

**B GIÁO D C VÀ ÀO T O  
I H C ÀN NG**

---

**LÊ THANH PH NG**

**M R NG TÍN D NG I V I DOANH NGHI P  
NH VÀ V A T I NGÂN HÀNG TMCP QUÂN I  
CHI NHÁNH BÌNH NH**

**Chuyên ngành : Qu n tr Kinh doanh**

**Mã s : 60.34.05**

**TÓM T TLU NV NTH CS QU NTR KINH DOANH**

**à N ng – N m 2012**

Công trình đã hoàn thành t i

I H C À N NG

Ng i h ng d n khoa h c: **TS. LÊ V N HUY**

Ph n bi n 1: **PGS.TS. LÊ TH GI I**

Ph n bi n 2: **TS. NGUY N DUY TH C**

Lu n v n ã c b o v tr c H i ng ch m Lu n v n t t nghi p th c s Qu n tr Kinh doanh h p t i i h c à N ng ngày 22 tháng 12 n m 2012.

Có th tìm hi u lu n v n t i:

- Trung tâm thông tin - H c li u, i h c à N ng
- Th vi n tr ng i h c kinh t , i h c à N ng

# M U

## 1. Tính cấp thiết của tài:

Trong quá trình i m i kinh t Vi t Nam, các DNNVV óng vai trò quan tr ng, góp ph n gìn gi và phát tri n nh ng ngành ngh truy n th ng, t o nhi u vi c làm. Chi m h n 97% t ng s doanh nghi p hi n có trên c n c, các DNNVV ang ho t ng trong môi tr ng kinh t ch a hoàn toàn thu n l i c t m v mô và vi mô. Trong ó g p nhi u khó kh n v công ngh s n xu t kinh doanh, mô hình qu n lý, ti n , k n ng c a i ng lãnh o và tay ngh c a ng i lao ng, ph ng th c tí p th s n ph m, c bi t là s h n ch v ti p c n thông tin và d ch v tài chính, v n u t .

Do ó qua th c t hi n nay, Ngân hàng TMCP Quân i – Chi nhánh Bình nh cho th y ngu n v n tín d ng ngân hàng u t cho các doanh nghi p nh và v a còn ch a nhi u. M t ph n là do khách hàng truy n th ng và do m c tiêu c a Ngân hàng ch y u là các doanh nghi p l n, m t khác do doanh nghi p nh và v a n c ta s còn d ng v n tín d ng ch a h p lý và hi u qu . Chính vì v y, vi c tìm ra các gi i pháp m r ng tín d ng i v i các doanh nghi p nh và v a ang là m i quan tâm c bi t c a các Ngân hàng th ng m i.

Xu t phát t quan i m ó và th c tr ng ho t ng tín d ng t i Ngân hàng TMCP Quân i - chi nhánh Bình nh, tôi ch n tài “**M r ng tín d ng i v i doanh nghi p nh và v a t i Ngân hàng TMCP Quân i - chi nhánh Bình nh**” làm tài nghi n c u.

## 2. Mục đích nghiên cứu:

- Luận văn góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn tín dụng ở Việt Nam Doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- Phân tích thực trạng tín dụng ở Việt Nam Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng Quân đội chi nhánh Bình Định.

- Đề xuất các giải pháp tín dụng ở Việt Nam Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng Quân đội chi nhánh Bình Định.

## 3. Nội dung và phạm vi nghiên cứu:

Tổng các vấn đề lý luận và thực tiễn tín dụng ở Việt Nam DNNVV tại Ngân hàng Quân đội chi nhánh Bình Định trong thời gian qua.

## 4. Phương pháp nghiên cứu:

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

## 5. Bảng cấu trúc:

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

**Chương I:** Những vấn đề lý luận về Ngân hàng thương mại, tín dụng ngân hàng và tín dụng ở Việt Nam Khách hàng nhỏ và vừa.

**Chương II:** Thực trạng kinh doanh và tín dụng ở Việt Nam các Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Bình Định.

