

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

LÊ THỊ MINH TÂM

MỞ RỘNG CHO VAY DOANH NGHIỆP
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
HÀNG HẢI, CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

Chuyên ngành: Tài chính và Ngân hàng

Mã số: 60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng, Năm 2014

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. NGUYỄN MẠNH TOÀN**

Phản biện 1: **TS. HỒ HỮU TIẾN**

Phản biện 2: **TS. VÕ DUY KHƯƠNG**

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại Học Đà Nẵng vào ngày 28 tháng 9 năm 2014.

** Có thể tìm hiểu luận văn tại:*

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại Học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh Tế, Đại học Đà Nẵng.

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong thời đại công nghiệp hóa hiện đại hóa, toàn cầu hóa thì việc tăng cường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam giúp các doanh nghiệp bắt kịp với trình độ sản xuất công nghệ trên thế giới, sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực dồi dào trong nước... là những mục tiêu hàng đầu mà nhà nước ta đã đề ra ngay từ ngày đầu hội nhập. Để thực hiện được điều đó thì yếu tố vốn đầu tư là một trong những yếu tố then chốt quyết định.

Tại thành phố Đà Nẵng, số lượng doanh nghiệp chiếm một số lượng rất lớn trong nền kinh tế và nhu cầu về nguồn vốn trung dài hạn của các doanh nghiệp này rất lớn. Thực hiện nghị quyết của Chính Phủ về việc hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp hoạt động, các Ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố cũng đã xác định nhóm khách hàng mục tiêu là các khách hàng doanh nghiệp, trong đó có Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – Chi Nhánh Đà Nẵng. Trong những năm vừa qua, Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – Chi Nhánh Đà Nẵng đã đạt được những thành quả nhất định trong việc thực hiện mục tiêu này nhưng vẫn còn hạn chế. So với các ngân hàng thương mại khác trong địa bàn thì Ngân Hàng Hàng Hải vẫn chưa khai thác hết tiềm năng của nhóm khách hàng doanh nghiệp, doanh số cho vay cũng như số lượng khách hàng doanh nghiệp tại Ngân Hàng Hàng Hải còn nhiều hạn chế. Nhận thức được tầm quan trọng của việc cho vay khách hàng doanh nghiệp đối với Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải– chi nhánh Đà Nẵng trong hoạt động kinh doanh nhằm mục đích tăng lợi nhuận cho ngân hàng nên tác giả xin chọn đề tài **“Mở rộng cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – Chi Nhánh Đà Nẵng”** để đi sâu phân tích thực trạng, tìm hiểu nguyên nhân hoạt

động cho vay khách hàng doanh nghiệp chưa thực sự phát triển để từ đó đề xuất một số các giải pháp giúp mở rộng cho vay các doanh nghiệp của ngân hàng.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu của đề tài nhằm đạt được những vấn đề sau:

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về mở rộng cho vay doanh nghiệp tại ngân hàng thương mại.

- Phân tích, đánh giá thực trạng mở rộng cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – Chi Nhánh Đà Nẵng.

- Trên cơ sở về những vấn đề lý luận lý cùng với thực trạng mở rộng cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – Chi nhánh Đà Nẵng, đề xuất các giải pháp mở rộng cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – Chi Nhánh Đà Nẵng.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

+ Đối tượng nghiên cứu: các vấn đề về lý luận và thực tiễn liên quan đến việc mở rộng cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải- Chi Nhánh Đà Nẵng.

+ Phạm vi nghiên cứu: trong phạm vi luận văn này tác giả chỉ nghiên cứu về cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – Chi Nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2010-2013 và đề xuất hướng mở rộng hoạt động cho vay trong giai đoạn 2014-2020

4. Phương pháp nghiên cứu

Để nắm được một cách đầy đủ về thực trạng, tác giả tiến hành sử dụng các phương pháp sau đây:

+ Phương pháp tổng hợp các bài viết, các báo cáo từ các tạp chí của ngân hàng nhà nước, chuyên đề nghiên cứu trao đổi với ngân hàng nhà nước qua các năm

+ Phương pháp tổng hợp các nghị định, thông tư, quy chế, chỉ thị,... của ngân hàng nhà nước và chính phủ đã ban hành và đang có hiệu lực thi hành, các chỉ thị, quy chế của Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải về hoạt động tín dụng.

+ Phương pháp thảo luận, phỏng vấn, trao đổi với khách hàng, cán bộ quản lý, nhân viên phòng tín dụng của Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải để đúc kết những thông tin xác thực và trọng yếu.

+ Phương pháp thống kê, so sánh, phân tích về các số liệu thu thập được về hoạt động kinh doanh của Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải trong việc cho vay đặc biệt là cho vay khách hàng doanh nghiệp.

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

Hệ thống hóa những cơ sở lý luận về tín dụng và hoạt động mở rộng cho vay khách hàng doanh nghiệp, phản ánh mối liên hệ mật thiết giữa hoạt động cho vay doanh nghiệp với sự phát triển của Ngân Hàng.

Phân tích, đánh giá, tìm ra những khó khăn, vướng mắc trong quá trình tiếp cận vốn của Ngân Hàng đối với doanh nghiệp, những trở ngại của ngân hàng thương mại khi cấp tín dụng cho doanh nghiệp.

Trên những cơ sở đó đưa ra những giải pháp và kiến nghị để Ngân Hàng mở rộng cho vay đối với nhóm khách hàng doanh nghiệp.

6. Bố cục luận văn

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn gồm ba chương chính sau:

Chương 1: Những vấn đề lý luận cơ bản về mở rộng cho vay doanh nghiệp

Chương 2: Thực trạng mở rộng cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – chi nhánh Đà Nẵng.

