

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

NÔNG MẠNH CƯỜNG

**HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHO VAY
KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI,
CHI NHÁNH ĐẮK LẮK**

Chuyên ngành: Tài chính - Ngân hàng

Mã số: 60.34.02.01

LUẬN VĂN THẠC SỸ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Hòa Nhân

Đà Nẵng - Năm 2015

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.

Tác giả

Nông Mạnh Cường

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Kết cấu đề tài.....	3
6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu.....	3
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	7
1.1. HOẠT ĐỘNG CHO VAY CỦA NHTM	7
1.1.1. NHTM và hoạt động của NHTM.....	7
1.1.2. Hoạt động cho vay của NHTM	11
1.2. CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ CỦA NHTM.....	17
1.2.1. Cho vay kinh doanh cà phê	17
1.2.2. Phân loại cho vay kinh doanh cà phê của Ngân hàng	20
1.2.3. Nội dung của hoạt động cho vay kinh doanh cà phê của NHTM.....	22
1.2.4. Các tiêu chí đánh giá kết quả cho vay kinh doanh cà phê của NHTM	26
1.2.5. Các nhân tố ảnh hưởng tới cho vay kinh doanh cà phê của NHTM.	28
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	33
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK.....	34
2.1. GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI.....	34
2.1.1. Sự hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân Đội	34
2.1.2. Các sản phẩm và dịch vụ chính.....	34
2.1.3. Khái quát về Ngân hàng TMCP Quân Đội CN Đắk Lắk.....	35

2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TÀI MB ĐẮK LẮK	47
2.2.1. Quy trình cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắc Lắc	47
2.2.2. Thực trạng các loại hình cho vay kinh doanh cà phê được cung ứng tại MB Đắc Lắc 2012-2014	50
2.2.3. Mục tiêu cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắc Lắc năm 2014... 54	
2.2.4. Các hoạt động chi nhánh đã triển khai cho vay kinh doanh cà phê.. 55	
2.2.5. Kết quả cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắc Lắc	61
2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK	73
2.3.1. Những kết quả	73
2.3.2. Hạn chế.....	76
2.3.3. Nguyên nhân hạn chế.....	77
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	79
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK.....	80
3.1. CƠ SỞ ĐỀ XUẤT.....	80
3.1.1. Những vấn đề đặt ra trong những hạn chế cho vay kinh doanh cà phê	80
3.1.2. Triển vọng và định hướng phát triển kinh doanh cà phê của tỉnh Đắc Lắc.....	80
3.1.3 Định hướng cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắc Lắc đến năm 2020.....	84
3.2. CÁC GIẢI PHÁP CỤ THỂ TRONG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK	87
3.2.1. Cửng cố các biện pháp phát triển khách hàng trong cho vay kinh doanh cà phê.....	87

3.2.2. Hoàn thiện các bước thực hiện trong qui trình cho vay kinh doanh cà phê.....	91
3.2.3. Tăng cường kiểm soát rủi ro và kiểm tra kiểm toán nội bộ.....	92
3.2.4. Nâng cao năng lực chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ nhân sự	94
3.2.5. Các giải pháp hỗ trợ	95
3.3. CÁC KIẾN NGHỊ VỀ CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ.....	97
3.3.1. Kiến nghị đối với Chính phủ.....	97
3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước	98
3.3.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Quân đội	100
KẾT LUẬN	101

TÀI LIỆU THAM KHẢO

QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN THẠC SĨ (BẢN SAO).

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Ký hiệu	Ý nghĩa
BDS	Bất động sản
BHTG	Bảo hiểm tiền gửi
CN	Chi nhánh
DN	Doanh nghiệp
DPRR	Dự phòng rủi ro
ĐVCV	Đơn vị cho vay
HKTT	Hộ khẩu thường trú
HO	Hội sở
HTX	Hợp tác xã
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
KH	Khách hàng
NHTM	Ngân hàng thương mại
MB	Ngân hàng thương mại cổ phần Quân Đội
MB Đắk Lắk	Ngân hàng thương mại cổ phần Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk
MBAMC	Công ty quản lý và khai thác tài sản ngân hàng TMCP Quân đội
NVHTQHKH	Nhân viên hỗ trợ quan hệ khách hàng
NVQHKH	Nhân viên quan hệ khách hàng
QĐ	Quyết định
TCTD	Tổ chức tín dụng
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TPKT	Thành phần kinh tế
TSBĐ	Tài sản bảo đảm
CBTD	CBTD
CV	Cho vay
TD	Tín dụng

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu	Tên bảng	Trang
2.1	Tình hình huy động vốn tại MB Đắk Lắk 2012-2014	40
2.2	Tình hình cho vay tại MB Đắk Lắk 2012-2014	42
2.3	Kết quả hoạt động kinh doanh tại MB Đắk Lắk 2012-2014	44
2.4	Các doanh nghiệp có doanh số xuất khẩu lớn	55
2.5	Dư nợ cho vay kinh doanh cả phê trong tổng dư nợ	61
2.6	Số lượng khách hàng vay kinh doanh cả phê qua các năm	62
2.7	Bảng dư nợ cho vay tính trên một cán bộ tín dụng	62
2.8	Dư nợ bình quân khách hàng vay kinh doanh cả phê tại MB Đắk Lắk 2012-2014	63
2.9	Cho vay kinh doanh cả phê của các TCTD tại tỉnh Đắk Lắk	64
2.10	Cho vay kinh doanh cả phê cho vay kinh doanh cả phê theo phương thức	66
2.11	Cơ cấu dư nợ cho vay kinh doanh cả phê theo thời gian tại MB Đắk Lắk	67
2.12	Cơ cấu dư nợ cho vay kinh doanh cả phê theo hình thức bảo đảm tại MB Đắk Lắk	68
2.13	Cơ cấu dư nợ cho vay kinh doanh cả phê theo đối tượng khách hàng tại MB Đắk Lắk	68
2.14	Nợ xấu cho vay kinh doanh cả phê	71
2.15	Bảng biến đổi kết cấu nhóm nợ cho vay kinh doanh cả phê	71
2.16	Bảng trích lập dự phòng cho vay kinh doanh cả phê	72
2.17	Bảng thu lãi cho vay kinh doanh cả phê	73

DANH MỤC CÁC HÌNH VÀ BIỂU ĐỒ

Số hiệu	Tên hình	Trang
1.1	Mô hình tổ chức của MB Đắk Lắk	38
2.1	Dư nợ cho vay KD cà phê trong tổng dư nợ	57
2.2	Thị phần cho vay KD cà phê trong tổng dư nợ tại Đắk Lắk	65

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết

Đắk Lắk được mệnh danh là thủ phủ của cà phê Việt Nam, là địa phương có diện tích cà phê lớn nhất nước với hơn 200.000 ha, trong đó diện tích cà phê cho thu hoạch hơn 190.000 ha, sản lượng niên vụ 2013-2014 đạt 350.000 tấn. Kim ngạch xuất khẩu năm 2013 toàn tỉnh đạt 700 triệu USD, đóng góp trên 40% GDP của tỉnh và đã giải quyết việc làm ổn định cho khoảng 350.000 lao động trực tiếp và khoảng 120.000 lao động gián tiếp.

Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) đã mua hơn 60% sản lượng cà phê của tỉnh. Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp thu mua cà phê xuất khẩu trên địa bàn không mua đủ theo kế hoạch, thậm chí nhiều doanh nghiệp còn bị vỡ hợp đồng vì không đủ nguồn hàng giao cho các đối tác theo đúng kế hoạch. Nguyên nhân là do các doanh nghiệp FDI có vốn lớn. Các doanh nghiệp thu mua xuất khẩu cà phê trong nước vốn ít, lãi vay ngân hàng cao. Ngay khi bước vào vụ thu hoạch cà phê, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với tiềm lực vốn mạnh đã nâng giá và thông qua các đại lý tổ chức gom hàng ồ ạt.

Phần lớn các doanh nghiệp thu mua xuất khẩu cà phê trên địa bàn tỉnh đều vay vốn của ngân hàng để thu mua, trong lúc đó, tỷ suất lợi nhuận xuất khẩu cà phê chỉ đạt khoảng 0.05%/lần quay vốn và lãi suất như thời gian từ 2011 đến nay càng làm cho doanh nghiệp trong nước thêm khó khăn. Nếu không sớm khắc phục, để tình trạng này kéo dài thì doanh nghiệp thu mua xuất khẩu cà phê trên địa bàn tỉnh dễ rơi và nguy cơ phá sản vì không đủ sức cạnh tranh với các doanh nghiệp có vốn FDI. Điểm mạnh nhất của các doanh nghiệp FDI cũng chính là điểm yếu nhất của doanh nghiệp trong nước đó là vốn. Xuất phát từ những vấn đề trên, cùng với tình hình thực tế cho vay kinh doanh cà phê tại ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk, tôi chọn vấn

đề "*Hoàn thiện hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk*" làm đề tài luận văn thạc sỹ chuyên ngành Tài chính – Ngân hàng với mong muốn vận dụng những kiến thức lý luận và giải quyết thực tiễn đang xảy ra tại đơn vị.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về cho vay kinh doanh cà phê của Ngân hàng thương mại;

Nghiên cứu thực trạng cho vay kinh doanh cà phê tại ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk trong giai đoạn 2012 đến năm 2014. Từ đó đúc kết những kinh nghiệm, ưu nhược điểm, những hạn chế cần phải khắc phục trong quá trình cho vay kinh doanh cà phê tại chi nhánh.

Đề xuất giải pháp hoàn thiện hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Đắk Lắk.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Luận văn tập trung nghiên cứu những vấn đề lý luận cho vay kinh doanh cà phê của NHTM và thực tiễn trong hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk.

Phạm vi nghiên cứu:

Về nội dung: Luận văn tập trung nghiên cứu về cho vay kinh doanh cà phê.

Về không gian: Hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk.

Về thời gian: Tiến hành phân tích, đánh giá hoạt động cho vay kinh doanh cà phê giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2014 và các giải pháp hoàn thiện đề xuất trong thời gian tới đối với chi nhánh.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu: Lấy số liệu về tình hình cho vay kinh doanh cà phê của Ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk giai đoạn 2012 – 2014.

Phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh: Dựa trên nguồn dữ liệu thu thập được để tổng hợp, mô tả về tình hình cho vay kinh doanh cà phê tại Ngân hàng.

Phương pháp phân tích dữ liệu: Từ các dữ liệu đã được tổng hợp để phân tích, đánh giá từ đó rút ra kết luận, rút kinh nghiệm qua thực tiễn.

Ngoài ra tác giả tham khảo thêm những tài liệu có liên quan từ các số liệu báo cáo thống kê, báo cáo hoạt động của các tổ chức kinh tế, xã hội có liên quan, sách tham khảo và các bài viết chuyên khảo trên các tạp chí, các website chính thức.

5. Kết cấu đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, đề tài được kết cấu thành 3 chương :

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động cho vay kinh doanh cà phê của ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng cho vay kinh doanh cà phê của Ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk từ năm 2012 đến năm 2014.

Chương 3: Giải pháp phát triển và kiểm soát rủi ro trong cho vay kinh doanh cà phê tại Ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Với những nghiên cứu trước đây về các luận văn thạc sỹ có nội dung cho vay hộ sản xuất, hộ kinh doanh, khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp đã được hội đồng khoa học công nhận. Tác giả của luận văn đã tham khảo và kế thừa các kết quả nghiên cứu và hoàn thiện đề tài.

Luận văn thạc sỹ “Hoàn thiện hoạt động cho vay hộ kinh doanh tại Ngân hàng Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn Huyện Quế Sơn” của Nguyễn Thị Kim Ngân (Đại học Đà Nẵng, năm 2015) Luận văn đã thực hiện được các nội dung sau: Trình bày các vấn đề về tín dụng ngân hàng, đã làm rõ các lý luận về hoạt động cho vay hộ kinh doanh của NHTM như khái niệm, vai trò, phân loại, qui trình cho vay, các chỉ tiêu phản ánh hoạt động và các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay hộ kinh doanh. Phân tích kết quả cho vay hộ kinh doanh tại Ngân hàng Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn Huyện Quế Sơn chi tiết theo các mặt thời hạn cho vay, ngành nghề, phương thức cho vay và hình thức bảo đảm; thăm dò ý kiến khách hàng để đánh giá những trở ngại trong cho vay; đã rút ra một số đánh giá chung về những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân hạn chế về hoạt động cho vay hộ kinh doanh tại Ngân hàng Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn Huyện Quế Sơn. Và cuối cùng, đã nghiên cứu và đề xuất các giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay hộ kinh doanh tại Ngân hàng Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn Huyện Quế Sơn. Tuy nhiên, tác giả của luận văn này chưa trình bày, phân tích, đánh giá đầy đủ hơn những biện pháp ngân hàng đã áp dụng cũng như chưa có nhiều ý kiến cụ thể trong các giải pháp nhằm nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay hộ kinh doanh.

Luận văn của tác giả Trần Công Tân (2011) trong đề tài “ Mở rộng tín dụng đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa tại chi nhánh ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng”. Trong phần cơ sở lý luận tác giả đã trình bày khá chi tiết về vai trò, chức năng của ngân hàng thương mại cũng như phân chia khá rõ về các hoạt động cho vay của ngân hàng, tác giả đã xây dựng các phương thức và chỉ tiêu đánh giá kết quả mở rộng hoạt động cho vay và là cơ sở để phân tích thực trạng mở rộng cho vay tại ngân hàng. Qua việc phân tích thực trạng, tác giả đã đề xuất các giải pháp nhằm mở rộng hoạt

động cho vay tại ngân hàng, các giải pháp được đề xuất có tính thực tiễn và có khả năng áp dụng vào thực tế để mở rộng hoạt động cho vay của ngân hàng.

Luận văn của tác giả Nguyễn Thị Kim Loan (2012) trong đề tài “Mở rộng cho vay đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội chi nhánh Khánh Hòa”. Trong phần cơ sở lý luận tác giả đã trình bày khá chi tiết về vai trò, chức năng của ngân hàng thương mại cũng như phân chia khá rõ về các hoạt động tín dụng của Ngân hàng thương mại. Trên cơ sở lý luận về các hoạt động cho vay của ngân hàng, tác giả đã xây dựng các phương thức và chỉ tiêu đánh giá kết quả mở rộng hoạt động cho vay và là cơ sở để phân tích thực trạng mở rộng cho vay tại ngân hàng. Qua đó tác giả đã mạnh dạn đưa ra các giải pháp về mở rộng cho vay Doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn phù hợp với hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Luận văn thạc sỹ “Phân tích tình hình cho vay hộ kinh doanh tại Sacombank, chi nhánh Đắk Lắk” của Thiều Hữu Chung (Đại học Đà Nẵng, năm 2014) Luận văn đã thực hiện được các nội dung sau: Trình bày các vấn đề lý luận về cho vay hộ kinh doanh và phân tích tình hình cho vay hộ kinh doanh, các nhân tố ảnh hưởng sự phát triển cho vay hộ kinh doanh của ngân hàng thương mại, đã trình bày và làm rõ các nội dung phân tích tình hình cho vay hộ kinh doanh. Phân tích tình hình cho vay hộ kinh doanh, trong đó chủ yếu là phân tích quá trình thực hiện các hoạt động nhằm đạt mục tiêu cho vay hộ kinh doanh của chi nhánh và phân tích kết quả hoạt động cho vay hộ kinh doanh tại Sacombank, chi nhánh Đắk Lắk, đã có những đúc kết, đánh giá chung về những kết quả đạt được, những hạn chế, nguyên nhân hạn chế. Trình bày hệ thống giải pháp toàn diện và có căn cứ, một số giải pháp phân tích khá kỹ. Tuy nhiên luận văn chưa nghiên cứu đầy đủ hơn về lý luận và tình hình thực tế của chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay để từ đó có giải pháp đề xuất thích hợp.

Trên cơ sở kế thừa các kết quả nghiên cứu của các đề tài trước đây, dựa trên những số liệu thu thập được và những đặc điểm mang nét riêng của ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk. Tác giả sẽ phân tích chuyên sâu hơn về sản phẩm cho vay kinh doanh cà phê của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Đắk Lắk từ năm 2012 đến năm 2014 và đề xuất các giải pháp hy vọng sẽ giúp ích cho chi nhánh áp dụng hiệu quả trong thời gian tới.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. HOẠT ĐỘNG CHO VAY CỦA NHTM

1.1.1. NHTM và hoạt động của NHTM

a. Khái niệm Ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại là tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền kí gửi từ khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán.

Chức năng của Ngân hàng thương mại

❖ Chức năng tạo phương tiện thanh toán

Toàn bộ hệ thống ngân hàng tham gia tạo phương tiện thanh toán khi các khoản tiền gửi được mở rộng từ ngân hàng này đến ngân hàng khác trên cơ sở mở rộng cho vay. Khi khách hàng tại một ngân hàng sử dụng khoản tiền vay để chi trả thì sẽ tạo nên khoản thu (tức làm tăng số dư tiền gửi) của một khách hàng khác tại một ngân hàng khác, từ đó tạo ra các khoản cho vay mới. Toàn bộ hệ thống ngân hàng có thể tạo ra khối lượng tiền gửi thanh toán nhiều gấp bội so với lượng tiền cơ sở thông qua hoạt động tín dụng.

Như vậy, chức năng tạo phương tiện thanh toán của ngân hàng được phát sinh dựa trên chức năng trung gian tài chính (huy động và cấp tín dụng) và chức năng trung gian thanh toán. Khi thực hiện chức năng này, hệ thống ngân hàng tham gia cung tiền, tác động tới lượng tiền cung ứng, qua đó ảnh hưởng tới lạm phát và tăng trưởng kinh tế.

❖ Chức năng trung gian

- Chức năng trung gian tín dụng

Chức năng trung gian tín dụng được xem là chức năng quan trọng nhất của ngân hàng thương mại. Khi thực hiện chức năng trung gian tín dụng, NHTM đóng vai trò là cầu nối giữa người thừa vốn và người có nhu cầu về vốn. Với chức năng này, ngân hàng thương mại vừa đóng vai trò là người đi vay, vừa đóng vai trò là người cho vay và hưởng lợi nhuận là khoản chênh lệch giữa lãi suất nhận gửi và lãi suất cho vay và góp phần tạo lợi ích cho tất cả các bên tham gia: người gửi tiền và người đi vay... Cho vay luôn là hoạt động quan trọng nhất của ngân hàng thương mại, nó mang đến lợi nhuận lớn nhất cho ngân hàng thương mại.

- Chức năng trung gian thanh toán

Ở đây NHTM đóng vai trò là thủ quỹ cho các doanh nghiệp và cá nhân, thực hiện các thanh toán theo yêu cầu của khách hàng như trích tiền từ tài khoản tiền gửi của họ để thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ hoặc nhập vào tài khoản tiền gửi của khách hàng tiền thu bán hàng và các khoản thu khác theo lệnh của họ.

Các NHTM cung cấp cho khách hàng nhiều phương tiện thanh toán tiện lợi như séc, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thẻ rút tiền, thẻ thanh toán, thẻ tín dụng... Tùy theo nhu cầu, khách hàng có thể chọn cho mình phương thức thanh toán phù hợp. Nhờ đó mà các chủ thể kinh tế không phải giữ tiền trong túi, mang theo tiền để gặp chủ nợ, gặp người phải thanh toán dù ở gần hay xa mà họ có thể sử dụng một phương thức nào đó để thực hiện các khoản thanh toán. Do vậy các chủ thể kinh tế sẽ tiết kiệm được rất nhiều chi phí, thời gian, lại đảm bảo thanh toán an toàn. Chức năng này vô hình chung đã thúc đẩy lưu thông hàng hóa, đẩy nhanh tốc độ thanh toán, tốc độ lưu chuyển vốn, từ đó góp phần phát triển kinh tế.

❖ *Chức năng tạo tiền*

Tạo tiền là một chức năng quan trọng, phản ánh rõ bản chất của NHTM. Với mục tiêu là tìm kiếm lợi nhuận như là một yêu cầu chính cho sự tồn tại và phát triển của mình, các NHTM với nghiệp vụ kinh doanh mang tính đặc thù của mình đã vô hình chung thực hiện chức năng tạo tiền cho nền kinh tế.

b. Các nghiệp vụ của Ngân hàng thương mại

Hoạt động ngân hàng là việc kinh doanh, cung ứng thường xuyên một hoặc một số các nghiệp vụ sau đây:

- Nghiệp vụ huy động vốn:

Để đáp ứng nhu cầu vốn của khách hàng, ngoài nguồn vốn của bản thân mình, các NHTM tiến hành huy động các nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi trong nền kinh tế dưới các hình thức khác nhau, bao gồm:

+ Nguồn tiền gửi: Tiền gửi là nền tảng cho sự thịnh vượng và phát triển của ngân hàng, là cơ sở của các khoản cho vay và do đó là nguồn gốc sâu xa của lợi nhuận và sự phát triển của ngân hàng. Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng với rất nhiều mục đích khác nhau hoặc để tiết kiệm hoặc để thanh toán, tùy theo mục đích của khách hàng ngân hàng có các hình thức huy động như: tiền gửi giao dịch, tiền gửi phi giao dịch.

+ Huy động vốn thông qua việc phát hành kỳ phiếu, tiết kiệm trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi...

+ Nguồn vay NHNN, các tổ chức tín dụng khác: NHNN là ngân hàng của các ngân hàng, là người cho vay cuối cùng của các tổ chức tín dụng trong trường hợp họ không có đủ khả năng thanh toán. Trong trường hợp này các NHTM vay tiền để bù đắp thiếu hụt, đảm bảo khả năng thanh khoản trong trường hợp cần thiết. Việc huy động vốn một cách hợp lý, với chi phí và cơ cấu phù hợp sẽ góp phần không nhỏ vào hiệu quả kinh doanh của một ngân hàng.

- Nghiệp vụ sử dụng vốn:

Trên cơ sở lượng vốn huy động được, NHTM tiến hành sử dụng vốn để tạo ra lợi nhuận. Nghiệp vụ cho vay và đầu tư là nghiệp vụ sử dụng vốn quan trọng nhất, quyết định đến khả năng tồn tại và hoạt động của NHTM. Các hoạt động sử dụng vốn bao gồm:

- Dự trữ
- Cấp tín dụng
- Đầu tư
- Các hoạt động khác

+ Dự trữ: Hoạt động tín dụng của Ngân hàng nhằm mục đích kiếm lời, song cần phải đảm bảo an toàn để giữ vững được lòng tin của khách hàng. Muốn có được sự tin cậy về phía khách hàng, trước hết phải đảm bảo khả năng thanh toán: Đáp ứng được nhu cầu rút tiền của khách hàng. Muốn vậy, các Ngân hàng phải để dành một phần nguồn vốn không sử dụng nó để đáp ứng nhu cầu thanh toán. Phần vốn để dành này gọi là dự trữ. NHTW được phép ấn định một tỷ lệ dự trữ bắt buộc theo từng thời kỳ nhất định. Dự trữ bao gồm:

+ Cấp tín dụng: Số nguồn vốn còn lại sau khi để dành một phần dự trữ, các NHTM có thể dùng để cấp tín dụng cho các tổ chức, cá nhân. Các hoạt động cấp tín dụng bao gồm:

Cho vay: Là nghiệp vụ tín dụng của NHTM. Trong đó, NHTM sẽ cho người đi vay vay một số vốn để sản xuất kinh doanh, đầu tư hoặc tiêu dùng trong một khoảng thời gian thỏa thuận trước. Khách hàng muốn vay được vốn phải tuân thủ những điều kiện nhất định, những ràng buộc pháp lý để đảm bảo ngân hàng có thể thu hồi vốn khi đến hạn. Người đi vay có ý thức trả nợ cho nên bắt buộc họ phải quan tâm đến việc sử dụng vốn có hiệu quả để hoàn trả nợ vay. Các khoản cho vay là loại tài sản kém lỏng hơn các loại tài sản khác, lại có rủi ro vỡ nợ cao hơn, tuy nhiên, Ngân hàng lại có được lợi tức cao nhất

từ chính các món cho vay. Để đảm bảo hoạt động cho vay của Ngân hàng an toàn và đạt hiệu quả cao, khi cho vay các Ngân hàng sử dụng các biện pháp bảo đảm vốn vay như: Thế chấp, cầm cố...

+ Đầu tư: Hoạt động đầu tư có vị trí quan trọng thứ hai sau hoạt động cho vay, nó mang lại khoản thu nhập lớn và đáng kể cho NHTM.

+ Các hoạt động sử dụng vốn khác: Các hoạt động sử dụng vốn còn lại mà NHTM được phép thực hiện là: Liên doanh với tổ chức tín dụng nước ngoài, tham gia thị trường tiền tệ, kinh doanh vàng, ngoại hối, thành lập công ty trực thuộc, xây dựng hoặc mua thêm nhà cửa để làm trụ sở văn phòng, trang thiết bị, máy móc, phương tiện vận chuyển, xây dựng hệ thống kho quỹ... Tuy nhiên, các hoạt động này của Ngân hàng mang tính chất nhạy cảm, có tác động đến mọi mặt của nền kinh tế, do đó, chịu sự quản lý rất chặt chẽ của pháp luật.

Mặc dù hoạt động ngân hàng rất đa dạng và phong phú nhưng các ngân hàng chỉ được thực hiện các hoạt động được nêu trong giấy phép của họ. Những chức năng này sẽ do NHNN quyết định theo từng trường hợp cụ thể.

1.1.2. Hoạt động cho vay của NHTM

a. Khái niệm về hoạt động cho vay

Cho vay là một hình thức cấp tín dụng, theo đó tính chất tín dụng giao cho khách hàng dùng một khoản tiền để dùng vào mục đích và thời gian quyết định theo thỏa thuận với nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi.

b. Vai trò của hoạt động cho vay

Thứ nhất, hoạt động cho vay mang lại lợi nhuận lớn cho Ngân hàng và thúc đẩy các hoạt động khác của Ngân hàng:

Hoạt động cho vay là một trong những hoạt động lớn của Ngân hàng doanh thu từ hoạt động này thường chiếm 70% doanh thu, ở các nước phát triển, hay đến 90% doanh thu của Ngân hàng, ở các nước đang phát triển.

Hiện nay 80% doanh thu của các Ngân hàng thương mại là từ hoạt động cho vay, mà hoạt động cho vay chiếm tỷ trọng lớn.

Mặt khác, nhờ có hoạt động cho vay, mà các đơn vị kinh tế có thể vay của Ngân hàng để đầu tư cho hoạt động sản xuất kinh doanh, lợi nhuận thu được không những doanh nghiệp đủ tiền trả cho Ngân hàng mà còn có tiền gửi vào Ngân hàng, nghĩa là làm tăng hoạt động huy động vốn của Ngân hàng. Mặt khác khi sản xuất kinh doanh phát triển, xã hội phát triển thì các hoạt động dịch vụ của Ngân hàng cũng phát triển.

Thứ hai, hoạt động cho vay góp phần điều hoà cung – cầu dịch vụ hàng hoá:

Doanh nghiệp muốn sản xuất kinh doanh, hoặc mở rộng sản xuất kinh doanh mà thiếu vốn thì doanh nghiệp phải vay vốn của Ngân hàng. Nhưng doanh nghiệp chỉ thu được lợi nhuận cũng như có khả năng trả nợ Ngân hàng khi doanh nghiệp tiêu thụ được hết số sản phẩm hàng hoá đã sản xuất ra, hay phải có một bộ phận những người tiêu dùng mua và có khả năng mua sản phẩm đó.

Về phía người tiêu dùng, với một mức thu nhập nhất định, họ không thể có đủ số tiền để mua hàng hoá mình muốn. Họ chỉ có đủ khả năng mua sau một thời gian dài tích lũy. Đó là nguyên nhân dẫn đến chu kì tuần hoàn và luân chuyển vốn của doanh nghiệp bị ngưng trệ. Doanh nghiệp sẽ không thu hồi đủ tiền để thực hiện vòng quay sản xuất.