**Chương III:** Giải pháp nhằm tín dụng ở Việt Nam các Doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Bình Định.

## CHƯƠNG 1

# NHÂN DẠNG VÀ LÝ LUẬN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, TÍNH ĐẶC SẮC NGÂN HÀNG VÀ MỐI QUAN HỆ GIỮA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ KHÁCH HÀNG TRONG CHẾ ĐỘ CHẾ NHẬN

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

### 1.1.1. Khái niệm về ngân hàng thương mại

### 1.1.2. Vai trò của Ngân hàng thương mại

### 1.1.3. Chức năng của Ngân hàng thương mại

- Chức năng trung gian tài chính
- Chức năng tín dụng
- Chức năng cung cấp và quản lý các phương tiện thanh toán
- NHTM cung cấp các dịch vụ tài chính

## 1.2 KHÁI QUÁT VỀ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỐN

### 1.2.1. Khái niệm Doanh nghiệp nhỏ và vốn

Theo Điều 03 của Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/06/2009, định nghĩa Doanh nghiệp nhỏ và vốn là các doanh nghiệp kinh doanh thương mại theo quy định pháp luật, được chia thành ba cấp: siêu nhỏ, vừa và theo quy mô tài sản (tổng tài sản không tính tài sản xác nhận trong bảng cân đối kế toán của Doanh nghiệp) hoặc số lao động bình quân năm (tổng tài sản không tính là tiêu chí ưu tiên)

### 1.2.2. Đặc điểm của Doanh nghiệp nhỏ và vốn Việt Nam

- Năng lực, linh hoạt, sáng tạo trong kinh doanh
- Có thể nhanh chóng thích ứng công nghệ hiện đại
- Hỗ trợ các Doanh nghiệp nhỏ và vốn Việt Nam công nghệ để cạnh tranh trong nền kinh tế còn lạc hậu với các nước phát triển trên thế giới

- Trình độ sản xuất quản lý các doanh nghiệp và vai trò của nhân tài trong chi phí

- Vấn đề xã hội:

- Trình độ quản lý và lao động trong các doanh nghiệp và vai trò của Việt Nam còn hạn chế:

- Thứ tự ưu tiên sản phẩm nhỏ

### 1.3. TÍN DỤNG NGÂN HÀNG VÀ CÁC DOANH NGHIỆP VÀ VAI

#### 1.3.1. Khái niệm và phân loại tín dụng

*a. Khái niệm về tín dụng*

*b. Khái niệm về tín dụng Ngân hàng thương mại*

*c. Phân loại tín dụng*

*d. Tín dụng Doanh nghiệp và vai trò*

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

- *Đặc điểm của tín dụng Doanh nghiệp và vai trò:*

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

(2) Khách hàng vay là doanh nghiệp nội hoặc ngoài phi có nội dung pháp luật dân sự và nội dung hành vi dân sự.

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

(4) Cung cấp hồ sơ pháp lý, hồ sơ tài chính, hợp đồng tài sản đảm bảo, hợp đồng kinh tế liên quan nội dung sử dụng để phục vụ tín dụng.

(5) Doanh nghiệp có tình hình tài chính lành mạnh thì ưu tiên trong 3 năm gần nhất.

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

+ Số lượng vốn vay ứng mục đích đã tho thu n trong h p ng tín d ng.

+ Hoàn trả nợ gốc và lãi vốn vay ứng thì h n ã tho thu n trong h p ng tín d ng.

**1.3.2 Vai trò của tín dụng ngân hàng đối với Doanh nghiệp nhà và v a**

**a. Đối với Doanh nghiệp**

Góp phần tác động tích cực đến chi phí chi toán kinh tế của các doanh nghiệp.

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

**b. Đối với Ngân hàng**

Thúc đẩy phát triển và gia tăng lợi nhuận cho ngân hàng.

**c. Đối với nền kinh tế**

Giúp phát triển các doanh nghiệp, Việt Nam cần trở nên phát triển hơn về vị trí thị trường là nền kinh tế phát triển

**1.4. M R NG HO T NG TÍN D NG NGÂN HÀNG TH NG M I**

**1.4.1 Khái niệm, phạm vi và chức năng tín dụng Ngân hàng thương mại**

**a. Phạm vi và chức năng**

Phạm vi tín dụng đối với các doanh nghiệp nhà và v a chủ yếu là vì ngân hàng thương mại cổ phần và là một phương pháp cung cấp tín dụng cho các doanh nghiệp nhà và v a hiện tại, nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhà và v a d d dàng hơn trong

việc tiếp cận và nâng cao ngân hàng, nâng thi nhân m m cách t ng doanh s cho vay nâng cao hi u qu tín d ng c a ngân hàng.

### ***b. Nâng cao chất lượng tín dụng***

- Giảm thiểu thủ tục r m rà không cần thiết trong quy trình tín dụng, rút ngắn thời gian làm thủ tục gây cảm giác an toàn mà hi u qu c a khách hàng.

- Giảm số quá hạn, tăng cường tín

- Thay thế các khoản vay

- Tăng doanh số cho vay và các doanh nghiệp và nh .

- Nâng cao trình độ cán bộ tín dụng trong công tác tiếp xúc khách hàng, thẩm nh h số khách hàng và thái làm việc a các giao dịch viên.

