sự khách quan nên khá nhiều trường hợp Ngân hàng đã thực hiện cho vay các doanh nghiệp trong tình trạng nguy hiểm, dẫn đến tình trạng nợ quá hạn, nợ khó đòi, thậm chí mất vốn, điều này ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng và gây thiệt hại trong nền kinh tế mà còn gây khó khăn trong hoạt động mở rộng tín dụng đối với các DNNVV.

Do vậy, Nhà nước cần thiết phải quy định chế độ kiểm toán bắt buộc đối với doanh nghiệp để đảm bảo hoạt động tín dụng mang lại hiệu quả, ổn định nền kinh tế.

Thứ tư: Thực hiện chế độ bảo hiểm đối với một số ngành bắt buộc như trong ngành xây dựng cơ bản hoặc đóng tàu...

Đối với một số ngành như: Hoạt động xây dựng cơ bản hoặc đóng tàu đòi hỏi chi phí lớn, thời gian vay vốn dài đồng thời chịu nhiều ảnh hưởng bởi điều kiện tự nhiên. Hơn nữa phần lớn vốn đầu tư cho hoạt động kinh doanh của các khách hàng là vốn vay Ngân hàng nên khi rủi ro xảy ra sẽ dẫn đến tình trạng khó khăn trong trả nợ Ngân hàng, gây mất ổn định trong nền kinh tế. Ở nhiều nước có nền kinh tế phát triển, hoạt động Bảo hiểm phát triển thì bất cứ hoạt động kinh tế nào có khả năng xảy ra rủi ro và có ảnh hưởng đến sự ổn định của nền kinh tế, của doanh nghiệp, của đời sống người lao động thì đều có bảo hiểm. Do vậy, Nhà nước cần thiết phải quy định bắt buộc chế độ bảo hiểm tài sản để đảm bảo giảm bớt rủi ro cho các Chủ đầu tư, các khách hàng và Ngân hàng khi rủi ro xảy ra.

Thứ năm: Nâng cao chất lượng xây dựng kế hoạch trong quản lý.

Nâng cao chất lượng xây dựng kế hoạch trong quản lý của Nhà nước không chỉ có vai trò quan trọng đối với nâng cao chất lượng tín dụng đối với các doanh nghiệp mà còn có ý nghĩa lớn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của các khách hàng. Để thực hiện nâng cao chất lượng xây dựng kế hoạch trong quản lý của Nhà nước cần đặc biệt quan tâm đến:

- Xây dựng các tiêu chuẩn định mức theo ngành. Đó là các tiêu chuẩn định mức về Kinh tế - Kỹ thuật, Kinh tế - Tài chính, Kinh tế - Xã hội,... để sắp xếp kế hoạch theo trật tự ưu tiên.

- Cần có sự phối hợp và xây dựng quy chế làm việc giữa các cơ quan trong công tác xây dựng kế hoạch như: Chủ đầu tư, Cơ quan chủ quản (cấp duyệt luận chứng Kinh tế Kỹ thuật), Bộ kế hoạch và đầu tư (Sở Kế hoạch và Đầu tư), Bộ Tài chính (Sở Tài chính), Ngân hàng để đảm bảo dự án được đưa vào kế hoạch đầu tư hàng năm, đủ vốn để thanh toán cho khối lượng hoàn thành cho bên thực hiện thi công, sản xuất.

Thứ sáu: Cấp đủ vốn tự có cho các doanh nghiệp, thực hiện chế độ trích lợi nhuận để bổ sung vốn lưu động

Về nguyên tắc, doanh nghiệp vay vốn Ngân hàng phải có vốn tự có tham gia. Đối với các Doanh nghiệp thì mức vốn tự có thực tế tối thiểu phải bằng vốn pháp định. Do đó, để đảm bảo cho các doanh nghiệp Nhà nước hoạt động có hiệu quả, có khả năng trả nợ Ngân hàng đủ và đúng hạn thì Nhà nước cần có kế hoạch bổ sung đầy đủ vốn tự có theo quy định. Trong điều kiện doanh số hoạt động kinh doanh mỗi năm một tăng như hiện nay Nhà nước cần có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp trích bổ sung nguồn vốn lưu động hàng năm từ lợi nhuận thu được.