Chương 3: Giải pháp mở rộng cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Hàng Hải – chi nhánh Đà Nẵng.

7. Tổng quan tài liệu

Để thực hiện những nghiên cứu trên, trong những điều kiện cho phép về thời gian tác giả đã tìm hiểu, tham khảo một số công trình, luận văn khoa học của những người trước có liên quan đến đề tài nghiên cứu như sau:

Đề tài “Hoạt động cho vay đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Lâm Đồng” của tác giả Nguyễn Văn Dương (năm 2012) nêu lên những cơ sở lý luận về ngân hàng thương mại, các hoạt động của ngân hàng thương mại trong tập trung chủ yếu vào hoạt động cho vay. Đề tài làm rõ thực trạng cho vay đối với khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Sài Gòn Thương Tín chi nhánh Lâm Đồng bằng phương pháp phân tích số liệu, tổng hợp nguồn thông tin liên quan đến hoạt động cho vay của ngân hàng rút ra được thuận lợi và khó khăn trong việc cho vay từ đó đề ra giải pháp để phát triển cho vay đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Đề tài: “Mở rộng hoạt động cho vay doanh nghiệp tại Ngân Hàng Thương Mại cổ Phần Ngoại Thương Việt Nam chi nhánh Gia Lai” của tác giả Điền Nguyên (năm 2012). Tác giả dựa trên những

vấn đề chính về tình hình doanh nghiệp hiện nay để đưa ra hướng mở rộng cho vay. Tuy nhiên, quan điểm mở rộng cho vay không chỉ có ý nghĩa áp dụng với doanh nghiệp mà còn có thể vận dụng đối với hộ gia đình và cá nhân.

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ MỞ RỘNG CHO VAY DOANH NGHIỆP

1.1. TỔNG QUAN VỀ CHO VAY DOANH NGHIỆP

1.1.1. Khái niệm về cho vay của ngân hàng thương mại

a. Khái niệm tín dụng

b. Khái niệm cho vay

1.1.2. Chức năng của cho vay

a. Tập trung và phân phối lại vốn tiền tệ

b. Tiết kiệm tiền mặt và chi phí lưu thông cho xã hội

c. Phản ánh và kiểm soát các hoạt động kinh tế

1.1.3. Vai trò của cho vay

a. Cho vay ngân hàng đáp ứng nhu cầu linh hoạt về vốn, duy trì quá trình sản xuất kinh doanh liên tục, góp phần đầu tư và phát triển nền kinh tế

b. Cho vay ngân hàng có vai trò thúc đẩy tập trung vốn và thúc đẩy lực lượng sản xuất phát triển góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế

c. Cho vay ngân hàng là công cụ quản lý điều tiết vĩ mô của Nhà Nước

d. Cho vay ngân hàng tạo điều kiện để phát triển các quan hệ kinh tế quốc tế

e. Vai trò cho vay ngân hàng đối với hoạt động ngân hàng

1.1.4. Phân loại cho vay của ngân hàng

a. Theo phương thức cho vay

Cho vay theo món:

Cho vay theo hạn mức tín dụng:

b. Theo thời hạn cho vay

Căn cứ theo thời hạn cho vay thì cho vay của ngân hàng được chia làm 3 loại:

+ *Cho vay ngắn hạn*: đây là các khoản vay có thời hạn tối đa đến 12 tháng..

+ *Cho vay trung hạn*: các khoản vay trung hạn theo quy định của nhà nước có thời hạn từ 12 tháng đến 5 năm.

+ *Cho vay dài hạn*: là hình thức cho vay có thời hạn dài trên 5 năm, thời hạn tối đa của tín dụng dài hạn có thể lên đến 40 năm tùy thuộc vào mỗi khoản vay.

c. Theo hình thức đảm bảo tiền vay

- *Cho vay có tài sản đảm bảo*:

+ *Cho vay có tài sản đảm bảo theo hình thức thế chấp*:

+ *Cho vay theo hình thức cầm cố*:

- *Cho vay không có tài sản đảm bảo*

+ *Cho vay theo tín chấp*:

+ *Cho vay có bảo lãnh*:

d. Theo mục đích vay

+ *Cho vay kinh doanh*: Là hình thức cho vay của ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu vốn kinh doanh cho các DN, hộ sản xuất kinh doanh.

+ *Cho vay tiêu dùng*: là hình thức cho vay để thanh toán các chi phí hợp pháp phục vụ cho các mục đích tiêu dùng cá nhân bao gồm: mua sắm nhà cửa, xe cộ, các loại hàng hóa lâu bền như tủ lạnh, điều hòa, máy giặt, chuyển nhượng quyền sử dụng đất, sửa chữa nhà, cho vay du học...

1.1.5. Đặc điểm, vai trò của tín dụng ngân hàng đối với khách hàng doanh nghiệp

a. Khái niệm doanh nghiệp

b. Đặc điểm cho vay doanh nghiệp của ngân hàng thương mại

c. Vai trò của tín dụng ngân hàng đối với khách hàng doanh nghiệp

1.2. MỞ RỘNG CHO VAY DOANH NGHIỆP

1.2.1. Nội dung mở rộng cho vay

Mở rộng cho vay của NHTM là tăng quy mô cho vay trên cơ sở kiểm soát rủi ro và đảm bảo khả năng sinh lời phù hợp với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ.