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

- Giá tín dụng cần linh hoạt theo giá thị trường

- Tăng cường công tác giám sát số nợ và doanh nghiệp

## **1.4.2 Số cần thiết và việc mở rộng tín dụng và Doanh nghiệp và các Ngân hàng thương mại**

### ***a. Về các Ngân hàng Việt Nam nói chung***

### ***b. Về Ngân hàng thương mại cổ phần Quân đội -***

#### ***CN Bình nh***

ó là cơ sở tín dụng và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội.

- Một khác qua hơn 06 năm hoạt động, Ngân hàng TMCP Quân đội Chi nhánh Bình nh còn nhiều bất cập trong quá trình hoạt động kinh doanh và phát triển. Mở rộng hoạt động tín dụng và các DNNVV là hướng đi cần thiết.

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



## 1.5 CÁC CHỈ TIÊU CHẤY U PH N ÁNH M R NG TÍN Đ NG DNNVV

### 1.5.1 Các chỉ tiêu định tính

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

NHTM phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh, đưa ra các chính sách tín dụng phù hợp, đa dạng hóa sản phẩm tín dụng với mức linh hoạt cao và có nhu cầu thích, miễn thỏa mãn nhu cầu của khách hàng

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

Ngân hàng phải luôn cải thiện các trang thiết bị và công nghệ hiện đại. Mọi cố gắng áp dụng các giao dịch với khách hàng nhanh chóng, thuận tiện, đảm bảo an toàn, chính xác

### 1.5.2: Các chỉ tiêu định lượng

\* Chỉ tiêu về quy mô tín dụng DNNVV.

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

Trong đó:  $DN_1$ : là tín dụng cho vay DNNVV năm nay

$DN_0$ : là tín dụng cho vay DNNVV năm trước

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

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

$KH_0$ : là số DNNVV vay vốn năm trước

$$- \text{T ỉng tr ỉng thu nh ậ t cho vay DNNVV} = \frac{TN_1 - TN_0}{TN_0} \times 100\%$$

*Trong ó:*  $TN_1$ : là thu nh ậ t cho vay s DNNVV n m nay

$TN_0$ : là thu nh ậ t cho vay s DNNVV n m tr ỉc

\* Ch ỉ tiêu v ỉ m ỉr ng hình th ể t ỉn đ ỉng DNNVV

M ỉr ng các hình th ể c c p t ỉn đ ỉng là v ỉ c các ngân hàng ph ỉ gia t ỉng thêm các hình th ể, ph ỉng th ể c c p t ỉn đ ỉng m ỉ

\* Ch ỉ tiêu v ỉ m ỉr ng ỉ t ỉng cho vay

M ỉr ng t ỉn đ ỉng còn ỉc th ỉ h ỉ n thông qua v ỉ c m ỉr ng ỉ t ỉng cho vay

\* Ch ỉ tiêu v ỉ t ỉng ngu ỉn v ỉn cho vay

Ngu ỉn v ỉn càng l ỉn, ỉ t ỉng cho vay càng ỉ đ ỉng, ch ỉng t ỉn đ ỉng càng ỉc m ỉr ng

\* Ch ỉ tiêu v ỉ nâng cao ch ỉ t ỉng t ỉn đ ỉng ( ỉ m t ỉ l ỉn x u trong t ỉng đ ỉn ).

N ỉ x u là nh ỉng kho ỉn n ỉ đ ỉ ỉ tiêu chu ỉn và có kh ỉn ng m t v ỉn.

$$T ỉ l ỉn x u = \frac{\text{T ỉng đ ỉn t ỉnh 3 ỉnh 5}}{\text{T ỉng đ ỉn vay}} \times 100\%$$

$$G ỉ m t ỉ l ỉn x u = T ỉ l ỉn x u n m nay - T ỉ l ỉn x u n m tr ỉc < 0$$

## 1.6. NHÂN TỐ MÔI TRƯỜNG VÀ CÁC NHÂN TỐ TRONG NGÂN HÀNG VIỆT NAM VÀ VIỆT NAM

### 1.6.1 Các nhân tố môi trường và mô

- Môi trường kinh tế
- Môi trường chính trị - xã hội
- Môi trường Văn hóa – xã hội
- Môi trường Công nghệ
- Môi trường pháp lý

### 1.6.2 Khách hàng

Nguyên nhân của khách hàng chính là khách hàng trong việc áp dụng các tiêu chí, tiêu chuẩn đòi hỏi của họ trong tín dụng.

### 1.6.3 Thị trường tranh

Các vấn đề trong các tranh chấp bao gồm các thị trường tranh chấp ngân hàng là ai? Thị trường nào? Hạng mục gì? Họ có những chính sách gì đối với khách hàng? Thị trường các ngân hàng đưa ra chính sách lôi kéo khách hàng của ngân hàng mình?

