

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH

1.1. Một số khái niệm về hoạt động kinh doanh

1.1.1. Khái niệm kinh doanh, phân tích kết quả hoạt động kinh doanh

Theo Khoản 21, Điều 4, Luật Doanh nghiệp năm 2014, kinh doanh là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình, đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi. Như vậy, hoạt động kinh doanh bao gồm bất kì hoạt động mà doanh nghiệp tham gia với mục đích chính là tạo ra lợi nhuận trong quá trình kinh doanh. Các hoạt động kinh doanh bao gồm hoạt động điều hành, đầu tư và tài trợ đang diễn ra và tập trung vào việc tạo ra giá trị cho các cổ đông.

Phân tích kết quả kinh doanh bao gồm các hoạt động giúp nhà quản trị đưa ra các quyết định chiến lược, đạt được các mục tiêu lớn và giải quyết các vấn đề phức tạp bằng cách thu thập, phân tích và báo cáo thông tin hữu ích nhất liên quan đến nhu cầu nhà quản trị. Thông tin có thể là về nguyên nhân của tình trạng hiện tại, các xu hướng có khả năng xảy ra nhất và kết quả nên làm gì.

1.1.2. Khái niệm doanh thu, chi phí, lợi nhuận

1.1.2.1. Doanh thu

Doanh thu là một phần của chỉ tiêu lợi nhuận, giúp đo lường hiệu quả hoạt động của các Ngân hàng thương mại. Các Ngân hàng luôn mong muốn thu được lợi nhuận cao nhất chủ yếu bằng cách gia tăng doanh thu và giảm tối đa các khoản chi phí. Doanh thu càng cao với một mức độ chi phí hợp lý càng chứng tỏ hiệu quả hoạt động của Ngân hàng thương mại.

Doanh thu là một trong các chỉ số tài chính rất quan trọng, có tác động lớn đến sự tồn tại và phát triển của Ngân hàng. Doanh nghiệp cần có doanh thu để chi trả chi phí vận hành, đồng thời đây cũng chính là nguồn vốn cho kì kinh doanh tiếp theo.

Nếu doanh nghiệp có mức doanh thu ổn định, tăng trưởng thì dòng tiền vốn luân chuyển cũng gia tăng. Nhờ đó, khả năng thanh khoản sẽ được cải thiện, tạo điều kiện quay vòng vốn, tái đầu tư vào mở rộng và phát triển doanh nghiệp. Ngoài ra, doanh thu cũng cho thấy uy tín của doanh nghiệp trên thị trường, chiếm được sự tin tưởng của các nhà đầu tư khác và khách hàng.

1.1.2.2. Chi phí

Chi phí là một chỉ tiêu đánh giá mức độ, hiệu quả sử dụng nguồn vốn của các NHTM. Việc xác định rõ chi phí là điều rất cần thiết, để thực hiện hoạt động một cách hiệu quả. Tính toán chi phí có ý nghĩa rất lớn trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp:

- Giúp phân tích và lựa chọn những phương án kinh doanh có lợi nhất cho doanh nghiệp
- Đánh giá năng suất và hiệu quả doanh nghiệp
- Từ đó đưa ra chủ trương làm giảm chi phí, nâng cao lợi nhuận

Trong quá trình hoạt động kinh doanh, các Ngân hàng phải đạt được các chỉ tiêu đã đề ra trong kế hoạch đồng thời tuân thủ các chiến lược kinh doanh và chính sách thu hút khách hàng của các đối thủ cạnh tranh. Vì vậy nhà quản trị luôn tìm cách giảm thiểu các khoản phí giúp nâng cao lợi nhuận, đạt hiệu quả kinh doanh ngày một tốt hơn.

1.1.2.3. Lợi nhuận

Ngân hàng muốn hoạt động hiệu quả trước hết phải có nguồn vốn vững mạnh và biết sử dụng nguồn vốn đó thật hiệu quả để tạo ra lợi nhuận cho Ngân hàng. Lợi nhuận không chỉ là chỉ tiêu tổng hợp đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của các Ngân hàng thương mại mà còn là chỉ tiêu chung áp dụng cho mọi chủ thể kinh doanh trong nền kinh tế thị trường. Lợi nhuận có ảnh hưởng trực tiếp đến mọi mặt của doanh nghiệp, đặc biệt là tài chính của doanh nghiệp. Khi doanh nghiệp có lợi nhuận thì họ sẽ có thể thanh toán các khoản nợ cũng như chi phí cố định trong suốt cả quá trình hoạt động kinh doanh. Điều này đảm bảo

được khả năng xoay vòng vốn, cân đối được khả năng quản lý tài chính của doanh nghiệp.

Trong kinh doanh tiền tệ, các Ngân hàng thương mại một mặt thỏa mãn những yêu cầu về lợi nhuận do Ngân hàng đặt ra, đồng thời phải tuân thủ đối với những quy định chính sách của Ngân hàng thương mại về tiền tệ... Các Ngân hàng luôn đặt ra vấn đề làm thế nào đạt được lợi nhuận cao nhất nhưng mức độ rủi ro thấp nhất và vẫn đảm bảo chấp hành đúng những quy định của NHNN và thực hiện kế hoạch kinh doanh của Ngân hàng mình.

1.2.Nội dung phân tích hoạt động kinh doanh

1.2.1.Chỉ tiêu sinh lợi

1.2.1.1.Tỷ số lợi nhuận trên tài sản (ROA)

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản}} \times 100\%$$

ROA phản ánh hiệu quả sử dụng tài sản, trình độ quản lý và sử dụng tài sản: ROA cho biết bình quân 1 đơn vị tài sản sử dụng tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận sau thuế. Nói một cách đơn giản, nếu tỷ số này dương thì DN càng cao càng có lãi, và ngược lại nếu tỷ số này âm thì DN làm ăn thua lỗ. Như vậy ROA càng cao thì hiệu quả sử dụng tài sản càng lớn.

1.2.1.2.Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROS)

$$ROS = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu}} \times 100\%$$

ROS là tỷ số giữa lợi nhuận thu được trên doanh thu thuần trong một kỳ cố định. ROS cho thấy hiệu quả của quá trình kinh doanh của công ty đó. Khi chỉ số ROS lớn hơn 0 có nghĩa là công ty đó kinh doanh hiệu quả. Ngược lại thì DN đang thất thoát tài chính. Các nhà quản trị sẽ căn cứ vào chỉ số này để thấy rõ tình hình và có những giải pháp khắc phục.

1.2.1.3.Lợi nhuận trên VCSH (ROE)

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{VCSH}} \times 100\%$$

ROE phản ánh hiệu quả sử dụng VCSH. ROE cho biết bình quân 1 đồng VCSH tạo ra được bao nhiêu đồng LNST. ROE càng cao thì hiệu quả sử dụng VCSH càng cao.

1.2.2.Các chỉ số quản trị nợ

1.2.2.1.Tỷ số nợ trên tổng tài sản

$$\text{Tỷ số nợ trên tổng tài sản} = \frac{\text{Tổng nợ}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tỷ số này cho thấy một DN đã phát triển và tạo ra tài sản của mình theo thời gian như thế nào.

Tỷ lệ trên >1 cho thấy một phần đáng kể tài sản được tài trợ bởi các khoản nợ. hay nói cách khác, DN có nhiều khoản nợ hơn tài sản. Tỷ lệ cao cũng chỉ ra rằng một công ty có thể có nguy cơ vỡ nợ đối với các khoản vay nếu lãi suất tăng đột ngột.

Tỷ lệ trên <1 có nghĩa là phần lớn tài sản của công ty được tài trợ bằng VCSH.

1.2.2.2.Tỷ số nợ trên vốn chỉ sở hữu

$$\text{Tỷ số nợ trên VCSH} = \frac{\text{Tổng nợ}}{\text{VCSH}}$$

Tỷ lệ trên VCSH cho biết tỷ lệ giữa hai nguồn vốn cơ bản (vốn nợ và VCSH) mà DN sử dụng để tài trợ cho hoạt động của mình. Hệ số nợ trên VCSH giúp nhà đầu tư có một cái nhìn khái quát về sức mạnh tài chính, cấu trúc tài chính của DN.

Thông thường nếu tỷ số này >1, nghĩa là tài sản của DN được tài trợ chủ yếu bởi các khoản nợ, còn ngược lại thì tài sản của DN được tài trợ chủ yếu bởi nguồn VCSH.

