

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**HỒ THỊ THẮNG**

**MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY**  
**ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP TẠI NH TMCP QUÂN ĐỘI**  
**CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**Chuyên ngành: Tài chính - Ngân hàng**  
**Mã số: 60.34.20**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Đà Nẵng - Năm 2012**

Công trình được hoàn thành tại  
**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. Nguyễn Ngọc Vũ**

Phản biện 1: **TS. Hồ Hữu Tiến**

Phản biện 2: **TS. Trần Ngọc Sơn**

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 18 tháng 02 năm 2012

*\* Có thể tìm hiểu luận văn tại:*

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học kinh tế, Đại học Đà Nẵng

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Nền kinh tế mở đòi hỏi các doanh nghiệp phải hết sức nỗ lực trong sản xuất, kinh doanh để có thể chiến thắng trong cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu tồn tại và phát triển. Hoạt động kinh doanh của bất kỳ Ngân hàng thương mại nào cũng chịu sự chi phối này, nhất là trong điều kiện ngày càng có nhiều Ngân hàng ra đời, việc mở rộng và chiếm lĩnh thị phần là vấn đề cấp bách.

Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đà Nẵng là Chi nhánh trực thuộc Ngân hàng TMCP Quân đội. Chi nhánh chủ yếu huy động vốn để cho vay phát triển kinh tế, phục vụ đời sống xã hội chủ yếu trên địa bàn. Trong thời gian qua Chi nhánh đã từng bước tăng trưởng về số lượng tín dụng nói chung và khoản vay nói riêng đối với các doanh nghiệp với chất lượng tín dụng khá cao và đã duy trì được một số khách hàng truyền thống có tiềm lực mạnh. Tuy nhiên, thị phần tín dụng chiếm tỷ trọng thấp, thực trạng hoạt động vẫn còn nhiều vấn đề bất cập, cụ thể về quy trình, chính sách tín dụng còn cứng nhắc về một số nội dung gây khó khăn cho các doanh nghiệp khi tiếp cận vốn, mạng lưới phân phối hẹp, sản phẩm tín dụng còn khá đơn điệu... Đây là lý do tác giả chọn đề tài **“Mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đà Nẵng”** làm luận văn nghiên cứu thạc sĩ Quản trị kinh doanh.

### 2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại ngân hàng.
- Phân tích thực trạng mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đà Nẵng.
- Đề xuất các giải pháp mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh

ng nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đà Nẵng.

### 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Luận văn tập trung nghiên cứu các vấn đề lý luận cơ bản và thực trạng mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn từ 2007-2009.

### 4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp duy vật biện chứng.
- Phương pháp điều tra, thống kê và tổng hợp
- Phương pháp so sánh

### 5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

- Về lý thuyết: Luận văn đã khái quát các vấn đề lý thuyết cơ bản về tín dụng ngân hàng và mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp.
- Về mặt thực tiễn: Trên cơ sở phân tích thực trạng mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Đà Nẵng thời gian qua, luận văn đã đề ra giải pháp mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Chi nhánh thời gian tới.

### 6. Nội dung đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, luận văn được trình bày trong ba chương như sau:

**Chương 1:** Những vấn đề cơ bản về tín dụng ngân hàng và mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp

**Chương 2:** Thực trạng mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đà Nẵng.

**Chương 3:** Một số giải pháp mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đà Nẵng

## **CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ TÍN DỤNG NGÂN HÀNG VÀ MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP**

### **1.1 TÍN DỤNG NGÂN HÀNG**

#### **1.1.1 Khái niệm tín dụng Ngân hàng**

Tín dụng ngân hàng là quan hệ chuyển nhượng quyền sử dụng vốn từ ngân hàng cho khách hàng trong một thời gian nhất định với một khoản chi phí nhất định. Cũng như quan hệ tín dụng khác, tín dụng ngân hàng chứa đựng ba nội dung:

- + Có sự chuyển nhượng quyền sử dụng vốn từ người sở hữu sang cho người sử dụng.

- + Sự chuyển nhượng này mang tính tạm thời hay có thời hạn.

- + Sự chuyển nhượng này có kèm theo chi phí.

#### **1.1.2 Phân loại tín dụng Ngân hàng**

#### **1.1.3 Vai trò của tín dụng ngân hàng**

### **1.2 MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP**

#### **1.2.1 Giới thiệu chung về doanh nghiệp**

##### ***1.2.1.1. Khái niệm doanh nghiệp***

Theo Luật Doanh nghiệp được ban hành ngày 29/11/2005 định nghĩa: Doanh nghiệp là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích thực hiện các hoạt động sản xuất kinh doanh.

##### ***1.2.1.2. Đặc điểm chung của các doanh nghiệp***

##### ***1.2.1.3 Vai trò và vị trí của các doanh nghiệp***

#### **1.2.2. Mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp**

##### ***1.2.2.1. Quan niệm mở rộng hoạt động cho vay***

Mở rộng cho vay là hoạt động của ngân hàng, là việc tăng qui mô cho vay trên cơ sở kiểm soát mức rủi ro và đảm bảo khả năng sinh lời phù hợp với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ. Trong đó tăng qui mô cho vay là mục tiêu hàng đầu, mục tiêu hạn chế rủi ro và khả năng sinh lời là hai mục tiêu được xem xét tùy thuộc vào chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ.

Tăng qui mô cho vay là tăng số lượng khách hàng, tăng dư nợ bình quân cũng như dư nợ thời điểm trên mỗi khách hàng bằng cách xâm nhập vào những thị trường mới, tiềm năng hoặc cạnh tranh và thay thế.

Tăng qui mô cho vay trên cơ sở kiểm soát rủi ro và nâng cao mức sinh lời từ hoạt động cho vay là tùy thuộc vào chính sách và chiến lược của ngân hàng trong từng thời kỳ.