### 1.6.4 Các nhân tố môi trường nội bộ ngân hàng

- + Chính sách vận hành
- + Chính sách giá cả (lãi suất, phí...)
- + Chính sách phân phối
- + Chất lượng tín dụng
- + Trình độ, năng lực làm việc của đội ngũ chuyên viên QH&H

## CHƯƠNG 2

# THỰC TRẠNG KINH DOANH VÀ MÔ HÌNH NGÂN HÀNG TÍN DỤNG TRONG CÁC DOANH NGHIỆP VÀ VAI TRÒ CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUÂN LỘ CHI NHÁNH BÌNH NH

## 2.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUÂN LỘ – CHI NHÁNH BÌNH NH

### 2.1.1 Khái quát lịch sử hình thành và phát triển

### 2.1.2 Chức năng, nhiệm vụ

### 2.1.3 Cấu trúc tổ chức và bộ máy quản lý

Cấu trúc tổ chức của NHQ Bình Nh hiện nay như sau:

- Ban giám đốc: 01 Giám đốc

- Hội đồng Giám đốc:

+ 04 phòng ban: Phòng Quan hệ khách hàng, Phòng hành chính – nhân sự, Phòng Quản lý tín dụng, Phòng Kế toán và dịch vụ khách hàng.

+ 02 phòng giao dịch trực thu: PGD Quy Nhơn và PGD Diêu Trì

### 2.1.4 Môi trường kinh doanh

- *Thị trường*: Bình Nh có vị trí địa kinh tế có vị trí quan trọng trong giao lưu khu vực và quốc tế, nằm trung tâm của trục giao thông s, b Bắc - Nam Việt Nam, ngành thì là cửa ngõ ra biển ngắn nhất và thuận lợi nhất của Tây Nguyên, Nam Lào, Đông Bắc Campuchia và Thái Lan thông qua Quốc lộ 19 và cảng biển quốc tế Quy Nhơn. Ngoài lĩnh vực này, Bình Nh còn có nguồn tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên nhân lực phong phú và nguồn nhân lực khá dồi dào

- *Khách hàng:* Các khách hàng tại NHQ Bình Nhâm là các DN công ty TNHH và các cá nhân là các khách hàng có dòng tiền vay chi trả nợ lãi trong tổng dòng tiền toàn chi nhánh.

- *Chỉ tiêu:* Tính đến cuối năm 2010 toàn tỉnh có 22 Chi nhánh Ngân hàng công nghiệp và Thương mại, bao gồm: 6 Chi nhánh Ngân hàng TMGD, 13 Chi nhánh Ngân hàng TMCP, 01 Chi nhánh Ngân hàng phát triển, 01 Chi nhánh QTDTW, 01 Chi nhánh Ngân hàng Chính sách xã hội.

### 2.1.5 Kết quả hoạt động kinh doanh

Làm tăng ngân hàng phát triển theo hướng ngân hàng công nghiệp, NHQ Bình Nhâm tham gia vào nhiều hoạt động kinh doanh, những kết quả tiêu biểu như sau:

#### Bảng 2.1 Kết quả kinh doanh của NHQ Bình Nhâm

*Đơn vị tính: 1.000 đồng*

Chỉ tiêu	Thực hiện năm 2010	Thực hiện năm 2011	Tỉ lệ 2011/2010
<b>A. Thu nhập</b>	<b>113.824.541</b>	<b>176.896.724</b>	155%
<b>I. Thu từ hoạt động tín dụng</b>	<b>111.805.539</b>	<b>172.527.564</b>	154%
1. Thu lãi tín dụng	354	409	116%
2. Thu lãi cho vay	65.549.555	94.083.955	144%
3. Thu khác hoạt động tín dụng	888.506	965.132	109%
4. Thu lãi vni chuyển	45.367.123	77.478.065	171%
<b>II. Thu dịch vụ</b>	<b>1.295.578</b>	<b>1.591.639</b>	123%
<b>III. Thu nhập từ hoạt động kinh doanh ngoài</b>	<b>630.338</b>	<b>2.053.430</b>	326%

1. Thu v kinh doanh ngo i t	630.338	2.039.480	324%
<b>IV. Thu t các ho t ng khác</b>	<b>93.084</b>	<b>724.090</b>	778%
<b>B. Chi phí</b>	<b>105.036.734</b>	<b>165.284.957</b>	157%
<b>C. Thu nh p tr c thu</b>	<b>8.787.807</b>	<b>11.611.766</b>	132%

(ngu n: chi nhánh NHQ B )