Do đó Ngân hàng cho vay là giải pháp có lợi đôi bên. Ngân hàng cho doanh nghiệp vay sẽ thúc đẩy sản xuất kinh doanh, thì sẽ có nhiều hàng hoá. Ngân hàng cho người tiêu dùng vay sẽ thoả mãn nhu cầu hàng hoá. Như vậy

hoạt động cho vay của Ngân hàng đã góp phần điều hoà cung cầu sản phẩm hàng hoá dịch vụ cho nền kinh tế.

Thứ ba, hoạt động cho vay góp phần điều tiết và phân phối các nguồn vốn:

Vốn sản xuất kinh doanh của các chủ thể trong nền kinh tế vận động liên tục và biểu hiện qua các hình thức khác nhau qua mỗi giai đoạn của quá trình sản xuất, tạo thành chu kì tuần hoàn và luân chuyển vốn, điểm xuất phát và kết thúc của một vòng tuần hoàn này thể hiện dưới dạng tiền tệ. Trong quá trình sản xuất kinh doanh, để duy trì hoạt động liên tục đòi hỏi nguồn vốn của doanh nghiệp luôn đồng thời tồn tại ở ba giai đoạn: dự trữ- sản xuất- lưu thông. Từ đó xảy ra hiện tượng thừa, thiếu vốn tạm thời: tại một thời điểm nhất định có những đơn vị kinh tế có vốn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi (thừa vốn) và có những đơn vị tạm thời thiếu vốn. Đây là hiện tượng mang tính chất tạm thời nhưng xảy ra thường xuyên và phổ biến trong bất kì nền kinh tế nào, làm nảy sinh nhu cầu ngày càng bức thiết phải giải quyết được vấn đề điều hoà vốn. Ngân hàng thương mại với vai trò là một trung gian tài chính đứng ra tập trung phân phối lại tiền tệ, điều hoà cung và cầu vốn cho các doanh nghiệp, đã góp phần điều tiết lại nguồn vốn, tạo điều kiện cho quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp không bị gián đoạn.

Thứ tư, hoạt động cho vay góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá:

Nhiều thành phần kinh tế, phần lớn nguồn vốn đi vay từ Ngân hàng để bắt tay vào ngành thương mại dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn (Ví dụ kinh tế ngoài quốc doanh chiếm tới trên 70%). Do vậy bằng các chính sách cho vay, định hướng chung của nhà nước góp phần tạo cho nền kinh tế một cơ cấu kinh tế hợp lý, cân đối.

Bằng những công cụ cho vay Ngân hàng, Ngân hàng có thể cho vay ưu đãi những ngành nghề cần thiết để phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế của Đảng và Nhà nước trong từng giai đoạn cụ thể.

Thứ năm, hoạt động cho vay góp phần giúp các thành phần kinh tế mở rộng ứng dụng công nghệ mới:

Với những doanh nghiệp trình độ trang bị kỹ thuật còn thấp kém, công nghệ thấp kém, chắp vá, thiếu đồng bộ làm giảm ưu thế của các doanh nghiệp, làm cho các doanh nghiệp đó kém phát triển. Thông qua vốn vay của Ngân hàng, doanh nghiệp dùng đồng vốn này để đầu tư, tìm kiếm những công nghệ hiện đại, đổi mới dây chuyền sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo ra nhiều sản phẩm thoả mãn nhu cầu trong và ngoài nước. Như vậy hoạt động cho vay mở rộng ứng dụng công nghệ mới vào các doanh nghiệp, thông qua đó giúp doanh nghiệp sản xuất ngày càng có hiệu quả, mở rộng sản xuất kinh doanh.

c. Phân loại hoạt động cho vay

- Căn cứ vào thời hạn cho vay:

+ Cho vay ngắn hạn: loại cho vay có thời hạn cho vay đến một năm, được sử dụng để bù đắp thiếu hụt vốn lưu động của các doanh nghiệp và các nhu cầu chi tiêu ngắn hạn của cá nhân.

+ Cho vay trung dài hạn: loại cho vay có thời hạn cho vay hơn một năm, chủ yếu sử dụng để đầu tư mua sắm tài sản cố định, cải tiến hoặc đổi mới thiết bị, công nghệ, xây dựng nhà ở, mua sắm phương tiện vận tải, xây dựng xí nghiệp, nhà xưởng,...

- Căn cứ vào mục đích cho vay:

+ Cho vay sản xuất và lưu thông hàng hóa: Cấp cho các chủ thể kinh doanh nhằm hỗ trợ mở rộng sản xuất và lưu thông hàng hóa.

+ Cho vay tiêu dùng: Đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của cá nhân.

- *Căn cứ vào mức độ tín nhiệm đối với khách hàng cho vay:*

+ Cho vay bảo đảm bằng tài sản: Là loại cho vay được ngân hàng cung ứng trên cơ sở người vay phải có tài sản thế chấp hoặc cầm cố hoặc phải có sự bảo lãnh của người thứ ba. Đối với các khách hàng không được đánh giá tốt về năng lực tài chính và các yếu tố khác, không có uy tín cao với ngân hàng, khi vay vốn đòi hỏi phải có sự bảo đảm. Sự bảo đảm này là căn cứ để ngân hàng có thêm nguồn thu thứ hai bổ sung cho nguồn thu thứ nhất thiếu chắc chắn.

+ Cho vay bảo đảm không bằng tài sản: Là loại cho vay không cần tài sản thế chấp, cầm cố hoặc không cần sự bảo lãnh của người thứ ba, mà việc cho vay chỉ dựa vào uy tín của bản thân khách hàng vay. Đối với những khách hàng tốt, trung thực trong kinh doanh, có khả năng tài chính mạnh, quản trị có hiệu quả thì ngân hàng có thể cấp cho vay dựa trên uy tín của khách hàng mà không cần có sự bảo đảm về nguồn thu nợ bổ sung.

- *Căn cứ vào đối tượng dùng để cấp cho vay:*

+ Cho vay bằng tiền: Là loại cho vay mà hình thái giá trị của cho vay được cung cấp bằng tiền. Đây là loại hình cho vay chủ yếu của các ngân hàng và thực hiện bằng các kỹ thuật khác nhau như: cho vay ứng trước, cho vay thời vụ, cho vay trả góp,...

+ Cho vay bằng tài sản: Là hình thức cho vay tài sản phổ biến và đa dạng, đối với ngân hàng cho vay bằng tài sản được áp dụng phổ biến là hình thức tài trợ thuê mua. Theo phương thức cho vay này, ngân hàng hoặc công ty thuê mua (công ty con của ngân hàng) cung cấp trực tiếp tài sản cho người đi vay và được gọi là người đi thuê, theo định kỳ người đi thuê hoàn trả nợ vay bao gồm cả vốn gốc và lãi.

- *Căn cứ vào phương pháp hoàn trả:*

+ Cho vay trả góp: Là loại cho vay mà khách hàng phải hoàn trả vốn gốc và lãi theo định kỳ. Loại cho vay này chủ yếu được áp dụng cho vay bất động sản nhà ở, vay tiêu dùng, cho vay đối với những người kinh doanh nhỏ có thu nhập thường xuyên.

+ Cho vay phi trả góp: Là loại cho vay được thanh toán một lần theo kỳ hạn đã thỏa thuận.

- Căn cứ vào đối tượng khách hàng:

+ Cho vay khách hàng là các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế: Đây là loại hình cho vay của các NHTM mà các Doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế là đối tượng được phục vụ. Do đặc thù riêng có của đối tượng này mà các NHTM phải tổ chức các phòng cho vay chuyên trách phục vụ. Nhóm khách hàng này thường có nhu cầu vốn với số lượng lớn, và có thể là rất lớn. Tuy nhiên số lượng khách hàng loại này của mỗi NHTM thường không lớn, vì vậy các NHTM cần đặc biệt chú ý quan tâm đến từng khách hàng cụ thể, từ đó xây dựng tốt mối quan hệ cho vay lâu dài, đồng thời mở rộng các mối quan hệ với các khách hàng mới.

+ Cho vay khách hàng cá nhân: Nhóm đối tượng còn lại là nhóm các khách hàng cá nhân (bao gồm cá nhân, hộ gia đình, chủ trang trại, tổ hợp tác...) được các NHTM áp dụng phương thức cho vay theo quy trình thủ tục của cho vay khách hàng cá nhân. Nhóm đối tượng này có số lượng rất lớn và có nhu cầu vay các khoản nhỏ lẻ, tuy nhiên đây là nhóm khách hàng khá nhạy cảm nên các NHTM cần có phương thức tiếp cận cung như quản lý hợp lý mới có thể khai thác tốt mảng khách hàng này.

Tuy nhiên tùy vào mỗi mục đích quản lý khác nhau mà mỗi ngân hàng có thể phân loại các khoản cho vay theo các tiêu thức khác nhau phù hợp với mục đích đó. Trên thực tế việc kết hợp nhiều tiêu thức với nhau thường được các ngân hàng sử dụng.

1.2. CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ CỦA NHTM

1.2.1. Cho vay kinh doanh cà phê

a. Khái niệm cho vay kinh doanh cà phê của NHTM

Trong luận văn này, hoạt động kinh doanh cà phê chỉ giới hạn trong việc mua, bán trong nước hoặc xuất khẩu cà phê nhân của các doanh nghiệp, cá nhân, hộ kinh doanh cá thể nhằm mục đích thu lợi nhuận.

Từ khái niệm về cho vay có thể rút ra khái niệm về cho vay đối với hoạt động kinh doanh cà phê là việc Ngân hàng chuyển cho khách hàng sử dụng một số tài sản nhất định (bằng tiền hoặc hàng hóa) để kinh doanh cà phê trong một khoảng thời gian nhất định theo những điều kiện về hoàn trả gốc và lãi mà hai bên đã thỏa thuận.

Như khái niệm trên thì quan hệ cho vay giữa Ngân hàng và khách hàng kinh doanh cà phê bao gồm các giai đoạn sau:

Giai đoạn chuyển quyền sử dụng vốn: Ở giai đoạn này, vốn tiền tệ hoặc giá trị vật tư hàng hóa được chuyển từ Ngân hàng đến khách hàng bằng hoạt động cho vay và đi vay, việc chuyển vốn có thể được thực hiện bằng nhiều phương thức như: Ngân hàng chuyển vốn trực tiếp đến khách hàng, bán trực tiếp thông qua các tổ vay vốn hoặc gián tiếp thông qua các tổ chức trung gian.

Giai đoạn sử dụng vốn vay: Trong giai đoạn này vốn được sử dụng trực tiếp (nếu vốn vay bằng hiện vật) hoặc vốn vay được sử dụng để mua hiện vật hàng hóa để thỏa mãn nhu cầu kinh doanh cà phê của khách hàng. Tuy vậy, khách hàng không có quyền sở hữu khoản vốn đi vay mà chỉ có quyền sử dụng vốn vay vào đúng mục đích trong một khoảng thời gian nhất định như đã thỏa thuận với Ngân hàng. Trong quá trình khách hàng sử dụng vốn vay, Ngân hàng duy trì sự kiểm tra, giám sát tình hình sử dụng vốn, nhằm đảm bảo rằng khách hàng sử dụng vốn đúng mục đích và có hiệu quả, hạn chế rủi ro cho Ngân hàng.

Giai đoạn hoàn trả vốn vay: Là giai đoạn kết thúc một vòng tuần hoàn của vốn vay, nghĩa là sau một chu kỳ kinh doanh vốn vay lại trở lại hình thái tiền tệ và được hoàn trả cho Ngân hàng.

b. Đặc điểm cho vay đối với kinh doanh cà phê của NHTM

Thứ nhất, tính chất thời vụ: Kinh doanh cà phê là một hoạt động mang tính thời vụ, đối tượng là cà phê nhân nên tình trạng tài chính và nhu cầu vốn của khách hàng trong quá trình kinh doanh không đồng đều trong năm. Nhu cầu đầu tư tăng nhanh khi vào vụ kinh doanh từ tháng 11 năm này đến tháng 6 năm sau. Khi hết vụ kinh doanh nhu cầu về vốn lại giảm xuống và dư tiền vào thời điểm không cần vốn đầu tư nhiều.

Thứ hai, nhu cầu vốn thường lớn và ngắn hạn: Giá trị lô hàng cà phê nhân lớn. Thời gian vay ngắn, vòng quay vốn nhanh.

Thứ ba, tính rủi ro cao: Rủi ro trong cho vay đối với kinh doanh cà phê là do các nguyên nhân sau:

Điều kiện tự nhiên: Năng suất và chất lượng cà phê bị ảnh hưởng bởi các yếu tố: Lượng mưa, thời điểm mưa, chế độ nắng, gió, sương mù, thiên tai dịch bệnh... Năng suất và chất lượng cà phê nhân các vụ mùa khác nhau dẫn đến giá khác nhau giữa các vụ, giá thay đổi ảnh hưởng đến nhu cầu về vốn vay và khả năng trả nợ của khách hàng.

Cà phê là một trong những mặt hàng nông sản xuất khẩu chủ lực, đem lại giá trị kinh tế lớn, được chính phủ khuyến khích phát triển. Tuy nhiên, do đặc thù chung của ngành hàng nông sản, sản lượng cà phê phụ thuộc vào biến động của môi trường tự nhiên như khí hậu, thiên tai, mất mùa và dịch bệnh... Kinh doanh cà phê mang tính chất mùa vụ.

Bản chất cà phê là loại mặt hàng khó kiểm soát về số lượng, tần suất luân chuyển hàng hóa tại kho cao gây nhiều khó khăn trong quá trình nhận và quản lý về chất lượng và kiểm đếm về số lượng.

Thị trường tiêu thụ sản phẩm: Khả năng trả nợ của khách hàng còn phụ thuộc vào khả năng tiêu thụ sản phẩm và giá cả hàng hóa trên thị trường, trong khi thị trường cà phê lại không ổn định, thị trường trong nước không quyết định được giá. Giá phụ thuộc phần lớn vào giá thế giới. Cà phê của nước ta chủ yếu được xuất khẩu ra nước ngoài thông qua các sàn giao dịch quốc tế, các doanh nghiệp xuất khẩu chưa tiếp cận trực tiếp được với người tiêu dùng nước ngoài, sản phẩm cà phê của Việt Nam thường phải đi qua nhiều khâu trung gian nên lợi ích của các nhà sản xuất và xuất khẩu trong nước giảm.

Trình độ sản xuất và năng lực hạch toán của hộ dân: Nhìn chung, trình độ của hộ dân sản xuất cà phê còn thấp, lại chưa có nhiều kinh nghiệm phân tích biến động giá cả, kiến thức sản xuất hàng hóa còn thấp dẫn đến sản xuất kém bền vững, chất lượng hàng hóa còn thấp, sức cạnh tranh kém, năng lực hạch toán của nhiều hộ dân còn kém, thiếu sự hợp tác trong các khâu sản xuất.

c. Vai trò của cho vay đối với hoạt động kinh doanh cà phê

Đối với nông dân trực tiếp trồng cà phê: Cung cấp vốn để các hộ dân thực hiện đầu tư làm thay đổi bộ mặt nông thôn, thay đổi cơ cấu kinh tế nông nghiệp, cải thiện nâng cao đời sống hộ sản xuất cà phê. Khi giá cà phê giảm, người dân giữ lại cà phê và đi vay vốn tại ngân hàng để thực hiện việc mua các công cụ như máy móc, ống tưới, phân bón và các chi phí cần thiết khác. Đến lúc giá cà phê lên cao người dân chốt bán kiếm lời.

Đối với công ty kinh doanh cà phê: Chủ động về nguồn vốn trong mùa kinh doanh nông sản. Kinh doanh nông sản giá trị hàng hóa cà phê lớn để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh diễn ra liên tục các doanh nghiệp luôn đòi hỏi phải có một lượng vốn đủ lớn. Bên cạnh nguồn vốn tự có và tín dụng thương mại, nguồn vốn vay ngân hàng đã trở thành một nguồn vốn thường xuyên và

quan trọng của doanh nghiệp, quyết định sự tồn tại và phát triển của rất nhiều doanh nghiệp

Đối với nền kinh tế xã hội: Ngân hàng với chức năng trung gian tài chính và tạo tiền, đã chuyển nguồn vốn từ tay người chưa có nhu cầu sang người có nhu cầu sử dụng. Thông qua hoạt động cho vay, ngân hàng đã cũng cấp một lượng vốn lớn cho nền kinh tế để biến tiết kiệm thành đầu tư. Qua đó góp phần duy trì sự tồn tại và phát triển của cả nền kinh tế.

Hoạt động xuất khẩu cà phê góp phần lớn vào kim ngạch xuất khẩu của cả nước, nguồn ngoại tệ thu được này sẽ được dùng để nhập khẩu phân bón, nông dược, máy móc,.. phục vụ cho sản xuất .

1.2.2. Phân loại cho vay kinh doanh cà phê của Ngân hàng

Trên cơ sở các loại cho vay nói chung ở phần trên đã đề cập. Ở đây, cho vay kinh doanh cà phê thường chỉ bao gồm các hoạt động cho vay sau:

a. Căn cứ theo phương thức cho vay

Cho vay từng lần: Khi vay vốn, ngân hàng cho vay và khách hàng lập thủ tục vay vốn theo quy định và ký hợp đồng tín dụng. Phương thức này được áp dụng khi cho vay để bổ sung nhu cầu vốn lưu động thiếu hụt trong sản xuất, đối với những khách hàng sản xuất kinh doanh không ổn định, nhu cầu vay trả không thường xuyên, có nhu cầu đề nghị vay vốn từng lần hoặc những khách hàng không có tín nhiệm cao đối với ngân hàng trong quan hệ tín dụng mà ngân hàng cảm thấy cần phải áp dụng cho vay từng lần để giám sát, kiểm tra, quản lý việc sử dụng vốn vay chặt chẽ, an toàn.

Cho vay theo hạn mức tín dụng: Đây là phương thức cho vay mà việc cho vay với thu nợ căn cứ vào quá trình nhập, xuất vật tư hàng hóa, ngân hàng cho vay khi khách hàng có nhu cầu vốn phát sinh để nhập vật tư hàng hóa và thu nợ khi khách hàng có thu nhập từ việc tiêu thụ sản phẩm hàng hóa. Phương thức này áp dụng cho các khách hàng thường xuyên có nhu cầu vay

trả trong hoạt động sản xuất kinh doanh, tốc độ luân chuyển vốn tín dụng nhanh, có tín nhiệm với ngân hàng trong quan hệ tín dụng.

b. Căn cứ theo thời hạn cho vay:

- Cho vay ngắn hạn: Là các khoản cho vay có thời hạn đến 12 tháng.
- Cho vay trung hạn: Là các khoản cho vay có thời hạn từ trên 12 tháng đến 60 tháng.
- Cho vay dài hạn: Là các khoản cho vay có thời hạn trên 60 tháng trở lên.

c. Căn cứ theo hình thức đảm bảo

Cho vay đảm bảo bằng tài sản: Là loại hình cấp tín dụng dựa trên các bảo đảm như thế chấp hay cầm cố, hoặc có sự bảo lãnh của bên thứ ba. Đối với các khách hàng không có uy tín cao đối với Ngân hàng, vay vốn đòi hỏi phải có bảo đảm. Sự bảo đảm là căn cứ pháp lý để Ngân hàng có thêm nguồn thu thứ hai bổ sung cho nguồn nợ thứ nhất thiếu chắc chắn.

Cho vay đảm bảo không bằng tài sản: Là loại hình cho vay không có tài sản thế chấp, cầm cố hoặc sự bảo lãnh của bên thứ ba mà việc cho vay chỉ dựa vào uy tín của bản thân khách hàng. Đối với những khách hàng tốt, trung thực trong kinh doanh, có khả năng tài chính lành mạnh, quản trị có hiệu quả thì Ngân hàng có thể cấp tín dụng dựa vào uy tín của bản thân khách hàng mà không cần một nguồn thu nợ thứ hai bổ sung.

d. Căn cứ vào đối tượng khách hàng

Cho vay khách hàng là các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế: Đây là loại hình cho vay của các NHTM mà các Doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế là đối tượng được phục vụ.

Cho vay khách hàng cá nhân: Nhóm đối tượng còn lại là nhóm các khách hàng cá nhân (bao gồm cá nhân, hộ gia đình, chủ trang trại...).

1.2.3. Nội dung của hoạt động cho vay kinh doanh cà phê của NHTM

a. Mục tiêu cho vay

Cho vay kinh doanh cà phê là cũng là một trong nhiều hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại, thông thường thông qua hoạt động này Ngân hàng thương mại hướng đến nhiều mục tiêu khác nhau, dưới đây là một số mục tiêu mà ngân hàng thương mại hướng đến:

Tăng cường cho vay để tăng qui mô: Một trong những mục tiêu hàng đầu của các ngân hàng thương mại là tăng trưởng về qui mô, qui mô ngân hàng nói lên vị thế của ngân hàng trên địa bàn, qui mô lớn sẽ dễ dàng thu hút khách hàng, uy tín và thương hiệu của ngân hàng được nâng lên.

Khi qui mô tăng lên đồng nghĩa với việc tài sản, thị phần tăng và tăng năng lực cạnh tranh: Cùng với quá trình hội nhập sâu vào khu vực và thế giới, việc nới lỏng các điều kiện kinh doanh, loại bỏ cách nhìn khác về các thành phần kinh tế, mở rộng thị trường thì số lượng các Ngân hàng thương mại Việt Nam đã gia tăng nhanh về số lượng, đi đôi với sự có mặt của các ngân hàng thương mại nước ngoài, nên mức độ cạnh tranh càng cao. Năng lực cạnh tranh trở thành yêu cầu cấp thiết của ngân hàng thương mại.

Nâng cao chất lượng dịch vụ: Một ngân hàng muốn chiếm lĩnh thị phần cho vay lớn và tạo được lòng tin của khách hàng thì nâng cao chất lượng dịch vụ là yếu tố không thể thiếu. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ nhằm thu hút khách hàng, quảng bá hình ảnh của ngân hàng ra bên ngoài, đồng thời thông qua việc đo lường sự hài lòng của khách hàng vay vốn đối với sản phẩm cho vay của mình thì ngân hàng biết được mức độ cung ứng và khả năng đáp ứng các dịch vụ của mình đối với thị trường như thế nào. Để từ đó có biện pháp cải tiến sản phẩm, tăng chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay, đáp ứng ngày càng tốt nhu cầu của khách hàng vay vốn.

Kiểm soát rủi ro: Hoạt động cho vay luôn tiềm ẩn những rủi ro mà khi xảy ra ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập của ngân hàng. Do đó, đi đôi với công tác tăng quy mô cho vay phải là kiểm soát được rủi ro có thể xảy ra để có thể ứng phó kịp thời. Tăng trưởng phải đi đôi với kiểm soát rủi ro, do đó vấn đề là làm như thế nào để kiểm soát được rủi ro ở một tỷ lệ thấp nhất có thể chấp nhận được để hoạt động cho vay của ngân hàng vẫn đem lại hiệu quả sinh lời cao mà mức độ rủi ro vẫn trong tầm kiểm soát.

Gia tăng thu nhập: Trên cơ sở tăng cường cho vay và kiểm soát rủi ro sẽ tăng trưởng thu nhập, tối đa hóa lợi nhuận. Vì mục tiêu cao nhất của kinh doanh là lợi nhuận, đây là chỉ tiêu hàng đầu mà các Ngân hàng thương mại hướng đến.

b. Tổ chức cho vay

Về nhân sự: Năng lực quản trị có vai trò quan trọng quyết định và điều hành mọi hoạt động của đơn vị, do đó các Ngân hàng luôn đặt ra yêu cầu nâng cao trình độ, phẩm chất đạo đức của cán bộ nhân viên từ đó góp phần mang lại hiệu quả kinh doanh của đơn vị.

Về quy trình: Là trình tự những bước công việc cần phải tuân thủ, thực hiện một cách thống nhất trong hoạt động cho vay, thu nợ. Quy trình đơn giản, chặt chẽ giúp ngân hàng và khách hàng hoàn thiện hồ sơ cho vay một cách rõ ràng, chính xác. Tạo điều kiện cho khách hàng dễ dàng tiếp cận vốn vay của ngân hàng.

Về cơ sở vật chất và công nghệ của ngân hàng: Được ngân hàng đầu tư xây dựng hiện đại, khang trang, bề thế và có địa điểm giao dịch thuận lợi. Mở rộng mạng lưới, tăng số lượng các chi nhánh và phòng giao dịch trong cả nước. Trang bị máy móc với công nghệ hiện đại phục vụ cho công tác chuyên môn trong quá trình kinh doanh của ngân hàng

c. Các hoạt động triển khai cho vay kinh doanh cà phê

Rà soát, đánh giá và xây dựng danh mục khách hàng: Trên cơ sở số lượng khách hàng hiện tại có chính sách chăm sóc đối với từng nhóm khách hàng riêng biệt, phát triển khách hàng mới trên cơ sở là bạn hàng, đối tác của khách hàng cũ. Hầu hết các ngân hàng đều có các tiêu chí để đánh giá, xây dựng danh mục khách hàng khác nhau tuy nhiên đều hướng đến mục tiêu cuối cùng là phát triển khách hàng. Phần lớn các ngân hàng đánh giá khách hàng vào doanh thu hàng năm, theo cách đánh giá này chia ra các loại:

Doanh nghiệp lớn (CIB): Có doanh thu trên 1000 tỷ đồng/năm.

Doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME): Có doanh thu từ 20 tỷ đến dưới 1000 tỷ đồng/năm.

Cá nhân, hộ kinh doanh cá thể: Có doanh thu nhỏ hơn 20 tỷ/năm.

Đa dạng hóa sản phẩm, thời hạn và phương thức cho vay: Với nhu cầu vốn vay của khách hàng rất đa dạng nên các NHTM luôn nghiên cứu và đưa ra các sản phẩm cho vay phù hợp với tình hình thực tế, đưa ra các phương thức cho vay, thời hạn cho vay phù hợp với mục đích cho vay của khách hàng.

Hoạt động tuyên truyền quảng cáo: Để tăng số lượng khách hàng thì yếu tố cần thiết là nhiều người biết đến ngân hàng đó và hoạt động tuyên truyền quảng cáo là cách thức để mang ngân hàng đến với khách hàng. Khi đã xây dựng được thương hiệu nổi tiếng sẽ thu hút được nhiều khách hàng đến giao dịch.

Chính sách lãi suất linh hoạt: Đây là yếu tố tiên quyết trong việc giữ chân khách hàng cũ, phát triển số lượng khách hàng mới trong giai đoạn cạnh tranh về thị phần hiện nay. Ngân hàng có tiềm lực tài chính tốt sẽ tăng khả năng cạnh tranh với các ngân hàng khác qua yếu tố lãi suất cho vay, mà lãi vay là yếu tố then chốt đối với khách hàng vay vốn.

Hoạt động chăm sóc khách hàng: Chăm sóc khách hàng góp phần rất quan trọng trong việc giữ khách hàng cũ và phát triển khách hàng mới. Một ngân hàng có chính sách chăm sóc khách hàng tốt thì số lượng khách hàng mới tăng lên và ngược lại.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: Bên cạnh với công tác chăm sóc khách thì đội ngũ nhân viên phải được đào tạo, tập huấn để có tác phong chăm sóc khách hàng một cách chuyên nghiệp. Do đó hiện nay các ngân hàng đều rất chú trọng công tác nhân sự, thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn về kỹ năng giao tiếp, bán chéo sản phẩm... để có được đội ngũ nhân sự tốt phục vụ khách hàng. Hiện nay, ngoài các yếu tố về lãi suất, thương hiệu thì chất lượng nguồn nhân lực cũng là vấn đề các ngân hàng quan tâm hàng đầu để có thể tăng trưởng được quy mô cho vay.