##### ***1.2.2.2. Phương thức mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp***

- Thứ nhất là mở rộng hoạt động cho vay theo đối tượng và gia tăng số lượng khách hàng: Là quá trình NH thực hiện mở rộng đối tượng khách hàng trên thị trường hiện có và xâm nhập vào thị trường mới, thị trường mà khách hàng chưa biết đến sản phẩm hoặc chưa sử dụng sản phẩm của NH mình. Theo đó, có thể mở rộng hoạt động cho vay theo vùng miền, khu vực địa lý và theo đối tượng và gia tăng số lượng khách hàng.

- Thứ hai là tăng qui mô cho vay tức là tăng dư nợ bình quân trên mỗi khách hàng: Là việc NH khai thác tốt hơn thị trường khách hàng hiện có của mình, từ đó phân đoạn thị trường để thỏa mãn mọi nhu cầu của khách hàng.

##### ***1.2.2.3. Một số chỉ tiêu phản ánh kết quả mở rộng hoạt động cho vay***

- Chỉ tiêu dư nợ tín dụng

- Chỉ tiêu số lượng khách hàng và số lượng sản phẩm cho vay của ngân hàng
- Chỉ tiêu chất lượng tín dụng
- Chỉ tiêu thu nhập

### **1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng hoạt động cho vay**

#### **1.2.3.1. Các nhân tố bên ngoài ngân hàng**

- Một là nhân tố chủ trương, chính sách Nhà nước
- Hai là môi trường kinh tế, chính trị - xã hội
- Ba là đối thủ cạnh tranh
- Bốn là các nhân tố thuộc về các doanh nghiệp

#### **1.2.3.2. Các nhân tố bên trong Ngân hàng**

- Chính sách cho vay của NH
- Chính sách về lãi suất, phí của NH
- Chính sách mạng lưới kênh phân phối
- Chính sách tuyên truyền quảng cáo
- Năng lực tài chính của ngân hàng
- Trình độ, năng lực làm việc của đội ngũ cán bộ tín dụng
- Cơ sở vật chất, trang thiết bị của NHTM

#### **Kết luận Chương 1**

Trong chương 1, luận văn đã hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về tín dụng ngân hàng và vai trò của tín dụng ngân hàng, khái niệm về doanh nghiệp và vai trò, đặc điểm chủ yếu của các doanh nghiệp ở nước ta. Bên cạnh đó luận văn còn đưa ra quan niệm, các tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng hoạt động cho vay.

## **CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP TẠI NH TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG.**

### **2.1. GIỚI THIỆU CHUNG VỀ NH TMCP QUÂN ĐỘI – CN ĐÀ NẴNG.**

#### **2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển**

#### **2.1.2. Cơ cấu tổ chức của NH TMCP Quân đội – CN Đà Nẵng**

#### **2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của NH TMCP Quân đội - CN Đà Nẵng**

##### **2.1.3.1. Về hoạt động huy động vốn**

##### **2.1.3.2. Về hoạt động cho vay**

##### **2.1.3.3. Các hoạt động khác**

##### **2.1.3.4. Kết quả hoạt động kinh doanh**

Với mục tiêu trở thành Ngân hàng một trong những NH TMCP hàng đầu theo xu hướng đa năng hóa, MB Đà Nẵng đã không ngừng cung cấp các sản phẩm, dịch vụ theo nhu cầu của khách hàng.

Hoạt động cho vay của Chi nhánh chiếm tỷ trọng cao nhất do vậy trong cơ cấu thu nhập của Chi nhánh thì thu nhập từ hoạt động cho vay chiếm gần 90% tổng thu nhập, tiếp theo là thu từ hoạt động dịch vụ.

### **2.2. THỰC TRẠNG MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP TẠI NH TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG.**

#### **2.2.1. Thực trạng các doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Đà Nẵng**

Các doanh nghiệp trên địa bàn Đà Nẵng chủ yếu là các doanh nghiệp có qui mô nhỏ và vừa chiếm khoảng 94,65% số lượng các doanh nghiệp trên địa bàn với qui mô nguồn vốn kinh doanh dưới 10 tỷ đồng (khoảng 56,33% doanh nghiệp có nguồn vốn dưới 1 tỷ đồng). Theo đó nguồn vốn của các doanh nghiệp này chủ yếu là vốn tự có và

nguồn vốn vay, trong đó nguồn vốn tự có của các doanh nghiệp thường nhỏ, do vậy để mở rộng sản xuất kinh doanh cũng như tăng năng suất sản xuất, các doanh nghiệp phải dựa vào nguồn vốn vay nhưng thực tế khi tiếp cận các nguồn vốn vay còn bị hạn chế do không đủ tài sản thế chấp, giá trị tài trợ thấp so với nhu cầu...

## 2.2.2. Thực trạng mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại NH TMCP Quân đội – CN Đà Nẵng

### 2.2.2.1. Số lượng khách hàng doanh nghiệp có quan hệ tín dụng với MB Đà Nẵng

**Bảng 2.7: Số lượng khách hàng DN có quan hệ tín dụng tại NH Quân đội Đà Nẵng**

*DVT: tỷ đồng*

Thành phần	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		2008/ 2007	2009/ 2008
	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ		
DNNN	14	3%	16	3%	16	3%	14%	0%
Công ty cổ phần	218	47%	240	46%	251	41%	10%	5%
Công ty TNHH	197	42%	230	44%	304	50%	17%	32%
DNTN	33	7%	37	7%	40	7%	12%	8%
Hợp tác xã	1	0%	1	0%	1	0%	0%	0%
Công ty có vốn đầu tư nước ngoài	1	0%	2	0%	2	0%	100%	0%
<b>Tổng cộng</b>	<b>464</b>	<b>100%</b>	<b>526</b>	<b>100%</b>	<b>614</b>	<b>100%</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>

*(Nguồn: MB Đà Nẵng)*

### 2.2.2.2. Về dư nợ cho vay đối với doanh nghiệp

Tốc độ tăng trưởng dư nợ đối với doanh nghiệp tại Chi nhánh tăng nhanh, năm 2008 tăng 61% ứng với 385 tỷ đồng so với năm 2007, tương ứng với tốc độ tăng trưởng chậm dư nợ toàn chi nhánh, năm 2009 tốc độ tăng trưởng dư nợ của doanh nghiệp chỉ tăng 9% so với năm 2008 ứng với 95 tỷ đồng.