Để mở rộng cho vay ngân hàng cần phải tiến hành các nội dung sau:

a. Mở rộng quy mô cho vay DN qua các năm

- Tăng trưởng dư nợ cho vay DN: Chỉ tiêu nợ phản ánh lượng vốn vay mà khách hàng đang còn nợ ngân hàng tại một thời điểm cụ thể.

- Tăng trưởng số lượng DN vay vốn: chỉ tiêu phản ánh số lượng khách hàng của ngân hàng qua các thời kỳ, cho thấy khả năng thu hút khách hàng trong thời gian qua và thị phần của ngân hàng được mở rộng hay không.

- Tăng dư nợ bình quân khách hàng: chỉ tiêu phản ánh lượng vốn vay bình quân/khách hàng đang còn dư nợ tại một thời điểm cụ thể. Việc mở rộng cho vay cũng phải tính đến việc tăng dư nợ của mỗi khách hàng.

b. Đa dạng hóa sản phẩm cho vay DN

Đa dạng hóa hoạt động cho vay là quá trình chuyển đổi sản phẩm sao cho ngày càng mở rộng và đa dạng hơn về chủng loại các đơn vị sản phẩm dựa trên sự tìm hiểu và mong muốn đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng

c. Nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay DN

- Thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng
- Sàng lọc, thu hút khách hàng mới tiềm năng
- Có chính sách ưu đãi đối với khách hàng hiện hữu

d. Gia tăng thu nhập cho vay DN

Thu nhập từ hoạt động cho vay DN chủ yếu là thu lãi cho vay sau khi đã trừ chi phí về vốn và các chi phí khác cho hoạt động cho

vay đối với DN. Tăng trưởng thu nhập từ hoạt động cho vay DN là thu nhập từ hoạt động cho vay DN năm sau cao hơn năm trước.

e. Kiểm soát rủi ro cho vay DN

Kiểm soát rủi ro trong hoạt động cho vay DN là cần thiết nhằm nâng cao chất lượng hoạt động cho vay DN tại NHTM. Ngân hàng phải tiến hành phân loại khách hàng, chấm điểm tín dụng với từng đối tượng khách hàng dựa trên các tiêu chí định tính cũng như định lượng.

1.2.2. Ý nghĩa của việc mở rộng cho vay đối với các DN

Mở rộng cho vay giúp các DN phát triển kinh doanh, chiếm lĩnh thị trường, thoát khỏi hiểm nguy, gia tăng hiệu quả kinh doanh, nâng cao lợi nhuận. Đồng thời, góp phần đáp ứng các nhu cầu vay vốn ngày càng tăng của toàn xã hội, bên cạnh việc đa dạng hóa các loại hình sản phẩm, dịch vụ sẽ giúp cho quá trình luân chuyển vốn trong nền kinh tế được thuận lợi và nhanh chóng hơn.

1.2.3. Một số chỉ tiêu phản ánh kết quả mở rộng cho vay DN

Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển cho vay DN thể hiện sự đánh giá cả trên phương diện tăng trưởng quy mô cho vay qua các năm, đa dạng hóa sản phẩm cho vay, gia tăng thu nhập cho vay DN và kiểm soát rủi ro cho vay.

a. Các chỉ tiêu phản ánh tăng trưởng quy mô cho vay

Để đánh giá mở rộng cho vay ta phải nhìn nhận và xem xét một cách toàn diện trên các mặt sau:

- *Về tốc độ tăng trưởng dư nợ vay*: một ngân hàng có tốc độ tăng trưởng dư nợ vay càng lớn thì uy tín và vị thế của nó càng được khẳng định trên thị trường.

- *Về tốc độ tăng trưởng số lượng khách hàng*:

Chỉ tiêu tăng trưởng số lượng KH đánh giá sự phát triển của KH có quan hệ tín dụng với ngân hàng qua các thời kỳ.

- *Về thị phần cho vay DN*: Chỉ tiêu này xem xét sự thay đổi về tỷ trọng dư nợ cấp tín dụng của ngân hàng trên thị trường mục tiêu so với tổng dư nợ của tất cả các tổ chức tín dụng trên địa bàn qua các thời kỳ nghiên cứu. .

b. Chỉ tiêu phản ánh đa dạng hóa

➤ Đa dạng kỳ hạn nợ

Nhóm chỉ tiêu này phản ánh cơ cấu nợ ngắn hạn, trung hạn, dài hạn của ngân hàng trên tổng dư nợ. Đa dạng kỳ hạn nợ thể hiện qua đa dạng về thời hạn của từng món vay mà ngân hàng cấp tín dụng cho ngân hàng. Ý nghĩa của việc đa dạng kỳ hạn nợ nhằm đáp ứng một cách linh hoạt nhu cầu của KH và phù hợp với kế hoạch sử dụng nguồn vốn của ngân hàng

➤ Đa dạng về thành phần kinh tế

Nhóm chỉ tiêu này phản ánh tỷ lệ dư nợ đối với KH thuộc thành phần kinh tế quốc doanh và các KH ngoài quốc doanh.

