

**BÁO CÁO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2010  
VÀ KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2011**

*Kính gửi: Đại hội đồng cổ đông Ngân hàng TMCP Nam Việt*

Sau khủng hoảng tài chính toàn cầu năm 2008, nền kinh tế Việt Nam vẫn còn phải đối mặt với quá nhiều khó khăn, thách thức từ môi trường vĩ mô toàn cầu lẫn những yếu kém, bất cập mang tính nội tại cần phải khắc phục trong điều hành phát triển kinh tế – xã hội. Những yếu kém và bất cập đã bộc lộ khá rõ thể hiện qua sự đình đốn trong hoạt động sản xuất kinh doanh, thị trường tài chính và thị trường bất động sản có tính thanh khoản kém, lãi suất biến động đầy bất ổn, sự mất giá liên tục của VND so với các đồng tiền chủ chốt khác,... Trong bối cảnh đó, để kiểm soát lạm phát, Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đã có sự chỉ đạo quyết liệt trong vấn đề kiểm soát tăng trưởng tín dụng của các ngân hàng thương mại. Mặt khác, do một số vướng mắc về thủ tục tăng vốn điều lệ (đến 11/11/2010 Ngân hàng mới hoàn thành thủ tục tăng vốn điều lệ lên 1,820 tỷ Đồng) nên trong suốt 10 tháng đầu năm 2010, Ngân hàng không thể thực hiện mục tiêu tăng trưởng theo kế hoạch vì đã đạt mức giới hạn tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu quy định tại Thông tư số 13/2010/TT-NHNN ngày 20/05/2010 của Ngân hàng Nhà nước. Trên cơ sở ý kiến chỉ đạo của Hội đồng quản trị, Navibank đã quyết định tạm gác mục tiêu tăng trưởng trong năm 2010 để tập trung cho mục tiêu củng cố hoạt động, quản lý rủi ro và nâng cao tính hiệu quả trong hoạt động kinh doanh.

**A. BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2010.**

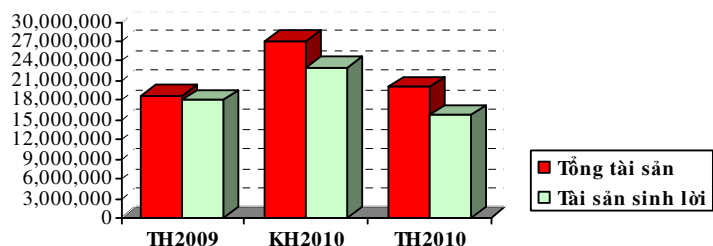
**I. MỘT SỐ CHỈ TIÊU TÀI CHÍNH CƠ BẢN.**

**1. Tổng tài sản.**

- Tổng tài sản của toàn Ngân hàng tính đến hết 31/12/2010 đạt 20,016,386 triệu Đồng, tăng 1,326,433 triệu Đồng (7.10%) so với năm 2009 (tăng chủ yếu là do nguồn vốn huy động từ cá nhân) và đạt 74.13% kế hoạch năm 2010. Tổng tài sản tăng trưởng không đáng kể so với năm 2009 do Ngân hàng đã đạt mức giới hạn tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu theo quy định tại Thông tư số 13/2010/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước tính trên mức vốn điều lệ 1,000,000 triệu Đồng trong suốt 10 tháng đầu năm 2010.
- Tài sản có sinh lời của toàn Ngân hàng tính đến hết 31/12/2010 đạt 15,681,442 triệu Đồng, chiếm 78.34% tổng tài sản. Tỷ trọng tài sản có sinh lời thấp do trong năm 2010 Ngân hàng đầu tư mua sắm tài sản cố định (tăng 682,000 triệu Đồng so với năm 2009), đồng thời tăng tiền gửi thanh toán tại các tổ chức tín dụng khác để đáp ứng nhu cầu thanh toán và đảm bảo về các tỷ lệ an toàn theo quy định. Chi tiết các khoản mục tài sản có sinh lời như sau:

STT	Khoản mục	Giá trị (triệu Đồng)	Tỷ trọng (%)
1	Tiền gửi có kỳ hạn tại các TCTD	2,499,705	15.94
2	Cho vay	10,766,555	68.66
3	Đầu tư thành lập công ty trực thuộc	47,000	0.30
4	Góp vốn liên doanh mua cổ phần	539,115	3.44

5	Đầu tư giấy tờ có giá	1,700,000	10.84
6	Tài sản khác	129,067	0.82



Tăng trưởng tổng tài sản

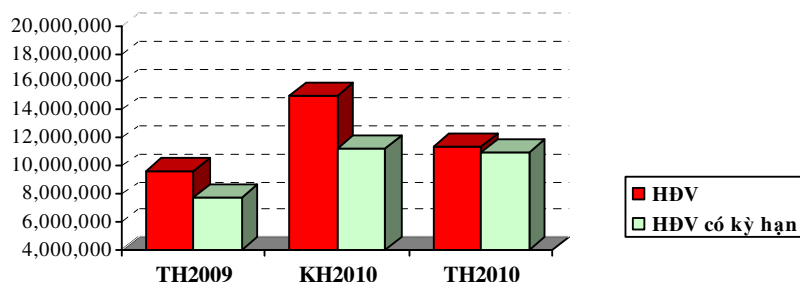
## 2. Vốn điều lệ.