**Bảng 2.8: Dư nợ cho vay đối với doanh nghiệp của MB Đà Nẵng**

*DVT: tỷ đồng*

Chi tiêu	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		2008/ 2007	2009/ 2008
	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ		
<b>Tổng dư nợ</b>	<b>750</b>	<b>100%</b>	<b>1.160</b>	<b>100%</b>	<b>1.285</b>	<b>100%</b>	<b>55%</b>	<b>11%</b>
- Doanh nghiệp	633	84%	1.018	88%	1.113	87%	61%	9%
<b>Dư nợ xấu</b>	<b>4,5</b>	<b>100%</b>	<b>12,7</b>	<b>100%</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>	<b>182%</b>	<b>128%</b>
- Doanh nghiệp	3,3	73%	9,8	71%	25,6	86%	197%	161%
<b>Tỷ lệ nợ xấu</b>	<b>0,6%</b>	<b>100%</b>	<b>1,1%</b>	<b>100%</b>	<b>2,3%</b>	<b>100%</b>	<b>83%</b>	<b>109%</b>
- Doanh nghiệp	0,44%	73,3%	0,84%	77%	2%	87%	91%	138%

*(Nguồn: MB Đà Nẵng)*

Tỷ trọng dư nợ cho vay đối với doanh nghiệp chiếm tỷ trọng khá lớn trên 80% tổng dư nợ của Chi nhánh. Tỷ trọng này tăng dần theo tốc độ tăng trưởng dư nợ của Chi nhánh qua các năm, đây cũng chính

là phương hướng chủ đạo để mở rộng thị trường của Chi nhánh trong thời gian qua.

*a. Cho vay doanh nghiệp phân theo thành phần kinh tế*

Đối với cho vay theo thành phần kinh tế, tỷ trọng dư nợ cho vay của thành phần doanh nghiệp ngoài quốc doanh chiếm đa số từ 72-74% tổng dư nợ vay đối với doanh nghiệp, mặc dù dư nợ đối với doanh nghiệp tại Chi nhánh tăng trưởng khá mạnh trong năm 2008 và 2009, trong đó tốc độ tăng trưởng mạnh chủ yếu từ khối doanh nghiệp ngoài quốc doanh (66% so với năm 2007, 9% năm 2009 so với năm 2008) nhưng tỷ trọng này hầu như không đổi qua các năm. (Tham khảo tại bảng số liệu 2.10, trang 43 cuốn toàn tập).

*b. Cho vay doanh nghiệp phân theo thời hạn tín dụng*

Dư nợ cho vay doanh nghiệp tại Chi nhánh tăng trưởng theo xu hướng tăng tỷ trọng nợ trung, dài hạn giảm tỷ trọng nợ ngắn hạn theo xu hướng đầu tư, mở rộng và ngày càng phát triển của các Công ty hiện nay. Qua 3 năm 2007-2009, dư nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng cao nhất (khoảng 70% tổng dư nợ doanh nghiệp) hầu như không thay đổi, cơ cấu nợ trung hạn giảm mạnh trong năm 2008 từ 18% còn 10% cụ thể năm 2008 dư nợ trung hạn doanh nghiệp giảm 10% so với năm 2007, được thay thế bởi dư nợ dài hạn tại Chi nhánh. Có sự thay đổi mạnh này là do trong 2008 Chi nhánh tài trợ dài hạn cho 3 dự án lớn đó là: đồng tài trợ dự án xây dựng nhà xưởng của Công ty ITG – Phong Phú, tài trợ đầu tư tăng năng lực 2 Romooc cho Công ty Vietransimex và tài trợ xây dựng showroom Honda ô tô Đà Nẵng của Công ty cổ phần ô tô Vận Hội Mới.

*c. Cho vay doanh nghiệp phân theo mức độ tín nhiệm của khách hàng*

Theo thông lệ NH TMCP Quân đội - CN Đà Nẵng thường căn cứ vào mức độ tín nhiệm của khách hàng vay và tính chất của khoản vay

để xem xét khoản vay của khách hàng có hay không có tài sản bảo đảm. Tuy nhiên, hiện nay đối với hình thức không có TSBĐ Chi nhánh hạn chế sử dụng do tính chất rủi ro khá cao, chỉ áp dụng đối với các khách hàng có quan hệ truyền thống, uy tín thông thường các khoản vay này được Hội Sở phê duyệt cấp tín dụng, đồng thời tài sản bảo đảm chủ yếu là các quyền đòi nợ và hàng tồn kho luân chuyển việc quản lý của Chi nhánh rất khó khăn.