3.3.2 Đối với Ngân hàng Nhà nước

Ngân hàng nhà nước là cơ quan nhà nước trực tiếp quản lý hệ thống các Ngân hàng thương mại, do đó

- NHNN cần ban hành các thông tư hướng dẫn cụ thể quyết định, chỉ đạo của cơ quan quản lý nhà nước cho các NHTM, tránh sự nhầm lẫn, xung đột trong việc thực thi. Khoảng thời gian từ lúc ban hành một quyết định, quy định đến khi có sự thay đổi chúng cần được kéo dài hơn. Việc thay đổi liên tục sẽ gây khó khăn cho các ngân hàng trong việc đầu tư thời gian, chi phí để đào tạo, hướng dẫn cho cán bộ, hơn nữa trong hoạt động cũng sẽ dễ gây ra sai sót.

- NHNN cần đảm bảo cung cấp thông tin một cách đầy đủ, kịp thời chính xác cho các ngân hàng thành viên để các NHTM nâng cao và mở rộng hoạt động tín dụng.

- NHNN cần linh hoạt hơn nữa trong việc điều hành và quản lý công cụ của chính sách tiền tệ như: công cụ lãi suất, tỷ giá, công cụ dự trữ bắt buộc để hoạt động của các ngân hàng thay đổi thích ứng phù hợp với diễn biến của thị trường.

- Đảm bảo sự bình đẳng trong quan hệ tín dụng ngân hàng với các doanh nghiệp, lấy hiệu quả kinh doanh làm tiêu chí hàng đầu để đánh giá, cần xóa bỏ tư tưởng phụ thuộc vào hình thức sở hữu, quy mô Doanh nghiệp vay, bên cạnh đó, Nhà nước cũng cần khuyến khích phát triển các tổ chức hỗ trợ tài chính bên cạnh các quỹ tín dụng, quỹ hỗ trợ và phát triển các DNNVV ở những nơi có nhu cầu để tạo điều kiện cấp vốn cho các doanh nghiệp này.

- Hiện đại hóa ngân hàng trên cơ sở tiếp tục đổi mới công nghệ ngân hàng, tạo tiền đề cho các NHTM trong chiến lược huy động và sử dụng vốn. Từng bước quốc tế hóa các hoạt động ngân hàng, hội nhập với cộng đồng tài chính và tiền tệ quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng trong hoạt động tín dụng và thanh toán quốc tế.

- NHNN cần tiếp tục hoàn thiện trung tâm thông tin tín dụng với kỹ thuật cao, thường xuyên cập nhật kịp thời thông tin khách hàng. Đảm bảo khi

khách hàng có vấn đề với bất kỳ TCTD nào thì các TCTD khác đều biết được. Chấm dứt và xử lý các trường hợp cạnh tranh không lành mạnh, che dấu thông tin giữa các TCTD.

3.3.3 Đối với Ngân hàng TMCP Quân đội Hội sở

- Hiện nay, hệ thống ngân hàng TMCP Quân đội nói chung, ngân hàng TMCP Quân đội Chi nhánh Bình Định nói riêng chưa áp dụng hình thức tín dụng không có tài sản đảm bảo nhiều, điều này làm hạn chế một khối lượng lớn khách hàng không đến giao dịch với ngân hàng. Ngân hàng đã để mất một thị trường khách hàng tiềm năng, do đó khuyến nghị đến ngân hàng nhanh chóng áp dụng và mở rộng hơn đối với hình thức này

- Bên cạnh đó, hiện nay Ngân hàng TMCP Quân đội cũng chưa cấp tín dụng hình thức cho thuê tài chính, đã làm giảm một phần thu nhập cho ngân hàng. Thực tế, các doanh nghiệp Việt Nam đặc biệt là các DNNVV vốn còn thiếu nhiều chưa thể mua được các trang thiết bị máy móc, do đó ngân hàng nên áp dụng hình thức cho thuê tài chính.

- Hiện nay mạng lưới hoạt động của chi nhánh còn khá ít, trụ sở chi nhánh, các phòng giao đều phải đi thuê, diện tích nhỏ, thời gian thuê không ổn định. Vì vậy đề nghị NHQĐ hội sở tạo phê duyệt cho phép chi nhánh được quyền chủ động thuê dài hạn hoặc mua, góp vốn xây dựng tại các vị trí có lợi thế thương mại nhằm tạo thế ổn định lâu dài, tăng tài sản và vị thế của NHQĐ Bình Định.