## 2.2. TÌNH HÌNH HO T NG TÍN D NG T I NGÂN HÀNG TMCP QUÂN I – CHI NHÁNH BÌNH NH TRONG TH I GIAN QUA

### 2.2.1. Ngu n v n huy ng

#### B ng 2.2: T c t ng tr ng ngu n v n huy ng

*n v tính: t ng*

Ch tiêu	N m 2009		N m 2010		N m 2011	
	S t i n	S t i n	t l	S t i n	t l	
T ng ngu n v n huy ng	480	501	104%	580	116%	
<b>- Ti ng i không k h n</b>	<b>65.0</b>	<b>38.0</b>	<b>58%</b>	<b>88.2</b>	232%	
--- Ti ng i không k h n cá nhân	5.0	5.4	108%	8.2	152%	
--- Ti ng i không k h n TCKT	60.0	32.6	54%	80.0	245%	
<b>- Ti ng i có k h n</b>	<b>80.0</b>	<b>103.0</b>	<b>129%</b>	<b>98.0</b>	95%	
--- Ti ng i có k h n cá nhân		-		-		
--- Ti ng i có k h n TCKT	80.0	103.0	129%	98.0	95%	

(Ngu n: chi nhánh NHQ B )

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

### a. Hoạt động cho vay

Hoạt động cho vay của NHQ Bình Định không ngừng mở rộng, tốc độ tăng trưởng cho vay bình quân 3 năm (2009-2011) là 8%/năm. Đây là mức tăng trưởng trung bình với mức bình quân chung của ngành Ngân hàng.

**Bảng 2.3: Dữ liệu cho vay NHQ Bình Định**

*Đơn vị tính: tỷ đồng*

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

*(Nguồn: chi nhánh NHQ Bình Định)*

**Bảng 2.5: Cơ cấu dư nợ cho vay theo thời gian tại NHQ**

*Đơn vị tính: tỷ đồng*

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

*(Nguồn: chi nhánh NHQ Bình Định)*

**B ng 2.6: C c u d n cho vay theo thành ph n kinh t t i NHQ Bình nh**

*n v tính: t ng*

Ch tiêu	N m 2009		N m 2010		N m 2011	
	S tỉ n	t l	S tỉ n	t l	S tỉ n	t l
T ng s d n vay	490	100%	577	100%	564	100%
DNNN	-	-	-	-	-	-
DN ngoài qu c doanh	425	87%	499	86%	475	84%
Cá nhân, h gia ình	65	13%	78	14%	89	16%

*(ngu n: chi nhánh NHQ B )*

**B ng 2.7: C c u d n vay theo tài s n m b o**

*n v tính: t ng*

Ch tiêu	N m 2009		N m 2010		N m 2011	
	S tỉ n	t l	S tỉ n	t l	S tỉ n	t l
T ng s d n vay	490	100%	577	100%	564	100%
Có m b o b ng tài s n	466	95%	554	96%	536	95%
Không có tài s n b o m	23	5%	22	4%	27	5%

*(ngu n: chi nhánh NHQ B )*

**B ng 2.8: C c u d n cho vay theo ph ng th c vay**

*n v tính: t ng*

Ch tiêu	N m 2009		N m 2010		N m 2011	
	S tỉ n	t l	S tỉ n	t l	S tỉ n	t l
T ng s d n vay	490	100%	577	100%	564	100%
T ng l n	150	31%	177	31%	144	26%
H n m c	275	56%	320	55%	340	60%
D án	65	13%	80	14%	80	14%

*(ngu n: chi nhánh NHQ B )*



**Bảng 2.9: Các nguồn cho vay theo ngành nghề kinh tế**

Chi tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Số	Tỉ lệ	Số	Tỉ lệ	Số	Tỉ lệ
Tổng số vốn vay	490	100%	577	100%	564	100%
Nông nghiệp và lâm nghiệp	25	5%	36	6%	33	6%
Thư s n	0	0%	1	0%	2.2	0%
Công nghiệp khai thác m	35	7%	52	9%	49	9%
Công nghiệp khai thác ch bị n	212	43%	240	42%	232	41%
Ngành s n xu t và phân ph i i n, khí t và n c	15	3%	21	4%	20	4%
Xây d ng	20	4%	32	6%	30	5%
Th ng nghi p s a ch a xe có ng c , mô tô, ðùng cá nhân gia ình	55	11%	60	10%	63	11%
Khách s n, nhà hàng	0	0%	0.3	0%	0.4	0%
V n t i, kho bãi và thông tín liên l c	58	12%	60	10%	62	11%
Ho t ng ph c v cá nhân và gia ình	70	14%	75	13%	72	13%

*b. Hoạt động b o lãnh*

*c. Hoạt động chi t kh u*

### 2.2.3. Chức năng hoạt động tín dụng

Tổng lượng quá hạn và nợ xấu của chi nhánh có xu hướng giảm theo từng năm.