Khi D/E càng nhỏ, có nghĩa là nợ phải trả chiếm tỷ lệ nhỏ so với tổng tài sản hay tổng nguồn vốn thì DN ít gặp khó khăn hơn trong tài chính. Còn khi D/E này càng lớn thì khả năng gặp khó khăn trong việc trả nợ hoặc phá sản của DN càng lớn khi lãi suất Ngân hàng tăng cao.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI MB BANK – PGD TRƯỜNG CHINH

2.1. Giới thiệu về ngân hàng Thương mại cổ phần Quân đội

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội (tên giao dịch tiếng Anh là Military Commercial Joint Stock Bank), gọi tắt là Ngân hàng Quân đội, viết tắt là MB, là một ngân hàng thương mại cổ phần của Việt Nam, một doanh nghiệp trực thuộc Bộ Quốc phòng

- ❖ Tên đầy đủ bằng tiếng Việt: Ngân hàng cổ phần Quân đội
- ❖ Tên viết tắt: Ngân hàng Quân đội (MB Bank)
- ❖ Tên đầy đủ bằng tiếng Anh: Military Commercial Joint stock Bank
- ❖ Ngày thành lập: 04/11/1994
- ❖ Vốn điều lệ (2021): 37.783.217.770.000 đồng

- ❖ Mã chứng khoán: MBB
Niêm yết vào ngày:
01/11/2011



- ❖ Điện thoại: 024 62661088
- ❖ Fax: 024 62661080
- ❖ Email: Info@mbbank.com.vn
- ❖ Website: www.mbbank.com.vn
- ❖ Địa chỉ trụ sở chính: Tòa nhà MB, số 18 Lê Văn Lương, Phường Trung Hòa, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội, Việt Nam

Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0100283873 do Sở Kế hoạch và đầu tư thành phố Hà Nội cấp đăng ký lần đầu ngày 30/09/1994, thay đổi lần thứ 49 ngày 25/08/2021

❖ *Sứ mạng:*

MB Bank dành mọi nỗ lực xây dựng một đội ngũ nhân lực tinh thông về chuyên môn, tận tâm trong nghiệp vụ nhằm mang lại cho các doanh nghiệp, cá

nhân những giải pháp tài chính – ngân hàng khôn ngoan với chi phí tối ưu và sự hài lòng mỹ mãn.

❖ **Tầm nhìn:**

Trở thành ngân hàng có cổ phần hàng đầu ở Việt Nam trong các mảng thị trường lựa chọn tại các khu vực đô thị lớn, tập trung vào:

Các khách hàng doanh nghiệp truyền thống, các tập đoàn kinh tế và các doanh nghiệp lớn.

- ✓ Tập trung chọn lọc các doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- ✓ Phát triển các dịch vụ khách hàng cá nhân.
- ✓ Mở rộng các hoạt động kinh doanh trên thị trường vốn
- ✓ Phát triển hoạt động ngân hàng đầu tư.
- ✓ Liên kết chặt chẽ giữa ngân hàng và các thành viên để hướng tới trở thành một tập đoàn tài chính mạnh.

❖ **Những giá trị cốt lõi**

Giá trị của MB không nằm ở tài sản mà là những giá trị tinh thần mà mỗi thành viên MB luôn coi trọng và phát huy, bao gồm 6 giá trị cơ bản:

- ✓ Hợp tác (teamwork)
- ✓ Tin cậy (trustwork)
- ✓ Chăm sóc khách hàng (customer care)
- ✓ Sáng tạo (creative)
- ✓ Chuyên nghiệp (professional)
- ✓ Hiệu quả (performance – driven)

❖ **Lịch sử hình thành**

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội (MB) được thành lập năm 1994 với mục tiêu ban đầu là đáp ứng nhu cầu dịch vụ tài chính cho các Doanh nghiệp Quân đội. Trải qua hơn 18 năm hoạt động, MB ngày càng phát triển lớn mạnh, định hướng trở thành một tập đoàn với ngân hàng mẹ MB (một trong số NHTMCP hàng đầu Việt Nam) và năm công ty con hoạt động kinh doanh có

hiệu quả, từng bước khẳng định là các thương hiệu có uy tín trong ngành dịch vụ tài chính (ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán) và bất động sản tại Việt Nam.

Với số vốn điều lệ khi thành lập chỉ có 20 tỷ đồng, sau nhiều lần tăng vốn đến ngày 10/08/2021: Tăng vốn điều lệ lên 37,783,217,770,000 đồng, MB có mạng lưới bao phủ rộng khắp cả nước với Hội sở chính tại Thành phố Hà Nội, 01 Sở giao dịch, 1 chi nhánh tại Lào, 138 Chi nhánh và các điểm giao dịch tại 24 tỉnh và thành phố trên cả nước với hơn 3.000 cán bộ nhân viên.

MB có năng lực tài chính và khả năng cạnh tranh vững mạnh, tuân thủ các chỉ tiêu an toàn vốn do NHNN Việt Nam quy định, đồng thời không ngừng đáp ứng nhu cầu mở rộng của Ngân hàng trong tương lai. Tổng tài sản của MB không ngừng gia tăng, xét về tổng tài sản và vốn điều lệ, MB là một trong những NHTMCP trong nước có quy mô lớn đạt 109.623 tỷ đồng tính đến thời điểm 31/12/2010.

Với dịch vụ và sản phẩm đa dạng, MB phát triển mạnh mẽ và nhanh chóng mở rộng hoạt động của mình ra các phân khúc thị trường mới bên cạnh thị trường truyền thống ban đầu. Trong vòng 6 năm qua, MB liên tục được NHNN Việt Nam xếp hạng A - tiêu chuẩn cao nhất do NHNN Việt Nam ban hành và luôn nhận được nhiều giải thưởng quan trọng trong nước do các cơ quan, tổ chức có uy tín trao tặng...

Hiện nay, MB là một trong những ngân hàng có đội ngũ nhân sự và chuyên gia công nghệ hùng hậu nhất Việt Nam, với 1.200 nhân sự, chiếm hơn 10% tổng nhân sự toàn ngân hàng. Ban lãnh đạo MB tin rằng, chuyển đổi số là cơ hội để MB bứt phá trở thành một doanh nghiệp công nghệ quy mô lớn, trong đó nhân sự công nghệ đóng vai trò là "mắt xích" quan trọng, thúc đẩy chuyển đổi số đồng bộ, hiệu quả và bền vững.

❖ Sản phẩm dịch vụ

Sản phẩm tiền gửi tiết kiệm

- Gói tiền gửi có kỳ hạn
- Gói tiền gửi không có kỳ hạn

Dịch vụ cho vay

- Vay tiêu dùng

- Cho vay mua nhà-xe
- Cho vay sản xuất kinh doanh

Phát hành thẻ

Dịch vụ chuyển tiền/ thanh toán

Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ

2.2. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Quân Đội – PGD Trường Chinh

Ngân hàng TMCP Quân Đội - PGD Trường Chinh là phòng giao dịch ngân hàng MB Bank. Địa chỉ tại 318 Trường Chinh, Tân Hưng Thuận, Quận 12, Thành phố Hồ Chí Minh. hoạt động ngày 29/03/2007 tính đến nay được 16 năm.