- Xây dựng, hoàn thiện các quy trình, quy chế cấp tín dụng phù hợp với nhu cầu của từng loại đối tượng khách hàng, thu hút được nhiều khách hàng DN, làm tăng tính cạnh tranh so với các NHTM khác trên địa bàn.

- Nâng cao tính chủ động hơn nữa cho các chi nhánh online về mức phán quyết tín dụng như số tiền, thời gian, địa bàn hoạt động.

KẾT LUẬN

Từ thực trạng phát triển hiện nay cho thấy, bộ phận DNNVV đang phát triển với tốc độ chóng mặt góp phần to lớn vào tăng trưởng kinh tế, giải quyết việc làm cho hàng triệu lao động... Tuy vậy đây là những Doanh nghiệp nhỏ, năng lực tài chính yếu, khả năng cạnh tranh thấp nên dưới con mắt các nhà ngân hàng, đây vẫn là đối tượng khách hàng tiềm ẩn có nhiều rủi ro, chính vì vậy mà họ rất khó tiếp cận được với vốn tín dụng ngân hàng đặc biệt là với các NHTM Nhà nước. Các ngân hàng thường tập trung vào đối tượng khách hàng là những doanh nghiệp lớn, chủ yếu là các Doanh nghiệp Nhà nước mà bỏ qua đội tượng khách hàng đầy tiềm năng này. Nhận thấy được tiềm năng to lớn của các DNNVV, hiện nay rất nhiều NH đặc biệt là các Ngân hàng TMCP đang ra sức tăng cường khai thác bộ phận khách hàng này, họ thực hiện nhiều chính sách ưu đãi để thu hút ngày càng nhiều các DNNVV tham gia sử dụng vốn của ngân hàng và Ngân hàng TMCP Quân đội cũng như Chi nhánh Bình Định - Ngân hàng TMCP Quân đội đã và đang coi DNNVV là đối tượng khách hàng trọng yếu, quan trọng trong hoạt động của ngân hàng.

Tuy nhiên, như đã phân tích trên, DNNVV thường có quy mô nhỏ, thiếu năng lực tài chính, thiếu tài sản thế chấp, khả năng quản lý cũng như trình độ thực hiện công tác hạch toán chưa cao... nên tiềm ẩn nhiều rủi ro cho NH khi quyết định cho vay đối với các doanh nghiệp này. Chính vì vậy, việc đưa ra và thực hiện các giải pháp mở rộng hoạt động tín dụng nhằm nâng cao hiệu quả tín dụng các doanh nghiệp vừa và nhỏ là điều hết sức cần thiết đặc biệt là đối với Chi nhánh Bình Định ngân hàng TMCP Quân đội một Chi nhánh còn nhiều khó khăn trong quá trình hoạt động là điều hết sức cần thiết. Các ngân hàng cần có những kế hoạch, chiến lược phát triển cụ thể để khai

thác được mức tối đa nguồn thu nhập từ hoạt động này, nhưng cũng cần hạn chế được đến mức thấp nhất rủi ro cho ngân hàng.

Luận văn này với mong muốn được đóng góp vào việc đưa ra các giải pháp nhằm mở rộng tín dụng đối với DNNVV tại chi nhánh Bình Định có hiệu quả thiết thực, trên cơ sở lý thuyết khoa học, luận văn đã tập trung vào phân tích các yếu tố môi trường kinh doanh, thực trạng của chi nhánh và từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp.

Để thực hiện bản luận văn này, em xin chân thành cảm ơn các Quý thầy cô giáo Trường Đại học kinh tế Đà Nẵng đã tận tình giảng dạy và giúp đỡ em trong thời gian học tập.

Xin đặc biệt cảm ơn Tiến sĩ Lê Văn Huy đã tận tình hướng dẫn và giúp đỡ em hoàn thành bản luận văn.