➤ Đa dạng về ngành nghề kinh tế

Nhóm chỉ tiêu này phản ánh dư nợ cho vay của nhóm khách hàng trong các lĩnh vực trên tổng dư nợ của ngân hàng.

c. Gia tăng thu nhập từ hoạt động cho vay DN

Chỉ tiêu thu nhập từ hoạt động cho vay DN cho thấy biến động thu nhập của ngân hàng từ hoạt động cho vay DN qua các năm và đánh giá mức độ đóng góp của hoạt động này vào tổng thu nhập của ngân hàng.

d. Chỉ tiêu chất lượng cho vay

Để xem xét được chất lượng cho vay DN của một ngân hàng có tốt không ta có thể căn cứ vào một số chỉ tiêu định tính như sau:

- Số lượng khách hàng đến vay tại ngân hàng
- Uy tín của ngân hàng

- Thủ tục tuân theo đúng quy định, quy chế cho vay DN của ngân hàng

Chỉ tiêu định lượng

Chỉ tiêu hệ số thu nợ

Hệ số thu nợ = doanh số thu nợ/ doanh số cho vay

Đây là chỉ tiêu quan trọng xem xét chất lượng cho vay DN của ngân hàng. Trong đó, doanh số cho vay là chỉ tiêu phản ánh tất cả các khoản cho vay mà ngân hàng đã phát ra cho vay trong một thời gian nào đó, không kể món vay đó đã thu hồi về ha chưa.

1.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng cho vay DN

a. Các nhân tố bên trong ngân hàng

- ❖ **Năng lực tài chính của ngân hàng**
- ❖ **Chính sách tín dụng của ngân hàng đối với DN**

Chính sách tín dụng bao gồm:

Chính sách khách hàng:

Chính sách về quy mô và giới hạn tín dụng:

Lãi suất tín dụng:

Thời hạn tín dụng và kỳ hạn nợ

- ❖ **Quy trình tín dụng**
- ❖ **Chất lượng tín dụng**
- ❖ **Chất lượng và tính đa dạng của các hình thức cho vay**
- ❖ **Hoạt động tuyên truyền quảng cáo**
- ❖ **Trình độ, năng lực làm việc của đội ngũ cán bộ tín dụng**

b. Các nhân tố bên ngoài ngân hàng

- ❖ **Nhân tố doanh nghiệp**
- ❖ **Đối thủ cạnh tranh**
- ❖ **Nhân tố môi trường kinh doanh**
- ❖ **Nhân tố thuộc về NHNN**
- ❖ **Nhân tố nhà nước và các cơ quan chức năng**

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY DOANH NGHIỆP TẠI NHTMCP HÀNG HẢI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.1. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA NHTMCP HÀNG HẢI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.1.1. Đặc điểm công tác tổ chức

a. Quá trình hình thành và phát triển của MSB

b. Chức năng, nhiệm vụ của MSB – chi nhánh Đà Nẵng

*c. Cơ cấu tổ chức và bộ máy hoạt động của MSB – chi nhánh
Đà Nẵng*

**2.1.2. Đặc điểm về nguồn vốn và kết quả hoạt động kinh
doanh của MSB – chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2011 -
2013**

a. Tình hình huy động vốn của MSB – chi nhánh Đà Nẵng

Nguồn vốn huy động năm 2011 là 72,156 triệu đồng, năm 2012 là 82,405 triệu đồng tăng 14,20% so với năm 2011. Trong năm 2013 tổng nguồn vốn huy động là 87,124 triệu đồng, tăng so với năm 2012 là 5,73%. Điều này cho thấy trong những năm qua MSB chú trọng đến công tác huy động vốn, uy tín của ngân hàng ngày càng nâng lên trên thị trường Đà Nẵng.

*b. Kết quả hoạt động kinh doanh của MSB – chi nhánh Đà
Nẵng*

Tổng thu nhập của ngân hàng không ngừng tăng lên qua các năm và đạt 16.998 triệu đồng vào năm 2013. Có nhiều nguồn thu nhập đóng góp vào tổng thu nhập như thu nhập từ tín dụng, thu từ lãi thừa vốn, thu dịch vụ... tuy nhiên thu nhập từ hoạt động tín dụng vẫn là thu nhập chính góp phần làm tăng tổng thu nhập cho ngân hàng. Năm 2011, thu từ hoạt động tín dụng chiếm 62,10%, đạt số tuyệt đối

là 5.368 triệu đồng; đến năm 2012 thu nhập từ hoạt động này giảm 1,81% , đạt 5.271 triệu đồng, chiếm 54,67%; đến năm 2013, mặc dù góp tỷ trọng khá khiêm tốn vào tổng thu nhập, chiếm 49,67%, tuy nhiên trong năm này thu nhập từ tín dụng đạt 8.443 triệu đồng và tăng 60,18% so với năm 2012.

2.1.3. Đặc điểm về nguồn lực và khả năng cho vay DN của MSB – CN Đà Nẵng

➤ Nguồn nhân lực

Số lượng CBCNV của MSB – chi nhánh Đà Nẵng tăng dần qua các năm. Cụ thể năm 2011 là 117 người, đến 2012 số lượng này tăng lên là 132 người, và đến năm 2013 tăng lên 148 người tăng 16 người so với năm 2011. Về trình độ thì có sự gia tăng đáng kể khi có 6 người đạt trình độ thạc sĩ chiếm 4,06% và 122 người đạt trình độ đại học chiếm 82,43% trong năm 2013 nhưng đa phần hầu hết là cán bộ trẻ còn ít kinh nghiệm trong ứng xử và giao tiếp nên vẫn chưa đáp ứng hết yêu cầu của công việc.

➤ Nguồn lực cơ sở vật chất

- Trụ sở chính làm việc tại địa chỉ 15 Lê Duẩn và 5 phòng giao dịch trực thuộc được xây dựng khang trang, sạch đẹp. Vị trí thuận lợi cho việc kinh doanh khi gần khu trung tâm của thành phố.

- Hệ thống phương tiện làm việc xe chuyên dùng đủ về số lượng và chất lượng để phục vụ cho vận chuyển hàng đặc biệt an toàn, hiệu quả. Máy móc thiết bị vi tính hàng năm được bổ sung mới và nâng cấp để đáp ứng cho việc đổi mới công nghệ thông tin.