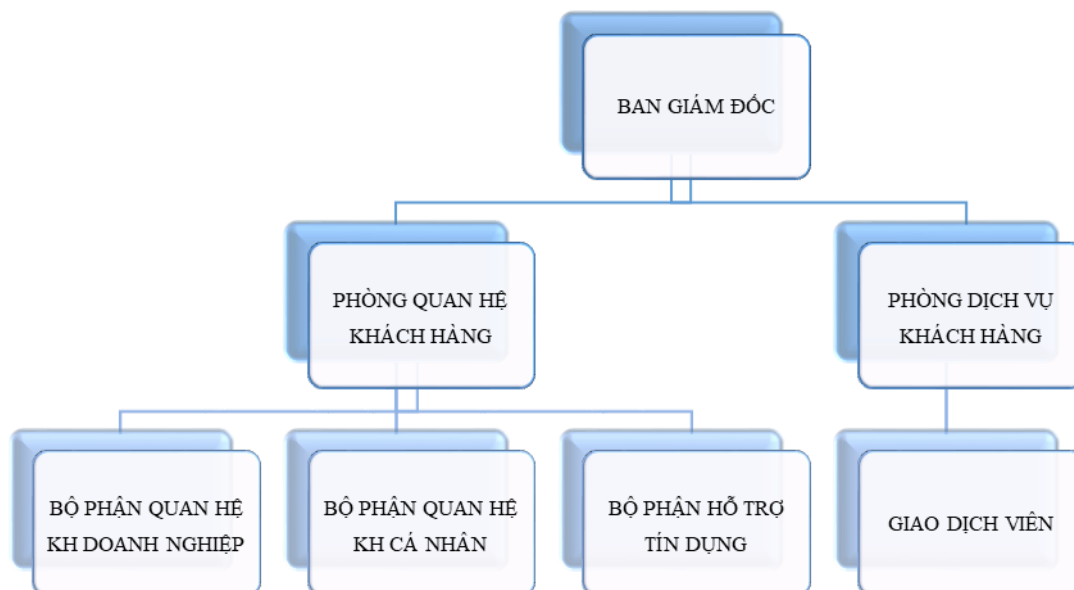
2.2.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân Đội – PGD Trường Chinh được thành lập và chính thức đi vào hoạt động vào ngày 29/03/2007. Đây là một trong số Phòng giao dịch đầu tiên và được quản lý bởi Chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh. Chi nhánh Ngân hàng Quân Đội MB Hồ Chí Minh được thành lập vào năm 1996, và đây là chi nhánh đầu tiên của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội tại thành phố Hồ Chí Minh. NHQĐ chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh hiện đang tọa lạc tại 18B Cộng Hoà, phường 4, quận Tân Bình, TP.HCM. Với sự nỗ lực không ngừng đến từ phía các cán bộ công nhân viên, chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh đã đóng góp một phần lớn cho sự phát triển của hệ thống. Đồng thời, NHQĐ Hồ Chí Minh hiện là chi nhánh lớn nhất, là một trụ cột vững chắc cho ngân hàng ở khu vực phía Nam.

Ngân hàng Quân Đội MB Trường Chinh – PGD Trường Chinh có địa chỉ tại 318 Trường Chinh, Phường Tân Hưng Thuận, Quận 12, Thành phố Hồ Chí Minh. Thời gian gần đây, MB Trường Chinh đang dần khẳng định vị thế của mình ở khu vực phía Nam với các thành tích nổi bật và chứng tỏ được nỗ lực ngày càng hoàn thiện hơn của mình. Nhận thấy được vị trí địa lý thuận lợi khi giáp ranh với các Quận/Huyện như Tân Bình, Tân Phú, Bình Tân, Hóc Môn, Gò Vấp, MB Trường Chinh hiện đang tận dụng triệt để lợi thế này để có thể phụng sự tốt nhất đến khách hàng của mình.

Với thâm niên 16 năm hoạt động của mình, MB Trường Chinh có thể tự tin hơn với các thành tích nổi bật đóng góp xây dựng phát triển NHQĐ như: Đạt chất lượng dịch vụ vượt trội trong chương trình “Đại sứ chất lượng dịch vụ mùa 2020”, Tập thể Lao động tiêu biểu năm 2021, Đơn vị có tỷ lệ chuyển dịch số tốt nhất năm 2021,...

2.2.2. Sơ đồ tổ chức



Sơ đồ 1: Sơ đồ tổ chức các phòng ban của MB Bank – PGD Trường Chinh

2.2.3. Chức năng và nhiệm vụ các phòng ban

Giám Đốc: Giám đốc có nhiệm vụ quản lý và điều hành mọi hoạt động của chi nhánh, hướng dẫn chỉ đạo thực hiện đúng chức năng nhiệm vụ và phạm vi hoạt động của cấp trên giao. Quyết định những vấn đề liên quan đến tổ chức, bổ nhiệm, bãi nhiệm, khen thưởng và kỷ luật... Xử lý kiến nghị với các cấp có thẩm quyền, xử lý các tổ chức hoặc cá vi phạm. Đại diện chi nhánh ký kết các hợp đồng với khách hàng

Phó Giám Đốc: Thực hiện nhiệm vụ giúp Giám Đốc quản lý, điều hành hoạt động của ngân hàng theo sự phân công của Giám Đốc. Bên cạnh đó, chủ động triển khai, thực hiện nhiệm vụ được giao, chịu trách nhiệm trước Giám Đốc về kết quả hoạt động.

Phòng Khách hàng doanh nghiệp: Tổ chức, quản lý và thực hiện nghiệp vụ cấp tín dụng, bảo lãnh đối với khách hàng bao gồm các nghiệp vụ cho vay, cầm cố, chiết khấu, bảo lãnh và cam kết thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến thanh toán thư tín dụng, nhờ thu theo quy định của MB, quản lý rủi ro trong kinh doanh. Quản lý, phát triển và cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng doanh nghiệp. Thực hiện công tác kinh doanh ngoại tệ, dịch vụ thanh toán quốc tế cho khách hàng doanh nghiệp. Phòng này được chia ra làm 2 phòng nhỏ

+ *Phòng SME:* Phòng này sẽ tập trung vào thiết lập mối quan hệ với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thực hiện các giao dịch hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ.

+ *Phòng CIB:* Phụ trách các giao dịch với các doanh nghiệp lớn và rất lớn (vốn trên 1000 tỷ).

Phòng Khách hàng cá nhân: Tổ chức quản lý và thực hiện các nghiệp vụ đối với khách hàng cá nhân bao gồm các nghiệp vụ cho vay, tiền gửi, bảo lãnh, cam kết, quản lý các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng cá nhân.

Phòng dịch vụ khách hàng: Thực hiện quản lý tài chính, quản lý tài sản chi nhánh. Tổ chức công tác hạch toán, công tác cân đối vốn. Thực hiện các giao dịch tài sản như huy động vốn, các nghiệp vụ liên quan phát sinh, tiếp nhận các ý kiến hay nhu cầu của khách hàng, tư vấn khách hàng đến giao dịch tài sản.

Phòng bán hàng: Xây dựng chiến lược kinh doanh đối với từng sản phẩm, dịch vụ để thu hút được khách hàng.

Phòng HUB Tài sản: Nhiệm vụ là nhận tài sản và cập nhật thông tin lên hệ thống các tài sản mà ngân hàng nhận. Thực hiện ký và giải quyết hồ sơ về tài sản.

2.3. Kết quả kinh doanh tại ngân hàng TMCP Quân đội – PGD Trường Chinh (2020 – 2022)

2.3.1. Phân tích doanh thu của MB – PGD Trường Chinh (2020 – 2022)

Doanh thu là một trong những chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Trong những năm qua, MB Bank – PGD Trường Chinh ngày một phát triển. Không những thế mà công tác huy động vốn, sử dụng vốn

cũng được chú trọng không kém, nhiều hình thức tiếp cận khách hàng, chiêu thị khách hàng đến với Ngân hàng được đẩy mạnh, công tác đào tạo nhân viên được chú trọng đã tạo điều kiện để Ngân hàng hòa nhập vào xu hướng phát triển chung và tăng khả năng cạnh tranh với các Ngân hàng đối thủ.

Tình hình doanh thu theo từng hoạt động của Ngân hàng được thể hiện qua bản dưới đây:

ĐVT: Triệu đồng

Khoản mục	2020	2021	2022	So sánh (21/20)		So sánh (22/21)	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Thu lãi tiền gửi và cho vay	126.482	163.467	229.260	36.985	29,24	65.793	40,25
+Thu từ lãi cho vay	126.027	162.936	228.487	36.909	29,29	65.551	41,15
+Thu từ lãi tiền gửi	455	531	773	76,00	16,70	241,50	45,48
Thu từ các khoản phí và dịch vụ	186,67	301,15	452,91	114,48	61,33	151,76	50,39
Lãi thuần từ kinh doanh ngoài tệ	36,91	43,12	55,59	6,21	16,83	12,47	28,91
Thu nhập khác	9.252	11.556	14.181	2.304	24,90	2.625	22,72
Tổng thu nhập	135.958	175.367	243.950	39.410	28,99	68.582	39,11

Bảng 1: Doanh thu theo từng hoạt động của Ngân hàng năm 2020-2022

(Nguồn: Phòng kế toán)

Trong 3 năm qua, nền kinh tế đã có nhiều biến động, đặc biệt là năm 2020 được xem là một năm của những khó khăn và thách thức lớn đối với kinh tế thế giới nói chung, trong đó có Việt Nam. Kinh tế thế giới được dự báo suy thoái nghiêm trọng nhất trong lịch sử, tăng trưởng của các nền kinh tế lớn đều giảm sâu do ảnh hưởng tiêu cực của dịch Covid-19. Và năm 2022, môi trường kinh doanh phục hồi sau đại dịch Covid-19, tuy nhiên còn tồn tại nhiều khó khăn từ xung đột chính trị tại các nước lớn (chiến tranh Nga – Ukraina) gây áp lực lên nguồn cung năng lượng và lạm phát toàn cầu. Tuy vậy, MB Bank vẫn đạt kết quả tích cực với việc duy trì tăng trưởng.