Phát triển đi đôi với kiểm soát rủi ro: Đây là định hướng cũng như chiến lược của tất cả các ngân hàng thương mại khi phát triển thị phần. Một ngân hàng có quy mô cho vay lớn, chiếm lĩnh thị phần nhưng tỷ lệ nợ xấu cao cũng khiến khả năng thanh khoản và thu nhập giảm sút. Do đó, phương hướng phát triển cho vay phải luôn đi đôi với kiểm soát rủi ro. Kiểm soát rủi ro thường tập trung vào các hoạt động sau:

+ Hoạch định và thực thi chính sách tín dụng chặt chẽ nhằm lựa chọn khách hàng, đối tượng khách hàng, các điều kiện tín dụng;

+ Thực hiện quy trình tín dụng chặt chẽ, rõ ràng, cụ thể: Sử dụng tốt kết quả xếp hạng và tái xếp hạng tín dụng nội bộ trong chính sách cho vay nhằm lựa chọn khách hàng, thẩm định tín dụng nhằm lựa chọn khách hàng;

+ Nâng cao chất lượng công tác kiểm tra sau: Giám sát nợ vay, khách hàng vay, thực hiện theo dõi thường xuyên tình trạng nợ, phân tích, đánh giá mức độ rủi ro từ đó kịp thời đưa ra những điều chỉnh chính sách quản lý nợ phù hợp, sớm phát hiện và xử lý nợ có vấn đề;

+ Trích lập quỹ dự phòng rủi ro.

1.2.4. Các tiêu chí đánh giá kết quả cho vay kinh doanh cà phê của NHTM

a. Tiêu chí phản ánh quy mô cho vay kinh doanh cà phê

Tăng trưởng cho vay là một trong những mục tiêu của NHTM, quy mô được đánh giá thông qua các tiêu chí như sau:

- Dự nợ cho vay kinh doanh cà phê.
- Số lượng khách hàng vay kinh doanh cà phê.
- Dự nợ cho vay kinh doanh cà phê tính trên một các bộ tín dụng.
- Tăng trưởng dự nợ bình quân khách hàng: Chỉ tiêu này cho biết bình quân dự nợ / khách hàng năm (t) tăng / giảm so với năm (t-1) về số tuyệt đối là bao nhiêu. Chỉ tiêu này được so sánh qua các năm nhằm đánh giá mức độ phát triển cho vay kinh doanh cà phê của một ngân hàng.

b. Thị phần cho vay kinh doanh cà phê của ngân hàng

Thị phần dự nợ cho vay kinh doanh cà phê của ngân hàng là tỷ trọng dự nợ cho vay kinh doanh cà phê đó so với tổng dự nợ cho vay kinh doanh cà phê của các ngân hàng khác trên cùng địa bàn kể cả cho vay kinh doanh cà phê của chính ngân hàng.

Mức tăng trưởng thị phần đánh giá năng lực cạnh tranh của ngân hàng trong lĩnh vực cho vay kinh doanh cà phê trên thị trường mục tiêu.

c. Cơ cấu cho vay kinh doanh cà phê

Cơ cấu cho vay là tỷ trọng dự nợ cho vay của một ngành nghề, lĩnh vực so với tổng dự nợ cho vay kinh doanh cà phê của NHTM. Cơ cấu cho vay bao gồm:

- Cơ cấu cho vay theo kỳ hạn.
- Cơ cấu cho vay theo phương thức cho vay.
- Cơ cấu cho vay theo đối tượng khách hàng.

- Cơ cấu cho vay theo hình thức đảm bảo.

d. Đánh giá về chất lượng dịch vụ

Để đánh giá chất lượng dịch vụ của một ngân hàng bao gồm hai tiêu chí:

Tiêu chí đánh giá bên ngoài thông qua đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng.

Tiêu chí đánh giá bên trong thông qua đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay kinh doanh cà phê của ngân hàng.

Trong phạm vi nghiên cứu của luận văn này chỉ tập trung nghiên cứu các tiêu chí đánh giá bên trong của việc tăng chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay kinh doanh cà phê của ngân hàng.

e. Đánh giá về kiểm soát rủi ro

Rủi ro trong cho vay kinh doanh cà phê là tiêu chí đánh giá mức độ an toàn của hoạt động cho vay kinh doanh cà phê.

Chỉ tiêu phản ánh sự kiểm soát rủi ro trong cho vay kinh doanh cà phê của ngân hàng:

- Tỷ lệ nợ xấu: Thể hiện ở các khoản dư nợ từ nhóm 3 đến nhóm 5 trên cân đối nội bảng/Tổng dư nợ.

- Biến đổi kết cấu nhóm nợ: Sự biến động của cơ cấu các nhóm nợ trong nợ xấu phản ánh được quá trình hạn chế nợ xấu của ngân hàng. Theo đó, tỷ lệ dư nợ của các nhóm có mức độ rủi ro cao hơn ngày càng giảm.

- Tỷ lệ nợ có khả năng mất vốn: Thể hiện ở nhóm dư nợ nhóm 5 trên cân đối nội bảng/ Tổng dư nợ.

- Tỷ lệ trích lập dự phòng thể hiện qua việc trích lập dự phòng chung và dự phòng cụ thể.

f. Đánh giá về thu nhập

Thu nhập từ cho vay là một chỉ tiêu quan trọng mà bất kỳ NHTM nào cũng cần phải quan tâm khi phát triển cho vay, vì vậy đây cũng là mục tiêu cuối cùng của phát triển cho vay nhằm tối đa hóa lợi nhuận.

1.2.5. Các nhân tố ảnh hưởng tới cho vay kinh doanh cà phê của NHTM

a. Nhóm nhân tố bên trong ngân hàng

Chiến lược kinh doanh của Ngân hàng: Ngân hàng muốn tồn tại, phát triển thì phải có phương hướng, chiến lược kinh doanh. Chiến lược kinh doanh càng phù hợp thì hoạt động cho vay ngày càng được mở rộng. Trên cơ sở các quyết định, chính sách của cấp trên, thông tin về khách hàng, về đối thủ cạnh tranh, xác định vị thế của Ngân hàng trên địa bàn hoạt động; Ngân hàng phải xác định nên tăng cường hoạt động cho vay nào là hợp lý, nên chú trọng hơn vào những hướng nào có hiệu quả, tìm hiểu thêm những lĩnh vực mới tiềm năng giúp mở rộng hoạt động cho vay của Ngân hàng.

Chính sách tín dụng: Chính sách cho vay bao gồm các yếu tố giới hạn mức cho vay đối với một khách hàng, kỳ hạn của khoản vay, lãi suất cho vay và mức lệ phí, phương thức cho vay, hướng giải quyết phần khách hàng vay vượt giới hạn, xử lý các khoản vay có vấn đề... tất cả các yếu tố đó có tác dụng trực tiếp và mạnh mẽ đến việc mở rộng cho vay của Ngân hàng. Nếu như tất cả những yếu tố thuộc chính sách cho vay đúng đắn, hợp lý, linh hoạt, đáp ứng được các nhu cầu đa dạng của khách hàng về vốn thì Ngân hàng đó sẽ thành công trong việc tăng cường hoạt động cho vay, nhưng vẫn đảm bảo được chất lượng tín dụng. Ngược lại, những yếu tố này bất hợp lý, cứng nhắc, không theo sát tình hình thực tế sẽ dẫn đến khó khăn trong việc tăng cường hoạt động cho vay của mình. Ngân hàng càng đa dạng hoá các mức lãi suất phù hợp với từng loại khách hàng, từng kỳ hạn cho vay và chính sách khách hàng hấp dẫn thì càng thu hút được khách hàng, thực hiện tốt mục tiêu mở

rộng hoạt động cho vay. Nhưng nếu lãi suất không phù hợp quá cao hay quá thấp, không có lãi suất ưu đãi thì sẽ không thu hút được nhiều khách hàng và như vậy sẽ hạn chế hoạt động cho vay của Ngân hàng.

Nguồn vốn Ngân hàng: Ta biết Ngân hàng cho vay bằng nguồn vốn huy động của mình. Mà hoạt động cho vay của Ngân hàng ngày càng được tăng cường, số lượng và chất lượng cho vay càng lớn khi mà nguồn vốn của Ngân hàng phải lớn mạnh. Khi nguồn vốn của Ngân hàng tăng trưởng đều đặn, hợp lý thì Ngân hàng có thêm nhiều tiền cho khách hàng vay, điều đó cũng có nghĩa là hoạt động cho vay của Ngân hàng được tăng cường và mở rộng. Còn nếu lượng vốn ít thì không đủ tiền cho khách hàng vay, Ngân hàng sẽ bỏ lỡ nhiều cơ hội đầu tư, lợi nhuận của Ngân hàng sẽ không cao và việc tăng cường hoạt động cho vay sẽ bị hạn chế. Nhưng nếu vốn quá nhiều, Ngân hàng cho vay ít so với lượng vốn huy động (hệ số sử dụng vốn thấp) thì sẽ gây ra hiện tượng tồn đọng vốn. Lượng vốn tồn đọng này không sinh lời và lãi suất phải trả cho nó sẽ làm giảm lợi nhuận của Ngân hàng. Vì vậy việc nghiên cứu tình hình huy động vốn của Ngân hàng là quan trọng khi muốn tăng cường hoạt động cho vay.

Năng lực điều hành của ban lãnh đạo: Yếu tố này khá quan trọng. Thực tế chứng minh, nhiều Ngân hàng thương mại tuy có được những nguồn lực khan hiếm và giá trị mà các đối thủ cạnh tranh không có như trụ sở khang trang đặt ở vùng tập trung nhiều khách hàng, vốn tự có lớn, thu nhận được nhiều cán bộ giỏi. Song do cán bộ điều hành lãnh đạo không sắc sảo, nhay bén, không nắm bắt điều chỉnh hoạt động ngân hàng theo kịp các tín hiệu thông tin, không sử dụng nhân viên đúng sở trường... dẫn đến lãng phí các nguồn lực ngân hàng mình có, giảm hiệu quả chi phí, tất nhiên hạ thấp đi hoạt động cho vay của ngân hàng. Năng lực lãnh đạo của những người điều hành ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng

Cơ sở vật chất thiết bị: Cơ sở vật chất thiết bị cũng ảnh hưởng đến hoạt động cho vay của Ngân hàng. Nếu cơ sở vật chất thiết bị mà lạc hậu thì các công việc của ngân hàng sẽ được xử lý kém, chậm chạp; các hoạt động của ngân hàng được thực hiện khó khăn. Điều đó làm cho Ngân hàng tụt hậu, kém phát triển, không thu hút được nhiều khách hàng sẽ làm hạn chế hoạt động cho vay. Ngược lại việc trang bị đầy đủ các thiết bị tiên tiến phù hợp với phạm vi và quy mô hoạt động, phục vụ kịp thời các nhu cầu khách hàng với chi phí cả hai bên đều có thể chấp nhận được sẽ giúp Ngân hàng tăng cường khả năng cạnh tranh, thực hiện tốt mục tiêu tăng cường hoạt động cho vay.

Chất lượng nhân sự: Trong quá trình giao dịch trực tiếp với khách hàng, nhân viên ngân hàng chính là hình ảnh của ngân hàng; cho nên với những kiến thức, kinh nghiệm chuyên môn của mình, nhân viên ngân hàng có thể làm tăng thêm giá trị dịch vụ. Đa số các ý tưởng cải tiến hoạt động kinh doanh là được đề xuất bởi các nhân viên ngân hàng; đây là lực lượng chủ yếu truyền thông tin từ khách hàng, từ đối thủ cạnh tranh đến các nhà hoạch định chính sách của ngân hàng.

b. Nhóm nhân tố bên ngoài Ngân hàng

Tình hình kinh tế xã hội: Sự phát triển của nền kinh tế ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay nói riêng. Nó tạo môi trường rất thuận lợi để mở rộng hoạt động cho vay. Bất cứ một ngân hàng nào cũng chịu sự chi phối của các chu kỳ kinh tế. Trong giai đoạn nền kinh tế phát triển ổn định, doanh nghiệp làm ăn tốt thì xã hội có nhiều nhu cầu mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh nên nhu cầu vay vốn tăng. Mặt khác nền kinh tế phát triển, thu nhập bình quân đầu người cao, tỷ lệ thất nghiệp thấp sẽ làm tăng nhu cầu tiêu dùng, thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân và tạo khả năng tiết kiệm do đó tạo triển vọng cho vay hộ kinh doanh và cho vay tiêu dùng. Ngược lại nền kinh tế suy thoái, dẫn đến nền

kinh tế giảm khả năng hấp thụ vốn dẫn đến dư thừa ứ đọng vốn, không những hoạt động cho vay không mở rộng mà còn bị thu hẹp.

Môi trường pháp lý: Trong nền kinh tế thị trường, mọi thành phần kinh tế đều có quyền tự chủ về hoạt động sản xuất kinh doanh nhưng phải đảm bảo trong khuôn khổ pháp luật. Nếu những quy định của pháp luật không rõ ràng, không đồng bộ, có nhiều kẽ hở thì sẽ rất khó khăn cho ngân hàng trong các hoạt động nói chung và hoạt động cho vay nói riêng. Với những văn bản pháp luật đầy đủ, rõ ràng, đồng bộ sẽ tạo điều kiện cho ngân hàng yên tâm hoạt động kinh doanh, cạnh tranh trong lĩnh vực cho vay. Đây là cơ sở pháp lý để ngân hàng khiếu nại, tố cáo khi có tranh chấp xảy ra, giúp ngân hàng tăng cường hoạt động cho vay. Sự thay đổi những chủ trương chính sách về ngân hàng cũng gây ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của doanh nghiệp cũng như các hộ kinh doanh. Sự thay đổi về cơ cấu kinh tế, chính sách xuất nhập khẩu một cách đột ngột gây xáo trộn hoạt động sản xuất kinh doanh, dẫn đến các doanh nghiệp và hộ kinh doanh không tiêu thụ hết được sản phẩm hay chưa có phương án kinh doanh mới dẫn đến nợ quá hạn, nợ khó đòi. Do đó hệ thống pháp luật, hành lang pháp lý cũng ảnh hưởng đến hoạt động cho vay của các Ngân hàng thương mại.

Nhân tố khách hàng: Xét về khả năng tài chính; Đạo đức người vay; Tài sản bảo đảm. Cụ thể:

Khả năng tài chính: Đây là một yếu tố ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động tín dụng, đưa đến quyết định cho vay của các Ngân hàng. Khách hàng có nguồn vốn, khả năng tài chính tốt là điều kiện để mở rộng sản xuất kinh doanh, đầu tư mua sắm trang thiết bị, sản xuất có hiệu quả, mang lại lợi nhuận và có thể thanh toán các khoản vay cho Ngân hàng.

Đạo đức người vay: Tư cách đạo đức xét trên phương diện ý muốn hoàn trả khoản nợ vay, trong nhiều trường hợp người vay có ý muốn chiếm

đoạt vốn, không hoàn trả nợ vay mặc dù có khả năng trả nợ. Điều này gây ra những rủi ro không nhỏ cho Ngân hàng.

Tài sản bảo đảm: Tài sản bảo đảm là cơ sở pháp lý có thêm nguồn thu nợ thứ hai cho ngân hàng ngoài nguồn thu nợ thứ nhất, mang tính dự phòng rủi ro. Tuy không giữ vai trò quyết định trong việc khách hàng vay hay không, nhưng nó là một tiêu chuẩn để xét duyệt khi cho vay.

Đối thủ cạnh tranh: Các Ngân hàng thương mại hoạt động trong môi trường có nhiều đối thủ cạnh tranh. Cạnh tranh là một động lực tốt để ngân hàng ngày càng hoàn thiện, phát triển; vì vậy ngân hàng phải luôn luôn cố gắng không ngừng để ngân hàng của mình không tụt hậu so với đối thủ cạnh tranh và phải nâng cao tăng cường các hoạt động của mình vượt qua các đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, khách hàng có sự lựa chọn của mình khi gửi tiền, sử dụng dịch vụ và vay tiền của ngân hàng nào có lợi cho họ. Nếu đối thủ cạnh tranh chiếm ưu thế hơn so với ngân hàng thì sẽ thu hút nhiều khách hàng hơn, thậm chí khách hàng của ngân hàng cũng sẽ chuyển sang đối thủ cạnh tranh. Do đó, để mở rộng hoạt động cho vay thì việc nghiên cứu tìm hiểu đối thủ cạnh tranh để chiếm ưu thế hơn là vô cùng quan trọng. Quá trình phân tích đối thủ cạnh tranh gồm có: xác định các nguồn thông tin về đối thủ cạnh tranh, phân tích các thông tin đó, dự đoán chiến lược của các đối thủ cạnh tranh và đánh giá khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong việc mở rộng cho vay.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 đã nêu được tính cấp thiết, mục tiêu về cho vay kinh doanh cà phê và những lý luận cơ bản về cho vay kinh doanh cà phê cũng như tình hình cho vay trồng cà phê của NHTM. Các mục tiêu, các giải pháp và các tiêu chí đánh giá cho vay kinh doanh cà phê được nêu ra để phản ánh tình hình cho vay. Bên cạnh đó, trong nội dung của chương cũng đã thể hiện các nhân tố ảnh hưởng đến việc cho vay kinh doanh cà phê của NHTM như: Uy tín, thương hiệu, chiến lược phát triển cũng như chủ trương của Nhà nước, điều kiện kinh tế xã hội, môi trường pháp lý. Việc nghiên cứu hệ thống lý luận trên đây là cơ sở cần thiết cho việc phân tích tình hình cho vay kinh doanh cà phê của Ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh tỉnh Đắk Lắk trong chương 2.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK

2.1. GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI

2.1.1. Sự hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân Đội

MB được thành lập vào tháng 9 năm 1994 theo giấy phép hoạt động số 194/QĐ – NH5 ngày 14 tháng 9 năm 1994 của Ngân hàng nhà nước Việt Nam và quyết định thành lập số 00374/GBUP ngày 30 tháng 12 năm 1993 của UBND thành phố Hà Nội.

Theo định hướng của Quân ủy Trung ương và Thủ trưởng Bộ Quốc phòng, MB đóng vai trò là TCTD chính cung cấp các sản phẩm DVNH cho các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp Quân đội, qua đó góp phần phát triển kinh tế Quân đội và xây dựng đất nước.

Trải qua chặng đường gần 21 năm xây dựng và trưởng thành, MB đã có những bước phát triển mạnh mẽ để trở thành một trong số các định chế tài chính hàng đầu tại Việt Nam, nhiều năm liên được NHNN xếp hạng A về chất lượng hoạt động. Tính đến hết năm 2014, MB đã có mức Vốn điều lệ là 11.594 tỷ đồng, có tổng tài sản đạt 203.115 tỷ đồng với đội ngũ nhân viên 6.507 người cùng hệ thống 214 điểm giao dịch trên khắp cả nước, trong đó có hai chi nhánh Quốc tế tại Lào và Campuchia. Với định hướng phát triển theo mô hình tập đoàn tài chính đa năng, MB đã thành lập 05 công ty con trực thuộc và tham gia góp vốn thành lập 03 công ty liên kết, hoạt động trong nhiều lĩnh vực khác nhau như đầu tư và kinh doanh chứng khoán, quản lý quỹ, kinh doanh bất động sản, bảo hiểm phi nhân thọ...

2.1.2. Các sản phẩm và dịch vụ chính

Khách hàng cá nhân: Tiền gửi, tài khoản, giấy tờ có giá ngắn hạn, cho vay cá nhân, dịch vụ thẻ, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ ngoại hối cá nhân, dịch

vụ khác...

Khách hàng doanh nghiệp: Tiền gửi, tín dụng doanh nghiệp, sản phẩm ngoại hối, dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ thanh toán quốc tế, dịch vụ thanh toán trong nước, sản phẩm giấy tờ có giá, sản phẩm liên kết...

Định chế tài chính: Ngân hàng đại lý, thị trường tài chính, tài trợ thương mại...

2.1.3. Khái quát về Ngân hàng TMCP Quân Đội CN Đắk Lắk

a. Giới thiệu về tình hình xã hội tỉnh Đắk Lắk

Tỉnh Đắk Lắk nằm ở trung tâm vùng Tây Nguyên, đầu nguồn của hệ thống sông Sêrêpôk và một phần của sông Ba. Phía Đông của Đắk Lắk giáp Phú Yên và Khánh Hoà, phía Nam giáp Lâm Đồng và Đắk Nông, phía Tây giáp Campuchia với đường biên giới dài 193 km, tỉnh Gia Lai nằm ở phía Bắc. Tỉnh Đắk Lắk có diện tích là 13,125.4 km².

Tỉnh Đắk Lắk có 15 đơn vị hành chính cấp tỉnh, gồm 1 thành phố, 1 thị xã và 13 huyện. Trong đó có 184 đơn vị hành chính cấp xã, gồm có 152 xã, 20 phường và 12 thị trấn.

Dân số: Khoảng 1,8 triệu người với 47 dân tộc anh em sinh sống, trong đó đồng bào dân tộc thiểu số chiếm tỷ lệ trên 30%.

Lao động: Tính đến năm 2011, trên địa bàn tỉnh có khoảng 1012.2 nghìn người lao động độ tuổi từ 15 trở lên, trong đó tỷ lệ lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc so với tổng dân số của tỉnh là 55.9% tương đương khoảng 565.82 nghìn người.

Tình hình phát triển kinh tế: Tốc độ tăng trưởng GDP năm 2014 đạt 8,3%, tổng sản phẩm xã hội đạt 17.148 tỷ đồng (tăng 8,4% so với năm 2013); tổng thu ngân sách đạt 3.525 tỷ đồng; huy động vốn nguồn đầu tư toàn xã hội hơn 13.850 tỷ đồng (tăng 6,8%); xuất khẩu ước đạt 730 triệu USD; thu nhập bình quân đầu người đạt 31,4 triệu đồng.

Kinh tế chủ đạo của Đắk Lắk chủ yếu dựa vào sản xuất và xuất khẩu nông sản, lâm sản. Tỉnh có tiềm năng về du lịch sinh thái. Đắk Lắk là tỉnh có diện tích và sản phẩm cà phê xuất khẩu lớn nhất cả nước, với diện tích 182.343 ha, chiếm 40% sản lượng cả nước. Tỉnh cũng là nơi trồng bông, cacao, cao su, điều lớn của Việt Nam. Bên cạnh đó các ngành thương mại, dịch vụ đã và đang phát triển nhanh chóng đặc biệt là tại thành phố Buôn Ma Thuột, do đó nhu cầu về vốn và dịch vụ từ ngân hàng ngày càng lớn, đây là cơ hội để ngân hàng mở rộng hoạt động kinh doanh.

Tính đến hết năm 2014 tổng số chi nhánh cấp 1 của các TCTD trong tỉnh lên con số 30. Việc gia tăng số lượng các NHTM trên địa bàn tỉnh làm tăng tính cạnh tranh giữa các ngân hàng, người dân trong tỉnh vì đó cũng tiếp cận được với nguồn vốn vay một cách dễ dàng.

=> Với những điều kiện như trên, các TCTD trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk đang chú trọng nhiều hơn đến hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tổng dư nợ biến động mạnh qua các năm từ 2012-2014. Trong đó, năm 2014 tăng mạnh, đạt 4,806 triệu đồng, tăng 518 tỷ đồng so với năm 2013 tương ứng với tỷ lệ tăng 12 %. Trước tình hình như vậy, việc phát triển hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắk Lắk đang trở nên quan trọng hơn bao giờ hết, không những chỉ có ý nghĩa gia tăng lợi nhuận cho Ngân hàng mà còn là hoạt động nhằm thu hút khách hàng và tăng sự cạnh tranh với các TCTD khác trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk.

b. Lịch sử hình thành và phát triển Ngân hàng TMCP Quân Đội CN Đắk Lắk

MB Đắk Lắk chính thức khai trương và đi vào hoạt động ngày 29/12/2009. MB Đắk Lắk là chi nhánh – điểm giao dịch thứ 100 của hệ thống MB. MB Đắk Lắk được coi là viên gạch đầu tiên mà hệ thống MB đặt nền móng cho hệ thống mạng lưới phân phối tại các tỉnh Tây Nguyên.

Tên giao dịch tiếng Việt: Ngân hàng thương mại cổ phần Quân Đội – Chi nhánh Đắk Lắk.

Tên giao dịch tiếng Anh: Military Commercial Joint Stock Bank – Daklak Branch.

Tên viết tắt: MB Đắk Lắk.

Trụ sở: Số 37 Hai Bà Trưng, phường Thắng Lợi, Tp Buôn Ma Thuột, tỉnh Đắk Lắk.

Ngay từ những ngày đầu hoạt động, Ngân hàng TMCP Quân đội - chi nhánh Đắk Lắk đã đặt ra mục tiêu phát triển lâu dài, góp phần vào sự phát triển kinh tế chung của địa phương bằng việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tài chính có nhiều tính năng ưu việt, đáp ứng nhu cầu đa dạng của mọi cá nhân và các thành phần kinh tế.

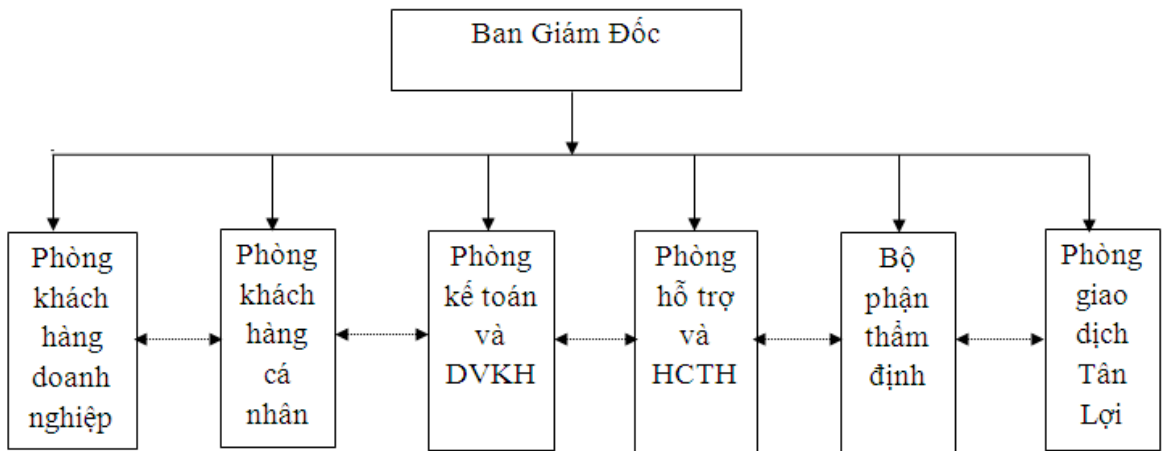
Các chức năng nhiệm vụ chủ yếu của NHTMCP Quân đội chi nhánh Đắk Lắk là: Huy động vốn bằng đồng Việt Nam và ngoại tệ; Cho vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn bằng đồng Việt Nam và ngoại tệ cho mọi thành phần kinh tế. Cho vay tài trợ, ủy thác và đầu tư; Thực hiện nghiệp vụ thanh toán trong và ngoài nước, mua bán ngoại tệ, tài trợ ngoại thương, bảo lãnh và tái bảo lãnh; Thực hiện dịch vụ thanh toán chuyển tiền nhanh qua mạng vi tính trong phạm vi toàn quốc và mạng hệ thống mạng SWIFT trên toàn thế giới.