➤ Nguồn lực tài chính

Phải luôn đảm bảo nguồn vốn ổn định thì mới mở rộng cho vay, nguồn vốn huy động nó quyết định đến mở rộng hay thu hẹp tín dụng. Trong những năm qua, MSB đã chú trọng đến công tác huy động vốn, với nhiều hình thức như: phát hành giấy tờ có giá, tiết

kiệm dự thưởng, kỳ phiếu, trái phiếu... Tổng nguồn vốn và dư nợ cho vay tăng qua các năm và tổng nguồn vốn luôn lớn hơn dư nợ cho vay. Điều này ta thấy khả năng cho vay của MSB luôn được đảm bảo.

2.2. THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG TMCP HÀNG HẢI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN NĂM 2011-2013

2.2.1. Nghiên cứu tình hình thị trường trên địa bàn TP. Đà Nẵng

a. Tình hình các doanh nghiệp trên địa bàn TP. Đà Nẵng

b. Tình hình cho vay DN của các ngân hàng trên địa bàn Đà Nẵng

2.2.2. Những biện pháp ngân hàng đã áp dụng để mở rộng cho vay DN

Ngân hàng đã áp dụng một số biện pháp nhằm mở rộng cho vay trong thời gian qua. Bên cạnh những thành tựu đã đạt được khi triển khai thì vẫn còn tồn tại trong một số biện pháp. Các biện pháp ngân hàng đã thực hiện bao gồm:

➤ Công tác phát triển thương hiệu

Chiến lược khẳng định thương hiệu bằng sự khác biệt tiếp tục được MSB triển khai trong năm 2013. Thay vì ghi dấu ấn bằng các chương trình quảng cáo truyền hình, MSB đầu tư cho 2 mũi nhọn chính đó là khách hàng và đội ngũ CBNV.

Ưu điểm: Ngân hàng đã chú trọng đến vấn đề truyền thông trong dân cư góp phần giúp cho dân cư trên địa bàn biết đến thương hiệu MSB. Đồng thời, ngân hàng đã thực hiện nhiều biện pháp truyền thông nhằm đưa các chính sách đến với dân chúng nhanh hơn và hiệu quả hơn.

Nhược điểm: Công tác truyền thông không chú trọng đến việc thiêu các sản phẩm cho vay DN của ngân hàng mà chỉ tập trung chủ yếu và việc quảng bá thương hiệu. Trong khi phần lớn khách hàng có nhu cầu về nguồn vốn để sản xuất kinh doanh chưa thực sự biết và hiểu rõ về các sản phẩm cho vay của ngân hàng.

➤ ***Mở rộng danh mục sản phẩm cho vay***

Đề thích nghi với diễn biến của thị trường, năm 2012 MSB tiếp tục hoàn thiện các tính năng thanh toán hiện đại để cung cấp những giải pháp tài chính hiệu quả và tiện lợi nhất MSB đã có những động thái điều chỉnh linh hoạt và nhạy bén như tung ra các gói sản phẩm cho vay với lãi suất ưu đãi tín dụng MFloar, Mflex với doanh số giải ngân đạt trên.....

Ưu điểm: Các gói sản phẩm của MSB ra đời với nhiều tính năng khác nhau nhằm đáp ứng những yêu cầu của khách hàng về chất lượng sản phẩm cũng như mức hỗ trợ lãi suất dành cho khách hàng.

Nhược điểm: Sản phẩm MSB tuy có nhiều tính năng mới nhưng vẫn chưa đáp ứng được hết nhu cầu về vốn của khách hàng DN trong hoạt động sản xuất kinh doanh, chưa phân loại và phù hợp với từng đối tượng khách hàng.

➤ ***Mở rộng đối tượng khách hàng***

MSB định hướng khách hàng trọng tâm là các DN vừa và nhỏ hoạt động trong lĩnh vực khai khoáng, thủy hải sản, phân bón hóa chất, dược phẩm, thuốc, thiết bị y tế, cao su, nhựa, lương thực thực phẩm, đồ uống, bánh kẹo, thương mại xăng dầu, gas khí đốt và công nghiệp nhẹ, hàng tiêu dùng...

Ưu điểm: MSB đã tập trung chú ý đến các nhóm đối tượng khách hàng DN thuộc các nhóm ngành nghề tiềm năng nhằm tìm cách tiếp cận các đối tượng này.

Nhược điểm: Tuy MSB đã định hướng đến các khách hàng DN trong các lĩnh vực trên nhưng vẫn chưa thực sự quan tâm đến các khách hàng truyền thống thuộc các lĩnh vực như viễn thông, làng nghề,...

➤ ***Giảm tỷ lệ nợ xấu***

MSB tiến hành giám sát rủi ro tín dụng theo các thông lệ tốt nhất. Kết quả giám sát được báo cáo thường xuyên đối với NHNN và nội bộ MSB, tạo kênh thông tin và quản trị thông tin tín dụng, là cơ sở cho các hoạt động xử lý nợ xấu, phân loại nợ và trích lập dự phòng rủi ro.

Ưu điểm: Ngân hàng đã chú trọng đến mức độ kiểm soát rủi ro trong tín dụng, đồng thời đã sử dụng những biện pháp tích cực để thu hồi nợ làm tăng nguồn thu cho ngân hàng và nâng cao chất lượng tín dụng ngân hàng.

Nhược điểm: Bên cạnh việc thu hồi được nợ từ các năm trước thì tỷ lệ nợ xấu giảm một phần là giảm dư nợ tín dụng.