Qua bảng số liệu trên, thu nhập của MB Bank có sự gia tăng đáng kể qua các năm. Năm 2020, tổng thu nhập MB Bank đạt được 135.958 triệu đồng, sang năm 2021, MB Bank – PGD Trường Chinh phát triển bất chấp ảnh hưởng đại dịch với doanh thu đạt 175.367 triệu đồng, tỷ lệ tăng là 28,99% (hay 39.410 triệu đồng) so với năm 2020. MB Bank cũng là ngân hàng đi đầu trong hoạt động chia sẻ, hỗ trợ khách hàng bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, đồng thời, Ngân hàng đã phải cắt giảm chi phí, tiết giảm lợi nhuận hơn để triển khai hiệu quả các giải pháp hỗ trợ tín dụng cho khách hàng như cơ cấu lại thời hạn trả nợ, giữ nguyên nhóm nợ, giảm lãi suất cho vay, phí dịch vụ... Đến năm 2022, tổng doanh thu đạt 243.950 triệu đồng, tăng 39,11% (hay 68.582 triệu đồng) so với năm trước. Đạt được kết quả trên là nhờ Ngân hàng đã nỗ lực thu hồi và xử lý nợ quá hạn hiệu quả, góp phần nâng cao kết quả hoạt động, mang lại nguồn thu cho ngân hàng.

Ta xem xét từng khoản mục của chi nhánh căn cứ vào biểu đồ sau:

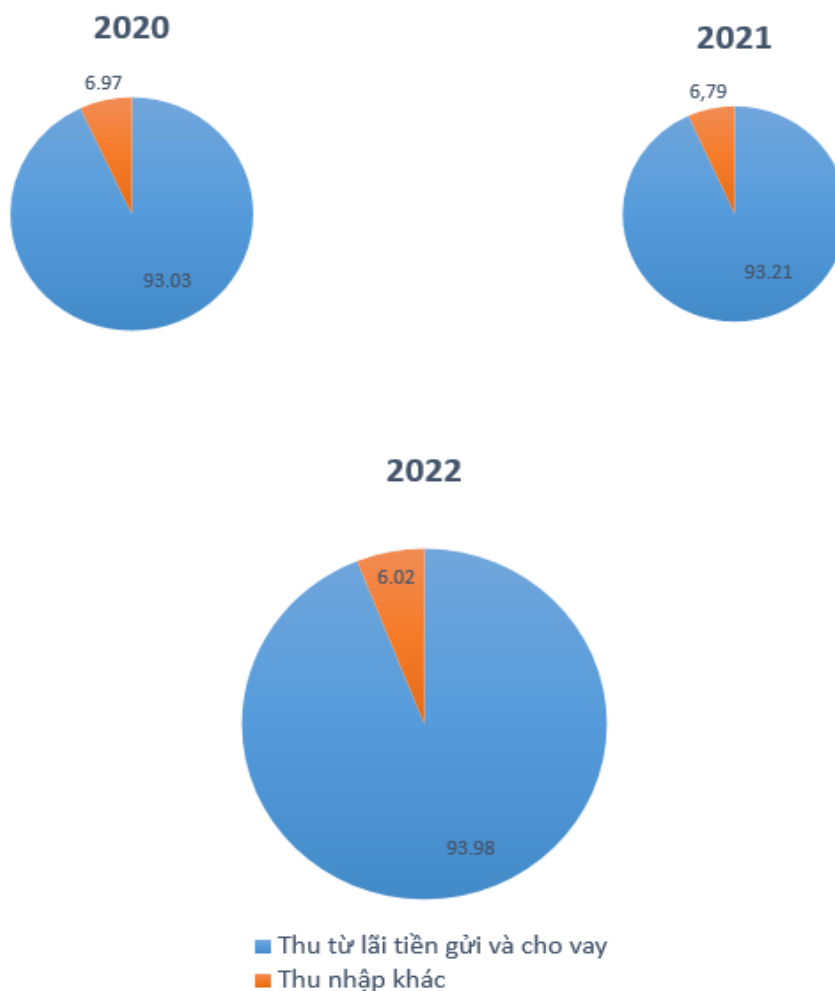
DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2020		2021		2022	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
1. Thu lãi tiền gửi và cho vay	126.482	93,03%	163.467	93,21%	229.260	93,98%
+ Thu từ lãi cho vay	126.027	92,70%	162.936	92,91%	228.487	93,66%

+ Thu lãi tiền gửi	455	0,33%	531	0,30%	773	0,32%
2. Thu nhập khác	9.476	6,97%	11.900	6,79%	14.690	6,02%
TỔNG THU NHẬP	135.958	100%	175.367	100%	243.950	100%

Bảng 2: Tỷ trọng từng khoản mục thu nhập của MB Bank –PGD Trường Chinh giai đoạn 2020-2022

(Nguồn: Phòng kế toán)



Biểu đồ 1: Cơ cấu thu nhập của MB Bank – PGD Trường Chinh giai đoạn 2020-2022

Từ bảng 2 ta thấy, khoản thu nhập chính trong cơ cấu thu nhập của Ngân hàng là thu nhập từ tiền lãi gửi và cho vay. Đặc biệt, khoản thu từ lãi cho vay chiếm tỷ trọng cao nhất trong từng năm (cụ thể trên 90%). Khoản mục này tăng liên tục qua 3 năm 2020-2022. Thu nhập từ lãi cho vay năm 2020 đạt 126.027 triệu đồng, năm 2021 đạt 162.936 triệu đồng, tăng 36.909 triệu đồng so với năm 2020, tương đương tốc độ tăng là 29,29%. Đến năm 2022, con số này tăng lên 228.487 triệu đồng, tăng 65.551 triệu đồng tương đương 41,15% so với năm 2021.

Việc đẩy mạnh cho vay của Ngân hàng là một điều không dễ dàng, nhất là trong bối cảnh kinh tế đầy những khó khăn trong năm 2020. Các doanh nghiệp cũng chịu tác động từ dịch Covid-19, trong đó lãi suất cho vay chính là một trong những nguyên nhân làm suy giảm khả năng vay vốn của doanh nghiệp. Tuy nhiên, nhờ đưa ra những giải pháp kịp thời, cụ thể như tăng cường các dịch vụ chăm sóc khách hàng, mở rộng quan hệ với các cá nhân và tổ chức tín dụng, tư vấn miễn phí và chủ động trong công tác hỗ trợ lãi suất cho doanh nghiệp,.. Và kết quả đạt được là kết quả cho vay lại ở mức tương đối tốt, giúp Ngân hàng thu được nguồn thu từ hoạt động cho vay. Điều này góp phần làm cho kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng tiến triển khá tốt, từng bước mang lại lợi nhuận cho Ngân hàng.

Tóm lại, thông qua việc phân tích khái quát tình hình thu nhập tại MB Bank – PGD Trường Chinh ta thấy doanh thu của Ngân hàng tăng trưởng đều đặn qua các năm, trong đó hoạt động tín dụng vẫn là nguồn thu chủ yếu. Tuy số tiền thu từ hoạt động tín dụng tăng nhưng các khoản chi cho hoạt động tín dụng cũng tăng nhanh, điều này đòi hỏi Ngân hàng phải có giải pháp phù hợp để phát huy tối đa hiệu quả của nguồn vốn. Trong thu nhập thì các khoản thu về dịch vụ thanh toán của Ngân hàng còn chiếm tỷ trọng thấp nhưng vẫn có chiều hướng tăng lên. Vì vậy Ngân hàng cần phát huy hơn nữa những nguồn thu nhập này góp phần tích cực trong việc nâng cao thu nhập cho Ngân hàng.