*d. Cho vay doanh nghiệp phân theo lĩnh vực kinh doanh*

Trong cơ cấu dư nợ doanh nghiệp theo lĩnh vực kinh doanh của Chi nhánh chiếm tỷ trọng lớn là ngành công nghiệp chế biến, đóng tàu với 29%-35% tổng dư nợ. So với năm 2007, năm 2008 tỷ trọng này giảm mạnh 5%, nhưng về số tuyệt đối dư nợ lĩnh vực này tăng đến 83 tỷ đồng ứng với tốc độ tăng trưởng 38% so với năm 2007 và tiếp tục tăng thêm 22 tỷ đồng ứng với tốc độ tăng 7% trong năm 2009 so với năm 2008. Tốc độ tăng trưởng của tất cả các lĩnh vực đều tăng trưởng mạnh, trong đó tốc độ tăng trưởng mạnh nhất là lĩnh vực thương mại, dịch vụ và các ngành khác.

*e. Cho vay doanh nghiệp phân theo phương thức cho vay*

Về phương thức cho vay, Chi nhánh chia thành 3 nhóm: cho vay từng lần, cho vay hạn mức và cho vay dự án, trong đó dư nợ cho vay theo hạn mức chiếm tỷ trọng cao nhất và có xu hướng tăng dần từ 49% năm 2007 lên 66% năm 2009 so với dư nợ cho vay theo từng lần và dự án. Việc cho vay theo hạn mức chủ yếu Chi nhánh áp dụng cho các khách hàng có nhu cầu vốn luân chuyển thường xuyên, ổn định, đã có quan hệ lâu năm và uy tín với Chi nhánh.

**2.2.2.3. Về tình hình thu nhập từ hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp**

Cho vay là hoạt động mang lại nguồn thu nhập chính cho tất cả các TCTD nói chung và MB nói riêng. Dư nợ càng tăng thì thu nhập

mang lại từ hoạt động này tăng theo. Đối với MB Đà Nẵng, thu nhập từ hoạt động cho vay chiếm gần 90% tổng thu nhập của ngân hàng, riêng thu nhập từ hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp chiếm hơn 80% thu nhập từ hoạt động cho vay.

Trong những năm gần đây, qui mô thu lãi từ hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại MB Đà Nẵng đã được tăng lên đáng kể qua các năm. Năm 2008 đạt 196 tỷ đồng tăng 61% tương ứng với mức tăng 74 tỷ đồng so với năm 2007, năm 2009 tăng 29% so với năm 2008 ứng với 57 tỷ đồng so với năm 2008.

Ngoài ra, để đánh giá cụ thể hiệu quả từ hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp, chúng ta xem xét chỉ tiêu Tỷ lệ thu nhập ròng của doanh nghiệp mang lại so với tổng thu nhập

**Bảng 2.16: Tỷ lệ thu nhập ròng từ cho vay DN trên tổng thu nhập tại MB Đà Nẵng.**

*DVT: tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008		Năm 2009			
	Số tiền	Số tiền	Mức tăng	% tăng	Số tiền	Mức tăng	% tăng
Thu nhập ròng từ DN	7	11	4	57	16	5	45
Tổng TN ròng	15	22	7	7	26	4	18
<b>Tỷ lệ TN ròng từ DN trên tổng TN</b>	<b>47%</b>	<b>50%</b>	<b>3%</b>		<b>62%</b>	<b>12%</b>	

*(Nguồn: MB Đà Nẵng)*

#### **2.2.2.4. Về công tác thu hồi nợ xấu đối với doanh nghiệp**

Mặc dù công tác thu hồi nợ xấu tại Chi nhánh luôn được coi trọng và nợ xấu hàng năm đều được thu hồi dần nhưng tốc độ thu hồi nợ xấu tại Chi nhánh khá chậm cụ thể năm 2007 tỷ lệ thu hồi nợ xấu là 8%, trong năm 2008 đạt 32% tương ứng với 3,1 tỷ đồng, tuy nhiên đến năm 2009 dư nợ xấu tăng quá mạnh nhưng giá trị thu hồi được trong năm khá thấp dẫn đến tỷ lệ thu hồi chỉ chiếm 18%.

Nợ xấu tại Chi nhánh được thu hồi chủ yếu từ nợ nhóm 3- nợ dưới tiêu chuẩn, đối với nợ nhóm 4 và nợ nhóm 5 Chi nhánh thu hồi được rất thấp và gặp những khó khăn nhất định bởi nguyên nhân chính là do tình hình kinh tế khủng hoảng gây ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của khách hàng thậm chí nhiều đơn vị đóng cửa, phá sản và do khách hàng không đủ tài sản bảo đảm tốt cho toàn bộ dư nợ, cán bộ thẩm định không thẩm định chặt chẽ phương án kinh doanh, tài sản đảm bảo của khách hàng.

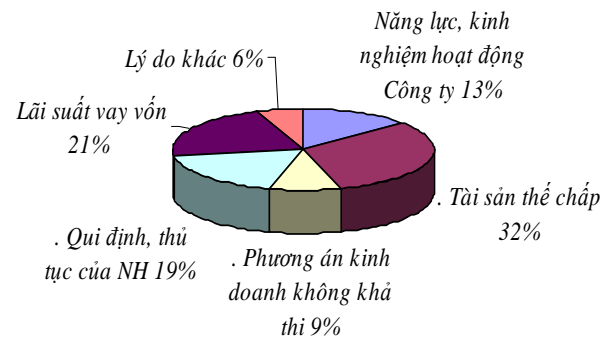
#### **2.2.2.5. Khảo sát, điều tra các đánh giá của khách hàng doanh nghiệp về hoạt động cho vay tại MB Đà Nẵng**

Để có thể đưa ra đánh giá một cách toàn diện hơn hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại MB Đà Nẵng thông qua các ý kiến, nhận xét của khách hàng, từ đó rút ra các nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng cho vay và qua đó kiến nghị cải tiến cơ chế, chính sách và đặc tính sản phẩm nhằm thỏa mãn nhu cầu khách hàng. Học viên đã thực hiện khảo sát điều tra các khách hàng doanh nghiệp. Cuộc khảo sát chú trọng vào các doanh nghiệp đã và đang vay vốn phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh tại MB Đà Nẵng và dàn trải đều vào tất cả các doanh nghiệp có lĩnh vực hoạt động từ sản xuất công nghiệp, xây dựng cho đến thương mại và dịch vụ.