➤ ***Nâng cao trình độ của cán bộ tín dụng ngân hàng***

Bên cạnh việc tập trung nâng cao cơ sở vật chất, cải tiến các quy trình giao dịch, MSB luôn xác định yếu tố nhân lực mới thực sự đóng vai trò quan trọng nhất trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ. MSB liên tục triển khai các chương trình đào tạo. Trong đó, đáng chú ý nhất là việc triển khai tháp đào tạo cho nhân viên, các chương trình đào tạo quy hoạch và đào tạo lãnh đạo trẻ.

Ưu điểm: Ngân hàng đã chú trọng đến việc nâng cao trình độ chuyên môn lẫn đạo đức nghề nghiệp cho cán bộ tín dụng. Ngoài ra, ngân hàng đã liên tục phổ biến các chính sách mới trong hoạt động ngân hàng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động ngân hàng.

Nhược điểm: Khóa đào tạo không được tổ chức thường xuyên và chỉ áp dụng cho những cán bộ đã có những vị trí cao, có nhiều

kinh nghiệm mà không tổ chức cho toàn bộ cán bộ công nhân viên ngân hàng.

2.2.3. Kết quả mở rộng cho vay DN tại MSB – chi nhánh Đà Nẵng

a. Các chỉ tiêu tăng trưởng quy mô cho vay

➤ Tăng trưởng tổng dư nợ cho vay

Bảng 2.6 : Dư nợ cho vay KHDN tại ngân hàng MSB - chi nhánh Đà Nẵng

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	So sánh			
				2012/2011		2013/2012	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Tổng dư nợ cho vay DN	36,845	41,941	40,178	5,096	13.83	-1,763	-4.20

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp hoạt động kinh doanh của MSB Đà Nẵng)

Mặc dù ngân hàng đã áp dụng các biện pháp để mở rộng cho vay, tuy nhiên do tình hình kinh tế trong những năm gần đây đã ảnh hưởng đến dư nợ cho vay doanh nghiệp. Năm 2012 dư nợ tín dụng tăng nhẹ 13,83% so với năm 2011 và đến năm 2013 thì đạt 40.178 triệu đồng, mức dư nợ giảm 4,2% so với năm 2012.

➤ Tăng trưởng số lượng khách hàng

Số lượng khách hàng vay vốn tại ngân hàng lại giảm. Năm 2012, số lượng khách hàng được vay vốn tại ngân hàng là 1.785, giảm 4,75% (tức là giảm 89 khách hàng) so với năm 2011. Năm 2013, số lượng khách hàng được vay vốn tiếp tục giảm mạnh 9,69% (tức giảm 173 khách hàng) so với năm 2012. Tuy nhiên số lượng khách hàng doanh nghiệp vẫn chiếm một tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu.

➤ Tăng trưởng dư nợ bình quân/khách hàng

Dư nợ của khách hàng doanh nghiệp giảm qua các năm, tuy nhiên việc lựa chọn cho vay các khách hàng tốt, giảm số khách hàng cho vay làm cho dư nợ bình quân trên một khách hàng tăng.

➤ *Tăng trưởng thu nhập từ hoạt động cho vay*

Cho vay là hoạt động đem lại nguồn thu chủ yếu cho ngân hàng, ngân hàng TMCP Hàng Hải cũng không nằm ngoài quy luật đó. Thu nhập từ cho vay doanh nghiệp của chi nhánh chiếm tỷ trọng tương đối cao.:

b. Về mức độ đa dạng hóa trong cơ cấu cho vay

➤ *Cơ cấu dư nợ cho vay theo thời hạn*

Theo số liệu cho thấy, nguồn vốn cho vay chủ yếu là đầu tư vốn ngắn hạn cho DN chiếm trên 60% tổng doanh số cho vay. Doanh số cho vay và doanh số thu nợ ngắn hạn càng ngày càng chiếm tỉ trọng lớn hơn trung và dài hạn. *Cơ cấu dư nợ cho vay theo ngành nghề kinh tế*

Cùng với việc đa dạng hóa cho vay DN thuộc các thành phần sở hữu khác nhau, MSB – chi nhánh Đà Nẵng còn thực hiện đa dạng hóa các ngành nghề kinh tế.

➤ *Cơ cấu dư nợ cho vay theo loại hình doanh nghiệp*

Phương châm của MSB- chi nhánh Đà Nẵng là đa dạng hóa đối tượng khách hàng thuộc mọi thành phần kinh tế. Qua bảng số liệu trên cho thấy, trong khi quy mô tín dụng được mở rộng với tốc độ nhanh chóng, thì tỷ trọng cho vay khách hàng DN đến cuối năm 2013 chỉ còn 22,34%. Dư nợ cho vay với các DN ngoài quốc doanh tăng lên đáng kể năm 2013 dư nợ cho vay đối với doanh nghiệp ngoài quốc doanh tăng lên đến 77,66%. Đây là xu hướng chuyển dịch cơ cấu đúng đắn, phù hợp với xu hướng phát triển kinh tế xã hội.

➤ *Cơ cấu dư nợ theo phương thức cấp tín dụng*

Mặc dù đã chú trọng đến phương thức đa dạng hóa sản phẩm tín dụng song ngân hàng mới chỉ thực hiện hai nghiệp vụ tín dụng là cho vay và bảo lãnh.