2.3.2. Phân tích chi phí của MB – PGD Trường Chinh (2020 – 2022)

Cùng với sự gia tăng của doanh thu, thì chi phí của MB Bank – PGD Trường Chinh cũng có chiều hướng tăng lên. Chi phí cũng là một phần chi tiêu phản ánh quy mô cũng như hiệu quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Tình hình chi phí theo từng hoạt động của Ngân hàng được thể hiện qua bản dưới đây:

DVT: Triệu đồng

Khoản mục	2020	2021	2022	So sánh (21/20)		So sánh (22/21)	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1. Chi phí trả lãi tiền vay và huy động vốn	76.206	97.610	146.539	21.404	28,09	48.930	50,12
2. Chi trả phí và dịch vụ	192	266	350	74	38,28	84	31,64
3. Chi phí nhân viên	7.419	8.829	9.336	1.410	19,01	507	5,74
4. Chi phí khấu hao	810	1.298	1.581	488	60,2	283	21,80
5. Chi phí dự phòng và bảo hiểm tiền gửi	9.324	12.356	14.832	3.032	32,51	2.477	20,04
6. Chi phí hoạt động khác	7.656	10.125	10.464	339	32,25	339	3,35
Tổng chi phí	101.607	130.483	183.102	28.876	28,42	52.620	40,32

Bảng 3: Chi phí theo từng hoạt động của Ngân hàng năm 2020-2022

(Nguồn: Phòng kế toán)

Qua bảng số liệu trên, chi phí của MB Bank tăng đều qua các năm. Tổng chi phí năm 2020 đạt 101.607 triệu đồng, năm 2021 đạt 130.483 triệu đồng, tăng 26.746 triệu đồng (tương đương 28,42%) so với năm 2020. Đến năm 2022, tổng chi phí tăng lên khá cao, đạt 183.102 triệu đồng, tăng 52.620 triệu đồng, tương đương 40,32% so với năm 2021. Năm 2022, do tình trạng lạm phát tăng cao do xung đột chính trị Nga – Ukraina dẫn đến việc thắt chặt tiền tệ, làm ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động Ngân hàng. Ngân hàng đã phải tăng lãi suất vay nên Ngân hàng cũng phải tăng lãi suất cho vay. Điều này khiến ngày càng ít các doanh nghiệp vay vốn vì lãi suất cho vay tăng cao làm ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Ngoài ra, do lãi suất tăng cao nên khả năng hoàn trả nợ của các con nợ bị hạn chế, việc thu nợ khó khăn hơn, các khoản nợ xấu gia tăng làm tăng khả năng rủi ro của Ngân hàng. Từ đó Ngân hàng càng trở nên khó khăn trong việc cho vay vốn, tiền không được mang ra sử dụng lưu thông trở thành những khoản tiền vô ích đã góp phần làm tăng chi phí cho Ngân hàng.

Ta xem xét từng khoản mục của chi nhánh căn cứ vào biểu đồ sau:

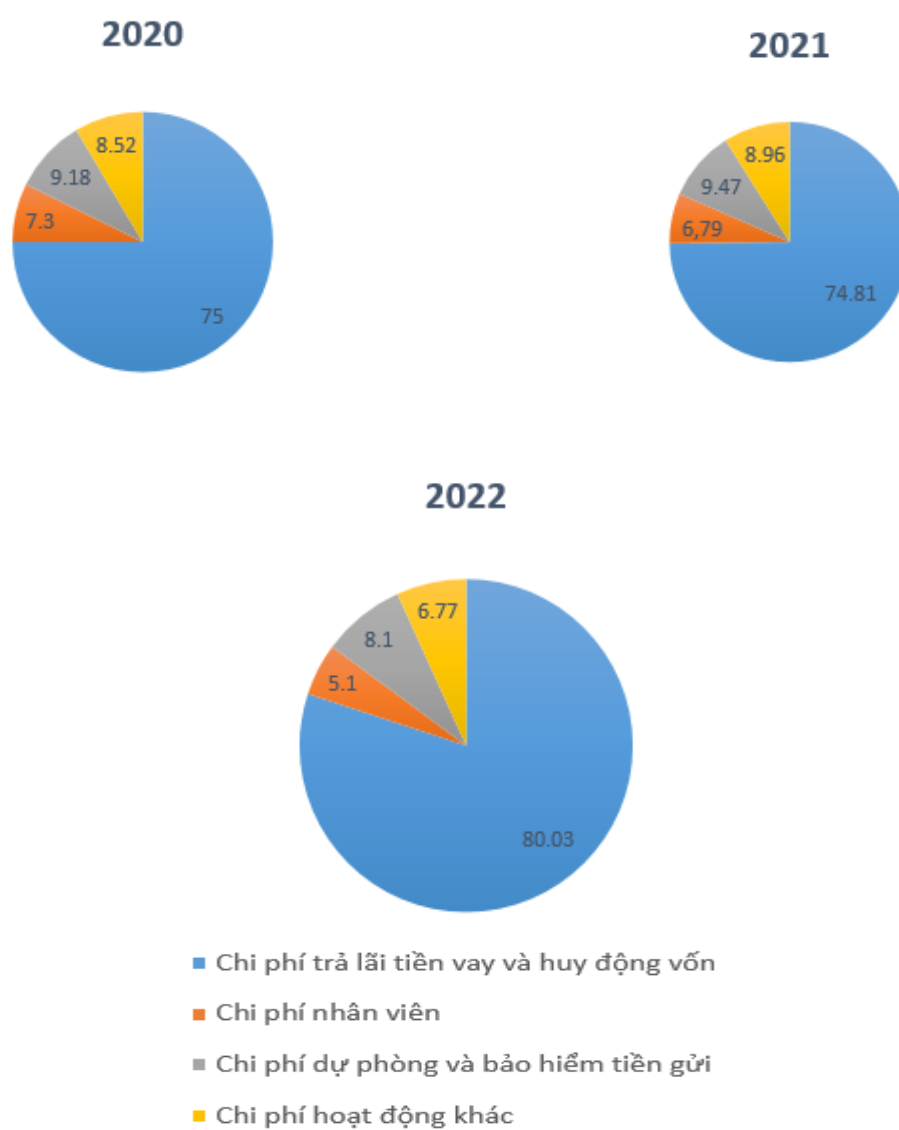
DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2020		2021		2022	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
1. Chi phí trả lãi tiền vay và huy động vốn	76.206	75,00%	97.610	74,81%	146.539	80,03%
2. Chi phí nhân viên	7.419	7,30%	8.829	6,77%	9.336	5,10%
3. Chi phí dự phòng và bảo hiểm tiền gửi	9.324	9,18%	12.356	9,47%	14.832	8,10%

4. Chi phí hoạt động khác	8.658	8,52%	11.688	8,96%	12.395	6,77%
TỔNG CHI	101.607	100%	130.483	100%	183.102	100%

Bảng 4: Tỷ trọng từng khoản mục chi phí của MB Bank – PGD Trường Chinh

(Nguồn: Phòng kế toán)



Biểu đồ 2: Cơ cấu chi phí của MB Bank – PGD Trường Chinh giai đoạn 2020-2022

Nhìn bảng số liệu ta thấy, chi phí trả lãi vay và huy động vốn chiếm tỷ trọng chủ yếu và có xu hướng tăng qua các năm. Năm 2020, chi phí trả lãi tiền vay và huy động vốn là 76.206 triệu đồng. Năm 2021 tiếp tục tăng lên đến 97.610 triệu đồng và đến năm 2022 đạt 146.539 triệu đồng. Nguyên nhân là do nguồn vốn Ngân hàng huy động được từ các tổ chức kinh tế và dân cư không đủ đáp ứng nhu cầu cho vay của Ngân hàng nên mức chi trả phí cho khoản mục này tăng cao. Nên Ngân hàng phải đi vay nhiều hơn từ các tổ chức tín dụng để đáp ứng nhu cầu cho vay của mình với mức lãi suất cao hơn so với lãi suất huy động. Vì vậy đã đẩy chi phí Ngân hàng lên cao.