Phương pháp điều tra là phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên với đối tượng tham gia trả lời phiếu là các Giám đốc hoặc kế toán trưởng của các doanh nghiệp. Tổng số phiếu phát ra: 150 phiếu, tổng số phiếu thu lại 135 phiếu, trong đó có 20 doanh nghiệp đang trong quá trình tiếp thị và 115 doanh nghiệp đã và đang vay vốn tại MB. Tất cả 135 doanh nghiệp đều có quan hệ vay vốn với ít nhất 1 ngân hàng.

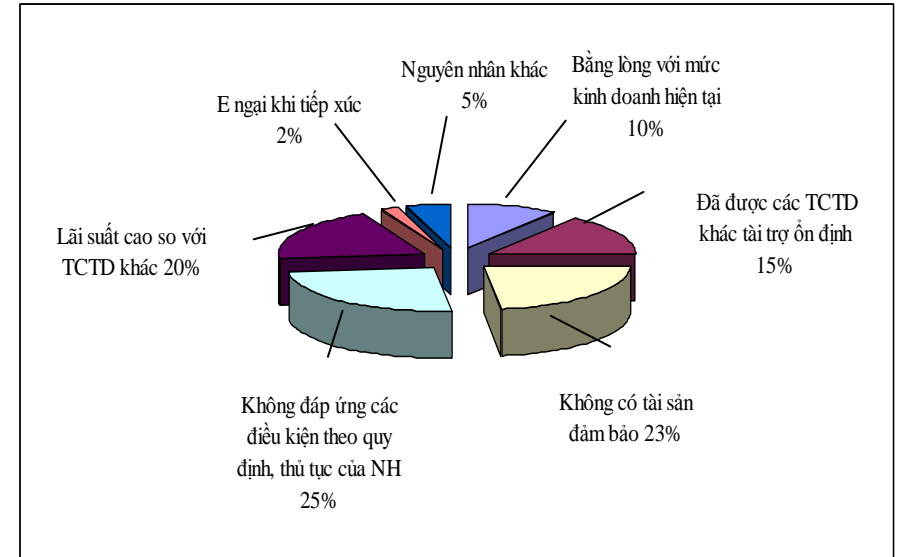
Trong số 135 doanh nghiệp được điều tra thì số lượng Công ty TNHH chiếm tỷ trọng cao nhất 39% kế đến là Công ty cổ phần với 35%, DNTN chiếm 19% và DN Nhà nước chỉ chiếm 7%, loại hình Hợp tác xã không có đơn vị nào vì hiện nay tại Chi nhánh không có dư nợ khách hàng này.

#### Những hạn chế khi DN tiếp cận vốn vay tại MB



Hình 2.5 : Những hạn chế khi các DN tiếp cận vốn vay tại MB ĐN

Trong các nguyên nhân theo hình 2.5, nguyên nhân chính là do khách hàng thiếu tài sản thế chấp chiếm tỷ trọng 32%, kế đến là lãi suất vay vốn và qui trình thủ tục của ngân hàng chiếm tỷ trọng 19%-21%, các nguyên nhân còn lại chiếm tỷ trọng nhỏ.

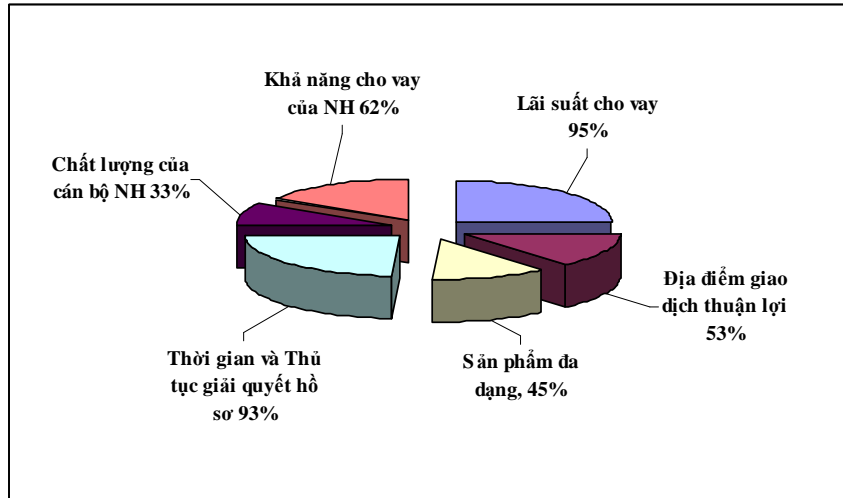


Hình 2.6: Nguyên nhân các DN chưa hoặc không muốn tiếp cận vốn vay tại MB ĐN

Nguyên nhân chính các doanh nghiệp chưa hoặc không muốn quan hệ vay vốn tại MB vẫn là không đáp ứng các điều kiện qui định, thủ tục của NH (25%), kế đến là không có tài sản bảo đảm (23%) và lãi suất cao so với các TCTD khác (20%). Ngoài ra một nguyên nhân khác không kém quan trọng là các doanh nghiệp này đã được các TCTD khác tài trợ khá ổn định (15%), họ chính là khách hàng truyền thống hoặc dựa trên mối quan hệ quen biết với các TCTD này, do đó họ khá trung thành và rất khó thâm nhập thị trường này ngoại trừ MB có chính sách ưu đãi và sản phẩm cung cấp tối ưu hơn so với các TCTD khác.