## 2.3. TÌNH HÌNH M R NG TÍN D NG I V I DOANH NGHI P NH VÀ V A T I NGÂN HÀNG TMCP QUÂN I – CHI NHÁNH BÌNH NH

### 2.3.1. Tình hình m r ng v khách hàng

**B ng 2.13: S l ng khách hàng quan h tín d ng v i NHQ B**

Ch tiêu	N m 2009			N m 2010			N m 2011		
	S l ng	D n vay	t l %	S l ng	D n vay	t l %	S l ng	D n vay	t l %
T ng s d n vay	1,400	490	35%	1,532	577	38%	1,608	564	35%
DNNN		-	-		-	-		-	-
DN ngoài qu c doanh	50	425	87%	62	499	86%	70	475	84%
Cá nhân, h gia ình	1,340	65	13%	1,450	78	14%	1,530	89	16%

### 2.3.2. Tình hình m r ng v s n ph m, d ch v tín d ng

Các s n ph m, d ch v tín d ng áp d ng i v i khách hàng doanh nghi p còn khá c ng nh c, n i u ch a áp ng c nh ng nhu c u phong phú c a khách hàng.

### 2.3.3. Tình hình m r ng v m ng l i ho t ng

Hì n nay, m ng l i các NHTM trên à bàn t nh Bình nh có 8 chi nhánh NHTM NN, 14 chi nhánh NHTM CP, 76 phòng giao d ch. Trong ó, m ng l i c a NHQ B m i ch có 2 PGD i vào ho t ng và mang l i nh ng k t qu t ng i kh quan. Tuy nhiên v n ch a áp ng c yêu c u c a t ch c.

## **2.4. NH NG VÂN RÚT RA QUA CÔNG TÁC NGHIÊN C U TÌNH HÌNH M R NG TÍN Đ NG I V I DOANH NGHIỆP VÀ V A T I NGÂN HÀNG QUÂN I – CN BÌNH NH**

### **2.4.1. Nh ng k t qu t c**

- NHQ Bình nh óng góp m t ph n nh vào l i nhu n chung c a toàn h th ng NHQ .

- Chi nhánh c ng ã a d ng hoá khách hàng, m r ng c p tín d ng cho các doanh nghi p nh và v a.

- S l ng khách hàng thu c i t ng doanh nghi p nh và v a ngày càng t ng n giao d ch t i chi nhánh.

- D n tín d ng t ng và n nh qua các n m,

- Chi nhánh gi n nh t l n x u không cao

### **2.4.2. Nh ng h n ch , t n t i**

- M ng l i và kênh phân ph i trên a bàn cò ít, ch y u t p trung t i TP. Quy Nh n và vùng lân c n.

- Các s n ph m tín d ng còn ch a a d ng, linh ho t, ch a có các s n ph m mang tính c thù chung c a vùng, ch a có chính sách giá, phí c nh tranh.

- C c u huy ng v n t i NHQ B h i n nay ch y u là ngu n v n ng n h n.

- Ph n ông các DNNVV m i ch s d ng d ch v vay v n, các d ch v khác nh b o lãnh và chi t kh u còn r t ít.

### **2.4.3. Nguyên nhân c a h n ch , t n t i**

- Do Ngân hàng TMCP Quân i th c s ch a qu ng bá c th ng hi u c a mình trên th tr ng.

- Do Chi nhánh ch a th hi n rõ khách hàng m c tiêu trong kinh doanh c a ngân hàng là ai và ch a th hi n rõ thái quan tâm u ãi riêng i v i khách hàng
- Do Ngân hàng TMCP Quân i nói chung và NHQ B nói riêng ch a quen v i vi c cho vay không có tài s n m b o.
- Do thông tin tín d ng mà Nhà n c cung c p v các doanh nghi p ph c v cho quá trình th m nh tín d ng c a ngân hàng còn quá ít và th i gian có c thông tin v doanh nghi p còn dài nh h ng l n n công vi c th m nh c a cán b tín d ng ngân hàng.
- Do m t s doanh nghi p làm n không hi u qu , ã c i biên s li u c c p tín d ng c a ngân hàng.