Song song với kinh doanh hiệu quả, MB chi nhánh Đắk Lắk còn tạo được ấn tượng tốt đẹp với tư cách là đơn vị tham gia rất tích cực các hoạt động và phong trào xã hội tại địa phương như : ủng hộ quỹ “ tấm lòng vàng” “Ngôi nhà 100 đồng”, thăm hỏi các gia đình thương binh liệt sĩ trong dịp 27/7...

c. Cơ cấu tổ chức

Tổ chức bộ máy của Ngân hàng bao gồm Ban Giám đốc, phòng Khách hàng doanh nghiệp, phòng Khách hàng cá nhân, bộ phận Thẩm định, phòng Kế toán và Dịch vụ khách hàng, phòng Hỗ trợ và hành chính tổng hợp và

phòng giao dịch Tân Lợi được tổ chức theo mô hình kết hợp trực tuyến và chức năng. Mỗi quan hệ trực tuyến được thiết lập trên cơ sở sự chỉ đạo trực tiếp của Ban giám đốc với các phòng, bộ phận. Giữa các phòng, bộ phận có sự phối hợp với nhau trong quá trình thực hiện các quy trình nghiệp vụ hình thành nên mối quan hệ chức năng. Mỗi phòng, bộ phận được xác định rõ chức năng nhiệm vụ và nêu rõ các mối quan hệ, phối hợp giữa các phòng, bộ phận.



Hình 1.1: Mô hình tổ chức của MB Đắk Lắk

Năng lực kinh doanh của ngân hàng được thể hiện thông qua các yếu tố như nguồn nhân lực; nguồn vốn; tài sản, vật chất kỹ thuật, công nghệ; thương hiệu và hệ thống chi nhánh. Để phát triển các ngân hàng phải thường xuyên xây dựng và hoàn thiện các yếu tố trên, đảm bảo đáp ứng nhu cầu ngày càng lớn của khách hàng, mang lại hiệu quả và sự tiện lợi cho khách hàng. Để thấy rõ hơn năng lực kinh doanh của Ngân hàng ta phân tích các yếu tố cụ thể như sau:

Về nguồn nhân lực: Đến 31/12/2014, số lượng nhân sự tại Chi nhánh có 52 người, đủ định biên theo kế hoạch 2014. MB Đắk Lắk có 13 cán bộ quản lý chiếm tỷ trọng 25 % trong tổng số CBNV tại chi nhánh, có 39 nhân viên chiếm tỷ trọng 75%

Số lượng cán bộ nhân viên kinh doanh còn thiếu (Tỷ trọng Chuyên viên quan hệ khách hàng chiếm 32,7%/tổng nhân sự, chưa đảm bảo mức 40% tỷ lệ

nhân sự). Phòng khách hàng doanh nghiệp có 8 nhân viên, phòng khách hàng cá nhân có 6 nhân viên và phòng giao dịch Tân Lợi có 3 nhân viên nhưng phải phụ trách địa bàn rộng lớn có hơn 400.000 hộ dân, hơn 5.000 doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tính trung bình một chuyên viên quan hệ khách hàng cá nhân có hơn 6.000 hộ dân và một chuyên viên quan hệ khách hàng doanh nghiệp có hơn 800 doanh nghiệp. Số lượng cán bộ tín dụng ít, đa số còn trẻ, kinh nghiệm làm việc còn ít bên cạnh đó lại phải kiêm nhiệm nhiều việc như xét cấp tín dụng, quản lý tín dụng, định giá tài sản, theo dõi sử dụng vốn, đôn đốc thu nợ... nên đối với các dự án phức tạp, các khoản vay lớn thường gặp nhiều khó khăn, hiệu quả công việc chưa cao.

Đối với phòng kế toán và Dịch vụ khách hàng: Gồm có 11 người, trong đó có 3 cán bộ quản lý. Phải phụ trách các công việc kế toán, kho quỹ và dịch vụ khách hàng. Do khối lượng công việc nhiều, hầu hết cán bộ nhân viên là nữ giới nên tính năng động hạn chế dẫn đến hoạt động dịch vụ của Ngân hàng còn yếu, chưa đủ đáp ứng nhu cầu dịch vụ của khách hàng.

Về nguồn vốn: Nguồn vốn là yếu tố quan trọng có tính quyết định đến quy mô hoạt động của ngân hàng. Vốn hoạt động của Ngân hàng từ 03 nguồn là vốn huy động từ các tổ chức, cá nhân và vốn điều chuyển từ hội sở, trong đó nguồn vốn huy động tại địa phương là quan trọng nhất. Tuy nhiên do các nguyên nhân như công tác tiếp thị khách hàng còn hạn chế, các sản phẩm tiền gửi chưa đa dạng, khâu thanh toán chưa thuận lợi, niềm tin đối với khách hàng chưa cao dẫn đến số lượng vốn huy động còn ít. Trong những năm gần đây lãi suất liên tục thay đổi, điều này đã gây nhiều khó khăn đối với Ngân hàng.

Về tài sản vật chất và công nghệ: Trụ sở chính của chi nhánh hiện đang thuê tại 37 Hai Bà Trưng, TP Buôn Ma Thuột và một phòng giao dịch thuê tại 387 Phan Chu Trinh, TP Buôn Ma Thuột; hệ thống trang thiết bị, máy móc phục vụ được trang bị tương đối đầy đủ, đảm bảo cho các hoạt động của ngân

hàng diễn ra liên tục. Tính đến đầu năm 2014 ngân hàng đã đầu tư xây dựng được 06 máy ATM tuy nhiên số lượng ít và công tác tiếp thị còn hạn chế nên số lượng khách hàng sử dụng chưa nhiều.

d. Khái quát hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội CN Đắk Lắk từ 2012-2014

Tình hình huy động vốn tại MB Đắk Lắk từ 2012-2014 được thể hiện qua bảng :

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn tại MB Đắk Lắk 2012-2014

Đơn vị tính: Triệu đồng.

CHỈ TIÊU	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	Chênh lệch			
				2013/2012		2014/2013	
				+/-	%	+/-	%
Tổng vốn huy động	391,409	304,551	382,688	(86,858)	- 22	78,137	26
<i>Phân theo thành phần kinh tế</i>							
Tiền gửi dân cư	117,770	171,708	191,734	53,938	46	20,026	12
Tiền gửi các tổ chức kinh tế	273,639	132,843	190,954	(140,796)	- 51	58,111	44
<i>Phân theo thời gian</i>							
Tiền gửi không kỳ hạn và Tiền gửi dưới 12 tháng	239,561	172,349	196,221	(67,212)	- 28	23,872	14
Tiền gửi từ 12 tháng đến dưới 24 tháng	144,950	129,663	183,049	(15,287)	- 11	53,386	41
Tiền gửi từ 24 tháng	6,898	2,539	3,418	(4,359)	- 63	879	35
<i>Phân theo loại tiền</i>							
Nội tệ	388,227	300,228	377,621	(87,999)	- 23	77,393	26
Ngoại tệ	3,182	4,323	5,067	1,141	36	744	17

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Qua bảng số liệu trên, ta thấy:

Tổng nguồn vốn huy động được của MB Đắk Lắk biến động qua các năm: Cụ thể năm 2013, chi nhánh huy động được 304,551 triệu đồng, con số này giảm 22% tương ứng 86,858 triệu đồng so với năm 2012. Đến năm 2014 huy động vốn tại chi nhánh tăng lên mức 382,688 triệu đồng tăng so với năm 2013 là 78,137 triệu đồng, tăng 26% so với năm 2013.

Phân theo thành phần kinh tế. Chi nhánh đã làm tốt công tác huy động tiền gửi của khu vực dân cư, cụ thể: năm 2013 là 171,708 triệu đồng tăng 53,938 triệu đồng so với năm 2012 tương ứng 46%. Năm 2014 là 191,734 triệu đồng tăng so với năm 2013 là 20,111 triệu đồng, mức tăng tương ứng là 12%. Trái ngược với huy động dân cư thì huy động tại các tổ chức kinh tế chi nhánh làm chưa tốt, năm 2013 huy động các tổ chức kinh tế 132,843 triệu đồng giảm so với năm 2012 là 140,796 triệu đồng tương ứng với 51%. Năm 2014 có sự tăng trưởng so với 2013, huy động đạt 190,954 triệu đồng tăng 58,111 triệu đồng tăng 44%.

Phân theo thời gian: Tiền gửi ở tất cả các kỳ hạn năm 2013 đều giảm so với năm 2012, nguyên nhân năm 2013 lãi suất tiền gửi liên tục biến động khiến tình hình huy động khó khăn. Năm 2014 có sự tăng trưởng trở lại, cụ thể tiền gửi không kỳ hạn và tiền gửi dưới 12 tháng tăng 23,872 triệu đồng so với năm 2013 tương ứng mức tăng 14%, tiền gửi từ 12 tháng đến dưới 24 tháng tăng 53,386 tỷ đồng tăng 41%. Tiền gửi trên 24 tháng tăng 879 triệu đồng, tương ứng tăng 35%.

Phân theo loại tiền tệ: Tiền gửi nội tệ chiếm tỷ trọng cao hơn so với đồng ngoại tệ trong tổng số tiền gửi của chi nhánh. Tiền gửi ngoại tệ tăng chậm qua các năm. Năm 2013 tăng 1,141 triệu đồng so với năm 2012. Năm 2014 huy động ngoại tệ là 5,067 triệu đồng tăng 744 triệu tương ứng 17% so với năm 2013.

Từ phân tích trên cho thấy, khoản tiền gửi của tổ chức kinh tế biến động nhiều, là nguyên nhân thay đổi số liệu huy động của toàn chi nhánh. Tiền gửi bằng ngoại tệ còn khiêm tốn, chưa chiếm tỷ trọng lớn trong tổng huy động và chưa tương xứng với tiềm năng và vị thế sẵn có của chi nhánh.

Tình hình cho vay tại MB Đắk Lắk từ 2012-2014 được thể hiện qua bảng:

Bảng 2.2: Tình hình cho vay tại MB Đắk Lắk 2012-2014

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2012		2013		2014		So Sánh	
	Doanh số	Tỷ trọng	Doanh số	Tỷ trọng	Doanh số	Tỷ trọng	2013/2012	2014/2013
							+/-	+/-
Tổng dư nợ	508,046	100	678,621	100	877,563	100	170,575	198,942
1. Theo thời gian								
Ngắn hạn	452,719	89.11	612,930	90.32	719,778	82.02	160,211	106,847
Trung hạn	27,892	5.49	29,452	4.34	63,623	7.25	1,560	34,171
Dài hạn	27,434	5.4	36,238	5.34	94,163	10.73	8,804	57,924
2. Theo thành phần kinh tế								
DNNN	15,038	2.96	16,966	2.5	26,766	3.05	1,927	9,800
DNTN	7,519	1.48	3,665	0.54	21,588	2.46	(3,855)	17,924
Cty Cổ phần và Cty TNHH	448,909	88.36	609,809	89.86	776,952	88.54	160,900	167,144
Cá nhân, Hộ cá thể, HTX	36,630	7.21	48,182	7.1	52,257	5.95	11,552	4,075

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Năm 2012, dư nợ của MB Đắk Lắk là 508,046 triệu đồng. Năm 2013 dư nợ tăng 10,575 triệu đồng so với năm 2012 tương ứng với tỷ lệ tăng 34%, đạt mức 678,621 tỷ đồng. MB Đắk Lắk duy trì được sự tăng trưởng này vào năm 2014. Dư nợ năm 2014 tăng so với 2013, tăng 198,942 triệu đồng, với tổng dư nợ 877,563 triệu đồng. Có thể thấy, dư nợ ngắn hạn luôn chiếm tỷ trọng cao trong tổng dư nợ. Năm 2012, dư nợ ngắn hạn chiếm 89.11 % tổng dư nợ. Năm 2013, dư nợ ngắn hạn chiếm 90.32 % tổng dư nợ, năm 2014 tỷ lệ này tuy giảm nhưng cũng đạt mức 82.02 %. Dư nợ cho vay trung hạn và dư nợ cho vay dài hạn chiếm tỷ trọng thấp, ít có sự biến chuyển qua các năm, năm khá ổn định ở mức trên 5% tổng dư nợ.

Nếu phân chia dư nợ MB Đắk Lắk theo thành phần kinh tế, cũng dễ dàng nhận thấy MB Đắk Lắk cho vay các công ty cổ phần và công ty trách nhiệm hữu hạn là chủ yếu. Dư nợ cho vay đối với loại hình này luôn chiếm đến hơn 77% tổng dư nợ. Trong khi đó, cho vay cá nhân tuy được chú ý phát triển hơn trong năm 2014, nhưng cũng chỉ chiếm đến hơn 5% tổng dư nợ vay đạt mức 52,257 triệu đồng.

Kết quả hoạt động kinh doanh tại MB Đắk Lắk từ 2012-2014 được thể hiện qua bảng :

Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh tại MB Đắk Lắk 2012-2014

Đơn vị tính: Triệu đồng

CHỈ TIÊU	2012	2013	2014	so sánh	
				2013/2012	2014/2013
				+/-	+/-
THU NHẬP	65,279	83,451	101,104	18,172	17,653
Thu từ hoạt động tín dụng	63,269	81,041	99,635	17,772	18,594
Thu nhập từ hoạt động dịch vụ	571	946	861	375	-85
Thu từ kinh doanh ngoại tệ	448	623	84	175	-539
Thu nhập khác	991	841	524	-150	-317
CHI PHÍ	60,322	78,266	92,757	17,944	14,491
Chi phí hoạt động huy động vốn	45,337	59,376	67,726	14,039	8,350
Chi phí hoạt động dịch vụ	58	78	92	20	14
Chi hoạt động kinh doanh ngoại hối	363	387	28	24	-359
Chi nộp thuế và các khoản lệ phí	1,670	1,675	2,611	5	936
Chi cho nhân viên	5,696	6,234	7,722	538	1,488
Chi hoạt động quản lý công vụ	3,289	4,268	4,723	979	455
Chi về tài sản	1,406	2,146	3,051	740	905
Chi dự phòng và BHTG	2,500	4,100	6,800	1,600	2,700
Chi phí khác	3	2	4	-1	2
Thu nhập trước thuế	4,957	5,185	8,347	228	3,162
Thuế thu nhập doanh nghiệp	1,239	1,296	1,836	57	540
Thu nhập sau thuế	3,718	3,889	6,511	171	2,622

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Thu từ hoạt động tín dụng chiếm tỷ trọng trên 95% trong tổng thu nhập của chi nhánh. Thu nhập liên tục tăng qua các năm năm 2013 tăng 18,172

triệu đồng so với năm 2012, đạt mức 83,451 triệu đồng. Năm 2014 tăng so với năm 2013 là 17,653 triệu đồng, tổng thu nhập đạt 101,104 triệu đồng.

Chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng chi phí là chi về hoạt động huy động vốn. Mục chi này qua các năm luôn chiếm trên 75% trong tổng chi phí. Năm 2013 chi về hoạt động huy động vốn tăng so với năm 2012 là 14,039 triệu đồng và năm 2014 tăng 8,350 triệu đồng. Tương ứng mức tăng của chi về hoạt động huy động vốn thì tổng chi phí tăng lên tương ứng năm 2013 tổng chi phí là 78,266 triệu đồng tăng so với năm 2012 là 17,944 triệu đồng, và năm 2014 tổng chi phí là 92,757 triệu đồng tăng so với năm 2013 là 14,491 triệu đồng.

Thu nhập sau thuế của chi nhánh biến động qua các năm, năm 2012 thu nhập sau thuế của chi nhánh là 3,718 triệu đồng, đến năm 2013 là 3,889 triệu tăng 171 triệu so với năm 2012. Năm 2013 tăng nhẹ so với năm 2012 nguyên nhân, trong năm 2013 chi nhánh chi dự phòng và BHTG tăng 1,600 triệu đồng. Đến năm 2014 thu nhập sau thuế của chi nhánh đã tăng mạnh so với năm 2013 là 2,622 triệu đồng đạt mức 6,511 triệu đồng.

Nhìn chung kết quả kinh doanh của chi nhánh qua các năm là khá tốt, để tăng thêm lợi nhuận chi nhánh cần tăng về thu dịch vụ và tăng thu về hoạt động tín dụng đồng thời có biện pháp giảm các khoản chi: Chi về dự phòng, chi về hoạt động quản lý công vụ.

e. Phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, của Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đắk Lắk

Qua giới thiệu sơ bộ tình hình hoạt động kinh doanh của MB Đắk Lắk như trên, chúng ta thấy chi nhánh có những thế mạnh trong kinh doanh:

Là chi nhánh của Ngân hàng TMCP Quân đội, với thương hiệu đã được đông đảo khách hàng biết đến và được chọn là một trong những thương hiệu mạnh nhất Việt Nam, có mạng lưới chi nhánh rộng khắp cả nước, có số lượng

khách hàng đông. Điều đó thuận lợi cho việc huy động vốn và mở rộng kinh doanh.

Tại địa Đăk Lăk, MB là ngân hàng có thời gian hoạt động khá lâu nên sự hiểu biết về đặc điểm kinh tế xã hội của địa phương tốt hơn các tổ chức tín dụng khác, là ngân hàng có doanh số cho vay và dư nợ lớn trên địa bản tỉnh.

Có số lượng cán bộ nhân viên trẻ, nhiệt huyết với công việc, trình độ chuyên môn ngày càng cao, tổ chức bộ máy ngày càng hoàn thiện, dần đáp ứng nhu cầu mở rộng kinh doanh.

Thiết bị máy móc, công nghệ phục vụ cho hoạt động kinh doanh của Ngân hàng đã được trang bị khá đầy đủ, hiện nay toàn hệ thống MB đang đẩy mạnh quá trình hiện đại hoá, trong tương lai, hiệu quả kinh doanh sẽ được nâng cao.

Bên cạnh những thế mạnh phân tích trên, do những điều kiện nhất định trong hoạt động kinh doanh chi nhánh còn có những trở ngại sau đây:

Đội ngũ cán bộ nhân viên tuy đông nhưng vẫn còn thiếu nhân viên QHKH, đa số còn trẻ kinh nghiệm làm việc chưa nhiều, số lượng cán bộ làm việc lâu năm ít và đa số chỉ có trình độ trung cấp nên thường gặp nhiều khó khăn đối với khối lượng công việc nhiều, tính phức tạp cao.

Nguồn vốn huy động tại chỗ còn thiếu, chưa đủ đáp ứng nhu cầu vay vốn của các thành phần kinh tế trong huyện, phải dùng vốn điều chuyển từ Hội sở.

Các loại máy móc, thiết bị đã hao mòn nhiều, công suất hoạt động thấp. Các quy trình nghiệp vụ chưa hoàn thiện, cơ chế cho vay còn chưa phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, chất lượng công tác thẩm định chưa cao, hoạt động dịch vụ còn nhiều hạn chế.

Chưa có sự phối hợp chặt chẽ với các cơ quan quản lý, các tổ chức đoàn thể trong việc cho vay vốn đối với khách hàng là cá nhân, hộ kinh doanh cá thể, sự hiểu biết của cán bộ tín dụng về khách hàng còn hạn chế, việc kiểm tra giám sát sử dụng vốn chưa hiệu quả. Vì vậy, để đẩy mạnh sự phát triển Ngân hàng phải sớm tìm ra những giải pháp khắc phục những khó khăn và khai thác tốt những điều kiện thuận lợi. Trong điều kiện đất nước hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới đang tạo ra những thời cơ thuận lợi về nguồn vốn, nhu cầu thị trường đối với các hàng hoá, dịch vụ ngân hàng ngày càng lớn, cơ hội tiếp cận khoa học, công nghệ hiện đại thì cũng đặt ngân hàng trước những thách thức lớn như sự cạnh tranh của các tổ chức tín dụng khác, tính phức tạp trong quá trình thực hiện quy trình nghiệp vụ và những điều kiện tiêu chuẩn quốc tế.

2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK

Để thuận lợi cho quá trình nghiên cứu thực trạng trước hết chúng ta xem xét quy trình cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắk Lắk.

2.2.1. Quy trình cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắk Lắk

Quy trình cho vay vốn kinh doanh cà phê tại Ngân hàng được thực hiện theo các bước sau:

Bước 1: Tiếp thị và hướng dẫn thủ tục

- NVQHKH thực hiện các thủ tục sau:

+ Tìm kiếm, tiếp thị, tiếp nhận nhu cầu khách hàng.

+ Hướng dẫn các điều kiện, thủ tục, hồ sơ vay vốn cho khách hàng.

+ Tiếp nhận và kiểm tra tính đầy đủ của hồ sơ vay vốn.

+ Từ chối cho vay (nêu rõ lý do) hoặc yêu cầu khách hàng bổ sung hồ sơ vay vốn.

Bước 2: Thẩm định, xét duyệt khoản vay

- NVQHKH thực hiện:

+ Thẩm định khách hàng, TSBĐ, Chấm điểm tín dụng, lập tờ trình tín dụng.

+ Chuyển hồ sơ vay vốn lên các cấp có thẩm quyền xét duyệt khoản vay.

- NVQHKH thực hiện:

+ Định giá TSBĐ hoặc phối hợp AMC/bên thứ ba có uy tín định giá TSBĐ.

+ Kiểm tra hồ sơ vay vốn, hỗ trợ chấm điểm tín dụng hoặc chấm điểm tín dụng theo quy định của MB.

Trưởng phòng ĐVCCV/Giám đốc ĐVCCV/Ban Tổng giám đốc/Chủ tịch hội đồng quản trị thực hiện kiểm soát các điều kiện vay vốn và phê duyệt khoản vay theo hạn mức phán quyết.

Bước 3: Hoàn thiện hồ sơ, thủ tục vay vốn

NVQHKH thực hiện:

- Lập thông báo gửi khách hàng về việc chấp thuận/ từ chối cho vay, các điều kiện cần bổ sung trong trường hợp chấp thuận cho vay.

- Soạn thảo các Hợp đồng, văn bản theo mẫu của Ngân hàng phù hợp với nội dung đã được phê duyệt.

- Thực hiện và hoàn tất thủ tục đảm bảo tiền vay theo trình tự sau:

+ Soạn thảo Hợp đồng bảo đảm, Đơn đăng ký giao dịch bảo đảm (nếu có) và chuyển khách hàng ký.

+ Chuyển các hợp đồng, văn bản cần thiết cho các cấp có thẩm quyền kiểm soát và ký các văn bản.

+ Hoàn tất thủ tục phong tỏa TSBĐ, đăng ký giao dịch bảo đảm tại cơ quan có thẩm quyền.

- Lưu hồ sơ tín dụng và bàn giao hồ sơ TSBĐ cho KTTV thực hiện nhập kho TSBĐ.

Kế toán tiền vay thực hiện:

- Lập hạn mức tín dụng (nếu có) cho KH trên hệ thống T24.
- Hạch toán TSBD theo nội dung phiếu nhập kho và nhập kho hồ sơ gốc TSBD.

Phụ trách hỗ trợ hoặc Trưởng phòng ĐVCV (trường hợp không tách riêng bộ phận hỗ trợ) thực hiện:

- Kiểm soát nội dung các hợp đồng, văn bản và ký nháy vào cuối các trang tài liệu.
- Kiểm soát việc lập hạn mức tín dụng (nếu có) cho khách hàng.

Trưởng phòng ĐVCV/Giám đốc ĐVCV: Ký các hợp đồng, văn bản liên quan đến khoản vay theo đúng thẩm quyền.

Kho quỹ thực hiện quản lý hồ sơ gốc TSBD theo quy định.

Bước 4: Giải ngân

NVHTQHKH thực hiện:

- Kiểm tra các điều kiện giải ngân của khách hàng theo Tờ trình đã được phê duyệt và yêu cầu khách hàng bổ sung (nếu có).
- Lập kế ước nhận nợ khi nhận được giấy đề nghị giải ngân của khách hàng.
- Trả lại cho khách hàng các văn bản liên quan đến khoản vay như Hợp đồng tín dụng, Hợp đồng cầm cố/thế chấp, kế ước nhận nợ, lịch trả nợ.

Phụ trách hỗ trợ hoặc Trưởng phòng ĐVCV: Kiểm soát hồ sơ giải ngân và hồ sơ khách hàng cam kết bổ sung sau giải ngân.

Kế toán tiền vay kiểm tra các chứng từ giải ngân, giải ngân khoản vay và lưu hồ sơ theo quy định.

Bước 5: Giám sát khoản vay

NVQHKH thực hiện:

- Kiểm tra định kỳ/đột xuất tình hình tài chính, tình trạng TSBD và tình hình sử dụng vốn vay của khách hàng.

- Định kỳ xếp hạng tín dụng theo quy định của MB.

NVHTQHKH thực hiện:

- Thông báo nợ đến hạn, quá hạn cho khách hàng.
- Thực hiện cơ cấu lại thời hạn trả nợ, chuyển nợ quá hạn và xử lý nợ quá hạn theo quy định của MB.

- Hỗ trợ chấm điểm tín dụng khách hàng định kỳ

Kế toán tiền vay thực hiện:

- Hạch toán cơ cấu nợ (nếu có), thu nợ trước hạn theo đề nghị của KH.
- Định kỳ thu gốc, lãi, phí khoản vay theo quy định.

Bước 6: Tất toán, thanh lý hợp đồng

Kế toán tiền vay thực hiện

- Thu tất toán khoản vay
- Hạch toán xuất TSBĐ

Kho quỹ xuất hồ sơ gốc TSBĐ

NVHTQHKH thực hiện:

- Thông báo giải chấp TSBĐ và xóa đăng ký giao dịch bảo đảm.
- Làm thủ tục thanh lý hợp đồng tín dụng và hoàn trả hồ sơ TSBĐ cho khách hàng.
- Lưu trữ hồ sơ khách hàng theo quy định.

2.2.2. Thực trạng các loại hình cho vay kinh doanh cà phê được cung ứng tại MB Đắk Lắk 2012-2014

Trong thực tế cho vay của MB hiện nay các loại hình cho vay kinh doanh cà phê được cung ứng thường bao gồm ba loại sau:

- Cho vay kho cà phê.
- Cho vay kinh doanh cà phê dựa trên hàng tồn kho và khoản phải thu.
- Cho vay cá nhân và hộ gia đình kinh doanh cà phê.

Trong đó, riêng cho vay kho cà phê thực chất là cho vay dựa trên tài

sản bảo đảm là cà phê gửi tại kho bên thứ ba.

a. Cho vay kho cà phê

Cho vay kho cà phê: Khách hàng là các doanh nghiệp, cá nhân hoặc hộ gia đình có nhu cầu vay vốn tại Ngân hàng TMCP Quân đội dựa trên tài sản bảo đảm là thế chấp cà phê nguyên liệu, cà phê thành phẩm gửi tại kho của bên cho thuê kho.

- Điều kiện về khách hàng doanh nghiệp phải đáp ứng các điều kiện sau:

+ Có đầy đủ tư cách pháp nhân theo quy định của pháp luật.

+ Không có nợ nhóm 3, 4, 5 tại các tổ chức tín dụng tại thời điểm đề nghị vay vốn.

+ Có khả năng tài chính đảm bảo trả nợ trong thời hạn cam kết.

- Điều kiện về khách hàng Cá nhân, hộ gia đình phải đáp ứng các điều kiện sau:

+ Có đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự;

+ Cá nhân/hộ gia đình có hộ khẩu thường trú hoặc có trụ sở kinh doanh/địa điểm kinh doanh tại Tỉnh/Thành phố nơi MB có trụ sở;

+ Có khả năng tài chính đảm bảo trả nợ trong thời hạn cam kết;

+ Không có nợ nhóm 3, 4, 5 tại các tổ chức tín dụng tại thời điểm đề nghị vay vốn.

- Mục đích tài trợ: Đáp ứng các nhu cầu vốn hợp lý của khách hàng (khách hàng cam kết không sử dụng vốn vay vào các mục đích trái quy định của pháp luật tại thời điểm giải ngân).