- Vốn điều lệ của Ngân hàng tính đến hết 31/12/2010 đạt 1,820,235 triệu Đồng, tăng 820,235 triệu Đồng (82.02%) so với đầu năm, chiếm 9.09% tổng tài sản.

## 3. Hoạt động huy động vốn.

### a) Tăng trưởng huy động vốn.

- Nguồn vốn huy động từ cá nhân, tổ chức kinh tế và phát hành giấy tờ có giá đạt 11,410,495 triệu Đồng, tăng 890,170 triệu Đồng (8.46%) so với năm 2009 và đạt 60.69% kế hoạch huy động vốn năm 2010. Nguồn vốn tăng chủ yếu ở đối tượng khách hàng cá nhân (tăng 2,667,818 triệu Đồng) và huy động vốn có kỳ hạn chiếm 96.14% tổng nguồn vốn huy động.



Tăng trưởng huy động vốn

- Nguồn vốn huy động có kỳ hạn từ thị trường liên ngân hàng tính đến hết 31/12/2010 đạt 3,888,776 triệu Đồng.

### b) Cơ cấu nguồn vốn huy động.

- Nguồn vốn huy động tập trung ở kỳ hạn ngắn hạn (chiếm 71.59%) và khách hàng cá nhân bao gồm phát hành giấy tờ có giá (chiếm 54.01%). Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân chiếm tỷ trọng cao cho thấy thương hiệu Navibank ngày càng được nhiều người biết đến. Tuy nhiên, việc huy động vốn từ khách hàng cá nhân quá nhiều cũng tạo gánh nặng về chi phí trả lãi vì đa số khách hàng cá nhân đều gửi tiền có kỳ hạn với lãi suất cao.

Đơn vị tính: triệu Đồng

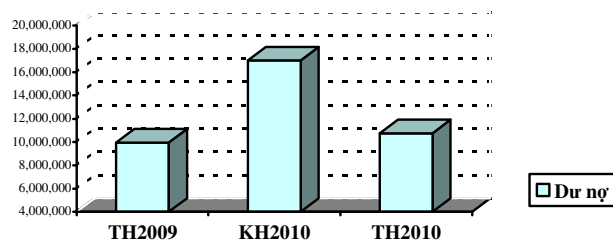
STT	Tiêu chí	Số dư	Tỷ trọng
<b>I</b>	<b>Nguồn vốn huy động</b>	<b>16,719,121</b>	<b>100.00%</b>
1	Cá nhân	8,341,677	49.89%
2	Tổ chức kinh tế	2,379,625	14.23%

3	Tổ chức tài chính, tín dụng	5,308,626	31.75%
4	Phát hành giấy tờ có giá	689,193	4.12%
<b>II</b>	<b>Thời hạn</b>	<b>16,719,121</b>	<b>100.00%</b>
1	Không kỳ hạn	1,860,656	11.13%
2	Ngắn hạn	11,968,447	71.59%
3	Trung dài hạn	2,890,019	17.29%
<b>III</b>	<b>Đơn vị</b>	<b>16,719,121</b>	<b>100.00%</b>
1	Sở giao dịch	11,559,901	69.14%
2	Chi nhánh Kiên Giang	385,463	2.31%
3	Chi nhánh Hà Nội	1,961,657	11.73%
4	Chi nhánh Hải Phòng	498,594	2.98%
5	Chi nhánh Đà Nẵng	513,444	3.07%
6	Chi nhánh Cần Thơ	167,962	1.00%
7	Chi nhánh Thừa Thiên Huế	487,054	2.91%
8	Chi nhánh Bình Dương	251,604	1.50%
9	Chi nhánh Tiền Giang	155,929	0.93%
10	Chi nhánh Bà Rịa – Vũng Tàu	149,399	0.89%
11	Chi nhánh Đồng Nai	292,821	1.75%
12	Chi nhánh Long An	136,756	0.82%
13	Chi nhánh Bắc Ninh	83,413	0.50%
14	Chi nhánh An Giang	24,049	0.14%
15	Chi nhánh Vĩnh Long	51,074	0.31%
<b>IV</b>	<b>Loại tiền tệ</b>	<b>16,719,121</b>	<b>100.00%</b>
1	VND	12,562,345	75.14%
2	Ngoại tệ	3,468,053	20.74%
3	XAU	688,723	4.12%

#### 4. Hoạt động tín dụng.

##### a) Tăng trưởng tín dụng.

- Tính đến 31/12/2010, tổng dư nợ tín dụng của toàn Ngân hàng đạt 10,766,555 triệu Đồng, tăng 806,947 triệu Đồng (8.10%) so với năm 2009 và đạt 63.33% kế hoạch năm 2010.