2.3.3. Phân tích lợi nhuận của MB – PGD Trường Chinh (2020 – 2022)

Trong 3 năm 2020 – 2022, kết quả mà Ngân hàng đã được thể hiện rõ định hướng đúng trong hoạt động kinh doanh của NHTMCP Quân đội – PGD Trường Chinh. Kết quả hoạt động kinh doanh được đánh giá trong bối cảnh môi trường kinh doanh diễn biến phức tạp, phải cạnh tranh với các Ngân hàng thương mại khác trên cùng địa bàn. Để thấy rõ hơn kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng trong thời gian qua, ta xem xét bảng số liệu sau:

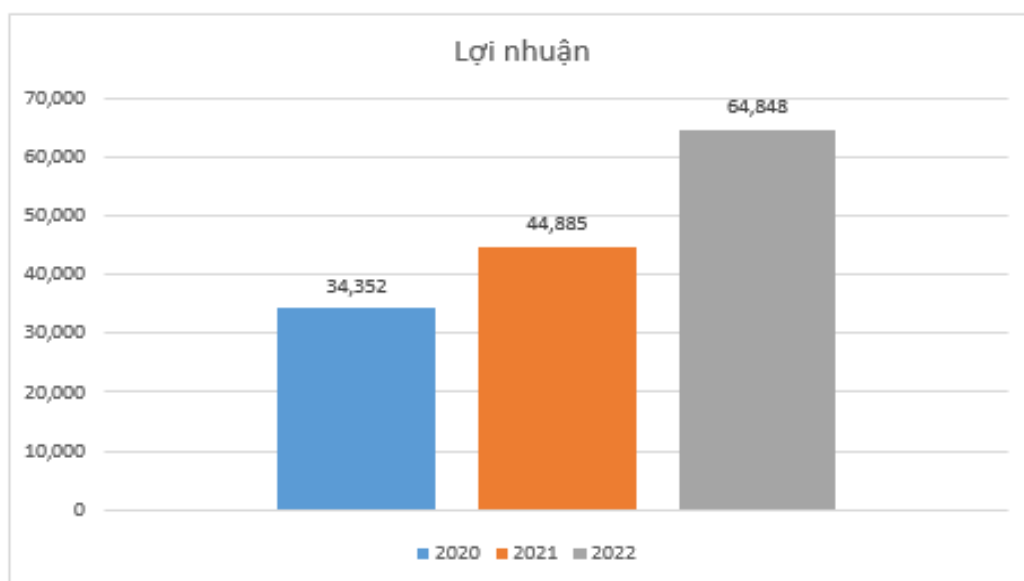
ĐVT: Triệu đồng

Khoản mục	2020	2021	2022	So sánh (21/20)		So sánh (22/21)	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Tổng thu nhập	135.958	175.367	243.950	39.410	28,99	68.582	39,11
Thu nhập lãi suất	126.027	162.936	228.487	36.909	29,29	65.551	40,15
Thu nhập ngoài lãi	9.931	12.431	15.462	2.501	25,18	3.031	24,38
Tổng chi phí	101.607	130.483	183.102	28.876	28,42	52.620	40,32

Chi phí lãi suất	76.206	97.610	146.539	21.404	28,09	78.930	80,86
Chi phí ngoài lãi	28.854	32.873	36.563	4.019	13,93	3.690	11,22
Lợi nhuận	34.351	44.885	60.848	10.534	30,66	15.963	38,90

Bảng 5: Lợi nhuận theo từng hoạt động của Ngân hàng năm 2020-2022

(Nguồn: Phòng kế toán)



Biểu đồ 3: Lợi nhuận của Ngân hàng giai đoạn 2020-2022

Nhìn bảng số liệu ta thấy, năm 2020, lợi nhuận MB Bank đạt được 34.351 triệu đồng và đến năm 2021 đạt 44.885 triệu đồng, lợi nhuận đã tăng lên 10.534 triệu đồng (tương đương 30,66%) so với năm 2020. Đến năm 2022, tiếp tục tăng lên đến 60.848 triệu đồng, tăng khoảng 15.963 triệu đồng (tương đương 38,90%) so với năm 2021.

Bên cạnh việc doanh thu của Ngân hàng tăng trưởng đều qua các năm nhưng lợi nhuận lại không quá cao là do chi phí mà Ngân hàng bỏ ra theo hằng năm cũng tăng theo. Năm 2020 đạt chi phí là 101.607 triệu đồng và tiếp tục tăng đến năm 2022 đạt 183.102 triệu đồng. Do Ngân hàng đẩy mạnh hoạt động tín dụng nên phải chi trả nhiều hơn cho lĩnh vực này nên chi phí ngày một tăng cao. Ngoài ra, ngân hàng còn có những khoản chi phí khác nhằm mục đích thu hút

khách hàng như chương trình khuyến mãi như: “Giới thiệu nhiều - nhận tiền triệu”, “Gửi tiết kiệm nhỏ, sẵn được quà to”,... Bên cạnh đó, Ngân hàng còn đẩy mạnh, mở rộng các hoạt động về dịch vụ như: dịch vụ thanh toán, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thẻ nên chi phí không ngừng tăng lên.

Tóm lại, hoạt động kinh doanh của Ngân hàng trong thời gian qua đạt hiệu quả khá tốt. Ngân hàng vẫn đạt lợi nhuận qua các năm. Vì bị ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng tài chính nói chung và những chính sách tài chính điều tiết, thắt chặt tiền tệ của Ngân hàng trung ương nói riêng. Ngân hàng đã hoạt động tốt và có hiệu quả trong điều kiện khó khăn nhất, đó là nhờ khả năng quản lý của ban lãnh đạo cùng với sự nỗ lực, cố gắng và tinh thần đoàn kết của nhân viên trong Ngân hàng. Để có thể phục vụ tốt hơn và đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu của mỗi khách hàng, mỗi nhân viên đã phải tìm ra được giải pháp hiệu quả nhất, an toàn nhất cho hoạt động kinh doanh cho Ngân hàng mình. Tạo động lực thúc đẩy hiệu quả sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp và cá nhân ngày càng nâng cao, góp phần thúc đẩy nền kinh tế địa phương phát triển.

2.4. Phân tích các chỉ tiêu tài chính cơ bản

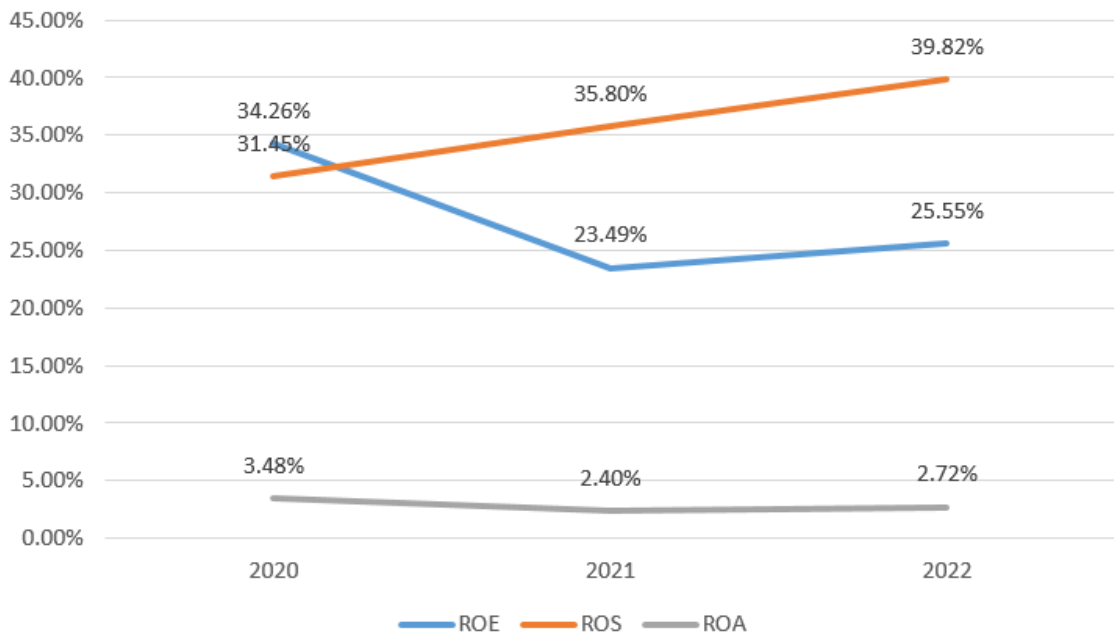
2.4.1. Chỉ tiêu sinh lợi

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2020	2021	2022
ROE (LNST/VCSH)	%	34,26	23,49	25,55
ROS (LNST/Doanh thu thuần)	%	31,45	35,80	39,82
ROA (LNST/Tổng tài sản)	%	3,48	2,40	2,72

Bảng 6: Nhóm các chỉ tiêu sinh lợi của Ngân hàng TMCP Quân đội – PGD

Trường Chinh giai đoạn 2020 - 2022

(Nguồn: Phòng kế toán)



Biểu đồ 4: Biểu đồ thể hiện các chỉ tiêu sinh lợi

Các chỉ tiêu sinh lợi như ROS, ROE, ROA được coi là thước đo hiệu quả đầu tư của Ngân hàng hay hiệu quả kinh doanh của một đồng tài sản.

Năm 2020, ngân hàng có tỷ số ROE lớn nhất là 34,26%, nghĩa là 100 đồng góp vốn vào ngân hàng ta sẽ được 34,26 đồng lợi nhuận. đến năm 2021, tỷ số ROE giảm còn 23,49%. Nhưng đến năm 2022, ngân hàng tăng lên 25,55%, nghĩa là 100 đồng góp vốn sẽ được lợi nhuận là 25,55 đồng.