- Tỷ lệ tài trợ Tỷ lệ tài trợ tối đa/Tổng giá trị hàng hóa thế chấp của khách hàng theo quy định của MB trong từng thời kỳ (trên cơ sở đề xuất của Khối QTRR và đã có sự thống nhất của các khối kinh doanh).

- Thời hạn Thời hạn cho vay tùy thuộc vào từng khách hàng theo đề xuất của ĐVKD, tối đa 12 tháng kể từ thời điểm giải ngân.

- Biện pháp bảo đảm Thẻ chấp hàng hóa gửi tại kho của Bên cho thuê kho (Hàng hóa trong kho là TSBĐ được mua bảo hiểm mọi rủi ro và quyền thụ hưởng bảo hiểm thuộc về MB). Lưu ý: ĐVKD có trách nhiệm kiểm tra thực tế kho định kỳ 2 lần/1 tháng để đảm bảo quản lý được hàng hóa thực tế trong kho.

- Định giá TSBĐ: ĐVKD định giá TSBĐ hàng ngày trên căn cứ giá do phòng KDHH thông báo. Lưu ý: ĐVKD chỉ lập Biên bản định giá lần đầu khi khách hàng có nhu cầu giải ngân và tại những thời điểm khách hàng bổ sung hàng hóa hoặc xuất bán một phần. Việc định giá hàng ngày ĐVKD chỉ thực hiện nhập vào bảng theo dõi để quản lý tỷ lệ tài trợ khoản vay của từng khách hàng theo quy định.

b. Cho vay dựa trên khoản phải thu và hàng tồn kho

Cho vay dựa trên khoản phải thu và hàng tồn kho là loại hình cho vay kinh doanh cà phê dựa trên các tài sản ngắn hạn của doanh nghiệp được dự tính sẽ chuyển thành tiền mặt trong tương lai. Tài sản ngắn hạn của doanh nghiệp (khoản phải thu, nguyên vật liệu và thành phẩm tồn kho) vừa là tài sản bảo đảm vừa là nguồn trả nợ cho khoản vay. Khi doanh nghiệp thu hồi được các khoản phải thu hoặc bán được hàng tồn kho, doanh nghiệp sẽ dùng một phần tiền thu được để trả nợ tiền vay. Khoản phải thu là những tài sản ngắn hạn thể hiện quyền đòi nợ của doanh nghiệp, bao gồm: Phải thu khách hàng, phải thu nội bộ, thế chấp, ký cược, ký quỹ, phải thu khác, tạm ứng và trả trước. Hàng tồn kho là các loại vật tư, hàng hóa mà doanh nghiệp dự trữ để xuất bán, bao gồm: Nguyên vật liệu tồn kho, công cụ dụng cụ, sản phẩm dở dang, thành phẩm, hàng hóa, hàng mua đang đi đường, hàng gửi bán nhưng chưa xác định tiêu thụ.

- Hồ sơ thẩm định:

+ Hồ sơ pháp lý: GCN Đăng ký kinh doanh & GCN Đăng ký mã số thuế/GCN Đăng ký doanh nghiệp/GCN Đầu tư/QĐ thành lập doanh nghiệp;

Điều lệ doanh nghiệp; Quyết định bổ nhiệm GD/KTT/người đại diện theo pháp luật (kèm theo bản copy CMND/hộ chiếu); Biên bản cuộc họp HĐQT/HĐQT/ HĐCĐ/chủ sở hữu..) về việc quan hệ tín dụng với MB.

+ Hồ sơ tình hình tài chính, tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh: Các báo cáo tài chính; Kế hoạch sản xuất kinh doanh năm hiện tại; Báo cáo nhanh tình hình tài chính đến thời điểm gần nhất; Bảng cân đối phát sinh chi tiết một số tài khoản đến thời điểm gần nhất: Các khoản phải thu, phải trả khách hàng, nguyên vật liệu, thành phẩm tồn kho.

+ Hồ sơ tài sản bảo đảm: Là các giấy tờ pháp lý chứng minh quyền sở hữu của doanh nghiệp đối với khoản phải thu và hàng tồn kho: hợp đồng kinh tế/ mua bán, biên bản giao nhận hàng hóa, hóa đơn, chứng từ thanh toán, phiếu nhập kho...

+ Hồ sơ phương án vay vốn.

- Số tiền cho vay: Số tiền cho vay tối đa bằng 80% khoản phải thu hoặc hàng tồn kho.

- Thời hạn cho vay: Căn cứ vào dòng tiền được xác định là nguồn trả nợ từ phương án kinh doanh hoặc thời gian chuyển đổi các khoản phải thu thành tiền mặt hoặc nguồn tiền dự tính thu được từ hoạt động bán hàng của khách hàng nhưng không quá 12 tháng, tùy thuộc vào thời điểm dòng tiền nào có đến trước.

c. Cho vay cá nhân và hộ gia đình kinh doanh cà phê

Cho vay cá nhân và hộ gia đình kinh doanh cà phê: Khách hàng là cá nhân/một hộ gia đình người có hoạt động kinh doanh ổn định tại một địa điểm, sử dụng không quá mười lao động, không có con dấu và chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình đối với hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Điều kiện với khách hàng:

+ Có đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự;

- + Có hộ khẩu thường trú/KT3 tại nơi MB có trụ sở.
- + Có giấy phép ĐKKD còn hiệu lực.
- + Có đủ điều kiện theo quy định của pháp luật đối với ngành kinh doanh cà phê; tuân thủ và thực hiện các quy định của nhà nước về phòng cháy, chữa cháy.

- + Có hoạt động kinh doanh ổn định, liên tục từ 12 tháng trở lên. Trường hợp khách hàng chưa có hoạt động sản xuất kinh doanh trước đó thì phải thỏa mãn ít nhất một trong hai điều kiện sau: Có nguồn thu ổn định, thường xuyên, độc lập với nguồn thu dự kiến phát sinh từ hoạt động kinh doanh hoặc có kinh nghiệm tối thiểu 24 tháng trong lĩnh vực cà phê.

- Điều kiện tài sản đảm bảo:

- + Bất động sản: có giấy tờ pháp lý đầy đủ, ký được hợp đồng thế chấp có xác nhận của cơ quan công chứng và thực hiện đăng ký giao dịch bảo đảm theo đúng quy định của pháp luật và của MB.

- + Phương tiện vận tải; Giấy tờ có giá do MB phát hành

- Số tiền cho vay: Tối thiểu là 50 triệu đồng, tối đa được xác định đồng thời qua giá trị TSBĐ, cụ thể như sau:

- + Bất động sản: 70%.

- + Phương tiện vận tải: 80%.

- + Giấy tờ có giá: 95%.

2.2.3. Mục tiêu cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk năm 2014

Theo kế hoạch hội sở giao cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk trong năm 2014 là 546 tỷ đồng, tăng trưởng 26% so với năm 2013. Kế hoạch tăng trưởng khách hàng 10% đạt 270 khách hàng. Tăng dư nợ nhằm mở rộng qui mô cho vay, khẳng định được khả năng sẵn sàng đáp ứng nhu cầu vốn của khách hàng cũng như chiếm lĩnh thị phần của MB Đắk Lắk, mục tiêu thị phần cho vay chiếm 12% (tăng 2% so với năm 2013)

Bên cạnh việc tăng qui mô, chi nhánh xác định kiểm soát rủi ro cũng là nhiệm vụ trọng tâm của chi nhánh. Vì vậy mục tiêu tỷ lệ nợ xấu kiểm soát ở mức dưới 1.5%.

Các tiêu chí nâng cao chất lượng dịch vụ và gia tăng thu nhập cũng được chi nhánh xác định là mục tiêu quan trọng năm 2014.

2.2.4. Các hoạt động chi nhánh đã triển khai cho vay kinh doanh cà phê

a. Hoạt động rà soát, đánh giá và xây dựng danh mục khách hàng

Dựa trên quy mô hoạt động của khách hàng: Chi nhánh chia khách hàng thành 3 nhóm. Nhóm khách hàng lớn (CIB); Nhóm khách hàng vừa và nhỏ (Sme) và nhóm khách hàng cá nhân và hộ gia đình.

Nhóm khách hàng lớn là các khách hàng có doanh thu từ 1000 tỷ/năm trở lên. Đối với nhóm này quy hoạch tài trợ ngành với hạn mức kiểm soát ở mức 500 tỷ/năm. Ưu tiên đối với doanh nghiệp xuất khẩu cà phê lớn nhất của tỉnh và khu vực Tây nguyên:

Bảng 2.4: Các doanh nghiệp có doanh số xuất khẩu lớn

Stt	Khách hàng	Thị trường xuất khẩu chủ lực	Quý 1/2014 (nghìn USD)
1	Cty CP Tập Đoàn Intimex	Đức, Bỉ, Tây Ban Nha	114,171
2	Cty TNHH 2-9 Đắk Lắk	Đức, Trung Quốc, Nhật Bản	64,590
3	Cty CP Intimex Mỹ Phước	Đức, Bỉ, Nhật Bản	52,912
4	Cty Cổ Phần XNK Đắk Lắk	Đức, Mỹ, Tây Ban Nha	41,996
5	Cty CP đầu tư Intimex BMT	Tây Ba Nha, Hy Lạp, Mỹ	38,766
6	Cty CP Intimex Đắk Nông	Đức, Bỉ, Mỹ	30,935
7	Cty TNHH Tín Nghĩa	Đức, Mỹ, Nga	17,354
8	Cty CP đầu tư Intimex Nha Trang	Đức, Mỹ, Tây Ban Nha	8,946

Nguồn: Sở công thương Đắk Lắk

Nhóm khách hàng vừa và nhỏ (Sme) là khách hàng có doanh thu từ 20 tỷ đến dưới 1000 tỷ/ năm. Đối với nhóm này quy hoạch tài trợ ngành với hạn mức kiểm soát ở mức 250 tỷ/năm. Tập trung các khách hàng uy tín và có kinh nghiệm hoạt động lâu trên địa bàn tỉnh, gồm các công ty: Công ty TNHH Hà Bình, Công ty TNHH Cường Phát, Công Ty TNHH MTV Thảo Nguyên, Công Ty TNHH Phúc Sương

Nhóm khách hàng cá nhân và hộ gia đình. Đối với nhóm này quy hoạch tài trợ ngành với hạn mức kiểm soát ở mức 100 tỷ/năm. Tập trung vào nhóm nhóm khách hàng có uy tín, địa điểm thu mua tại các vùng nguyên liệu sản lượng cao như huyện Krông Buk, huyện CưM Gar, huyện Cưkuin, Huyện Krông A Na.

b. Hoạt động phát triển khách hàng

Chi nhánh đã theo dõi sát sao hoạt động sản xuất kinh doanh của khách hàng để từ đó đánh giá tính khả thi của từng phương án vay vốn của khách hàng, xây dựng danh mục khách hàng mục tiêu trên cơ sở lựa chọn những khách hàng có khả năng kinh doanh tốt để tăng trưởng tín dụng. Đồng thời chi nhánh theo dõi nắm bắt thông tin về lãi suất giữa các ngân hàng trên địa bàn, trình hội sở MB chính sách lãi suất tốt phù hợp với đặc điểm vùng miền để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, tăng năng lực của chi nhánh để cạnh tranh với các chi nhánh ngân hàng khác trên địa bàn.

Xác định công tác tăng trưởng tín dụng được đặt lên hàng đầu đặc biệt là hoạt động cho vay kinh doanh cà phê. Đầu năm chi nhánh phát động thi đua, giao chỉ tiêu tăng trưởng dư nợ cho các cán bộ nhân viên để hoàn thành chỉ tiêu hội sở đề ra. Hàng tháng, hàng quý tổ chức đánh giá tiến độ hoàn thành công việc đã giao.

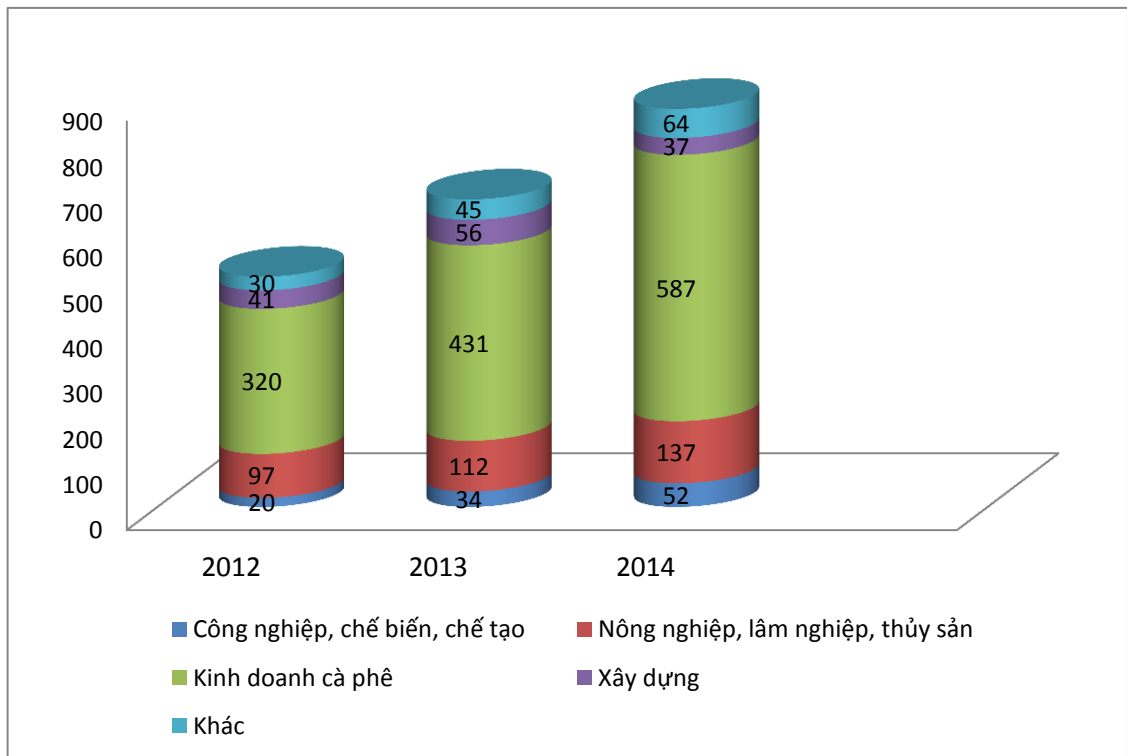
Phát triển khách hàng trên danh mục khách hàng cũ thường xuyên liên hệ với khách hàng, nắm bắt nhu cầu vốn và tư vấn cho khách hàng nhưng ưu

đãi về lãi suất, về các chương trình ưu đãi của khách hàng được hưởng. Trên cơ sở khách hàng cũ, phát triển khách hàng mới qua bạn hàng, đối tác của khách hàng cũ. Tổ chức hội thảo để giới thiệu về định hướng tài trợ ngành cà phê của MB.

Bên cạnh việc phát triển khách hàng cũ và khách hàng mới, chi nhánh cũng thống kê lại danh sách khách hàng đã từng quan hệ tín dụng với MB nhưng hiện tại đã ngừng giao dịch. Tiếp cận lại từng khách hàng tìm hiểu nguyên nhân. Sau đó, phân loại các từng nhóm nguyên nhân. Nếu nguyên nhân do phía ngân hàng: Lãi suất cao, hồ sơ làm lâu, mạng lưới ít... Chi nhánh tìm ra hướng khắc phục. Nếu nguyên nhân từ phía khách hàng: Khách hàng kinh doanh thua lỗ thu hẹp sản xuất thì chi nhánh cam kết nếu quan hệ lại thì sẽ giãn nợ, thay đổi kỳ hạn trả nợ...

Các giải pháp nhằm phát triển khách hàng chi nhánh đã thực hiện tốt, dư nợ cho vay kinh doanh cà phê chiếm tỷ trọng cao trong tổng dư nợ của chi nhánh.

Biểu đồ 2.1: Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê trong tổng dư nợ



Qua biểu đồ ta thấy dư nợ cho vay kinh doanh cà phê của chi nhánh đều tăng qua các năm.

Năm 2012 dư nợ cho vay kinh doanh cà phê là 320 tỷ trong tổng số 508 tỷ dư nợ, chiếm 63% tổng dư nợ. Năm 2013 doanh số cho vay kinh doanh cà phê đạt 431 tỷ trong tổng dư nợ chiếm 64% tổng dư nợ. Năm 2014 doanh số cho vay kinh doanh cà phê 587 tỷ, chiếm 67% tổng dư nợ. Tăng trưởng năm 2013 so với năm 2012 là 34.7%, năm 2014 tăng trưởng 36.2% so với năm 2013, tăng 41 tỷ đồng so với kế hoạch giao là 546 tỷ hoàn thành 108% kế hoạch được giao.

Ngoài việc tăng được dư nợ chi nhánh cũng đã có được danh mục khách hàng tốt chia ra các nhóm: khách hàng cũ, khách hàng ngưng giao dịch và khách hàng tiềm năng. Trên các danh mục này, chi nhánh đã xây dựng được chính sách phát triển khách hàng cho từng nhóm.

Ngoài những mặt đạt được trong hoạt động phát triển khách hàng chi nhánh còn chưa tăng được số lượng điểm giao dịch tại các huyện đầu mối thu mua cà phê. Các khách hàng này thường chọn ngân hàng có chi nhánh gần địa điểm của mình. Vì vậy, một lượng khách hàng tại các huyện chi nhánh chưa khai thác được.

c. Hoạt động tăng cường năng lực cạnh tranh, chiếm thị phần

Chi nhánh thực hiện việc quảng cáo các sản phẩm cho vay qua các phương tiện thông tin đại chúng: Truyền hình, báo giấy, các trang web... Ngoài ra, chi nhánh còn quảng cáo thông qua băng rôn, tờ rơi, biểu mẫu tại quầy giao dịch, đồng thời thông qua các cán bộ tín dụng am hiểu về địa bàn tìm kiếm các khách hàng tiềm năng.

Chi nhánh triển khai chương trình “Văn hóa thực thi nhanh hướng tới khách hàng” do đó việc xử lý hồ sơ vay đã giữ chân được khách hàng truyền thống và phát triển khách hàng mới. Bên cạnh đó cũng đã cung cấp nhiều tiện

ích ngân hàng như chuyển tiền qua điện thoại, qua internet nhằm phục vụ tốt hơn, thuận tiện hơn cho khách hàng, qua đó nâng cao hình ảnh, uy tín của chi nhánh trên địa bàn tỉnh.

Các biện pháp trên đã mang lại hiệu quả rõ rệt, tổng thị phần cho vay kinh doanh cà phê qua các năm đều tăng qua các năm. Năm 2012 chiếm 7% thị phần, nhưng đến năm 2013, 2014 thị phần cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk tăng lần lượt là 10% và 12%.

Hoạt động tăng cường năng lực cạnh tranh, chiếm thị phần của chi nhánh có phát triển nhưng chưa tương xứng với tiềm năng của thị trường. Chi nhánh đã đi vào thành lập gần 6 năm nhưng thị phần vẫn chỉ dừng lại 12%.

Chi nhánh tập trung vào khách hàng lớn dư nợ tăng nhanh nhưng khi khách hàng tất toán làm tổng dư nợ giảm. Chi nhánh cần đa dạng khách hàng để khi khách hàng tất toán không làm sụt giảm nhanh doanh số.

d. Hoạt động bảo đảm chất lượng dịch vụ cung ứng trong cho vay kinh doanh cà phê

Nền kinh tế ngày càng phát triển, thu nhập của người dân ngày càng cao. Do đó bên cạnh nhu cầu về vật chất thì nhu cầu về dịch vụ ngày càng tăng lên và chiếm một vị trí quan trọng trong đời sống xã hội. Vì vậy việc nâng cao chất lượng dịch vụ là một vấn đề rất quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp khi tham gia vào môi trường kinh doanh. Đây là yếu tố sống còn đối với mỗi doanh nghiệp, nó giúp cho các doanh nghiệp có thể chiến thắng trong cuộc cạnh tranh đầy khốc liệt hiện nay. Ngân hàng, cũng là một loại hình doanh nghiệp đặc biệt. Do đó, cũng phải coi trọng vai trò của chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ trong cho vay tiêu dùng nói riêng. Chất lượng dịch vụ cung ứng trong cho vay kinh doanh cà phê bao gồm các yếu tố sau:

Giảm thiểu thời gian giao dịch của khách hàng;

Đảm bảo sự tin cậy đối với khách hàng: Thực hiện các nghiệp vụ chính

xác, đúng thời gian cam kết; thực hiện đúng lời hứa; giúp đỡ và quan tâm khách hàng khi khách hàng gặp trở ngại; chú trọng vào việc không để tạo ra lỗi trong cả quá trình làm việc;

Đào tạo nhân viên chuyên nghiệp: Lịch sự, niềm nở với khách hàng, có đủ kiến thức chuyên môn để trả lời các câu hỏi của khách hàng;

Nâng cao cơ sở vật chất, trình độ khoa học công nghệ: Địa điểm thuận tiện, các trang thiết bị hỗ trợ hiện đại, trang phục của nhân viên ngân hàng gọn gàng, trang nhã. Các tài liệu liên quan đến sản phẩm, chẳng hạn như tờ rơi và các bài giới thiệu có được thiết kế đẹp, dễ đọc, dễ hiểu và hấp dẫn...

e. Hoạt động kiểm soát rủi ro

Chi nhánh thực hiện cho vay đúng theo quy trình tín dụng của ngân hàng nhà nước và của hội sở MB, đảm bảo tuân thủ qui trình theo hướng giảm thiểu rủi ro ở mức thấp nhất.

Thực hiện việc chấm điểm xếp hạng tín dụng theo hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ của MB để đánh giá rủi ro của từng khách hàng riêng lẻ. Từ đó tăng cường công tác quản trị rủi ro đối với khách hàng có xếp hạng tín dụng thấp.

Thường xuyên tham gia các buổi đào tạo theo khung chức danh do trung tâm đào tạo MB tổ chức, mời các giảng viên nội bộ và bên ngoài tổ chức các đợt tập huấn nghiệp vụ tại chi nhánh nhằm nâng cao kỹ năng, chuyên môn nghiệp vụ.

Mặc dù chi nhánh đã sát sao trong việc thẩm định, đánh giá khách hàng cũng như cố gắng thực hiện tốt các các hoạt động kiểm soát rủi ro. Tuy nhiên, thị trường biến động đã ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của khách hàng, tình hình tài chính khó khăn của khách hàng đã dẫn đến khả năng trả nợ của khách hàng suy giảm. Tỷ lệ nợ xấu cho vay khách hàng kinh doanh cả phê năm 2014 là 1.2%.

2.2.5. Kết quả cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắk Lắk

a. Về qui mô cho vay kinh doanh cà phê

- Tốc độ tăng trưởng dư nợ

Tổng dư nợ cho vay của MB Đắk Lắk đều tăng trưởng qua các năm, đặc biệt là cho vay kinh doanh cà phê. Để thấy rõ tốc độ tăng trưởng ta nghiên cứu bảng số liệu sau:

Bảng 2.5: Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê trong tổng dư nợ

Đơn vị tính: Tỷ đồng.

Chỉ tiêu	2012		2013		2014	
	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ
Tổng dư nợ	508	100%	678	100%	877	100%
Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê	320	63%	431	64%	587	67%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê tăng qua các năm, năm 2012 dư nợ cho vay khách hàng kinh doanh cà phê đạt 320 tỷ đồng chiếm 63% trong tổng dư nợ của chi nhánh; Năm 2013 là 431 tỷ đồng chiếm 64% tổng dư nợ, tăng 111 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 35% so với năm 2012 và năm 2014 dư nợ cho vay cà phê đạt 587 tỷ đồng chiếm 67% tổng dư nợ của chi nhánh tăng 156 tỷ đồng, tương ứng mức tăng 36% so với năm 2013.

Sự tăng trưởng dư nợ cho vay kinh doanh cà phê trong 3 năm 2012, 2013, 2014 là kết quả đáng mừng của MB Đắk Lắk. Chi nhánh cần duy trì sự tăng trưởng này ở mức ổn định, vững chắc hơn trong thời gian tới.

- Tốc độ tăng trưởng số lượng khách hàng

Số lượng khách hàng tăng trưởng qua các năm, cụ thể: Năm 2012 là 183 khách hàng, năm 2013 là 245 khách hàng và đến năm 2013 là 276 khách hàng.

Bảng 2.6: Số lượng khách hàng vay kinh doanh cà phê qua các năm

Đơn vị tính: Khách hàng.

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
1. Số lượng khách hàng vay kinh doanh cà phê	183	245	276
2. Tốc độ tăng (giảm) %		33.9%	12.7%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Số lượng khách hàng tăng trưởng qua các năm tương ứng với dư nợ kinh doanh cà phê tăng lên. Tăng trưởng số lượng khách hàng là nhiệm vụ quan trọng của MB Đắk Lắk, từ việc tăng trưởng này ngoài việc tăng dư nợ, chi nhánh sẽ tăng được doanh thu ngoài lãi từ việc bán chéo các sản phẩm, dịch vụ như: Dịch vụ ngân hàng điện tử, thu hộ, phát hành thẻ tín dụng, tiền gửi... Nhu cầu vay vốn của khách hàng không ngừng tăng lên việc chăm sóc khách hàng cũ và phát triển thêm khách hàng cần có những chiến lược đột phá, đáp ứng trong môi trường cạnh tranh hiện nay.

- Dư nợ cho vay tính trên một cán bộ tín dụng

Năm 2014 bình quân mỗi cán bộ tín dụng quản lý 65.2 tỷ dư nợ trong khi đó năm 2013 là 53.9 tỷ đồng/CBTD và năm 2012 là 33.3 tỷ đồng/ CBTD.

Bảng 2.7: Bảng dư nợ cho vay tính trên một cán bộ tín dụng

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
1. Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê	Tỷ đồng	320	431	587
2. Số CBTD cho vay kinh doanh cà phê	Người	6	8	9
3. Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê/CBTD	Tỷ đồng	53.3	53.9	65.2

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Cùng với sự tăng lên của dư nợ là tăng lên của nhân sự làm công tác tín dụng.

Nhân sự phụ trách cho vay tăng lên nhưng nhân sự có chất lượng cao, được đào tạo chính qui không nhiều, để đáp ứng nhu cầu về quản lý dư nợ chi

nhánh cần tập trung vào chất lượng nhân sự. Cần đưa các chuyên viên đi học các chi nhánh lớn hoặc học tại hội sở để nắm rõ các qui định và định hướng về cho vay kinh doanh cà phê, thường xuyên cập nhật thông tin thị trường nắm tốt xu hướng để tư vấn cho ban giám đốc nên tăng hay giảm dư nợ của đối tượng khách hàng nào cho phù hợp diễn biến thị trường.

- Tăng trưởng dư nợ bình quân khách hàng

Bảng 2.8: Dư nợ bình quân khách hàng vay kinh doanh cà phê tại MB Đăk Lăk 2012-2014

Chỉ tiêu	2012	2013	2014
1.Số lượng khách hàng vay kinh doanh cà phê (khách hàng)	183	245	276
2.Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê (tỷ đồng)	320	431	587
3. Dư nợ bình quân / khách hàng (tỷ đồng)	1.75	1.76	2.13
4. Tăng trưởng dư nợ bình quân / khách hàng (%)		6%	9%

(Nguồn: MB Đăk Lăk)

Năm 2012, dư nợ bình quân / khách hàng là 1.75 tỷ đồng đến năm 2013 dư nợ bình quân/khách hàng tăng 10 triệu đồng/khách hàng, đạt 1.76 triệu đồng, tương ứng tỷ lệ tăng 6% so với năm 2012. Năm 2014, dư nợ bình quân/khách hàng tăng trưởng mạnh so với năm 2013 với mức tăng 370 triệu đồng/khách hàng, tương ứng tỷ lệ tăng 9 %.