Về mức độ quan trọng của các yếu tố khi quyết định sử dụng sản phẩm dịch vụ (vay vốn) tại MB Đà Nẵng





Hình 2.7: Mức độ quan trọng của các yếu tố khi quyết định vay vốn tại MB ĐN

Trong 6 yếu tố được sử dụng để đánh giá thì lãi suất cho vay và thời gian, thủ tục giải quyết hồ sơ là hai yếu tố quan trọng nhất với số lượng khách hàng lựa chọn lớn nhất.

### 2.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại NH TMCP Quân đội – CN Đà Nẵng

#### 2.2.3.1. Từ phía hệ thống Ngân hàng TMCP Quân đội và MB Đà Nẵng

Quy trình thủ tục và chính sách cho vay còn khá nhiều tồn tại chưa tạo sự thuận tiện và thỏa mãn nhu cầu khách hàng đến vay vốn. Cụ thể là qui định về độ tuổi chủ sở hữu tài sản bảo đảm và nhiều điều kiện chặt chẽ khi cho vay cũng như tỷ lệ tài trợ, trong khi đó các doanh nghiệp lại có quy mô quá nhỏ, thậm chí siêu nhỏ với nguồn vốn hạn hẹp, thiếu tài sản đảm bảo, lĩnh vực hoạt động kinh doanh không thuộc đối tượng được mở rộng, phương án kinh doanh không khả thi, công ty mới thành lập chưa có nhiều kinh nghiệm... nên nhiều khi không đáp ứng được các quy định mà ngân hàng đề ra đã hạn chế khả

năng tiếp cận vốn vay của khách hàng

Các chính sách về lãi suất, phí chưa thực sự cạnh tranh so với các đối thủ. Nguồn vốn huy động chưa ổn định, đội ngũ CBCNV còn nhiều hạn chế trong giao tiếp. Mạng lưới hoạt động tại Chi nhánh vẫn chưa đáp ứng mục tiêu có điểm giao dịch tại tất cả các quận, huyện trên địa bàn.

#### 2.2.3.2. Từ phía các doanh nghiệp

- *Không đủ tài sản để thế chấp*: số lượng tài sản của khách hàng thì hữu hạn so với nhu cầu

- *Năng lực tài chính, năng lực, kinh nghiệm hoạt động và phương án kinh doanh không khả thi*

- *Thiếu minh bạch trong hoạt động* Việc thẩm định thường gặp khó khăn do việc hạch toán chế độ kế toán thống kê của các doanh nghiệp chưa được nghiêm túc, nhiều doanh nghiệp còn có tư tưởng báo cáo đối phó với ngân hàng, thiếu thông tin kiểm chứng.

#### 2.2.3.3. Từ phía môi trường kinh tế

Hoạt động của các TCTD nói chung và MB Đà Nẵng nói riêng phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài. Trước hết là chính sách của Đảng, Nhà nước, các chính sách điều tiết chưa thật sự đồng bộ và thay đổi liên tục tùy theo tình hình nền kinh tế, nhất là chính sách thắt chặt tín dụng của NHNN dẫn đến việc mở rộng hoạt động cho vay của Chi nhánh là không thể.

Tiếp theo là các đối thủ cạnh tranh: trên địa bàn Thành phố Đà Nẵng đến thời điểm 31/12/2009 đã có hơn 53 TCTD hoạt động không kể đến các mạng lưới giao dịch của các TCTD này.

#### **2.2.4. Đánh giá chung mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại NH TMCP Quân đội – CN Đà Nẵng**

##### **2.2.4.1. Những kết quả Chi nhánh đã đạt được**

- Chi nhánh đã thiết lập được mối quan hệ thân thiết với nhiều khách hàng lớn nhất là các khách hàng quân đội, bên cạnh đó ngày càng nhiều công ty TNHH, Công ty cổ phần, các Công ty có vốn đầu tư nước ngoài... đến vay vốn của ngân hàng.

- Chi nhánh cũng đã có thêm nhiều khách hàng mới, hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao, có uy tín trên thị trường, đặc biệt có những khách hàng hầu hết chỉ thực hiện giao dịch duy nhất và trung thành với Chi nhánh trong những lúc khó khăn cũng như thuận lợi,

- Đa dạng về thời hạn cho vay, đa dạng về phương thức cho vay, do đó đã đáp ứng được các nhu cầu về vốn khác nhau của mọi đối tượng khách hàng cũng như nhu cầu vốn trong từng thời kỳ

##### **2.2.4.2. Những hạn chế**

- Tốc độ cho vay các doanh nghiệp chưa tương xứng với tiềm năng phát triển của khu vực kinh tế này chưa quan tâm đúng mức đến các khách hàng có qui mô nhỏ thậm chí chưa thực sự bình đẳng giữa các doanh nghiệp.

- Số lượng các doanh nghiệp tiếp cận vốn ngân hàng chưa cao nhất là các doanh nghiệp mới thành lập

- Chi nhánh vẫn còn xem trọng tài sản thế chấp hơn là phương án kinh doanh của khách hàng

- Hình ảnh của Chi nhánh chưa được thể hiện nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng

##### **2.2.4.3. Nguyên nhân:**

\* *Nguyên nhân khách quan:* Đây là những nguyên nhân xuất phát từ phía môi trường kinh doanh như cơ chế chính sách của Nhà nước,

chính sách của các đối thủ cạnh tranh và chính bản thân các doanh nghiệp.