Xin cảm ơn Ban lãnh đạo Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Bình Định và các Phòng ban, bộ phận trong chi nhánh đã nhiệt tình, tạo điều kiện giúp đỡ.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] PGS.TS Phan Thị Cúc, (2009), *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Giao thông vận tải.
- [2] PGS.TS. Lê Thế Giới, TS Nguyễn Thanh Liêm, Ths. Trần Hữu Hải, (2007), *Quản trị chiến lược*, Nhà xuất bản thống kê, Hà Nội.
- [3] PGS.TS Phan Thị Thu Hà, (2009), *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Giao thông vận tải.
- [4] TS Nguyễn Minh Kiều, (2008), *Tín dụng và thẩm định tín dụng ngân hàng*, Nhà xuất bản tài chính.
- [5] PGS.TS Lê Văn Tề, (2009), *Tín dụng ngân hàng*, Nhà xuất bản Giao thông vận tải.
- [6] TS. Trịnh Quốc Trung, (2008), *Marketing ngân hàng*, Nhà xuất bản thống kê TP Hồ chí Minh.
- [7] Cẩm nang tín dụng (2009), Ngân hàng Quân đội.
- [8] Hiểu và thẩm định kế hoạch kinh doanh (UABP), của *Dự án Quỹ phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEDF)*.
- [9] Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
- [10] Luật các Tổ chức tín dụng và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật các Tổ chức tín dụng.
- [11] Một số bài viết trên Wessite: www.sbv.gov.vn, www.cafef.vn, www.vcci.com.vn, vneconomy.vn
- [12] Một số Luật có liên quan: Luật đất đai năm 2003, Luật doanh nghiệp, Luật DNNN.
- [13] Một số văn bản hướng dẫn của Ngân hàng TMCP Quân đội.

- [14] Một số văn bản khác có liên quan đến hoạt động Ngân hàng và các Tổ chức tín dụng.
- [15] Ngân hàng TMCP Quân đội từ năm (2005-2011), *Văn bản qui phạm pháp luật của NHNN*.
- [16] Nghị định số 178/1999/NĐ-CP ngày 29/12/1999 của Chính Phủ về bảo đảm tiền vay; Nghị định số 85//2002/NĐ-CP ngày 25/10/2002 về sửa đổi bổ sung một số điều tại nghị định số 178; Thông tư hướng dẫn số 07/2003/TT-NHNN ngày 19/5/2003; và một số văn bản hướng dẫn khác
- [17] Nghị định số 165/1999/NĐ-CP ngày 19/11/1999 của Chính Phủ về giao dịch bảo đảm; Nghị định số 08/2000/NĐ-CP ngày 10/3/2000 của Chính Phủ về đăng ký giao dịch bảo đảm; Thông tư liên tịch số 05/2005/TTLT-BTP-BTNMT ngày 16/6/2005 về hướng dẫn việc đăng ký thế chấp, bảo lãnh bằng quyền sử dụng đất, tài sản gắn liền với đất.
- [18] Quyết định số 1627/2001/QĐ-NHNN ngày 31/12/2001 của Ngân hàng Nhà nước ban hành kèm theo Quy chế cho vay của Tổ chức tín dụng đối với khách hàng; Quyết định số 127/2005 ngày 03/02/2005 về sửa đổi bổ sung một số điều tại quyết định số 1627.
- [19] Quyết định số 457/2005/QĐ-NHNN ngày 19/4/2005 của Ngân hàng nhà nước về việc ban hành “*Quy định về các tỷ lệ bảo đảm an toàn trong hoạt động của tổ chức tín dụng*”.
- [20] Quyết định số 493/2005/QĐ-NHNN ngày 22/4/2005 của Ngân hàng nhà nước về ban hành *Quy định về phân loại nợ, trích lập và sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro tín dụng trong hoạt động ngân hàng của tổ chức tín dụng*.

- [21] Quy trình nghiệp vụ tín dụng của Ngân hàng TMCP Quân đội ban hành kèm theo quyết định 502/2003/QĐ-HS ngày 20/5/2003.
- [22] Tạp chí ngân hàng các năm 2009 – 2011
- [23] Thông tư liên tịch số 03/2001/TTLT/NHNN-BTP-BCA-BTC-TCĐC ngày 23/4/2001 về “*Hướng dẫn việc xử lý tài sản bảo đảm tiền vay để thu hồi nợ cho các tổ chức tín dụng*”.
- [24] Viện nghiên cứu khoa học Ngân hàng, (2002), *Tín dụng dành cho Doanh nghiệp*, nhà xuất bản Trẻ.