Để đạt được thành quả này, MB Đăk Lăk đã khai thác tốt khách hàng tiềm năng, bên cạnh đó cũng không quên tăng dư nợ từ nhóm khách hàng cũ. Chi nhánh đã đa dạng hóa khách hàng, không quá tập trung dư nợ tại một khách hàng

b. Về phát triển thị phần

Thị phần cho vay kinh doanh cà phê của MB Đăk Lăk năm 2012 là 7%, năm 2013 là 10% và đến năm 2014 là 12% đứng thứ 4 trong các ngân hàng,

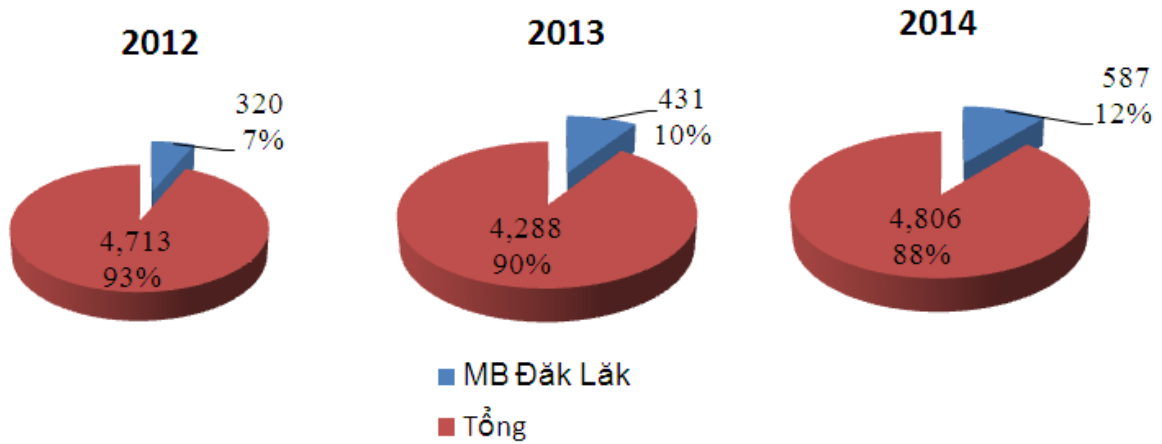
sau ngân hàng nông nghiệp chi nhánh Đắk Lắk, ngân hàng TMCP công thương chi nhánh tỉnh Đắk Lắk và ngân hàng TMCP Đầu tư chi nhánh Đắk Lắk.

Bảng 2.9: Cho vay kinh doanh cà phê của các TCTD tại tỉnh Đắk Lắk

stt	Ngân Hàng	Năm 2012		Năm 2013		Năm 2014	
		Tỷ đồng	Thị phần (%)	Tỷ đồng	Thị phần (%)	Tỷ đồng	Thị phần (%)
1	Nông nghiệp và PTNT chi nhánh Đắk Lắk	1,173	25%	1,130	26%	1,238	26%
2	Công Thương chi nhánh Đắk Lắk	485	10%	681	16%	771	16%
3	Đầu tư chi nhánh Đắk Lắk	432	9%	445	10%	753	16%
4	Quân Đội chi nhánh Đắk Lắk	320	7%	431	10%	587	12%
5	Ngoại Thương chi nhánh Đắk Lắk	691	15%	507	12%	373	8%
6	Nông nghiệp và PTNT chi nhánh Buôn Hồ	340	7%	344	8%	320	7%
7	25 Ngân hàng khác có thị phần nhỏ	1,272	27%	750	17%	764	16%
8	Tổng cộng	4,713	100%	4,288	100%	4,806	100%

(Nguồn: NHNN tỉnh Đắk Lắk)

Thị phần cho vay kinh doanh cà phê tăng dần qua các năm chứng tỏ chi nhánh đã chú trọng trong việc phát triển thị phần và chiếm lĩnh thị trường.

Biểu đồ 2.2: Thị phần cho vay KD cà phê trong tổng dư nợ tại Đắk Lắk

Từ bảng số liệu và biểu đồ cơ cấu tỷ trọng cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk so với tổng thị phần cho thấy: Năm 2013 đạt 431 tỷ đồng tăng 111 tỷ đồng so với năm 2012 và chiếm 10% tổng thị phần cho vay. Năm 2013 tổng thị phần giảm so với năm 2012 tuy nhiên MB Đắk Lắk đã tăng số tuyệt đối chứng tỏ chi nhánh đã chú trọng việc tăng dư nợ trong lĩnh vực kinh doanh cà phê, sự tăng trưởng này còn được thể hiện ở chỗ ổn định khi năm 2014 dư nợ là 587 tỷ đồng tăng 156 tỷ đồng chiếm 12% tổng thị phần, tăng 156 tỷ so với năm 2013.

Sự tăng trưởng dư nợ cho vay kinh doanh cà phê trong 3 năm 2012, 2013, 2014 là kết quả đáng mừng của MB Đắk Lắk. Chi nhánh cần duy trì sự tăng trưởng này ở mức ổn định, vững chắc hơn trong thời gian tới.

c. Về cơ cấu cho vay

Nhận thức được tầm quan trọng của việc xác định tỷ trọng cho vay giữa các ngành nghề MB Đắk Lắk đã tập trung tài trợ vào ngành nghề là thế mạnh của tỉnh. Kinh doanh cà phê là một trong những ngành nghề mang lại nguồn thu lớn cho tỉnh. Cụ thể được thể hiện trong các tiêu chí:

- Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê theo phương thức

Bảng 2.10: Cho vay kinh doanh cà phê cho vay kinh doanh cà phê theo phương thức

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2012		2013		2014	
	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ
Tổng dư nợ	320	100%	431	100%	587	100%
- Cho vay từng lần	22	7%	65	15%	59	10%
- Cho vay theo hạn mức tín dụng	298	93%	366	85%	528	90%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Dư nợ cho vay theo hạn mức luôn chiếm tỷ lệ cao hơn so với dư nợ cho vay từng lần. Năm 2012 là 298 tỷ đồng, chiếm 93%; Năm 2013 là 366 tỷ đồng, chiếm 85% và năm 2014 là 528 tỷ đồng trong tổng số 587 tỷ dư nợ cho vay kinh doanh cà phê, chiếm 90%.

Cơ cấu này hoàn toàn phù hợp với đặc thù của kinh doanh cà phê. Món vay có giá trị lớn, quay vòng vốn nhanh. Các khách hàng là tổ chức kinh tế đều là khách hàng uy tín, có doanh thu và qui mô hoạt động lớn, vì vậy khi khách hàng đạt các điều kiện theo qui định, MB cấp cho khách hàng một hạn mức để khách hàng có thể chủ động trong việc giao dịch thanh toán hàng hóa với đối tác.

Tuy thuận lợi như trên nhưng chi nhánh cần tăng số lượng vay theo món trong tổng số dư nợ. Vì vay theo món giúp cho chi nhánh quản lý phương án và tài sản bảo đảm của khách hàng chi tiết hơn, trong khi đó cho vay theo hạn mức khi khách hàng tắt toán sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến số liệu dư nợ của toàn chi nhánh, chi nhánh phải khai thác các khách hàng khác bù đắp số giảm. Bên cạnh đó, hầu hết các khách hàng thường không sử dụng hết hạn mức, điều này sẽ làm giảm hình ảnh của chi nhánh đối với hội sở trong các đợt rà soát hạn mức.

- Cơ cấu dư nợ cho vay kinh doanh cà phê theo thời gian

Bảng 2.11: Cơ cấu dư nợ cho vay kinh doanh cà phê theo thời gian tại MB Đắk Lắk

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chi tiêu	2012		2013		2014	
	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ
Tổng dư nợ	320	63%	431	100%	587	100%
- Ngắn hạn	300	94%	396	92%	544	93%
- Trung, dài hạn	20	6%	35	8%	43	7%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

MB Đắk Lắk cho vay kinh doanh cà phê thường tập trung cho vay ngắn hạn, qua các năm tỷ trọng cho vay ngắn hạn luôn chiếm trên 90%. Điều này càng làm rõ đặc thù trong kinh doanh cà phê là thời gian ngắn, quay vòng vốn nhanh. Các món vay dài hạn chủ yếu tài trợ cho khách hàng đầu tư vào tài sản cố định, tuy nhiên doanh số không đáng kể so với vay ngắn hạn. Đối với nhu cầu vay phân theo kỳ hạn thì vay ngắn hạn tiềm ẩn rủi ro ít hơn cho vay dài hạn phù hợp với mục đích, yêu cầu của kinh doanh cà phê.

Tuy nhiên điều này cũng cho thấy khó khăn trong công tác quản lý dư nợ, chi nhánh phải tập trung quản lý nhiều hồ sơ, theo dõi nhiều hợp đồng xuất của khách hàng cũng như là theo dõi nguồn tiền về để thu nợ phù hợp với từng phương án, từng hợp đồng xuất hàng.

- Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê theo hình thức bảo đảm tại MB Đắk Lắk

Bảng 2.12: Cơ cấu dư nợ cho vay kinh doanh cà phê theo hình thức bảo đảm tại MB Đắk Lắk

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chi tiêu	2012		2013		2014	
	S.tiền	Tỷ lệ	S.tiền	Tỷ lệ	S.tiền	Tỷ lệ
Tổng dư nợ	320	100%	431	100%	587	100%
- Cho vay bảo đảm bằng tài sản	304	95%	416	97%	569	97%
- Cho vay bảo đảm không bằng tài sản	16	5%	15	3%	18	3%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Cho vay kinh doanh cà phê phân theo hình thức bảo đảm tại MB Đắk Lắk cho thấy chi nhánh tập trung vào cho vay bảo đảm bằng tài sản, qua các năm đều chiếm trên 95%. Kinh doanh cà phê rủi ro cao, phụ thuộc vào giá cả trong nước và quốc tế vì vậy cần phải có bảo đảm bằng tài sản cho khoản vay. Kiểm soát dư nợ cho vay bảo đảm không bằng tài sản ở mức dưới 5% so với tổng dư nợ kinh doanh cà phê là định hướng chung của MB Đắk Lắk và các tổ chức tín dụng trên địa bàn.

Cho vay bảo đảm không bằng tài sản cũng là một trong những nguyên nhân dẫn đến nợ xấu của chi nhánh phát sinh.

- Dư nợ cho vay kinh doanh cà phê theo đối tượng khách hàng tại MB Đắk Lắk.

Bảng 2.13: Cơ cấu dư nợ cho vay kinh doanh cà phê theo đối tượng khách hàng tại MB Đắk Lắk

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chi tiêu	2012		2013		2014	
	Số tiền	Tỷ lệ	S.tiền	Tỷ lệ	S tiền	Tỷ lệ
Tổng dư nợ						
- Doanh nghiệp	224	70%	366	85%	481	82%
- Cá nhân	96	43%	65	15%	106	18%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Hầu hết tham gia vào quá trình kinh doanh cả phê đối tượng khách hàng là doanh nghiệp vì vậy trong cơ cấu dư nợ theo đối tượng khách hàng. Tỷ trọng dư nợ cho vay kinh doanh cả phê của doanh nghiệp luôn chiếm tỷ trọng cao, qua các năm tỷ trọng này chiếm trên 70%.

Cho vay doanh nghiệp có lợi thế là món vay lớn, có thể tăng được dư nợ nhanh. Tuy nhiên cũng có những khó khăn trong việc phát triển nhóm khách hàng doanh nghiệp:

- + Khách hàng thường so sánh lãi suất với ngân hàng khác.
- + Khi gặp khó khăn trong kinh doanh, một lô hàng thế chấp nhiều ngân hàng.
- + Khi phát sinh nợ xấu thường là món lớn, không có khả năng hồi phục của doanh nghiệp.

Từ những khó khăn trên năm 2013 và 2014 MB Đắk Lắk cũng đã chú trọng phát triển nhóm khách hàng các nhân. Nhóm khách hàng này tuy món vay nhỏ lẻ nhưng có uy tín, có thâm niên tại các huyện đầu mối nguồn nguyên liệu. Khả năng phát sinh nợ xấu hầu như không có.

d. Về chất lượng dịch vụ cho vay kinh doanh cả phê tại MB Đắk Lắk 2012-2014

MB Đắk Lắk nói riêng và MB nói chung đã triển khai và thực hiện theo hệ thống đo lường thời gian giao dịch của khách hàng (SLA) để đưa ra chuẩn mực đánh giá thời gian xử lý và luân chuyển hồ sơ của khách hàng nhằm cung cấp dịch vụ cho khách hàng trong thời gian tốt nhất; thường xuyên đánh giá chất lượng, sử dụng các tiêu chuẩn đo như ISO, sàn giao dịch chuẩn... tạo nề nếp quản lý chất lượng trong hệ thống; tập trung hoàn thiện, hệ thống hóa các quy trình nghiệp vụ của Ngân hàng, kiểm soát rủi ro và tăng tốc độ xử lý giao dịch với khách hàng nội bộ và bên ngoài; định kỳ đánh giá chất lượng qua các chương trình khảo sát độc lập (khách hàng bí mật, khảo

sát của tư vấn); triển khai hệ thống kiểm soát nội bộ, kiểm soát tuân thủ trực tiếp tại chi nhánh...

Thực hiện theo kế hoạch đào tạo và phát triển chất lượng nguồn nhân lực chung của HO: Năm 2013 toàn hệ thống tổ chức 501 khóa đào tạo, gồm 289 khóa đào tạo về nghiệp vụ, 112 khóa đào tạo về kỹ năng. Năm 2014 tổ chức trên 615 khóa đào tạo với khoảng 24.000 lượt tham dự... Bên cạnh đó, MB Đắk Lắk nói riêng còn tổ chức các chương trình, khóa đào tạo thêm: Hàng tuần, các đơn vị kinh doanh chủ động có buổi trao đổi về các vướng mắc trong quá trình tác nghiệp như: Kỹ năng xử lý vấn đề, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng gọi điện thoại... và thống nhất cách xử lý công việc; phân công thành lập các nhóm chuyên đề để lên một chương trình huấn luyện, trao đổi thống nhất cho các chuyên viên quan hệ khách hàng về các kỹ năng trong nhận diện rủi ro, cách thức kiểm tra sau đối với từng nhóm khách hàng...

Cơ sở hạ tầng được xây dựng khang trang, cơ sở vật chất, các trang thiết bị được đảm bảo tốt với thiết bị công nghệ ngân hàng tương đối hiện đại.

Nhìn chung, MB Đắk Lắk rất chú trọng hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ trong cho vay kinh doanh cà phê nói riêng. Các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ được thực hiện một cách nghiêm túc và đầy đủ, tạo thành nét văn hóa riêng của MB.

e. Về kiểm soát rủi ro

- Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu.

Nợ xấu kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk năm 2012 là 2.5 tỷ đồng, năm 2013 là 3.2 tỷ đồng chiếm 0.7% tổng dư nợ cho vay kinh doanh cà phê và năm 2014 là 6.8 tỷ đồng tăng so với năm 2013 là 3.6 tỷ đồng chiếm 1.2% tổng dư nợ cho vay kinh doanh cà phê của chi nhánh. Nợ xấu qua các năm có tăng tuy nhiên so với mức tăng của dư nợ cho vay kinh doanh cà phê thì tỷ lệ nợ xấu tăng qua các năm tăng không đồng đều. Năm 2014 tăng đột biến báo động về chất lượng tín dụng cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắk Lắk cần

được chú ý về cả qui trình, cách thức triển khai và các biện pháp phòng ngừa rủi ro. Tuy nhiên mức tăng này vẫn nằm trong tầm kiểm soát chưa vượt mức của hội sở qui định.

Bảng 2.14: Nợ xấu cho vay kinh doanh cà phê

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chi tiêu	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
1. Nợ xấu cho vay kinh doanh cà phê	2.5	3.2	6.8
2. Tăng (giảm) tuyệt đối		0.7	3.6
3. Tỷ lệ nợ xấu trên dư nợ cho vay kinh doanh cà phê	0.8%	0.7%	1.2%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Nợ xấu từ cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk chủ yếu là từ những khách hàng có tiềm lực tài chính yếu, kinh doanh không hiệu quả dẫn đến suy giảm khả năng trả nợ. Một lý do khác quan trọng là do nền kinh tế chưa phục hồi dẫn đến các chi phí lãi vay, phí, lệ phí hải quan, thuế suất còn cao dẫn đến khả năng thanh toán giảm sút từ đó phát sinh nợ xấu.

Cho vay kinh doanh cà phê giá trị hàng hóa cao, khi một khách hàng được cấp hạn mức tín dụng lớn nhưng khi phát sinh nợ xấu sẽ ảnh hưởng đến toàn bộ số trích dự phòng và thu nhập của chi nhánh vì vậy cần đánh giá khách hàng và cơ cấu cho vay giữa các ngành phù hợp.

- Thực trạng biến đổi kết cấu nhóm nợ

Bảng 2.15: Bảng biến đổi kết cấu nhóm nợ cho vay kinh doanh cà phê

Đơn vị tính: tỷ đồng

Nhóm nợ	2012		2013		2014	
	Số tiền	Tỷ lệ	S.tiền	Tỷ lệ	S .tiền	Tỷ lệ
1	317	99.22%	427.8	99.26%	580	98.84%
2	2	0.63%	0.3	0.07%	1.8	0.31%
3	0.5	0.16%	0.5	0.12%	0.5	0.09%
4		0.00%	0.4	0.09%	1.0	0.17%
5		0.00%	2.0	0.46%	3.5	0.60%
Tổng	320	100.00%	431	100.00%	587	100.00%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Trong 3 năm chi nhánh đều có nợ từ nhóm 3 trở lên. Năm 2013 và năm 2014 nợ nhóm 5 của chi nhánh lần lượt là 2 tỷ và 3.5 tỷ đồng. Tuy nhiên so với tổng dư nợ kinh doanh cả phê, nợ xấu này không chiếm tỷ trọng lớn vẫn nằm trong giới hạn cho phép của hội sở.

Tỷ lệ nợ xấu không lớn nhưng chi nhánh vẫn cần phải chú ý kiểm soát không để tăng lên trong các năm tiếp theo vì nợ xấu tăng cao ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập của chi nhánh. Đối với các khoản nợ xấu phát sinh chi nhánh trích lập dự phòng theo qui định.

- Tỷ lệ trích lập DPRR

Số tiền trích lập dự phòng rủi ro cho vay kinh doanh cả phê năm 2012 , 2013 và 2014 lần lượt là 2.1 tỷ đồng; 2.8 tỷ đồng và 5.3 tỷ đồng. Tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro qua các năm tương ứng là 0.7 %; 0.6%; 0.9% trên tổng dư nợ cho vay kinh doanh cả phê tại chi nhánh.

Bảng 2.16: Bảng trích lập dự phòng cho vay kinh doanh cả phê

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chi tiêu	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
1. Dư nợ cho vay kinh doanh cả phê	320	431	587
2. Số trích lập dự phòng rủi ro	2.1	2.8	5.3
3. Tăng (giảm) tuyệt đối		0.7	2.5
4. Tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro trên dư nợ cho vay kinh doanh cả phê	0.7%	0.6%	0.9%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Số tiền trích lập tăng qua các năm nhưng tỷ lệ trích lập hầu như không tăng, nguyên nhân việc trích lập phần lớn là trích lập dự phòng chung theo quy định. Các món nợ xấu đều có tài sản đảm bảo nên khả năng tổn thất ít xảy ra với các món vay.

f. Về thu nhập từ cho vay doanh nghiệp

Thu lãi từ cho vay khách hàng kinh doanh cà phê phát triển qua các năm, cụ thể: Năm 2012 là 51.2 tỷ đồng; Năm 2013 là 64.6 tỷ đồng tăng 26.3% so với năm 2012 và năm 2014 là 76.3 tỷ đồng tăng 18% so với năm 2013

Bảng 2.17: Bảng thu lãi cho vay kinh doanh cà phê

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
1. Thu lãi cho vay kinh doanh cà phê	51.2	64.65	76.31
2. Tốc độ tăng trưởng thu lãi cho vay kinh doanh cà phê (%)		26.3%	18.0%

(Nguồn: MB Đắk Lắk)

Tốc độ tăng trưởng dư nợ tăng nhanh, tuy nhiên tốc độ tăng thu lãi vay tăng không tương ứng nguyên nhân là lãi suất vay giảm dần từ năm 2012 đến 2014.

Trong các năm thu nhập từ cho vay kinh doanh cà phê luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thu nhập của chi nhánh, điều này khẳng định vai trò to lớn trong việc phát triển cho vay kinh doanh cà phê. Chi nhánh cần duy trì mức tăng này qua các năm, bên cạnh đó cũng cần tăng cho vay các lĩnh vực ngành nghề khác nhằm mục đích đa dạng thu nhập từ danh mục dịch vụ mà ngân hàng đang cung cấp.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK

2.3.1. Những kết quả

Cùng với đường lối đổi mới của Đảng và Nhà nước về việc phát triển sản xuất kinh doanh cà phê trong cơ chế thị trường, hội nhập, mở cửa nền kinh tế. Thời gian vừa qua, Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Đắk Lắk đã thực hiện việc cho vay và nâng cao hiệu quả tín dụng đối với các khách hàng kinh doanh cà phê và đã đạt được những kết quả đáng kể.

Thứ nhất, trong bối cảnh tình hình kinh tế trong nước cũng như thế giới có nhiều biến động, mới chỉ đang dần khôi phục lại sự phát triển, với các biện pháp và chính sách phù hợp với điều kiện cụ thể, chi nhánh đã đạt được những thành công nhất định trong hoạt động của mình nói chung và hoạt động cho vay kinh doanh cà phê nói riêng .

Thứ hai, quy mô cho vay có xu hướng tăng qua các năm 2012-2014. Cụ thể dư nợ cho vay kinh doanh cà phê trên tổng dư nợ tăng qua các năm cho thấy chi nhánh đã kịp thời đáp ứng nhu cầu vốn vay cho khách hàng kinh doanh cà phê, tạo điều kiện giúp khách hàng kinh doanh cà phê hoạt động ổn định và hiệu quả hơn trong việc mở rộng quy mô hoạt động, đầu tư, góp phần vào sự phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Điều này cho thấy những nỗ lực không ngừng của chi nhánh trong việc mở rộng cho vay đối với đối tượng này, góp phần đa dạng hóa cơ cấu khách hàng, giảm rủi ro trong danh mục tín dụng của ngân hàng. Số lượng khách hàng là cũng tăng đều qua các năm, cho thấy chi nhánh đã phân nào có những chính sách kinh doanh hợp lý hơn, linh hoạt hơn giúp ngân hàng giữ chân được những khách hàng truyền thống đồng thời cũng thu hút được một lượng khách hàng mới nhất định.

Thứ ba, thị phần cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk luôn tăng qua các năm. Chứng tỏ MB Đắk Lắk đã khẳng định uy tín cũng như thế mạnh về hoạt động cho vay kinh doanh cà phê của chi nhánh. Trong các năm qua, MB Đắk Lắk đã tuân thủ nghiêm túc, chặt chẽ các quy định về hoạt động tín dụng của NHNN Việt Nam và qui trình của hội sở MB và các quy định nội bộ của chi nhánh, do đó một mặt đảm bảo được việc mở rộng cho vay kinh doanh cà phê hàng năm theo kế hoạch. Đã tập trung vốn vào cho vay nhằm phát triển khách hàng kinh doanh cà phê theo đúng cơ cấu ngành nghề đã định hướng, thúc đẩy phát triển kinh doanh cà phê trên địa bàn tỉnh và góp phần thực hiện tốt chỉ thị 06/2001/CT-NHNN của ngân hàng nhà nước về việc cho

vay kinh doanh cà phê. Đã tiếp cận cho vay đối với những khách hàng kinh doanh cà phê nằm ngoài địa bàn tỉnh Đắk Lắk nhằm mở rộng thị phần cho vay cũng như quảng bá thương hiệu của MB.

Thứ tư, chi nhánh đã định hướng cơ cấu cho vay phù hợp với đặc thù kinh doanh cà phê. Cơ cấu cho vay hợp lý đã tối đa hóa lợi nhuận của chi nhánh bên cạnh đó cũng đem lại sự hài lòng cho khách hàng trong quá trình kinh doanh, khách hàng có khả năng thanh khoản tốt với đối tác.

Thứ năm, có sự sàng lọc khách hàng để trình hội sở phê duyệt các chính sách cho từng khách hàng, từng nhóm khách hàng phù hợp. Đánh giá khách hàng để nhận định được những khách hàng nào làm ăn hiệu quả tiếp tục tăng hạn mức tín dụng và ưu đãi về các dịch vụ kèm theo. Chi nhánh đã chú trọng trình hội sở các chính sách ưu đãi lãi suất, về điều kiện vay vốn và các phương thức cho vay, đa dạng hóa sản phẩm cung ứng và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường kinh doanh cà phê.

Thứ sáu, nợ xấu của chi nhánh luôn được kiểm soát ở mức dưới mức 1%. Chi nhánh đã tiến hành trích lập dự phòng theo qui định

Thứ bảy, thu nhập từ hoạt động cho vay kinh doanh cà phê chiếm trên 60% tổng thu nhập của MB Đắk Lắk. Do đó góp phần tăng lợi nhuận đem lại hiệu quả kinh doanh cao cho chi nhánh.

Thứ tám, chi nhánh không ngừng nâng cao chất lượng công nghệ ngân hàng, số lượng CBTD tăng lên qua các năm nhằm mở rộng quy mô hoạt động do đó mà chất lượng hoạt động tín dụng được nâng lên và phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn.

Như vậy với những kết quả đạt được, cho thấy sự cố gắng phấn đấu của chi nhánh trong việc mở rộng và nâng cao chất lượng tín dụng của ngân hàng. Những chuyển biến đó tạo điều kiện cho các khách hàng kinh doanh cà phê

tiếp cận dễ dàng hơn kênh dẫn vốn quan trọng, đáp ứng được phần nào nhu cầu vốn của các khách hàng này.

2.3.2. Hạn chế

Mặc dù chi nhánh đã đạt được những thành tựu đáng kể trong hoạt động cho vay kinh doanh cà phê nhưng trong quá trình hoạt động vẫn bộc lộ những hạn chế:

Thứ nhất, dư nợ tăng trưởng qua các năm tuy nhiên thị phần cho vay kinh doanh cà phê của chi nhánh chưa chiếm tỷ trọng lớn. Đây là mặt chưa tốt trong hoạt động mở rộng chiếm lĩnh thị trường, khách hàng có dư nợ lớn vẫn tập trung tại các ngân hàng thương mại nhà nước.

Thứ hai, chi nhánh chưa khai thác triệt để các khách hàng đã được cấp hạn mức. Vẫn còn tình trạng khách hàng được đánh giá tốt đã cấp hạn mức lớn tuy nhiên chỉ sử dụng một phần của hạn mức. Điều này gây lãng phí nguồn lực khi tiếp cận, đánh giá và duy trì hạn mức đã cấp cho khách hàng.

Thứ ba, trong cơ cấu vay, chi nhánh chưa đẩy mạnh cho vay đối tượng là cá nhân và hộ kinh doanh cá thể. Nhóm khách hàng này món vay nhỏ nhưng năng lực trả nợ tốt. Khi khách hàng này tất toán dư nợ cũng không ảnh hưởng lớn đến doanh số dư nợ như nhóm khách hàng là doanh nghiệp.

Thứ tư, tỷ lệ nợ xấu tăng qua các năm, một phần lý do khách quan do tình hình kinh tế chung trên địa bàn nhưng cũng một phần lý do chủ quan là khả năng nhận định rủi ro và chất lượng trong cho vay của chi nhánh chưa được chú trọng triệt để. Tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro cho các nhóm nợ xấu đã ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận của chi nhánh.