\* *Nguyên nhân chủ quan:* Đây là những nguyên nhân xuất phát từ phía ngân hàng như phương châm hoạt động của toàn hệ thống MB nói chung và tại Chi nhánh nói riêng, qui trình thủ tục cho vay.

#### **Kết luận chương 2**

Trong chương 2, luận văn đã phản ánh thực trạng về hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại MB Đà Nẵng cũng như những kết quả đã đạt được trong quá trình cho vay đối với doanh nghiệp. Bên cạnh những kết quả đã đạt được, trong hoạt động cho vay tại Chi nhánh Đà Nẵng vẫn còn khá nhiều nhân tố gây trở ngại cho công tác mở rộng hoạt động tín dụng đối với các doanh nghiệp.

### **CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP TẠI NH TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG.**

#### **3.1. MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI**

#### **3.2. ĐỊNH HƯỚNG HOẠT ĐỘNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI - CN ĐÀ NẴNG**

#### **3.3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI - CN ĐÀ NẴNG**

##### **3.3.1. Chính sách đối với khách hàng**

###### **3.3.1.1. Đa dạng hóa khách hàng**

Để mở rộng hoạt động cho vay, NH TMCP Quân đội Đà Nẵng cần đa dạng hóa khách hàng là vấn đề tất yếu. Trong thời gian tới ngân hàng cần đẩy mạnh các hoạt động tiếp xúc khách hàng, không phân biệt qui mô doanh nghiệp, tuy nhiên Chi nhánh có thể phân chia theo từng nhóm khách hàng theo lĩnh vực ngành nghề hoặc theo khu vực (các khu công nghiệp, cụm công nghiệp) để có các hoạt động tiếp thị, giới thiệu hình ảnh của ngân hàng tới các doanh nghiệp cũng như tiếp thu ý kiến của khách hàng trong công tác cho vay của ngân hàng.

###### **3.3.1.2. Tăng cường công tác chăm sóc khách hàng**

Có nhiều cách thức để chăm sóc khách hàng, tuy nhiên cách chăm sóc tốt nhất là hình thức quảng cáo miễn phí nhưng mang lại hiệu quả cao cho Ngân hàng giúp giảm chi phí kinh doanh, gia tăng lợi nhuận, tạo cho khách hàng có niềm tin và trung thành với ngân hàng.

###### **3.3.1.3. Cung cấp các dịch vụ tư vấn kinh doanh cho khách hàng**

Không phải doanh nghiệp nào cũng hiểu và nắm bắt toàn diện các vấn đề về chính sách của ngân hàng cũng như các chính sách của Nhà

nước, do đó nhiều khách hàng không nắm bắt được hết các rủi ro xảy ra khi thực hiện phương án. Do đó Chi nhánh có thể cung cấp các dịch vụ tư vấn miễn phí đi kèm vừa mang lại lợi ích cho khách hàng vừa gắn kết hơn nữa mối quan hệ giữa khách hàng và Chi nhánh.

###### **3.3.1.4. Tạo dựng niềm tin và mối quan hệ ba bên**

Thực tế hiện nay có một số doanh nghiệp chưa thật sự đáp ứng được các yêu cầu vay vốn của ngân hàng, do đó họ ngại tiếp xúc với ngân hàng trong khi đó phương án kinh doanh của khách hàng có thể có hiệu quả. Để giải quyết tình trạng này, Ngân hàng có thể chủ động tổ chức buổi gặp mặt 3 bên (giữa Ngân hàng, khách hàng và đối tác của khách hàng) để tìm giải pháp hiệu quả nhất cho khách hàng và Ngân hàng.

##### **3.3.2. Xây dựng chiến lược cho vay cụ thể đối với khách hàng doanh nghiệp**

- Đa dạng hóa khách hàng theo ngành nghề, lĩnh vực hoạt động như ngành thủy hải sản, vận tải biển... không bó buộc vào việc ưu tiên phát triển các ngành nghề truyền thống.

- Qui trình chính sách cho vay đi kèm đối với khách hàng này phải được áp dụng một cách linh hoạt

- Có các phương thức đảm bảo tiền vay phù hợp, Chi nhánh có thể chấp nhận một mức rủi ro nhất định để gia tăng về số lượng khách hàng và số lượng tín dụng lên hàng đầu.

- Áp dụng các chính sách về lãi suất, phí linh hoạt.

- Chi nhánh cần phát triển và áp dụng loại hình cho vay theo hạn mức tín dụng thường xuyên hơn nữa nhất là cho khách hàng mới, nhưng hoạt động kinh doanh được luân chuyển thường xuyên liên tục.

##### **3.3.3. Chính sách, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng**

### **3.3.3.1. Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các sản phẩm, dịch vụ tín dụng, tiết kiệm**

- Đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ, tăng cường sử dụng các sản phẩm mới như: đồng tài trợ, bao thanh toán...

- Chi nhánh có thể xây dựng hệ thống theo dõi và đánh giá kết quả chất lượng dịch vụ thông qua các biện pháp: thăm dò ý kiến khách hàng bằng công cụ chủ yếu là các bảng câu hỏi, thiết kế mẫu góp ý, đóng giả khách hàng để kiểm tra các đơn vị cũng như các đối thủ cạnh tranh, lập đồ thị theo dõi về việc giải quyết khiếu nại, phiền hà của khách hàng.

### **3.3.3.2. Chính sách lãi suất, phí cho vay**

Chi nhánh cần khai thác tối đa thị trường tiềm năng cụ thể đối với khách hàng mới đủ điều kiện hay không đủ điều kiện xếp hạn tín dụng nội bộ thì áp dụng theo biểu lãi suất, đối với khách hàng tiềm năng cần ưu đãi lớn về lãi suất, phí để thu hút khách hàng thì Chi nhánh có thể xin cơ chế của Hội sở.