Số: 4306/ĐHĐN

Đà Nẵng, ngày 18 tháng 8 năm 2011

QUYẾT ĐỊNH

Về việc giao đề tài và trách nhiệm hướng dẫn Luận văn Thạc sĩ

GIÁM ĐỐC ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Căn cứ Nghị định số 32/CP ngày 04 tháng 4 năm 1994 của Chính phủ về việc thành lập Đại học Đà Nẵng;

Căn cứ Quyết định số 45/2008/QĐ-BGD&ĐT ngày 05 tháng 8 năm 2008 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế Đào tạo Sau đại học;

Căn cứ Quyết định số 1589/ĐHĐN ngày 19 tháng 4 năm 2010 của Giám đốc Đại học Đà Nẵng về việc công nhận học viên cao học tương tuyển;

Xét đề nghị của ông Trưởng Ban Đào tạo Sau đại học, Đại học Đà Nẵng,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Giao cho học viên cao học **Lê Thanh Phương**, thực hiện đề tài luận văn *Mở rộng tín dụng đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Bình Định*, Chuyên ngành: *Quản trị Kinh doanh*, dưới sự hướng dẫn của: TS. Lê Văn Hny, Trưởng Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.

Điều 2. Học viên cao học và người hướng dẫn ghi ở điều 1 được hưởng các quyền lợi và nhiệm vụ ghi trong "Quy chế Đào tạo Trình độ Thạc sĩ" hiện hành.

Học viên và người hướng dẫn phải đảm bảo thực hiện đúng quy chế về đào tạo sau đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo và quy định về đào tạo sau đại học của Đại học Đà Nẵng.

Điều 3. Các ông Chánh Văn phòng, Trưởng Ban Đào tạo Sau đại học, Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế, các Ban hữu quan, người hướng dẫn và học viên có tên trên chịu trách nhiệm thi hành quyết định này./.

KT. GIÁM ĐỐC

PHÓ GIÁM ĐỐC



PGS. TS. NGUYỄN NGỌC VŨ

Nơi nhận:

- Như điều 3;

- Lưu VP, Ban ĐTSĐH.

PHỤ LỤC 01
THÔNG TIN KHÁCH HÀNG
 (Áp dụng đối với Khách hàng Doanh Nghiệp)

| | | | |
|---|--|----------------------|--|
| Khách hàng | | Người liên hệ | |
| T24-ĐKKD | | Chức vụ | |
| Ngành | | Điện thoại | |
| Địa chỉ | | Di Động | |
| | | Email | |
| 1- Thông tin chung | | | |
| - Năm thành lập : - Lĩnh vực kinh doanh chính/Sản phẩm chính : - Giấy phép, chứng chỉ hành nghề : - Cổ đông lớn(% sở hữu), kinh nghiệm của các cổ đông lớn: - Các công ty con, % nắm giữ của công ty mẹ, lĩnh vực sản xuất, cơ chế chuyển doanh thu về nước(với DN đầu tư nước ngoài): | | | |

.....
.....
.....
.....

- Thông tin về nhu cầu của Khách hàng (Vay vốn ngắn, trung, dài hạn, hạn mức, LC, Bảo lãnh, Thanh toán quốc tế) :

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2- Hoạt động kinh doanh

Dòng sản phẩm chính (% doanh thu):.....

.....
.....
.....
.....
.....

Chế biến- Sản xuất:

- Quy trình chế biến/sản xuất/nhập xuất kho:

.....
.....
.....
.....
.....

- Năng lực Nhà máy, dây chuyền sản xuất: (chụp ảnh nếu được) :

.....
.....
.....

- Số lượng nhân công, yêu cầu về tay nghề, mức lương bình quân:

.....
.....
.....

- Phương thức, cách thức quản lý kho : Mặt bằng kho, mái che, quy trình NX kho, bảo vệ... (Hỏi+ quan sát)

.....
.....
.....
.....
.....
.....

Đầu vào

Nguyên liệu, sản phẩm đầu vào : - Sản phẩm ; Nhà cung cấp chính (Trong nước/NK, % đầu vào, khối lượng cung cấp); Giá mua bình quân; Phương thức/chính sách thanh toán; Vận chuyển; Mùa vụ; Các điều kiện về thuế, khác liên quan:

.....
.....
.....

4- Hệ thống kế toán

- Ai là người có thẩm quyền cung cấp thông tin tài chính, thông tin vay vốn. Báo cáo tài chính có được kiểm toán hay không, công ty nào kiểm toán. Có dùng phần mềm kế toán không.

.....
.....
.....
.....
.....