Thứ năm, thu nhập của chi nhánh chủ yếu tập trung trong cho vay kinh doanh cà phê, chi nhánh chưa mở rộng cơ cấu thu nhập từ cho vay trong các lĩnh vực khác và chưa khai thác tốt thu nhập từ mảng kinh doanh khác như: Kinh doanh ngoại tệ, thu từ dịch vụ chuyển tiền trong nước, kiều hối...

Thứ sáu, nhân sự phụ trách tín dụng tăng lên nhưng khả năng phân tích ngành, phân tích thị trường chưa cao. Chất lượng kiểm soát rủi ro chưa cao.

2.3.3. Nguyên nhân hạn chế

Mạng lưới kinh doanh của chi nhánh còn ít, hiện tại chi nhánh chỉ có một trụ sở và một phòng giao dịch. Chưa mở phòng giao dịch tại các huyện.

Công tác quảng bá chỉ tập trung vào các phương tiện thông tin đại chúng. Cần thực hiện nhiều các buổi hội thảo, hội nghị chăm sóc khách hàng.

Chính sách lãi suất chưa thật sự cạnh tranh so với khối Ngân hàng thương mại nhà nước và ngân hàng có vốn đầu tư nước ngoài do đó giữ lại khách hàng tốt và phát triển các khách hàng tiềm năng cũng gặp khó khăn. Việc một cán bộ tín dụng đảm nhận nhiều công việc từ tìm kiếm khách hàng, thẩm định, đến giải ngân, xử lý nợ... Khiến cho chất lượng tín dụng và xử lý công việc chưa thật sự hiệu quả.

Kinh phí dành cho chăm sóc khách hàng hàng năm còn hạn chế. Trong khi đó các ngân hàng khác dành nguồn kinh phí rất lớn để chăm sóc nhóm khách hàng kinh doanh cà phê này.

Còn tồn tại nhiều bất cập trong quy trình cho vay, thủ tục rườm rà, nặng nề hành chính; các món vay nhỏ lẻ chưa linh hoạt mà vẫn áp dụng như các món vay lớn dẫn đến chi nhánh phải từ chối nhiều khoản vay gây ảnh hưởng đến thu nhập trong hoạt động của ngân hàng.

Chính sách lãi suất tuy có nhiều ưu đãi tuy nhiên chưa áp dụng linh hoạt, chưa có mức lãi suất ưu đãi riêng áp dụng cho các khách hàng truyền thống lâu năm, uy tín để giữ chân các khách hàng này và nâng cao hơn chiến lược phát triển khách hàng của ngân hàng.

Vùng nguyên liệu trồng và thu mua cà phê của khách hàng thường phân tán trên địa bàn rộng lớn, có vị trí xa so với trụ sở của MB. Do đó, quá trình

thẩm định, đánh giá, quản lý và kiểm tra phương án vay vốn còn gặp nhiều khó khăn và tốn kém.

Cán bộ làm công tác cho vay kinh doanh cả phê tại MB Đắk Lắk phần lớn là trẻ hoặc mới ra trường, thiếu kinh nghiệm trong việc kiểm tra, kiểm soát sau: Tại thời điểm đi kiểm tra khách hàng cố tình ngụy tạo kho hàng giả (bên ngoài hàng thật, bên trong là hàng giả) hoặc khách hàng đưa hàng để thế chấp tại TCTD để vay vốn nhưng thực chất số hàng này đã được một TCTD tài trợ và nhận đảm bảo trước đó.

Nền kinh tế phục hồi chậm, lãi suất, thuế vẫn còn cao khiến khách hàng còn gặp nhiều khó khăn, hàng tồn kho nhiều, giá phụ thuộc vào thị trường thế giới, giá cả giao động mạnh, khách hàng không chón bán dẫn đến vòng quay vốn lâu dẫn đến khả năng trả nợ của khách hàng suy giảm.

Các doanh nghiệp lớn khi được cấp không dùng hết hạn mức do thiết lập mối quan hệ với nhiều ngân hàng.

Các doanh nghiệp nhỏ đa phần là chuyển lên từ hộ kinh doanh cá thể, các doanh nghiệp này khi quyết định trong kinh doanh thường là một người chủ doanh nghiệp. Các bộ phận tham mưu khác tiếng nói hầu như không quyết định. Nên khi chủ doanh nghiệp phân tích và quyết định mua vào hoặc bán hàng ra sai dẫn đến thua lỗ trong kinh doanh. Suy giảm khả năng thanh toán các khoản nợ đến hạn, phát sinh nợ xấu.

Khi doanh nghiệp gặp khó khăn, doanh nghiệp cố tình che dấu tình hình tài chính. Không cùng ngân hàng xây dựng lại phương án và cơ cấu lại thời gian trả nợ hoặc hình thức thu nợ. Có trường hợp xuất bán hàng không thông báo với ngân hàng thậm chí một lô hàng lập nhiều hồ sơ để thế chấp nhiều ngân hàng, tráo hàng hóa trong kho. Khi xuất hiện nợ xấu nhiều ngân hàng cùng tham gia xử lý một lô hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Chương 2 đã giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Quân Đội CN Đắc Lắc và đi vào đã đánh giá được thực trạng cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắc Lắc trong giai đoạn năm 2012-2014 dựa trên nền tảng những cơ sở lý luận đã đưa từ chương 1. Thực trạng cho vay kinh doanh cà phê của chi nhánh đã thể hiện qua bốn nội dung chính bao gồm: Thực trạng cung ứng sản phẩm, mục tiêu cho vay kinh doanh cà phê năm 2014, các hoạt động đã triển khai, và kết quả. Tác giả chỉ ra được các mục tiêu của MB là: Tăng trưởng quy mô, phát triển thị phần, nâng cao chất lượng, kiểm soát rủi ro và gia tăng thu nhập. Trong đó Chi nhánh Đắc Lắc tập trung vào 2 mục tiêu là tăng trưởng quy mô và nâng cao chất lượng. Luận văn đã đưa ra những đánh giá chung về hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại Chi nhánh, những kết quả đạt được, tồn tại và nguyên nhân để làm cơ sở cho việc đề ra những giải pháp nhằm phát triển cho vay kinh doanh cà phê tại MB Đắc Lắc trong chương 3.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK

3.1. CƠ SỞ ĐỀ XUẤT

Qua phân tích thực trạng cho vay kinh doanh cà phê mục tiêu hướng đến là tìm ra giải pháp hoàn thiện hoạt động cho vay kinh doanh cà phê, muốn vậy chúng ta cần có những cơ sở để đề xuất, đó chính là:

- Những vấn đề đặt ra trong những hạn chế cho vay kinh doanh cà phê.
- Triển vọng và định hướng phát triển kinh doanh cà phê của tỉnh Đắk Lắk.
- Triển vọng và định hướng cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk

Lắk đến năm 2020

3.1.1. Những vấn đề đặt ra trong những hạn chế cho vay kinh doanh cà phê

- Thị phần nhỏ chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có.
- Hạn mức cấp cho khách hàng chưa khai thác hết.
- Chưa chú trọng phát triển khách đối tượng khách hàng cá nhân và hộ kinh doanh cá thể.
- Nợ xấu tăng qua các năm.
- Thu nhập từ cho vay kinh doanh cà phê vẫn là chủ yếu trong tổng thu nhập, chưa đa dạng được danh mục.
- Nhân sự còn thiếu kinh nghiệm.

3.1.2. Triển vọng và định hướng phát triển kinh doanh cà phê của tỉnh Đắk Lắk

a. Triển vọng phát triển của cà phê Đắk Lắk

Cà phê là loại mặt hàng triển vọng có thể đem lại cho Việt Nam nói chung và Đắk Lắk nói riêng nguồn thu rất lớn nếu như ta có chiến lược cũng như kế hoạch đúng đắn để phát triển ngành này.

Đến nay cà phê Đắk Lắk có những đặc điểm nổi trội hơn các vùng khác về độ hương thơm và thể chất của nước uống. Chất lượng cà phê Đắk Lắk nổi tiếng không chỉ đối với thị trường trong nước mà còn trên khắp thế giới. Cà phê Đắk Lắk đã tạo được một lợi thế cạnh tranh bằng cách xây dựng được một thương hiệu mạnh cà phê Buôn Ma Thuột. Các công tác tiếp thị, giới thiệu sản phẩm cà phê thông qua các hội chợ, triển lãm thương mại trong nước và quốc tế ngày càng thu hút được sự quan tâm của người tiêu dùng, làm cho khách hàng biết đến nhiều hơn về sản phẩm cà phê Đắk Lắk. Nhờ vậy, thị trường xuất khẩu cà phê của Đắk Lắk ngày càng được mở rộng, các doanh nghiệp thương mại đã ký kết nhiều hợp đồng mua bán cà phê với người nước ngoài. Đây là một tiền đề quan trọng giúp cho cà phê Đắk Lắk từng bước thâm nhập vào các thị trường quốc tế đầy tiềm năng.

Hiện nay trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk có trường đại học Tây Nguyên, Viện khoa học Nông-Lâm nghiệp Tây Nguyên, Trung tâm Khuyến Nông... là những đơn vị dẫn đầu trong việc đưa tiến bộ khoa học kỹ thuật áp dụng vào sản xuất. Với lợi thế đó, hầu hết đồng bào các dân tộc ở các xã trên địa bàn 13 huyện, thành phố của tỉnh đã được sử dụng các giống cà phê Robusta mới, chống chịu tốt với điều kiện bất lợi của thời tiết và cho năng suất cao. Thực hiện công tác khuyến nông, những đơn vị này còn thường xuyên cử các cán bộ kỹ thuật giỏi, có kinh nghiệm chỉ đạo sản xuất xuống tận nơi hướng dẫn bà con dân tộc thiếu số kỹ thuật trồng và thâm canh cây cà phê, cải tạo vườn cà phê kém hiệu quả thành vườn năng suất cao. Liên tục nhiều năm năng suất tăng rõ rệt từ 600 đến 700 kg/ha nay đạt năng suất trung bình 3,6 tấn/ha, cá biệt có nơi sản lượng đạt 4 - 4,5 tấn nhân/ha. Nhờ những nỗ lực áp dụng các thành tựu của khoa học kỹ thuật vào sản xuất, chất lượng cây cà phê Đắk Lắk ngày một nâng cao, đạt được tiêu chuẩn xuất khẩu cà phê thế giới.

Trong những năm vừa qua, ngành cà phê Đắk Lắk có nhiều khởi sắc với sản lượng cũng như chất lượng ngày càng tăng lên đáng kể và khẳng định hơn nữa về triển vọng về xuất khẩu của tỉnh Đắk Lắk trong những năm tới là rất lớn. Thị trường xuất khẩu của tỉnh tiếp tục được mở rộng và củng cố về chiều sâu tính đến nay cà phê Đắk Lắk đã xuất khẩu vào 60 nước trên thế giới, hầu hết các thị trường truyền thống của tỉnh Đắk Lắk đều có số lượng tăng so với niên vụ trước như: Mỹ, Đức, Ý, Tây Ban Nha, Thụy Sĩ, Nhật Bản, Pháp, Anh, Ba Lan... Trong đó Đức và Mỹ là hai thị trường lớn nhất.

Hơn nữa, Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk còn áp dụng nhiều biện pháp khuyến khích phát triển cà phê trong kinh tế hộ gia đình, tư nhân kết hợp với đầu tư hỗ trợ của nhà nước qua chương trình định canh, định cư, phủ xanh đất trống đồi trọc làm cho sản lượng cây cà phê tăng lên đáng kể.

Đặc biệt Đắk Lắk cũng là tỉnh đầu tiên xây dựng sàn giao dịch cà phê. Sàn giao dịch cà phê Buôn Ma Thuật sẽ là đầu mối để mọi đối tượng giao dịch, từ người nông dân trồng cà phê đến doanh nghiệp, nhà khoa học, đều có thể đến nghiên cứu thị trường, ký kết hợp đồng kinh doanh. Ngoài ra, sàn cà phê Buôn Ma Thuật còn là trung tâm giao dịch cà phê Việt Nam thông qua sàn giao dịch hiện đại tập trung và phi tập trung.

Như vậy, với những điều kiện thuận lợi cùng với sự quan tâm ngày càng cao của chính phủ, Ủy ban nhân dân tỉnh, cùng với triển vọng về cầu trong những năm tới đây thì sản xuất và xuất khẩu cà phê của tỉnh Đắk Lắk sẽ còn nhiều cơ hội để phát triển.

b. Định hướng phát triển kinh doanh cà phê của tỉnh Đắk Lắk đến năm 2020

Thực hiện 3 liên kết. Một là liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê và người sản xuất với để đảm bảo nguồn cung nguyên liệu phục vụ cho chế biến, xuất khẩu. Hai là liên kết giữa các doanh

nghiệp kinh doanh xuất khẩu cà phê với nhau, tránh tình trạng tranh mua tranh bán, thông tin về giá cả thị trường với nhau, xây dựng kế hoạch bán hàng phù hợp, điều tiết thị trường, không để nhà nhập khẩu thao túng. Ba là liên kết giữa doanh nghiệp với Hiệp hội cà phê Việt Nam và các Bộ ngành liên quan của tỉnh và Trung ương để có những nhận định chính xác và chính sách xuất khẩu phù hợp.

Nâng cao năng lực nguồn nhân lực của các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê nhân về kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương, khả năng phân tích, dự báo thị trường trong nước và quốc tế để nắm bắt được tình hình cung- cầu, giá cả từ đó đưa ra kế hoạch xuất khẩu hợp lý trong từng giai đoạn để đạt hiệu quả cao nhất, đồng thời tránh bị tác động, ảnh hưởng của các nhà đầu cơ cà phê trên thị trường giao dịch.

Tiếp tục duy trì các mối quan hệ thương mại đã có với các doanh nghiệp nước ngoài, đồng thời tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại nhằm quảng bá rộng rãi sản phẩm cà phê nhân của tỉnh để thu hút những đối tác mới, mở rộng thị trường xuất khẩu.

Giảm dần các khâu trung gian trong xuất khẩu cà phê, tăng cường xuất khẩu trực tiếp tới các nhà rang xay cà phê của các doanh nghiệp nước ngoài để giảm chi phí trung gian, tăng giá trị xuất khẩu, đồng thời giảm thiểu áp lực biến động.

Tăng cường hoạt động mua bán cà phê bằng hợp đồng tương lai qua những nhà môi giới tin cậy để phòng chống rủi ro từ những biến động phức tạp của thị trường và bảo hiểm cho hoạt động kinh doanh cà phê thật. Các doanh nghiệp tiến hành mua bán thông qua sàn giao dịch cà phê Buôn Ma Thuột để đảm bảo có được giá cả tốt hơn và tránh tình trạng bị thương nhân nước ngoài ép giá.

Các doanh nghiệp tăng xuất khẩu cà phê chất lượng cao, cà phê loại 1. Đặc biệt, đẩy mạnh sản xuất, chế biến, xuất khẩu sản phẩm cà phê hữu cơ, cà phê có chứng nhận/ kiểm tra để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của các mặt hàng này trên thị trường nước ngoài.

3.1.3 Định hướng cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk đến năm 2020

a. Những cơ hội

Do có những đặc thù về môi trường kinh doanh, đối tượng khách hàng nên Ngân hàng nhận được nhiều chính sách ưu tiên của Nhà nước như việc tiếp cận khách hàng là Quân đội, mục tiêu là ngân hàng số 1 về phục vụ khách hàn Quân đội, được Chính phủ xử lý những thiệt hại xảy ra trên diện rộng, được ưu tiên trong việc tiếp cận các dự án an ninh quốc phòng biên giới ... Nền kinh tế xã hội trong tỉnh phát triển nhanh chóng, trình độ sản xuất hàng hoá, thâm canh cây cà phê của người dân ngày càng nâng cao, ngành công nghiệp chế biến và xuất khẩu cà phê những năm gần đây phát triển nhanh chóng, năng lực hạch toán, quản lý sản xuất, khả năng nắm bắt thị trường của người dân ngày càng nâng cao, do đó hoạt động cho vay kinh doanh cà phê trong tương lai sẽ có nhiều thuận lợi.

Quá trình hội nhập quốc tế tạo điều kiện thuận lợi để mở rộng thị trường, thúc đẩy xuất khẩu đặc biệt là nhận thức về vay vốn ngân hàng và ý thức trả nợ của người dân đã có nhiều tiến bộ, nhu cầu vay vốn và các dịch vụ ngân hàng ngày càng lớn. Do đó hoạt động kinh doanh của Ngân hàng trong tương lai sẽ có nhiều thuận lợi; Cơ hội tiếp cận và chuyển giao công nghệ mới, học tập trình độ quản lý hiện đại, thu hút nguồn vốn từ các tổ chức trong nước và ngoài nước.

b. Thách thức

Sự cạnh tranh của các tổ chức tín dụng khác có công nghệ hiện đại, nguồn vốn lớn, có nhiều ưu thế trong việc cho vay các khoản lớn, đang là nguyên nhân làm cho Ngân hàng mất đi những khách hàng lớn.

Nhu cầu vay vốn của các khách hàng ngày càng nhiều, đặc biệt là các khoản vay với số lượng lớn, số lượng CBTD còn thiếu, năng lực làm việc còn hạn chế.

Cà phê phụ thuộc nhiều vào điều kiện tự nhiên nên tính rủi ro cao, sản xuất cà phê có tính thời vụ nên gây khó khăn cho Ngân hàng trong việc kiểm tra sử dụng vốn và quản lý nguồn thu của khách hàng để thu nợ.

c. Định hướng chung

- Tuân thủ nghiêm túc chính sách, quy định của MB và chỉ đạo chung của Ngân hàng nhà nước Đắk Lắk.

- Đảm bảo hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh, tiếp tục đà tăng trưởng lợi nhuận.

- Quán triệt quan điểm chỉ đạo chung về Định hướng kinh doanh 2015 toàn hệ thống: “Tái cơ cấu, phát triển bền vững”. Theo đó:

+ Chủ động cơ cấu lại nguồn huy động và sử dụng vốn, đảm bảo cơ cấu tài sản hợp lý.... Chuyển dịch theo hướng tích cực, tiệm cận với chuẩn quốc tế.

+ Chi nhánh giữ tốc độ phát triển hợp lý, phù hợp với điều kiện thị trường.

+ Tiếp tục tập trung công tác xử lý nợ xấu đã phát sinh và cơ cấu Khách hàng, tìm giải pháp tháo gỡ đối với các Khách hàng có khả năng/dấu hiệu phát sinh nợ xấu.

+ Phát triển trên cơ sở tận dụng, phát huy tối đa các thế mạnh đặc thù của nền kinh tế địa phương.

+ Hoạt động quản trị điều hành chuyên nghiệp, kiểm soát được các hoạt

động kinh doanh, đảm bảo thông tin minh bạch, an toàn, hiệu quả, chế độ thông tin báo cáo đảm bảo chất lượng tạo cơ sở các chỉ đạo được thông suốt kịp thời.

+ Tỷ lệ tăng trưởng các năm không thấp hơn so với các chỉ tiêu bình quân của các chi nhánh tại khu vực miền Trung - Tây Nguyên.

+ Tiếp tục kiện toàn công tác Nhân sự, đặc biệt cơ cấu đội ngũ chuyên viên QHKKH, hợp lý đảm bảo đánh giá đúng năng lực trên cơ sở có sự cạnh tranh tạo điều kiện phát triển.

d. Định hướng cho vay kinh doanh cà phê

- Năm 2015 tăng trưởng cho vay khách hàng kinh doanh cà phê khoảng 9% so với năm 2014, đạt mức dư nợ 639 tỷ đồng. Nợ nhóm 2 chiếm 2%, nợ nhóm 3 đến nhóm 5 kiểm soát ở mức dưới 1%. Thị phần cho vay kinh doanh cà phê đạt 18%. Phân đầu 90% khách hàng đều nhận được các chương trình chăm sóc khách hàng.

- Thực hiện nghiêm túc các quy định, chính sách điều hành của Ngân hàng nhà nước và Hội sở.

- Tăng tỷ trọng dư nợ cho vay kinh doanh cà phê trong tổng dư nợ của chi nhánh.

- Hoàn thiện chính sách khách hàng, chính sách lãi suất và phí áp dụng cho các đối tượng khách hàng.

- Tiếp tục duy trì các mối quan hệ tín dụng với khách hàng truyền thống. Bên cạnh đó, ngân hàng cũng không ngừng phát triển thêm các khối khách hàng mới.

- Đảm bảo chất lượng các khoản vay luôn ở mức cao và hoàn thiện các sản phẩm cho vay kinh doanh cà phê, giúp khách hàng có thể được hưởng đầy đủ lợi ích từ các sản phẩm - dịch vụ ngân hàng.

- Đa dạng hóa các sản phẩm trong loại hình này, nhất là các sản phẩm

cho vay có độ rủi ro thấp như cho vay thế chấp kho cà phê hoặc cho vay hàng tồn kho và khoản phải thu...

- Thực hiện nghiên cứu, phân loại thị trường và khách hàng để tìm hiểu nhu cầu của khách hàng tạo dữ liệu thông tin nhằm đưa ra các sản phẩm cho vay kinh doanh cà phê phù hợp với định hướng của Hội sở MB. Đề ra các chính sách cũng như các vấn đề cần lưu ý khi cho vay đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

- Tiếp tục triển khai các Chương trình cho vay kinh doanh cà phê theo các chương trình lớn của HO tại Chi nhánh.

- Tiếp tục xây dựng và đề xuất các chương trình/cơ chế cho vay phù hợp với địa bàn trình HO phê duyệt.

- Khai thác sâu và mở rộng khai thác đối với các khách hàng tiềm năng trên địa bàn.

- Hoàn thiện xây dựng cơ chế khen thưởng hợp lý đối với các cá nhân có nỗ lực và thành tích cao trong công tác cho vay tiêu dùng, khai thác tối đa khả năng của toàn bộ đội ngũ CBNV Chi nhánh

- Nâng cao công tác truyền thông, quảng bá thương hiệu, tiếp thị loại hình cho vay kinh doanh cà phê.

- Xây dựng kế hoạch, nội dung giám sát khách hàng.

3.2. CÁC GIẢI PHÁP CỤ THỂ TRONG CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ TẠI MB ĐẮK LẮK

3.2.1. Củng cố các biện pháp phát triển khách hàng trong cho vay kinh doanh cà phê

a. Xây dựng hệ thống tiêu chí, đánh giá phân loại khách hàng

MB Đắk Lắk cần chú trọng hơn nữa công tác đánh giá khách hàng để có chính sách chăm sóc phù hợp. Theo đó, cần xây dựng hệ thống tiêu chí, phân loại khách hàng để tăng cường các giải pháp, ưu tiên cho nhóm khách

hàng có quy mô lớn, uy tín trên thương trường, đảm bảo tăng trưởng ổn định với nhóm khách hàng này.

Hệ thống tiêu chí để phân loại khách hàng nên chia thành các phân khúc: Khách hàng thân thiết, khách hàng thông thường và khách hàng tiềm năng. Căn cứ vào dư nợ cho vay và nhóm nợ của khách hàng cũng như uy tín trả nợ, thời gian quan hệ tín dụng để xếp vào nhóm khách hàng thân thiết hay khách hàng thông thường. Việc phân khúc khách hàng sẽ được đánh giá từng quý tùy theo tình trạng thực tế của khách hàng. Đối tượng khách hàng thuộc nhóm phân khúc nào sẽ được hưởng chính sách ưu đãi của phân khúc đó.

Thực hiện rà soát và đánh giá danh mục khách hàng, đi thực tế kho hàng để kiểm tra hàng hóa, nhận diện các rủi ro tiềm ẩn đối với từng khách hàng để phân loại khách hàng và có các biện pháp ứng phó kịp thời. Chương trình hành động cụ thể từng nhóm khách hàng như sau:

- Nhóm 1: Khách hàng hoạt động kinh doanh và trả nợ bình thường :
 - Rà soát danh mục khách hàng, đi thực tế kho hàng để kiểm tra hàng hóa, nhận diện rủi ro tiềm ẩn cụ thể đối với từng khách hàng để kịp thời có biện pháp ứng phó.
 - Quán triệt thực hiện nghiêm túc quy trình quản lý, giám sát khoản vay chặt chẽ.
 - Thiết kế lại quy trình tài trợ chi tiết đối với từng khách hàng.
 - Nhóm 2: Khách hàng cần chú ý, kiểm soát và giảm dư nợ
 - Rà soát, đánh giá lại khách hàng để định hướng tiếp tục hay không tiếp tục quan hệ với khách hàng.
 - Đàm phán với khách hàng bổ sung TSDB, sử dụng bảo vệ của MBAMC hoặc cá đơn vị bảo vệ đủ năng lực, kinh nghiệm để quản lý hàng hóa.
- Có lộ trình giảm dư nợ thông qua việc giảm hạn mức cho khách hàng
- Nhóm 3: Khách hàng khởi kiện và xử lý

- Làm việc với khách hàng, thu giữ tối đa hàng hóa và tài sản đảm bảo các tài sản khác của khách hàng, xác lập quyền sở hữu của MB và quản lý cẩn thận trong quá trình xác định phương án xử lý.
- Rà soát, chuẩn hóa hồ sơ tín dụng của khách hàng đảm bảo phục vụ sẵn sàng cho công tác khởi kiện.
- Phối hợp với hội sở và cục điều tra hình sự-Bộ quốc phòng trong công tác xử lý nợ đối với khách hàng.

b. Chính sách chăm sóc, đánh giá khách hàng

Công tác chăm sóc khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng trong chiến lược phát triển khách hàng của các Ngân hàng thương mại. Một ngân hàng có chính sách chăm sóc khách hàng hợp lý sẽ mang lại sự trung thành của khách hàng, giúp ngân hàng nâng cao hình ảnh và tăng cường khả năng cạnh tranh với các đối thủ hoạt động trên địa bàn; làm tăng năng suất và doanh thu, thị phần và lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh... Vì vậy, MB Đắk Lắk cần tích cực hơn nữa trong công tác chăm sóc khách hàng qua các giải pháp như:

Áp dụng các mức lãi suất ưu đãi đối với từng phân khúc khách hàng, linh hoạt trong các trường hợp đặc biệt, để giữ chân khách hàng cũ và phát triển khách hàng mới. Vì vậy MB Đắk Lắk phải thường xuyên cập nhật thông tin về lãi suất của các ngân hàng khác trên địa bàn để quyết định các mức lãi suất cạnh tranh đảm bảo cân đối giá vốn nội bộ MB và xu hướng thị trường.

Xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng hợp lý: Tặng hoa trong các ngày thành lập của doanh nghiệp, ngày lễ lớn, và ngày thành lập ngành của doanh nghiệp. Đối với cán bộ quản lý của doanh nghiệp tặng quà, hoa sinh nhật. Thiết kế các chuyến du lịch với các cán bộ chủ chốt của doanh nghiệp. Bên cạnh quà tặng, chi nhánh cũng cần tổ chức các chương trình giao lưu với

khách hàng như: Thi văn nghệ, thể thao, với khách hàng. Xây dựng mối quan hệ bền vững, cam kết sử dụng hết hạn mức đã được cấp.

Lập tổ tư vấn ngành với khách hàng có dư nợ lớn, cung cấp các thông tin cập nhật về thị trường cả phê, định hướng của chính phủ, của ngân hàng Nhà nước và của MB để khách hàng có sự lựa chọn quyết định đầu tư mang lại hiệu quả cao.