## CH NG 3

### GI I PHÁP NH M M R NG TÍN D NG I V I CÁC DOANH NGHI P NH VÀ V A T I NGÂN HÀNG TMCP QUÂN I - CHI NHÁNH BÌNH NH

#### 3.1 NH NG QUAN I M VÀ NH H NG PHÁT TRI N KINH T XÃ H I

**3.1.1. M c tiêu và nh h ng phát tri n kinh t - xã h i ch y u c a t nh Bình nh n n m 2015**

- **M c tiêu t ng quát**
  - **M c tiêu c th**
  - + T ng s m ph m a ph ng bình quân hàng n m t 13%.
- C c u kinh t n m 2015: Nông, lâm, ng nghi p 25%, Công nghi p – xây d ng 36.7%, d ch v 38.2%.

+ Giá trị kim ngạch xuất khẩu 05 năm 2011-2015 đạt 2.8 t USD. Huy động vốn xã hội 05 năm đạt 42-45% GDP. Thu nhập bình quân đầu người đạt 2.000USD. Tổng thu ngân sách đạt 5.000 tỷ đồng, tỷ lệ đô thị hóa 40%

### **3.1.2. Định hướng phát triển của Ngân hàng TMCP Quân Đông – Chi nhánh Bình Định**

- Tiếp tục bám sát định hướng phát triển của Ngân hàng TMCP Quân Đông cũng như định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Bình Định.

- Tiếp tục công tác sơ bộ định vị của chi nhánh. Mở rộng tín dụng gắn với nâng cao chất lượng tín dụng bằng nhiều biện pháp và luôn bám sát chủ trương “an toàn, hiệu quả”.

- Định hướng chiến lược và vận hành theo mô hình mới – Ngân hàng công nghệ.

- Nằm trong TOP 03 của nhóm ngân hàng TMCP trên địa bàn.

- Triển khai công tác khách hàng: phát triển khách hàng mới thông qua phương pháp ngân hàng công nghệ do ngân hàng hỗ trợ triển khai.

### **3.1.3. Định hướng mở rộng tín dụng và Dịch vụ Doanh nghiệp và cá nhân**

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

Hiện đại hóa các hình thức tiếp cận tín dụng, nâng cao chất lượng hoạt động nhằm hoàn thiện các quy trình nghiệp vụ.

Tiếp tục nâng cao trình độ nghiệp vụ cho các cán bộ nhân viên.

Thực hiện tốt chính sách khách hàng, chiến lược marketing nhằm thu hút thêm khách hàng mới

### **3.1.4. Phạm vi thẩm quyền của Ngân hàng TMCP Quân i – Chi nhánh Bình nh trong xu t gi i pháp**

Ngân hàng TMCP Quân i chi nhánh Bình nh c nghiên c u xây d ng chi n l c khách hàng, phân lo i khách hàng, chính sách u ãi phí, lãi su t theo quy nh c a t ng lo i khách hàng. C n c vào k ho ch t n d ng c c p có th m quy n c a Ngân hàng Quân i phê duy t.

## **3.2. GI I PHÁP M R NG TÍN D NG I V I CÁC DNNVV T I NGÂN HÀNG TMCP QUÂN I – CHI NHÁNH BÌNH NH**

### **3.2.1. y m nh ho t ng marketing ngân hàng**

m r ng tín d ng i v i doanh nghi p v a và nh thì trong th i gian t i ngân hàng c n ph i áp d ng các bi n pháp khác nhau ó là:

- a. Ch ng tìm ki m khách hàng*
- b. Phát tri n nhu c u khách hàng*
- c. Chính sách giao ti p khuy ch tr ng*
- d. K ho ch h tr khách hàng trong vi c vay v n và s d ng v n*

### **3.2.2. Xây d ng chi n l c kinh doanh i v i các doanh nghi p v a và nh**

Ngân hàng c ng ph i xây d ng cho mình m t chi n l c kinh doanh có nh h ng i v i các DNNVV, xây d ng c c u t n d ng DNNVV trong c c u chung c a Ngân hàng, a d ng hoá i t ng cho vay, m r ng h n n a i v i c p tín d ng doanh nghi p t nhân, công ty TNHH...

### 3.2.3. Xây dựng hình thức thông tin tín dụng

Nội dung thông tin tín dụng, các biểu thức thông tin và doanh nghiệp, số tài khoản liên quan cho ngân hàng có quy định cho vay đúng, hạn chế rủi ro.

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

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

Khuyến khích các tổ chức, doanh nghiệp gửi vốn trung và dài hạn Ngân hàng cần chú ý đến các biện pháp thích hợp nhằm khuyến khích các tổ chức gửi vốn trung và dài hạn.

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

### 3.2.5 Mối quan hệ pháp khác

*a. Tổng quan về ngân hàng*

Vốn cho vay của ngân hàng xuất phát từ nhu cầu của khách nhau, trong đó có hai nguồn chủ yếu là vốn tiết kiệm và vốn huy động. Trong đó vốn huy động là một nguồn vốn có tính chất tín dụng, ngân hàng có các chủ trương và chính sách thích hợp, áp dụng các phương án/dự án cho vay.