5- Các ý kiến, cảm nhận, đánh giá của Chi nhánh về khách hàng (qua thực tế gặp, kiểm tra cơ sở hoạt động của khách hàng). Các thông tin quan trọng khác qua tìm hiểu, nói chuyện với các bộ phận liên quan. Ảnh chụp nếu có.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Lưu ý:

- *Phiếu lấy thông tin có thể đưa trước khi gặp khách hàng để khách hàng chuẩn bị;*
- *Kết hợp giữa hỏi thông tin nhiều nguồn + Quan sát để bổ sung và xác nhận thông tin.*

PHỤ LỤC 02

CHẤM ĐIỂM HỆ THỐNG XẾP HẠNG TÍN DỤNG NỘI BỘ CHO DOANH NGHIỆP

1.1. Đối tượng và Nội dung chấm điểm của Hệ thống

1.1.1. Đối tượng của hệ thống Xếp hạng tín dụng nội bộ cho doanh nghiệp

Các doanh nghiệp được chấm điểm bao gồm khách hàng doanh nghiệp cũ và khách hàng doanh nghiệp mới

Khách hàng cũ: Là khách hàng doanh nghiệp đã có quan hệ tín dụng với MB nhưng không có thời gian gián đoạn quan hệ tín dụng tại MB trên 06 tháng hoặc đang có quan hệ tín dụng tại MB và đã thực hiện trả nợ kỳ đầu tiên (nợ gốc và/hoặc nợ lãi).

Khách hàng mới: Là khách hàng doanh nghiệp trước đây chưa từng có quan hệ tín dụng với MB hoặc là doanh nghiệp đã từng có quan hệ tín dụng với MB nhưng bị gián đoạn quan hệ tín dụng trên 06 tháng hoặc là khách hàng doanh nghiệp mới đang quan hệ tín dụng với MB và chưa đến kỳ hạn trả nợ đầu tiên (nợ gốc và/hoặc nợ lãi).

Khách hàng không chấm điểm thuộc một trong các loại sau:

a. Doanh nghiệp mới thành lập, hoạt động chưa đủ năm và chưa có báo cáo tài chính hoặc Doanh nghiệp mới thành lập đã có báo cáo tài chính nhưng báo cáo tài chính không có số đầu kỳ;

b. Khách hàng chỉ có các khoản vay bằng nguồn vốn tài trợ ủy thác của Bên thứ ba mà Bên thứ ba cam kết chịu toàn bộ trách nhiệm xử lý rủi ro khi xảy ra;

c. Đơn vị hành chính sự nghiệp có thu, không có báo cáo tài chính;

d. Khách hàng vay vốn tại MB để thực hiện một hay nhiều dự án đầu tư, các dự án này đều đang trong giai đoạn triển khai xây dựng, chưa đi vào hoạt động.

Các trường hợp ngoại lệ sau vẫn thực hiện chấm điểm để giúp CBTD trong quá trình quản lý chặt chẽ khách hàng một cách thường xuyên liên tục:

a. Khách hàng có dư nợ ngoại bảng tại thời điểm đánh giá mà khoản nợ này trước đây đã được MB xử lý nợ bằng quỹ dự phòng rủi ro.

b. Khách hàng bị âm vốn chủ sở hữu và kinh doanh thua lỗ trong năm tài chính gần nhất.

c. Khách hàng chưa có quan hệ tín dụng với MB nhưng được MB xác định là tiềm năng có thể hướng tới.

Thời hiệu đánh giá: Là cuối Quý I hoặc Quý II hoặc Quý III hoặc Quý IV, cụ thể như sau:

| <i>Thời hiệu đánh giá (Năm T)</i> | <i>Quý I</i> | <i>Quý II</i> | <i>Quý III</i> | <i>Quý IV</i> |
|--|--|---|--|---|
| Thời gian thực hiện xếp loại | Trước ngày 15 tháng 03 | Trước ngày 15 tháng 06 | Trước ngày 15 tháng 06 | Trước ngày 15 tháng 06 |
| Số liệu tài chính đánh giá | Báo cáo tài chính năm (T-2) | Báo cáo tài chính năm (T-1) | Báo cáo tài chính năm (T-1) | Báo cáo tài chính năm (T-1) |
| Thông tin phi tài chính | Thông tin phi tài chính của quý IV năm T - 1 | Thông tin phi tài chính của quý I năm T | Thông tin phi tài chính của quý II năm T | Thông tin phi tài chính của quý III năm T |
| Kết quả xếp loại được sử dụng để trích lập dự phòng của | Dư nợ ngày 29 tháng 02 | Dư nợ ngày 31 tháng 05 | Dư nợ ngày 31 tháng 8 | Dư nợ ngày 30 tháng 11 |

1.1.2. Nội dung chấm điểm của hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ cho doanh nghiệp

Hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ cho Doanh nghiệp của Ngân hàng phân loại nợ theo phương pháp định tính và định lượng trong 2 phần: tài chính và phi tài chính.