Bộ phận chăm sóc khách hàng cần phải được đào tạo để có tác phong và kỹ năng chuyên nghiệp, vừa phục vụ việc nghiên cứu và xây dựng chính sách khách hàng vừa chú trọng vào việc thu hút và mở rộng khách hàng cho chi nhánh.

c. Đẩy mạnh hoạt động truyền thông và quảng bá thương hiệu

Nâng cao hình ảnh và thương hiệu ngân hàng thông qua các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo, tổ chức sự kiện, tham gia các hoạt động xã hội. Qua các hoạt động đó sẽ tạo niềm tin cho khách hàng. Vì đối tượng phục vụ của chi nhánh chủ yếu doanh nghiệp nên công tác marketing, tuyên truyền đóng vai trò quan trọng, các doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận thông tin nhiều hơn, đặc biệt là trong thời kỳ thông tin luôn được cập nhật như hiện nay. Vì vậy công tác truyền thông cần được thực hiện một cách khoa học, cần phải quy mô lớn, phải có tính sáng tạo và đem lại hiệu quả.

+ Thông qua các phương tiện thông tin đại chúng phổ biến như báo giấy, báo điện tử, email hoặc qua thư gửi trực tiếp đến từng doanh nghiệp... để tăng cường truyền tải các thông tin cơ bản về các dịch vụ của chi nhánh, đặc biệt là cách thức sử dụng và lợi ích mang lại khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng.

+ Phân khúc thị trường để phân loại và xác định cơ cấu thị trường và khách hàng mục tiêu, từ đó đem những sản phẩm thích hợp với mục tiêu đến từng đối tượng khách hàng.

+ Xây dựng cảm nang dịch vụ giới thiệu về chi nhánh ngân hàng, đi kèm là các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Đồng thời in các tờ rơi thể hiện ngắn gọn, dễ hiểu các thông tin cần thiết về sản phẩm ngân hàng để khách hàng nắm bắt được rõ hơn các dịch vụ mà mình đang sử dụng và có thể chủ động tìm đến ngân hàng khi có nhu cầu.

+ Tiếp tục phát huy công tác tổ chức hội nghị, hội thảo và các chương trình tri ân khách hàng định kỳ hàng năm, qua đó lắng nghe và tiếp thu những ý kiến đóng góp hợp lý của khách hàng để hoàn thiện và cải cách hơn nữa quy trình cũng như thủ tục cho vay.

+ Tham gia, tài trợ các hoạt động thể dục thể thao, phong trào đoàn thể... qua đó quảng bá hình ảnh và thương hiệu của ngân hàng ngày một rộng khắp hơn.

3.2.2. Hoàn thiện các bước thực hiện trong quy trình cho vay kinh doanh cà phê

Quy trình cho vay kinh doanh cà phê của MB Đắk Lắk được hội sở MB xây dựng, tuy nhiên một số các bước cần thực hiện trong quy trình cần hoàn thiện là:

Yêu cầu khách hàng cung cấp bản gốc hợp đồng đầu vào, đầu ra, hóa đơn điều này sẽ tránh được việc một hợp đồng đầu ra được sử dụng làm căn cứ cho nhiều phương án giải ngân khác nhau nếu MB không kiểm soát từng hồ sơ giải ngân.

Không tài trợ ứng trước trong khi phương án kinh doanh của khách hàng là chỉ thanh toán khi hàng đã vào kho... Việc này tạo điều kiện dẫn tới những rủi ro đạo đức từ khách hàng.

Kiên quyết yêu cầu khách hàng thực hiện đúng cam kết chuyên doanh thu, số lượng/giá trị hàng duy trì trong kho. Nghiêm túc thực hiện kiểm soát sau, thường xuyên đi thực tế kho hàng. Phát hiện báo cáo khống về giá trị

hàng hóa, không quản lý trên số liệu, nắm được giá trị thực chất trong kho hàng.

Hàng hóa để tại kho của khách hàng phải tách biệt với hàng hóa của các TCTD khác để xác định hàng hóa, xác lập quyền sở hữu, bảo vệ quyền lợi của MB.

3.2.3. Tăng cường kiểm soát rủi ro và kiểm tra kiểm toán nội bộ.

a. Tăng cường các biện pháp kiểm soát rủi ro

Trước hết nâng cao chất lượng thẩm định khi cấp tín dụng, chú trọng các điều kiện vay vốn, tư cách pháp lý, tính hiệu quả của phương án, tài sản đảm bảo có đáp ứng quy định hiện hành... Bên cạnh đó, tập trung cho vay các khách hàng hoạt động ổn định.

Phát hiện việc làm hồ sơ vay vốn, thế chấp hàng giả, hàng không thuộc sở hữu của chính khách hàng hoặc cùng một hàng hóa thế chấp tại nhiều TCTD khác nhau.

Hiểu rõ đặc thù kinh doanh của khách hàng để thiết kế phương án phù hợp: Một số trường hợp cho phép khách hàng tài trợ ứng trước trong khi thực tế phương án kinh doanh của khách hàng là chỉ thanh toán khi hàng đã vào kho... Việc này tạo điều kiện dẫn tới những rủi ro đạo đức từ khách hàng.

b. Tăng cường kiểm tra, giám sát khách hàng vay vốn

Cần tăng cường công tác kiểm tra sử dụng vốn vay để tránh tình trạng sử dụng vốn sai mục đích dẫn đến mất khả năng thanh toán. Các biện pháp kiểm tra sử dụng vốn theo hình thức thường xuyên, đột xuất tại kho hàng thế chấp của khách hàng nhằm đảm bảo khách hàng không sử dụng vốn ngắn hạn để đầu tư dài hạn. Bên cạnh đó, việc kiểm tra đánh giá tài sản thế chấp cũng cần được thực hiện thường xuyên. Trong quá trình kiểm tra, nếu tài sản thế chấp có sự giảm sút về giá trị, không đủ điều kiện đảm bảo cho món vay thì phải thông báo đến khách hàng bổ sung tài sản đảm bảo.

Khi xuất hàng phải báo với MB để cùng giám sát để tránh trường hợp nguồn tiền của hợp đồng của lô hàng này trả nợ cho hợp đồng của lô hàng khác.

Sử dụng bảo vệ của MB để quản lý hàng hóa nhằm nhằm ngăn chặn tình trạng cấu kết với bên thứ ba (bên bảo vệ/ bên cho thuê kho) để tẩu tán hàng hóa tài sản đảm bảo thế chấp tại TCTD.

Kiểm tra tình hình sử dụng vốn vay đúng mục đích: Không để khách hàng dùng vốn vay để đầu tư ngoài ngành như bất động sản, các loại cây công nghiệp khác hoặc kinh doanh mặt hàng không thuộc đối tượng mà MB đã phê duyệt tài trợ... có thể dẫn tới thua lỗ, ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng trả nợ.

c. Thực hiện việc phân loại nợ, xử lý các khoản nợ đến hạn

Để phản ánh đúng tình vay nợ và chất lượng tín dụng nhằm có biện pháp xử lý kịp thời thì MB Đắc Lắc phải tuân thủ đúng những qui định trong phân loại nợ và trích lập dự phòng rủi ro. Chủ động phân loại nợ theo tính chất và khả năng thu hồi của khoản vay, có nguy cơ gây ra rủi ro tiềm ẩn cho ngân hàng.

Các trường hợp cơ cấu lại nợ cần có phương án cụ thể từ khách hàng. Cam kết thanh toán theo đúng lộ trình cơ cấu. Bên cạnh đó, xuất theo dõi ngoại bảng các món đã được trích lập dự phòng 100%.

Chi nhánh cần chủ động trong việc xử lý nợ quá hạn, cần phải thông báo sớm cho khách hàng các khoản nợ chưa đến hạn nhưng có nguy cơ thành nợ xấu. Đối với trường hợp nợ xấu mới phát sinh cần tìm hiểu nguyên nhân, nếu là do khó khăn tạm thời thì cần nhắc xem xét các biện pháp giãn nợ nhằm hỗ trợ cho khách hàng trong giai đoạn khó khăn. Đối với các khoản nợ đã quá hạn phải theo dõi chặt chẽ nguồn thu của khách hàng đồng thời kiên quyết trong việc xử lý nợ để có thể thu hồi các khoản nợ quá hạn.

Phối hợp chặt chẽ với MBAMC để xử lý tài sản đảm bảo của khách hàng phát sinh nợ xấu. Thành lập tổ xử lý nợ xấu tại chi nhánh để làm đầu mối tác nghiệp giữa chi nhánh với hội sở và các cơ quan chức năng trong quá trình xử lý nợ.

3.2.4. Nâng cao năng lực chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ nhân sự

Muốn cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng ngày càng được mở rộng thì cần phải có đội ngũ nhân sự có chuyên môn cao, tâm huyết, tinh thần trách nhiệm cao và nhiệt tình trong công việc.

Hiện nay số lượng nhân viên tuy đông nhưng nhân viên QHKH còn thiếu. Vì vậy cần tăng cường hơn nữa công tác nhân sự, qua việc tuyển dụng đảm bảo đáp ứng chuyên môn nghiệp vụ và phẩm chất đạo đức.

+ Chi nhánh cần xây dựng quy chế tuyển dụng chặt chẽ và công khai, đồng thời tuyển dụng phải đi kèm với nhu cầu kinh doanh, năng suất lao động và quỹ lương của ngân hàng. Cán bộ tuyển dụng đầu vào phải đúng chuyên ngành đào tạo, có đầy đủ các kỹ năng cần thiết liên quan đến công việc chuyên môn cũng như các kỹ năng mềm khác.

+ Đối với các cán bộ mới được tuyển dụng vào công tác, cần có sự theo dõi hướng dẫn sát sao công việc hướng cho họ cái nhìn tổng thể cũng như phương châm hoạt động của ngân hàng.

+ Đối với các cán bộ làm việc lâu năm, có thành tích xuất sắc cần có kế hoạch bổ nhiệm, điều động công khai, công bằng và đúng quy định nhằm khích lệ tinh thần làm việc của các cán bộ.

+ Có bản kế hoạch đăng ký thi đua từ đầu năm do các cán bộ tự đăng ký và chế độ khen thưởng vào cuối năm một cách công bằng đúng với năng lực và phẩm chất cán bộ. Nâng cao tinh thần dám nghĩ, dám làm và dám chịu trách nhiệm.

+ Hàng năm xây dựng chương trình kế hoạch đưa cán bộ tham gia các khóa đào tạo như: nâng cao nghiệp vụ phân tích tài chính, phân tích thị trường,... Khuyến khích và tạo điều kiện cho các cán bộ học lên cao học để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và tiếp thu những kiến thức mới để phục vụ hiệu quả trong công việc.

+ Thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn, triển khai các văn bản mới ban hành; tổ chức các cuộc thi cán bộ tin dụng giỏi...; các lớp tập huấn về kỹ năng giao tiếp của nhân viên. Bên cạnh đó, thường xuyên thay đổi tác phong, phong cách giao dịch hiện đại và chuyên nghiệp thực hiện công việc theo phương châm: Đoàn kết, kỷ luật, tận tâm, thực thi, tin cậy và hiệu quả.

3.2.5. Các giải pháp hỗ trợ

- *Tăng cường công tác huy động vốn*: để thực hiện hoạt động cho vay ngân hàng cần có kế hoạch về nguồn vốn, đây là cơ sở để phát triển hoạt động cho vay nói chung và cho vay hộ kinh doanh nói riêng. Để tăng nguồn vốn huy động đối với chi nhánh, cần có những giải pháp kịp thời và cụ thể.

+ Huy động vốn từ dân cư: tăng cường công tác tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức về các tiện ích của các loại tiền gửi và dịch vụ ngân hàng đến người dân và hộ gia đình, đặc biệt là các hộ dân ở các xã vùng sâu vùng xa.

Ngoài các hình thức huy động truyền thống, chi nhánh nên đa dạng hóa các hình thức huy động để thu hút tiền gửi từ dân cư, như năm 2014 chi nhánh đã triển khai chương trình phát hành chứng chỉ tiền gửi ngắn hạn, chương trình huy động tiền gửi từ khách hàng là quân nhân như: Sản phẩm tiết kiệm quân nhân, tiết kiệm tích lũy thông minh, tiết kiệm nhân an... Chi nhánh nên tiếp tục phối hợp với hội sở và các chi nhánh trên địa bàn miền trung Tây Nguyên nghiên cứu và đưa ra những hình thức huy động vừa hấp dẫn, phù hợp với văn hóa vùng miền.

+ Huy động vốn từ các tổ chức kinh tế, xã hội trên địa bàn: ngoài các giải pháp tuyên truyền quảng cáo, đáp ứng các yêu cầu và tiện ích cho khách hàng, chi nhánh cũng tập trung vào việc xây dựng mối quan hệ với đối tác, tăng cường thăm và tặng quà nhân dịp các ngày lễ, tết hay các ngày kỷ niệm lớn của các tổ chức có số tiền gửi lớn và thường xuyên.

- *Công nghệ thông tin, máy móc thiết bị*: Chi nhánh cần có kế hoạch cụ thể về việc nâng cấp, thay thế máy móc công nghệ để hoạt động có tính đồng bộ cao, dễ thực hiện và quản lý.

+ Xây dựng hệ thống dự phòng để đảm bảo không xảy ra gián đoạn các giao dịch khi có sự cố đột ngột.

+ Kiểm tra và bảo trì hệ thống định kỳ để bảo đảm sự hoạt động ổn định.

+ Phối hợp với khối công nghệ thông tin tại hội sở nhằm tăng cường an ninh mạng máy tính qua việc đưa ra các quy định sử dụng máy cá nhân nội mạng, cài đặt chương trình có bản quyền về bảo vệ sự thâm nhập từ bên ngoài.

+ Thiết kế phần mềm chuyên biệt, thuận tiện để quản lý hàng hóa thể chấp trong kho. Theo dõi số lượng cân khớp giữa hàng hóa thực tế trong kho và hàng hóa sổ sách theo dõi.

- *Giải pháp phát triển mạng lưới*: Mạng lưới cho vay là một trong những chiến lược phát triển của ngân hàng, mở rộng mạng lưới cho vay vừa giúp chi nhánh huy động được nhiều nguồn vốn từ các thành phần kinh tế vừa cung cấp các dịch vụ và tiện ích cho các khách hàng một cách nhanh chóng và thuận lợi. Tiềm năng cho vay đối với khách hàng kinh doanh cá nhân tương đối lớn bởi khách hàng có nhu cầu vay vốn để bổ sung vốn lưu động trong kinh doanh.

Để mở rộng mạng lưới kinh doanh chi nhánh cần rà soát lại các huyện có năng suất và sản lượng cà phê cao. Để từ đó xây dựng kế hoạch mở rộng mạng lưới cho các năm. Hiện tại, chi nhánh chỉ có một trụ sở và một phòng giao dịch. Mạng lưới mỏng trong khi đó địa bàn tỉnh rất rộng cũng là khó khăn trong quá trình phát triển. Vì vậy, chi nhánh cần trình khôi mạng lưới mở thêm phòng giao dịch.

Ngoài việc xem xét mở thêm các điểm giao dịch, chi nhánh cũng nghiên cứu xây dựng mạng lưới cộng tác viên để hỗ trợ trong việc phát triển khách hàng là cá nhân và hộ kinh doanh cá thể. Đây là giải pháp trước mắt giúp chi nhánh giảm thiểu chi phí, nhân lực và tiết kiệm thời gian. Mạng lưới cộng tác viên sẽ hỗ trợ phần nào cho nhân viên chi nhánh thực hiện các công việc như: tuyên truyền, phát tờ rơi, thu hút khách hàng vay vốn, thu thập các thông tin về khách hàng, đôn đốc việc trả nợ của khách hàng...

Các cộng tác viên sẽ ký hợp đồng dịch vụ với chi nhánh và được hưởng hoa hồng do chi nhánh chi trả hoặc hưởng hoa hồng theo tỷ lệ thu nhập mà họ mang lại tùy theo thỏa thuận giữa ngân hàng và cộng tác viên.

3.3. CÁC KIẾN NGHỊ VỀ CHO VAY KINH DOANH CÀ PHÊ

3.3.1. Kiến nghị đối với Chính phủ

Hoàn thiện hành lang pháp lý & hệ thống cơ chế chính sách liên quan tới hoạt động ngân hàng:

Hoàn chỉnh hành lang pháp lý để giảm thiểu rủi ro cho hệ thống ngân hàng là điều cần thiết. Để xây dựng một hành lang pháp lý có hiệu quả, luật và các văn bản pháp lý phải mang tính đồng bộ (như luật ngân hàng Nhà nước và luật các tổ chức tín dụng, luật doanh nghiệp, luật phá sản doanh nghiệp, các quy định về hợp đồng, tài sản, đặc biệt là tài sản đảm bảo) có tính đến đặc thù của từng loại hình doanh nghiệp nhằm tạo một sân chơi bình đẳng, thông thoáng, khuyến khích cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, xóa bỏ tình trạng

phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế về tín dụng, thuế, đất đai và các ưu đãi khác.

Bên cạnh đó, nhà nước cần hoàn thiện các văn bản pháp lý về ngân hàng và tín dụng, các văn bản quy phạm pháp luật tài chính, củng cố và phát triển các thị trường dịch vụ nhằm tạo dựng môi trường thuận lợi và thích ứng với xu hướng phát triển của nền kinh tế thị trường.

Ngoài ra, nâng cao vai trò của pháp luật về bảo vệ quyền chủ nợ của tổ chức tín dụng đối với nền kinh tế và doanh nghiệp.

Trong nền kinh tế vận hành theo cơ chế thị trường, các quan hệ tài sản dựa trên quyền sở hữu, các quy định của pháp luật về bảo vệ quyền chủ nợ thường trao hai quyền cơ bản cho chủ nợ gồm:

Cho phép chủ nợ có quyền phong tỏa tài sản của con nợ, bán các tài sản này và đầu tư số tiền này vào các hoạt động khác có hiệu quả hơn khi con nợ mất khả năng thanh toán và không thể phục hồi.

Cho phép chủ nợ kiểm soát các hoạt động quản lý của con nợ trong trường hợp con nợ đang có nguy cơ bị mất khả năng thanh toán. Pháp luật về bảo vệ quyền chủ nợ nói chung và bảo vệ quyền chủ nợ của tổ chức tín dụng nói riêng có vai trò quan trọng hoặc thúc đẩy (trong trường hợp phù hợp với nhu cầu của thực tiễn) hoặc kìm hãm (trong trường hợp ngược lại) sự phát triển của nền kinh tế và hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước

Hoàn thiện các văn bản pháp lý trong lĩnh vực ngân hàng, nâng cao năng lực điều hành & giám sát hệ thống NHTM

Để có thể nâng cao hiệu quả hoạt động của NHTM nói chung và Ngân hàng TMCP Quân đội nói riêng, NHNN cần thực hiện nhanh có hiệu quả chương trình cải tổ, cơ cấu lại ngành ngân hàng Việt Nam, tạo môi trường cạnh tranh thông thoáng cho hoạt động ngân hàng, giúp các hộ kinh doanh,

doanh nghiệp kinh doanh cà phê có cơ hội tiếp cận nguồn vốn vay một cách dễ dàng hơn.

Bên cạnh đó, Ngân hàng Nhà Nước cần chỉ đạo NHTM đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến đến các hộ kinh doanh, doanh nghiệp về cơ chế, chính sách tín dụng, lãi suất, để tránh tình trạng “cò” tín dụng nhằm có thể tập trung vốn cho những ngành sản xuất thương mại dịch vụ mà nhà nước đang khuyến khích phát triển.

Trên cơ sở rà soát lại các văn bản hiện hành, NHNN cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý trong lĩnh vực tiền tệ và hoạt động ngân hàng phù hợp với yêu cầu thực tiễn và phát triển của hệ thống ngân hàng cho phù hợp với lộ trình hội nhập nền kinh tế Thế giới.

Hướng dẫn thực hiện quy định về bảo đảm tiền vay & xử lý TSDB

Hiện nay, các TCTD đã được quyền chủ động lựa chọn, quyết định việc cho vay không có đảm bảo bằng tài sản đối với các tổ chức và cá nhân phù hợp với quy định của NHNN, nhưng “tổ chức tín dụng xem xét, quyết định” và “tự chịu trách nhiệm”. Về nguyên tắc, người vay phải có trách nhiệm trả nợ đầy đủ và đúng hạn cho ngân hàng, nếu người vay lừa đảo, chiếm đoạt tài sản thì phải chịu trách nhiệm dân sự hoặc hình sự theo luật định. Nếu nợ vay có tài sản đảm bảo nợ liên quan đến vụ án hình sự thì ngân hàng không có quyền xử lý tài sản đảm bảo hợp pháp để thu nợ mà cơ quan pháp luật tiến hành kê biên tài sản, cho là tang vật trong vụ án, phải xử lý theo thủ tục tố tụng hình sự.

Để NHTM dễ dàng cho các khách hàng kinh doanh cà phê vay vốn và cho vay với tỷ lệ cao hơn thì NHNN cần có quy định bắt buộc doanh nghiệp phải bảo hiểm tài sản dùng làm đảm bảo nợ vay. Ngoài ra, khoản vay có tài sản đảm bảo này cũng cần phải được bảo hiểm rủi ro để giảm tổn thất cho

NHTM trong trường hợp tài sản bị kê biên, NHTM có hồ sơ hợp pháp nhưng không thể tiến hành xử lý nợ.

3.3.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Quân đội

Nghiên cứu hoàn thiện các quy trình và cơ chế cho vay vốn đối với các hộ gia đình, doanh nghiệp kinh doanh cà phê, phối hợp với các bộ, ngành liên quan xây dựng chiến lược cho phát triển và cơ chế hỗ trợ đối với sản xuất kinh doanh cà phê. Đẩy nhanh quá trình hiện đại hoá trong toàn hệ thống, tiếp tục chú trọng phát triển mạng lưới chi nhánh đến tận xã thôn, nghiên cứu các giải pháp tăng cường số lượng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, trang bị thêm máy móc thiết bị mới. Xây dựng và chuẩn hoá các mẫu văn bản áp dụng cho vay đối với khách hàng sản xuất kinh doanh cà phê.

Thành lập các tổ phản ứng nhanh để đơn vị kinh doanh kịp thời báo cáo các trường hợp phát hiện khách hàng vi phạm cam kết với MB, hàng tồn kho có dấu hiệu suy giảm/mất hàng...

Khởi thảo định thiết kế khoản vay phù hợp với đặc thù ngành đồng thời có các quy định quản lý cụ thể về điều kiện giải ngân, quản lý hàng hóa, phương thức kiểm soát sau giải ngân và quản lý nguồn trả nợ phù hợp đối với từng khách hàng để giảm thiểu rủi ro:

- + Thiết kế quy trình tài trợ từ giải ngân/thu nợ/ quản lý hàng hóa cho từng khách hàng.

- + Không tài trợ ứng trước, chỉ cho vay trên cơ sở hàng đã vào kho, có phiếu nhập kho và xác nhận giám định chất lượng/ bảo vệ hàng hóa.

- + Yêu cầu thu nợ ngay khi tiền về và thực hiện giải ngân lại khi có phương án cụ thể, hiệu quả.

- + MBAMC phối hợp với các đơn vị kinh doanh trong quá trình quản lý TSDB là hàng hóa hình thành từ vốn vay: Quy định các điều kiện cụ thể về đơn vị cho thuê kho/bảo vệ được MB lựa chọn để quản lý hàng hóa.

KẾT LUẬN

Cho vay là hoạt động quan trọng trong việc phát triển nền kinh tế vì nó góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển, góp phần ổn định tiền tệ và giá cả, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, đồng thời góp phần tạo công ăn việc làm và ổn định đời sống kinh tế xã hội. Đối với lĩnh vực ngân hàng, cho vay là một hoạt động đem lại nguồn thu nhập chủ yếu và quyết định sự sống còn của MB nói chung và MB Đắc Lắc nói riêng. Việc hoàn thiện hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại chi nhánh cho ta cái nhìn tổng quan về năng lực tài chính, thị phần, chiếm lĩnh thị trường..., cho ta thấy những thành công của chi nhánh qua một giai đoạn hoạt động nhất định, những mặt hạn chế, tìm và lý giải nguyên nhân của những hạn chế đó. Trên cơ sở lý luận và thực tiễn tại địa phương, tác giả đã tập trung nghiên cứu, giải quyết những vấn đề cơ bản sau:

1. Hệ thống hóa những vấn đề lý luận trong cho vay của NHTM.

2. Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động cho vay kinh doanh cà phê của Chi nhánh, đưa ra các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển kinh doanh và tìm ra nguyên nhân của những hạn chế, bất cập đó. Qua đó, luận văn cũng có những định hướng phát triển của địa phương liên quan đến phát triển kinh doanh cà phê trong thời gian tới.

3. Trên cơ sở nghiên cứu, phân tích và đánh giá thực trạng cho vay kinh doanh cà phê, luận văn đã đề ra những giải pháp hoàn thiện hoạt động cho vay kinh doanh cà phê tại chi nhánh. Đồng thời đưa ra những đề xuất kiến nghị đối với chính quyền và địa phương.

Tuy nhiên do sự đa dạng và phong phú của lĩnh vực nghiên cứu, chắc chắn nội dung luận văn còn nhiều khiếm khuyết và hạn chế cần bổ sung. Tôi xin tiếp thu và cảm ơn những ý kiến đóng góp quý báu của Thầy, Cô và các đồng nghiệp để nội dung luận văn được hoàn chỉnh hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] PGS.TS Võ Thị Thúy Anh (2014), *Giáo trình đầu tư tài chính*, NXB Tài Chính.
- [2] Thiều Hữu Chung (2014), *Phân tích tình hình cho vay hộ kinh doanh tại Sacombank, chi nhánh Đắk Lắk*, Luận văn cao học trường đại học kinh tế Đà Nẵng.
- [3] Hồ Sỹ Cường (2013), *Tín dụng đối với hộ sản xuất tại chi nhánh NHNN&PTNT tỉnh Đắk Lắk*, Luận văn cao học trường đại học kinh tế Đà Nẵng.
- [4] PGS.TS Nguyễn Đăng Dòn (2007), *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, NXB Thống kê.
- [5] PGS.TS Lâm Chí Dũng (2010), *Giáo trình kế toán ngân hàng thương mại(bản in)*, Trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng.
- [6] Trương Thanh Hiền (2012), *Phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam thịnh vượng – Chi nhánh Bình Định*, Luận văn cao học trường đại học kinh tế Đà Nẵng.
- [7] PGS.TS Lê Văn Huy (2011), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học*, NXB Tài Chính.
- [8] Nguyễn Thị Kim Loan (2012), *Mở rộng cho vay đối với Doanh nghiệp nhỏ và vừa Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội chi nhánh Khánh Hòa*, Luận văn cao học trường đại học kinh tế Đà Nẵng.
- [9] Luật doanh nghiệp năm 2005, Nước CHXHCNVN
- [10] Luật các tổ chức tín dụng 2010, Nước CHXHCNVN
- [11] PGS.TS Nguyễn Hòa Nhân (2013), *Giáo trình tài chính doanh nghiệp*, NXB Tài Chính.
- [12] Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Đắk Lắk, *Báo cáo thường niên 2012-2014*.

[13] Trần Công Tân (2011), *Mở rộng tín dụng đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa tại chi nhánh ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng*, Luận văn cao học trường đại học kinh tế Đà Nẵng.

[14] PGS.TS Lê Văn Tề (2013), *Tín dụng ngân hàng*, NXB Lao Động.

[15] Đỗ Thị Thùy Trang (2011), *Giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển Nông thôn thành phố Đà Nẵng*, Luận văn cao học trường đại học kinh tế Đà Nẵng.

[16] Các Website:

www.sbv.gov.vn,

www.mbbank.com.vn

www.lehoicaphe.com.vn

www.giacaphe.com.vn

www.nhandan.com.vn

www.daklak.gov.vn

www.vietrade.gov.vn