### **3.3.3.3. Tăng cường bán chéo sản phẩm**

Thông qua việc cung cấp sản phẩm cho khách hàng, Chi nhánh có thể tìm hiểu nhu cầu của khách hàng hiện có cũng như khách hàng tiềm năng (đang tiếp thị) từ đó Chi nhánh có thể cung cấp thêm các sản phẩm khác phù hợp nhu cầu khách hàng.

### **3.3.3.4. Cải tiến sản phẩm tạo sự khác biệt**

Các sản phẩm Ngân hàng Quân đội Đà Nẵng cần nghiên cứu cải tiến như:

- + Thay đổi phương thức cho vay theo hạn mức tín dụng
- + Kéo dài thời hạn cho vay của một số sản phẩm như: mua đất, mua nhà, xây dựng, sửa chữa nhà ở...từ tối đa 10 năm sang 15- 20 năm

để giảm áp lực trả nợ cho các khách hàng có thu nhập thấp nhưng ổn định thường xuyên.

### **3.3.4. Phát triển mạng lưới kênh phân phối**

Tiếp tục đào tạo và nâng cao các kỹ năng cần thiết cho đội ngũ bán hàng như: kỹ năng bán hàng, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng đàm phán...

Mở rộng kênh phân phối thông qua việc mở rộng chi nhánh, phòng giao dịch tại các quận trong thành phố

Kết hợp giữa kênh phân phối truyền thống với các phương tiện phân phối hiện đại thông qua sự phát triển của công nghệ

### **3.3.5. Tăng cường, cải tiến các giải pháp tác động gián tiếp**

#### **3.3.5.1. Cải thiện quy trình, thủ tục cho vay**

Chi nhánh cần có sự phối hợp giữa các phòng, ban, giữa bên thẩm định, ra quyết định với bên giải ngân để nhanh chóng cung ứng vốn cho khách hàng.

Đồng thời, Chi nhánh cần chú trọng tối đa đến sự hài lòng của khách hàng thông qua kênh trực tiếp như: thông qua bạn bè, người thân, sự giới thiệu của khách hàng..., kênh gián tiếp như thông qua truyền hình, báo chí, tờ rơi, pano, áp phích, trang web...

#### **3.3.5.2. Chính sách về tài sản bảo đảm**

Chi nhánh có thể linh hoạt áp dụng các hình thức đảm bảo cho khách hàng như đảm bảo bằng hàng tồn kho, khoản phải thu hoặc có thể tín chấp cho khách hàng đã có quan hệ thường xuyên, uy tín và tận dụng tối đa công tác thẩm định tài sản bảo đảm bởi một tổ chức độc lập

#### **3.3.5.3. Tăng cường huy động các nguồn vốn**

Tạo các khoản tiền gửi có tính chuyên hóa dễ dàng. Đa dạng hóa hơn các sản phẩm tiết kiệm. Phát triển hình thức nhận và trả tiền gửi theo yêu cầu của khách hàng. Quán triệt sâu sắc trong toàn Chi nhánh với quan điểm "Huy động vốn là nền tảng để mở rộng kinh doanh"

#### **3.3.5.4. Chính sách nguồn nhân lực**

##### **3.3.5.5. Tăng cường công tác tự kiểm tra, kiểm soát nội bộ tại Chi nhánh**

Để nâng cao hơn nữa chất lượng hoạt động cho vay, Chi nhánh có thể thành lập các bộ phận tự kiểm tra chéo các bộ phận khác theo định kỳ, qua đó có thể phát hiện ra các sai sót, lệch lạc từ khâu nào để từ đó Chi nhánh có các phương án điều chỉnh kịp thời nhằm giảm thiểu các rủi ro cho Chi nhánh.

### **3.4. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ**

#### **3.4.1. Đối với Thành phố**

Kiến nghị với các cơ quan đăng ký giao dịch bảo đảm, cơ quan công chứng, cơ quan đăng ký quyền sử dụng đất và cơ quan đăng ký các phương tiện giao thông vận tải.

Kiến nghị với Ủy ban nhân dân Thành phố có biện pháp xử lý nghiêm minh những hành vi tham nhũng, lạm dụng chức quyền gây thất thoát cho Nhà nước, Ngân hàng và khách hàng

#### **3.4.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước**

#### **3.4.3. Đối với Ngân hàng TMCP Quân đội**

##### **Kết luận chương 3**

Trong chương này, luận văn đã đưa ra những định hướng phát triển của toàn hệ thống MB và định hướng hoạt động của Chi nhánh Đà Nẵng, qua đó đưa ra các giải pháp nhằm mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại Chi nhánh. Đồng thời, trong chương này cũng đưa ra một số kiến nghị đối với Thành phố Đà Nẵng, đối với Ngân hàng Nhà nước và đối với Ngân hàng TMCP Quân đội nhằm hỗ trợ tối đa cho công tác mở rộng hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp tại MB Đà Nẵng.

### **KẾT LUẬN**

Với mong muốn Ngân hàng TMCP Quân đội - Đà Nẵng nhanh chóng trở thành một trong những TCTD hàng đầu tại Đà Nẵng, qua đề tài này tác giả muốn đóng góp một phần ý kiến nhằm mở rộng hoạt động cho vay đối với khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng TMCP Quân đội Đà Nẵng từ đó tăng thị phần và chiếm lĩnh thị trường thúc đẩy hoạt động kinh doanh hiệu quả hơn.

Mặc dù đã cố gắng hết sức do năng lực cũng như kinh nghiệm nghiên cứu của bản thân còn nhiều hạn chế không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Do vậy, rất mong nhận được nhiều ý kiến đóng góp của quý Thầy cô cũng như các bạn quan tâm.