Phần tài chính

Việc đánh giá yếu tố tài chính của Doanh nghiệp dựa trên phương pháp định lượng qua việc phân tích báo cáo tài chính năm gần nhất. Các nhóm chỉ tiêu tài chính được xem xét bao gồm:

Nhóm chỉ tiêu thanh khoản

Nhóm chỉ tiêu hoạt động

Nhóm chỉ tiêu cân nợ

Nhóm chỉ tiêu thu nhập

Phần phi tài chính

Các yếu tố phi tài chính được đánh giá bằng phương pháp định tính và phương pháp định lượng, bao gồm các nhóm:

Khả năng trả nợ của Doanh nghiệp

Trình độ quản lý và môi trường nội bộ

Quan hệ với Ngân hàng

Các nhân tố ảnh hưởng đến ngành

Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động của Doanh nghiệp

Số điểm cho mỗi chỉ tiêu được đánh giá từ 20 đến 100 điểm và tỷ trọng cho từng chỉ tiêu thay đổi tùy thuộc vào ngành nghề và quy mô doanh nghiệp của khách hàng.

Điểm của phần tài chính chiếm từ 25 – 30% tổng điểm xếp hạng (25% đối với báo cáo tài chính không được kiểm toán hoặc báo cáo tài chính được kiểm toán nhưng không có ý kiến chấp nhận toàn phần và 30% đối với báo

cáo tài chính có kiểm toán có ý kiến chấp nhận toàn phần), và phần phi tài chính chiếm 70% tổng điểm xếp hạng.

Tổng điểm kết hợp của hai yếu tố định tính và định lượng sẽ giúp xác định mức phân loại của khoản cho vay theo bảng dưới đây:

| Tổng số điểm | | | |
|---------------------|------------|-----------------|---------------------|
| Từ | Đến | Xếp hạng | Phân loại nợ |
| 91 | 100 | AAA | Đủ tiêu chuẩn |
| 81 | 90 | AA | Đủ tiêu chuẩn |
| 71 | 80 | A | Đủ tiêu chuẩn |
| 66 | 70 | BBB | Cần chú ý |
| 61 | 65 | BB | Cần chú ý |
| 56 | 60 | B | Dưới tiêu chuẩn |
| 51 | 55 | CCC | Dưới tiêu chuẩn |
| 46 | 50 | CC | Nghi ngờ |
| 41 | 45 | C | Nghi ngờ |
| 0 | 40 | D | Có khả năng mất vốn |

PHỤ LỤC 03

| QUYẾT ĐỊNH CẤP TÍN DỤNG | |
|--------------------------------|--|
| LOẠI | CẤP TÍN DỤNG |
| AAA | Đáp ứng tối đa nhu cầu tín dụng |
| AA | Đáp ứng tối đa nhu cầu tín dụng |
| A | Đáp ứng tối đa nhu cầu tín dụng |
| BBB | Cấp tín dụng với hạn mức tùy thuộc vào phương án bảo đảm tiền vay |
| BB | Có thể cấp tín dụng nhưng phải xem xét kỹ lưỡng hiệu quả phương án vay vốn và bảo đảm tiền vay |
| B | Không khuyến khích mở rộng tín dụng mà tập trung thu nợ |
| CCC | Từ chối cấp tín dụng (Chỉ cấp với hạn mức nhất định khi nhằm hướng đến mục tiêu xã hội) |
| CCC | Từ chối cấp tín dụng (Chỉ cấp với hạn mức nhất định khi nhằm hướng đến mục tiêu xã hội) |
| C | Từ chối cấp tín dụng (Chỉ cấp với hạn mức nhất định khi nhằm hướng đến mục tiêu xã hội) |
| D | Từ chối cấp tín dụng (Chỉ cấp với hạn mức nhất định khi nhằm hướng đến mục tiêu xã hội) |