➤ *Cơ cấu dư nợ theo hình thức đảm bảo*

Dư nợ có TSĐB của các khách hàng DN tại MSB – chi nhánh Đà Nẵng chiếm tỷ lệ cao trên 60% so với dư nợ không có tài sản đảm bảo, việc này làm hạn chế chi nhánh mở rộng dư nợ cho vay đặc biệt đối với khách hàng có uy tín và tình hình tài chính lành mạnh đã được cơ quan kiểm toán có uy tín xác nhận

c. Đánh giá các mục tiêu kiểm soát rủi ro cho vay

Qua các năm nghiên cứu, dư nợ từ nhóm II đến nhóm V giảm mạnh, năm 2012, dư nợ từ nhóm II đến nhóm V là 301 triệu đồng, giảm 38,07% so với năm 2011 và đến năm 2013 thì dư nợ nhóm II đến nhóm V tiếp tục giảm thêm 13,62%. Với mức dư nợ giảm nên tỷ lệ dư nợ cũng cùng xu hướng và giảm qua các năm nghiên cứu.

d. Đánh giá thực trạng chất lượng cho vay

Có thể thấy rằng, hệ số thu nợ tăng dần qua các năm đã thể hiện sự cố gắng nâng cao chất lượng cho vay DN của MSB – chi nhánh Đà Nẵng. Tuy nhiên, mức tăng vẫn chưa cao nên MSB – chi nhánh Đà Nẵng cần cải thiện hơn nữa trong công tác cho vay và thu nợ.

2.3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY DOANH NGHIỆP TẠI MSB- CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.3.1. Những kết quả đạt được

Thứ nhất, tăng nguồn vốn huy động cho ngân hàng từ tiền gửi của cá nhân và DN

Thứ hai, cơ cấu cho vay khách hàng DN chuyển dịch theo hướng tích cực, giảm dần tỷ trọng cho vay DN xây lắp và đa dạng hóa cho vay tài trợ hoạt động xuất nhập khẩu, thương mại và dịch vụ.

Thứ ba, Chi nhánh thực hiện chủ trương mở rộng đối tượng khách hàng, không phân biệt thành phần kinh tế, đối xử bình đẳng với các DN ngoài quốc doanh.

Thứ tư, chất lượng tín dụng đối với khách hàng DN hiện đang được kiểm soát tốt. Tỷ lệ dư nợ có TSDB là tương đối cao, tỷ lệ nợ quá hạn duy trì ở mức thấp so với kế hoạch đề ra.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế

Thứ nhất, tỷ trọng cho vay khách hàng DN giảm và vẫn còn thấp so với các NHTM khác trên địa bàn.

Thứ hai, số lượng KHDN vay vốn tại Ngân hàng sụt giảm do nhiều DN chưa đủ năng lực để vay vốn.

Thứ ba, cơ cấu thời hạn cho vay khách hàng DN còn hạn chế. *Thứ tư*, chưa mở rộng mạng lưới ở các khu vực, huyện xa trung tâm thành phố.

Thứ năm, tình hình cạnh tranh giữa các NHTM ngày càng gay gắt trong khi chi nhánh vẫn chưa tạo được thế mạnh riêng của dịch vụ cho vay DN nên khả năng lôi kéo KH còn chưa cao.

b. Nguyên nhân

+ ***Nguyên nhân chủ quan:***

+ ***Nguyên nhân khách quan:***

+ ***Nguyên nhân khác:***

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY DOANH NGHIỆP TẠI NH TMCP HÀNG HẢI- CN ĐÀ NẴNG

3.1. ĐỊNH HƯỚNG CHO VAY KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG TMCP HÀNG HẢI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

3.1.1. Định hướng chung của Chi nhánh

Căn cứ theo định hướng mục tiêu kế hoạch kinh doanh (KHKD) được giao và mục tiêu phấn đấu của chi nhánh hoàn thành vượt mức kế hoạch giao đối với các chỉ tiêu chính, chi nhánh đặt ra mục tiêu phấn đấu thực hiện KHKD trong giai đoạn 2014 - 2020 như sau:

- Về công tác nguồn vốn: Nguồn vốn là động lực, là thế mạnh để thực hiện thành công chiến lược phát triển ngân hàng.

- Về KH: đi đôi với công tác tăng cường củng cố, phát triển KH truyền thống trong lĩnh vực xây dựng cơ bản, xuất nhập khẩu, phân phối tiêu dùng...

- Về công tác cho vay: Giữ vững thị trường KH truyền thống, đồng thời không ngừng mở rộng cho vay ra các đối tượng khách hàng nhỏ và vừa.

- Mở rộng mạng lưới cho vay: mục tiêu ban lãnh đạo Chi nhánh đặt ra là năm 2014-2020 đạt 10 điểm giao dịch trên địa bàn thành phố

3.1.2. Về định hướng trong việc mở rộng cho vay đối với DN

3.2. GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG TMCP HÀNG HẢI – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

3.2.1. Chăm sóc và gìn giữ mối quan hệ với những KH

Tùy theo từng loại đối tượng KH mà Chi nhánh thực hiện các hoạt động chăm sóc khác nhau, thông thường chia thành các nhóm đối tượng sau:

- Khách hàng hiện có: chăm sóc nhằm mục đích kích thích, gia tăng và thỏa mãn mọi nhu cầu của KH, từ đó Chi nhánh có thể phát triển các dịch vụ khác do KH hay còn gọi là chính sách “bán thêm”

- KH tiềm năng: là khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của MSB – chi nhánh Đà Nẵng nhưng đang sử dụng sản phẩm dịch vụ của ngân hàng khác, thì có chính sách như sau:

- KH nhỏ và vừa:

3.2.2. Đầu tư và ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại

Công nghệ thông tin hiện đại có đóng góp rất lớn cho sự phát triển của một ngân hàng. Hiện nay, chỉ cần một hệ thống công nghệ thông tin hiện đại có thể giảm bớt được rất nhiều thời gian và sức lực cho con người.