Tỷ suất sinh lời trên doanh thu thuần của ngân hàng trong giai đoạn 2020-2022, tỷ số ROS của ngân hàng đều lớn hơn 0. Năm 2020 tỷ số ROS là 31,45% và tiếp tục tăng đến năm 2022 là 39,82%.

Tỷ số ROA cho biết khả năng sinh lời từ 100 đồng tài sản đầu tư và phản ánh hiệu quả của việc quản lý, sử dụng vốn của ngân hàng. Theo bảng trên, tỷ số ROA tăng giảm không đều. Năm 2020, có tỷ số cao nhất là 3,48%, tức là 100 đồng tài sản mà ngân hàng bỏ ra sẽ tạo được 3,48 đồng. Năm 2021, có 2,4%, giảm 1,08% so với năm 2020. Nhưng đến năm 2022, tỷ số ROA tăng lên 2,72%, tăng 0,32% so với năm 2021. Mặc dù tỷ số của cả 3 năm đều dương, tức là ngân hàng có lãi, nhưng rất ít vì các tỷ số nhỏ hơn 10%, vậy nên cần lưu ý trong việc sử dụng và quản lý sao cho hiệu quả.

2.4.3. Các chỉ số quản trị nợ

2.4.3.1. Tỷ số nợ trên tổng tài sản

Tỷ số quản trị nợ là một chỉ số quan trọng để đánh giá khả năng về tài chính của ngân hàng, cho biết mức độ an toàn tài chính cao hay thấp.

Chỉ tiêu	2020	2021	2022
Nợ phải trả	2.224.413	2.723.272	3.244.596
Tổng tài sản	2.474.911	3.035.702	3.642.662
Tỷ số nợ / tổng tài sản	0,90	0,897	0,890

**Bảng 6: Nhóm chỉ số nợ của Ngân hàng TMCP Quân đội – PGD Trùng
Chinh giai đoạn 2020 – 2022**

(Nguồn: Phòng kế toán)

Theo kết quả tính được, ta thấy tỷ số nợ trên tổng tài sản của năm 2020 là 0,90 nghĩa là cơ cấu tài sản của ngân hàng cứ 1 đồng thì có 0,90 đồng từ vốn vay, con số này giảm xuống đến năm 2022 còn 0,890. Mặc dù tỷ số của ngân hàng trong 3 năm vẫn dưới 1, nhưng ngân hàng vẫn cần hạn chế để không gặp rủi ro.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Qua chương 2, chúng ta đã có cái nhìn tổng quan hơn về kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân đội – PGD Trường Chinh, qua các báo cáo tài chính, các chỉ tiêu đánh giá, cho thấy tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng ổn định. Các chỉ tiêu sinh lợi của ngân hàng khá ổn định. Tuy nhiên chỉ tiêu nợ đang khá cao, ngân hàng cần chú ý nhiều hơn để đảm bảo an toàn tài chính.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – PGD TRƯỜNG CHINH

3.1. Điểm mạnh và điểm yếu

3.1.1. Điểm mạnh

Vị trí: MB Bank - PGD Trường Chinh tọa lạc tại Quận 12, nằm gần kề trung tâm thành phố, không những là nơi tập trung nhiều công ty và doanh nghiệp mà còn là nơi tập trung đông dân cư, xuất hiện nhiều loại hình hoạt động như chợ, siêu thị, trường học, nhà sách,... và đa dạng khách hàng. Đây là một trong những yếu tố giúp cho Ngân hàng có lượng khách hàng lớn đến giao dịch, có khả năng tiếp xúc với nhiều đối tượng khách hàng, tạo lợi nhuận cho Ngân hàng trong công tác huy động vốn và cho vay đối với các thành phần kinh tế.

Uy tín: MB Bank - PGD Trường Chinh đã tồn tại được ở Thành phố Hồ Chí Minh gần 16 năm, do đó Ngân hàng có số lượng lớn khách hàng truyền thống và ổn định. Sự hiểu biết của khách hàng đối với Ngân hàng ngày càng rõ ràng, niềm tin mà Ngân hàng tạo cho khách hàng ngày càng được nâng cao. Đây chính là yếu tố thuận lợi của MB Bank - PGD Trường Chinh so với các Ngân hàng khác cùng khu vực, đặc biệt là với các Ngân hàng còn non trẻ. Sự hiểu biết rõ ràng đối với khách hàng là điều kiện thuận lợi để Ngân hàng thực hiện hoạt động tín dụng và thuận lợi cho việc đánh giá và quyết định cho vay.

Một đội ngũ nhân viên lâu năm, có nhiều kinh nghiệm chuyên môn trong việc liên hệ, thu hút khách hàng. MB Bank – PGD Trường Chinh luôn đặt vấn đề đào tạo và phát triển nhân viên lên hàng đầu. Ngân hàng sẽ có lịch đào tạo với từng nhân viên, những nhân viên này thường xuyên được đào tạo để nâng cao chất lượng nghiệp vụ, chuyên môn và thích ứng với tình hình thị trường mới. Ngoài ra, Ngân hàng còn có lực lượng lao động trẻ, năng động, sáng tạo và siêng năng giúp nâng cao hiệu quả công việc.

MB Bank – PGD Trường Chinh có tập khách hàng ổn định là các doanh nghiệp lớn, vừa và nhỏ: Cổ đông lớn nhất của MB là tập đoàn Viettel

với 14,1% cổ phần. Một doanh nghiệp quân đội khác là Tân Cảng Sài Gòn sở hữu 7,14%, tiếp theo là công ty Trực thăng Việt Nam thuộc bộ Quốc phòng sở hữu 7,39%, công ty TNHH Nhà nước MTV Thương mại và Xuất nhập khẩu Viettel sở hữu 3,05%.

Ngoài những cổ đông quân đội, Tổng công ty đầu tư và kinh doanh vốn Nhà nước SCIC cũng sở hữu 9,34%. Nếu tính cả tổ chức lớn lớn thì nhà đầu tư tổ chức nắm giữ gần 60 cổ phần của tổ chức tín dụng này. Thông qua cơ cấu cổ đông này, MB Bank – PGD Trường Chinh có tập khách hàng ổn định đến từ doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, MB Bank – PGD Trường Chinh mở rộng sang cả khách hàng bán lẻ. Mảng kinh doanh này đã thúc đẩy tốc độ tăng trưởng khách hàng cá nhân đạt mức 40-50/ năm trong vài năm gần đây.

Với chiến lược cân bằng này, hoạt động kinh doanh và thu nhập lãi thuần của MB Bank – PGD Trường Chinh có những kết quả đáng kinh ngạc. Thu nhập lãi thuần năm 2021 của nhà băng này có quy mô gấp 311 lần năm 2003. Lợi nhuận trước thuế cũng gấp 228 lần so với trước đó.

Tỷ lệ tiền gửi không kỳ hạn trên tổng tiền gửi khách hàng (CASA) lớn: Nâng cao tỷ lệ tiền gửi không kỳ hạn trên tổng tiền gửi khách hàng (CASA) – loại tiền gửi có mức lãi suất thấp nhất, trung bình khoảng từ 0,1%- 0,8%/năm, được xem là một trong những giải pháp làm giảm chi phí vốn tối ưu. Tỷ lệ này càng cao thì chứng tỏ ngân hàng càng huy động được nhiều nguồn vốn nhàn rỗi. Từ đó, góp phần cải thiện tỷ lệ thu nhập lãi thuần. Mặt khác, tỷ lệ trên cũng gián tiếp phản ánh hiệu quả của chính sách phát triển sản phẩm, dịch vụ tiện ích trong thu hút và tạo nền tảng khách hàng.

3.1.2. Điểm yếu

Bên cạnh các thế mạnh trên, Ngân hàng cũng phải đối mặt với không ít các khó khăn:

Nợ xấu tăng: Cụ thể, trong những tháng đầu năm 2022, nợ xấu của MB Bank –PGD Trường Chinh là 4.130 tỷ đồng – tăng lên 862 tỷ (tương ứng 26,4%).

Tỷ lệ nợ xấu trên dư nợ cho vay đến ngày 31/3/2022 tương ứng tăng từ 0,9 lên 0,99%.