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

Con người luôn là yếu tố trung tâm trong bất kỳ quan hệ kinh tế nào. Theo đó, vì cần phải nâng cao chất lượng nhân sự chuyên môn và chuyên môn nghiệp vụ.

*c. Giới thiệu pháp luật tài sản miễn thuế*

*d. Áp dụng hình thức xếp hạng tín dụng nội bộ khách hàng doanh nghiệp*

## 3.3. MỐI QUAN HỆ PHÁP KHÁC

### 3.3.1 Về tài sản miễn thuế

**Th nh t:** Hoàn thi n và n nh các chính sách phát tri n kinh t - xã h i.

**Th hai:** T o l p và hoàn thi n môi tr ng pháp lý b o m cho vi c m r ng và an toàn v n cho vay c a NHTM

**Th ba:** Nhà n c quy nh th c hi n ch ki m toán b t bu c i v i các Doanh nghi p.

**Th t :** Th c hi n ch b o hi m i v i m t s ngành b t bu c nh trong ngành xây d ng c b n ho c óng tàu...

**Th n m:** Nâng cao ch t l ng xây d ng k ho ch trong qu n lý.

**Th sáu:** C p v n t có cho các doanh nghi p, th c hi n ch trích l i nhu n b sung v n l u ng

### 3.3.2 i v i Ngân hàng Nhà n c

- NHNN c n m b o cung c p thông tin m t các y , k p th i chính xác cho các ngân hàng thành viên các NHTM nâng cao và m r ng ho t ng tín d ng.

- NHNN c n linh ho t h n n a trong vi c i u hành và qu n lý công c c a chính sách t i n t

### 3.3.3 i v i Ngân hàng TMCP Quân i H i s

- T ng c ng m r ng hình th c cho thuê tài chính.

- Xây d ng tr s và qu ng bá hình nh chi nhánh.

- Xây d ng, hoàn thi n các quy trình, quy ch c p tín d ng phù h p v i nhu c u c a t ng lo i i t ng khách hàng, thu hút c nhi u khách hàng DN, làm t ng tính c nh tranh so v i các NHTM khác trên a bàn.

- Nâng cao tính ch ng h n n a cho các chi nhánh online v m c phán quy t tín d ng nh s t i n, th i gian, a bàn ho t ng.



## K T L U N

T th c tr ng phát tri n hi n nay cho th y, b ph n DNNVV ang phát tri n v i t c chóng m t góp ph n to l n vào t ng tr ng kinh t , gi i quy t vi c làm cho hàng tri u lao ng... Tuy v y ây là nh ng Doanh nghi p nh , n ng l c tài chính y u, kh n ng c nh tranh th p nên d i con m t các nhà ngân hàng, ây v n là i t ng khách hàng t m n có nhi u r i ro, chính vì v y mà h r t khó ti p c n c v i v n tín d ng ngân hàng c bi t là v i các NHTM Nhà n c.

Nh n th y c t m n ng to l n c a các DNNVV, hi n nay r t nhi u NH c bi t là các Ngân hàng TMCP ang ra s c t ng c ng khai thác b ph n khách hàng này, h th c hi n nhi u chính sách u ãi thu hút ngày càng nhi u các DNNVV tham gia s d ng v n c a ngân hàng và Ngân hàng TMCP Quân i c ng nh Chi nhánh Bình nh - Ngân hàng TMCP Quân i ã và ang coi DNNVV là i t ng khách hàng tr ng y u, quan tr ng trong ho t ng c a ngân hàng.

Lu n v n này v i mong mu n c óng góp vào vi c a ra các gi i pháp nh m m r ng tín d ng i v i DNNVV t i chi nhánh Bình nh có hi u qu thi t th c, trên c s lý thuy t khoa h c, lu n v n ã t p trung vào phân tích các y u t môi tr ng kinh doanh, th c tr ng c a chi nhánh và t ó a ra nh ng gi i pháp phù h p.

th c hi n b n lu n v n này, em xin chân thành c m n các Quý th y cô giáo Tr ng i h c kinh t à N ng ã t n tình gi ng d y và giúp em trong th i gian h c t p.

Xin c bi t c m n T i n s Lê V n Huy ã t n tình h ã ng  
d n và giúp em hoàn thành b n lu n v n.

Xin c m n Ban lãnh o Ngân hàng TMCP Quân i – CN  
Bình nh và các Phòng ban, b ph n trong chi nhánh ã nhi t tình,  
t o i u ki n giúp .