3.2.3. Chính sách, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng

a. Xây dựng chính sách lãi suất phù hợp với DN

Lãi suất của khoản vay là nguồn thu của Ngân hàng nhưng lại là chi phí của KH. Do đó giữa KH và Ngân hàng luôn có mong muốn trái chiều về lãi suất. Lãi suất của Ngân hàng trước hết phải phù hợp với các quy định của Nhà nước, đồng thời cần phải dựa trên nhu cầu của thị trường. Để khuyến khích KH vay vốn, MSB – chi nhánh Đà Nẵng cần xây dựng một chính sách lãi suất linh hoạt với từng đối tượng KH, từng khoản vay.

b. Cải tiến sản phẩm tạo sự khác biệt

Sự khác biệt là hình ảnh riêng biệt của ngân hàng dựa trên một số thuộc tính quan trọng trong tương quan so sánh với các ngân hàng cạnh tranh như: sản phẩm, dịch vụ hoàn hảo và đa dạng hơn, chất lượng dịch vụ cao hơn, giá cả hợp lý hơn...

c. Tăng cường bán chéo sản phẩm

Cùng với lĩnh vực hoạt động đa dạng và qui mô ngày càng mở rộng của KH, nhu cầu sử dụng cùng lúc nhiều sản phẩm ngân hàng là

rất lớn chẳng hạn như KH có thể sử dụng cùng lúc nhiều sản phẩm tiết kiệm, thanh toán, cho vay, bảo lãnh, LC, thẻ ATM... Do đó, bằng cách nào đó chi nhánh phải tăng cường bán chéo tối đa các sản phẩm cho KH.

3.2.4. Phát triển mạng lưới kênh phân phối

Mạng lưới kênh phân phối của MSB – chi nhánh Đà Nẵng với truyền thống là các phòng giao dịch chủ yếu tập trung ở trung tâm thành phố hoạt động mang tính thụ động vì chủ yếu KH tự tìm đến Ngân hàng và giải quyết các nhu cầu phát sinh hằng ngày của KH.

3.2.5. Giải pháp hạn chế rủi ro trong việc cho vay đối với DN

Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng thì việc phát sinh nợ quá hạn là tất yếu do tác động của nhiều nguyên nhân khách quan cũng như chủ quan từ phía ngân hàng, khách hàng môi trường kinh tế - xã hội. Nợ quá hạn làm giảm hiệu quả kinh doanh của ngân hàng, ngân hàng cần chú trọng quan tâm hơn nữa đến quá trình xử lý và thu hồi nợ nhằm có được các giải pháp hữu hiệu làm giảm tỷ lệ nợ quá hạn xuống mức thấp nhất có thể.

3.2.6. Các giải pháp hỗ trợ

- a. Đảm bảo sự tăng trưởng ổn định của nguồn vốn*
- b. Nâng cao trình độ đội ngũ nhân sự và không ngừng rèn luyện đạo đức nghề nghiệp*
- c. Đẩy mạnh hoạt động marketing trong Ngân hàng*
- d. Phát triển thương hiệu và quan hệ DN*

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Kiến nghị đối với NH TMCP Hàng Hải Việt Nam

3.3.2. Một số kiến nghị đối với các cơ quan quản lý Nhà nước và các Hiệp hội của DN

KẾT LUẬN

Trước sự phát triển của lực lượng DN Việt Nam hiện nay, mở rộng cho vay đối với các DN là hoạt động rất tiềm năng và là xu thế tất yếu của các NHTM.

Luận văn “Mở rộng cho vay doanh nghiệp tại NH TMCP Hàng Hải – chi nhánh Đà Nẵng” đã nêu lên một số cơ sở lý luận về hoạt động tín dụng nói chung và hoạt động cho vay DN nói riêng, tìm hiểu và vận dụng vào việc phân tích để làm rõ vấn đề nghiên cứu. Đồng thời luận văn đã giới thiệu hoạt động của NH TMCP Hàng Hải – chi nhánh Đà Nẵng trong 3 năm 2010-2012, phân tích hoạt động cho vay DN tại Chi nhánh, phát hiện những điểm mạnh và điểm yếu của hoạt động này, trên cơ sở đó đề ra những giải pháp và một số kiến nghị nhằm mở rộng cho vay DN.

Trong những năm vừa qua, NH TMCP Hàng Hải – chi nhánh Đà Nẵng đã xác định được phương hướng đúng đắn và đạt được nhiều thành tựu trong hoạt động cho vay DN, tuy nhiên bên cạnh đó vẫn tồn tại những mặt hạn chế. Để nâng cao hiệu quả mở rộng cho vay DN, đòi hỏi toàn thể đội ngũ cán bộ nhân viên và Ban lãnh đạo Chi nhánh phải chủ động khắc phục khó khăn, không ngừng trau dồi nghiệp vụ và rèn luyện đạo đức nghề nghiệp.

Phần cuối của luận văn, tôi xin chân thành cảm ơn toàn thể giáo viên khoa Tài chính Ngân hàng của trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng. Đặc biệt là sự quan tâm giúp đỡ tận tình của thầy giáo hướng dẫn PGS.TS Nguyễn Mạnh Toàn, cùng với thầy cô giáo phản biện đề tài, cùng với hội đồng chấm luận văn tốt nghiệp thạc sỹ trường Đại học Kinh Tế Đà Nẵng đã giúp tôi hoàn thiện đề tài này