Thời điểm cuối quý 2, nợ xấu của MB Bank – PGD Trường Chinh đã gấp tới 52 lần so với thời điểm đầu năm lên mức 4.975 tỷ đồng. Trong đó nợ nhóm 5 tăng gấp 2,2 lần, từ 819 tỷ đồng đầu năm lên đến 1.826 tỷ đồng. Nợ nhóm 3 và nhóm 4 cũng tăng lần lượt tương ứng là 38% và 15%. Tỷ lệ nợ xấu nhích từ 0,9 từ đầu năm lên mức 1,2%.

Tăng trưởng thu nhập dịch vụ của MB Bank – PGD Trường Chinh đang có xu hướng chậm lại: Tăng trưởng thu nhập dịch vụ của MB Bank – PGD Trường Chinh đang có xu hướng chậm lại, giảm xuống còn 24,3% so với cùng kỳ trong cả năm và là mức thấp hơn nhiều so với kỳ vọng ngân hàng lúc đầu là 50%. Trong đó, thu nhập ròng từ bảo hiểm chỉ tăng 33,9% so với cùng kỳ (thấp hơn nhiều so với mức tăng vọt 368 lần so với cùng kỳ trong năm 2018), đạt 1.788 tỷ đồng, tương đương 56,%1 thu nhập dịch vụ.

3.2. Giải pháp

3.2.1. Giải pháp về tình hình cho vay

Ngân hàng cũng phải nỗ lực tìm kiếm những phương pháp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn thì ngoài việc áp dụng những biện pháp linh hoạt, hấp dẫn vốn để huy động thêm vốn nhiều. Ngân hàng cần có những biện pháp phù hợp giữa việc huy động và sử dụng vốn để làm tăng doanh thu và lợi nhuận, tăng hiệu quả hoạt động.

- Tìm hiểu mong muốn và giải quyết những mong muốn, duy trì mối quan hệ với các khách hàng truyền thống. Việc cho vay phải linh hoạt dựa trên nhu cầu của khách hàng mà pháp luật thông cảm.

- Mở rộng khách hàng mới thuộc mọi tầng lớp.

- Đối với những khách hàng có những khoản vay lớn hoặc những khách hàng mới lần đầu vay, nhân viên cần hỗ trợ, phải tiến hành chọn lọc phù hợp, xem xét kỹ và đánh giá chính xác phương án sản xuất kinh doanh của khách hàng. Trong suốt quá trình cho vay, Ngân hàng cần thường xuyên kiểm tra, giám sát việc sử dụng vốn vay của họ.

3.2.2. Tăng cường rủi ro tín dụng

3.2.2.1. Ngăn ngừa rủi ro tín dụng

Trong hoạt động kinh doanh Ngân hàng, rủi ro trong hoạt động tín dụng là điều khó tránh khỏi. Trong hoạt động sản xuất kinh doanh của người vay vốn thường phát sinh ra rủi ro trong hoạt động tín dụng, mà trong thương trường thì rủi ro đối với hoạt động kinh tế là thông thường xảy ra. Sau đây là những cách ngăn ngừa rủi ro tín dụng:

- Phân tán dư nợ: Bằng hình thức như cho nhiều khách hàng vay, cho nhiều thành phần kinh tế vay, cho vay từ nhiều vùng miền khác nhau, giới hạn số tiền vay... Ngoài ra, Ngân hàng cũng phải thận trọng trước khi cho vay đối với các khách hàng hoạt động trong lĩnh vực có mức độ rủi ro cao như kinh doanh bất động sản, các dịch vụ giải trí...

- Về đồng tài trợ: Đối với những dự án lớn, Ngân hàng cần có nhiều Ngân hàng đối tác tham gia tài trợ và đồng quản lý vốn cho vay. Khi nền kinh tế phát triển thì đòi hỏi Ngân hàng cần phải hợp tác chặt chẽ với Ngân hàng đối tác. Đồng thời, sự hợp tác, liên kết này cũng có thể giúp phân tán rủi ro, ngăn chặn những rủi ro lớn vào Ngân hàng, làm ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Tuy nhiên, Ngân hàng chỉ nên cung cấp dịch vụ đồng tài trợ cho khách hàng trong ngành xây dựng, vì hình thức này có thể ảnh hưởng đến uy tín của Ngân hàng và là cơ hội khiến khách hàng bị hấp dẫn, thu hút hơn bởi Ngân hàng đối thủ.

3.2.2.2. Phân tích kỹ về khách hàng trước khi cho vay

Việc sử dụng báo cáo tài chính không chính xác, không hoặc chưa có chiến lược kinh doanh lâu dài sẽ làm ảnh hưởng đến việc thu nợ của Ngân hàng. Vì vậy trong thời gian tiếp theo, Ngân hàng cần xem xét, phân tích, đánh giá về khách hàng kỹ hơn trước khi quyết định cho vay. Trong thời gian đó cần chú ý những nội dung sau:

- Năm bắt kỹ thông tin về khách hàng: việc này sẽ giúp cho Ngân quản lý tốt được khách hàng. Để có thể nắm bắt thông tin về khách hàng có các cách sau:

- Thu thập thông tin qua báo cáo tài chính của khách hàng, tốt nhất là báo cáo tài chính đã được kiểm toán
 - Liên kết với những Ngân hàng khác trong việc chia sẻ thông tin của khách hàng cho nhau, điều này cũng sẽ giúp Ngân hàng tránh hiện tượng đảo nợ.
- Phân tích đánh giá khách hàng cần tập trung kỹ hơn các mặt sau:
- + Yêu cầu khách hàng phải có chiến lược kinh doanh dài hạn, xem xét kỹ về kế hoạch sử dụng vốn của khách hàng,
 - + Đánh giá kỹ sản phẩm, dịch vụ do khách hàng cung ứng: Sản phẩm, dịch vụ đó sẽ bán trên thị trường hiện tại và tương lai như thế nào, so sánh giá bán đối với sản phẩm cùng loại, xem xét khả năng cạnh tranh của các đối thủ.
 - + Để đánh giá thực trạng và tiềm năng về tình hình kinh doanh của đơn vị vay vốn, Ngân hàng phải đánh giá cơ sở vật chất, quy mô, kỹ thuật cũng như công nghệ của đơn vị nhằm xác định khả năng tồn tại và phát triển của đơn vị trong tương lai.
 - + Đánh giá tình trạng tài chính của khách hàng bao gồm việc đánh giá khả năng trả nợ của khách hàng để làm cơ sở ra quyết định cấp tín dụng. Nhân viên cho vay đánh giá hiệu quả tài chính hiện tại của khách hàng và khả năng trả nợ trong tương lai dựa trên thông tin do khách hàng cung cấp và các nguồn khác, giúp cho Ngân hàng nắm rõ tình hình sản xuất kinh doanh cũng như khả năng chi trả của khách hàng.

KẾT LUẬN

Hiệu quả kinh tế là vấn đề được đặt lên trên hàng đầu đối với mỗi doanh nghiệp khi đứng trước sự phát triển của nền kinh tế trong và ngoài nước. Tuy nhiên, để có được kết quả kinh doanh như mong đợi, đòi hỏi các Ngân hàng không ngừng cố gắng hơn nữa, khắc phục khó khăn và hạn chế để vươn lên phát triển. Bằng chính nội lực của mình, MB Bank – PGD Trường Chinh đã vượt qua bao khó khăn, cạnh tranh khốc liệt giữa các Ngân hàng cùng địa bàn, những thử thách trong quá trình kinh doanh,... để đạt được thành quả như ngày hôm nay đều là nhờ cố gắng, phấn đấu của cả tập thể nhân viên Ngân hàng. Nhờ vậy Ngân hàng đã tạo được uy tín đối với khách hàng và số người giao dịch tại Ngân hàng ngày một tăng lên.

Qua quá trình phân tích kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng, có thể đưa ra các kết luận sau:

❖ Về tình hình nguồn vốn: Cơ cấu nguồn vốn của Ngân hàng tăng qua từng năm, đặc biệt là vốn huy động của Ngân hàng. Với tình hình này thì trong những năm tới vốn huy động sẽ tiếp tục tăng góp phần làm giảm chi phí lãi suất và làm tăng lợi nhuận của Ngân hàng.

❖ Về hoạt động kinh doanh: Lợi nhuận Ngân hàng tăng qua các năm. Bên cạnh đó thì chi phí tăng trưởng ở mức cao cũng đã làm hạn chế mức tăng trưởng của lợi nhuận. Nhìn chung thì tình hình hoạt động của Ngân hàng trong 3 năm qua diễn biến theo hướng tích cực, vẫn đạt được lợi nhuận ở mức cao.