Tăng trưởng dư nợ tín dụng

- Tuy vậy, cơ cấu dư nợ đã có cải thiện đáng kể khi kiểm soát được tỷ trọng cho vay trung dài hạn trong năm 2010 chỉ còn 42.74% (tỷ trọng năm 2009 là 50.74%); gia tăng tỷ trọng cho vay USD từ 6.50% trong năm 2009 lên 12.65% trong năm 2010 để giảm bớt áp lực lên VND; khống chế tốt tỷ trọng cho vay liên quan đến lĩnh vực chứng khoán và bất động sản để tập trung qua lĩnh vực sản xuất kinh doanh theo chỉ đạo của Ngân hàng Nhà nước. Ngoài ra, Ngân hàng còn được Ngân hàng Nhà nước đánh giá là

một trong những ngân hàng thương mại thực hiện tốt việc cho vay theo dự án JICA (cho vay từ nguồn vốn tài trợ của Nhật Bản nhằm giúp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ phát triển tại Việt Nam).

b) *Cơ cấu dư nợ tín dụng.*

- Dư nợ tín dụng ngắn hạn chiếm 57.26% tổng dư nợ và tập trung chủ yếu ở đối tượng tổ chức kinh tế (chiếm 64.39%).

*Đơn vị tính: triệu Đồng*

STT	Tiêu chí	Số dư	Tỷ trọng
<b>I</b>	<b>Dư nợ tín dụng</b>	<b>10,766,555</b>	<b>100.00%</b>
1	Cá nhân	3,833,778	35.61%
2	Tổ chức kinh tế	6,932,777	64.39%
3	Tổ chức tín dụng	0	0.00%
<b>II</b>	<b>Thời hạn</b>	<b>10,766,555</b>	<b>100.00%</b>
1	Ngắn hạn	6,165,442	57.26%
2	Trung dài hạn	4,601,113	42.74%
<b>III</b>	<b>Đơn vị</b>	<b>10,766,555</b>	<b>100.00%</b>
1	Sở giao dịch	5,921,179	55.00%
2	Chi nhánh Kiên Giang	623,139	5.79%
3	Chi nhánh Hà Nội	924,395	8.59%
4	Chi nhánh Hải Phòng	972,156	9.03%
5	Chi nhánh Đà Nẵng	413,126	3.84%
6	Chi nhánh Cần Thơ	231,304	2.15%
7	Chi nhánh Thừa Thiên Huế	115,231	1.07%
8	Chi nhánh Bình Dương	239,692	2.23%
9	Chi nhánh Tiền Giang	181,488	1.69%
10	Chi nhánh Bà Rịa – Vũng Tàu	227,576	2.11%
11	Chi nhánh Đồng Nai	201,537	1.87%
12	Chi nhánh Long An	378,500	3.52%
13	Chi nhánh Bắc Ninh	98,720	0.92%
14	Chi nhánh An Giang	93,330	0.87%
15	Chi nhánh Vĩnh Long	145,183	1.35%
<b>IV</b>	<b>Loại tiền tệ</b>	<b>10,766,555</b>	<b>100.00%</b>
1	VND	9,332,276	86.68%
2	Ngoại tệ	1,362,234	12.65%
3	XAU	72,045	0.67%

c) *Chất lượng tín dụng.*

Xuất phát từ những khó khăn chung của nền kinh tế, nhiều doanh nghiệp đã gặp phải khó khăn về tài chính làm ảnh hưởng đến khả năng trả nợ đối với Ngân hàng. Nhận thức được những nguy cơ này, ngay từ đầu năm, Ngân hàng tiếp tục thực hiện hàng loạt các biện pháp mạnh, kiên quyết và liên tục nhằm kiểm soát chất lượng tín dụng. Trong đó, các biện pháp đôn đốc thu hồi nợ đến hạn, tập trung xử lý các khoản nợ xấu phát sinh, tái đánh giá chất lượng các khoản vay,... được Ngân hàng đặc biệt quan tâm. Với những nỗ lực đó, số dư nợ xấu tính đến cuối năm (nợ phân loại các nhóm 3, 4 và 5 theo quy định NHNN) của toàn Ngân hàng là 241,102 triệu Đồng, chiếm 2.24% tổng dư nợ, giảm 3,133 triệu Đồng so với năm 2009. Tỷ lệ nợ xấu của Ngân hàng vẫn nằm trong tỷ lệ an toàn mà Ngân hàng Nhà nước cho phép (nhỏ hơn 3%).

Đơn vị tính: triệu Đồng

STT	Đơn vị	TH2009		TH2010	
		Số dư	(%)	Số dư	(%)
1	Sở giao dịch	120,416	1.88	93,138	1.57
2	Chi nhánh Kiên Giang	8,493	1.51	12,666	2.03
3	Chi nhánh Hà Nội	76,434	8.66	50,509	5.46
4	Chi nhánh Hải Phòng	31,443	4.45	60,300	6.20
5	Chi nhánh Đà Nẵng	2,625	0.59	1,413	0.34
6	Chi nhánh Cần Thơ	2,910	1.06	9,394	4.06
7	Chi nhánh Thừa Thiên Huế	454	0.54	489	0.42
8	Chi nhánh Bình Dương	-	-	984	0.41
9	Chi nhánh Tiền Giang	-	-	789	0.43
10	Chi nhánh Bà Rịa – Vũng Tàu	-	-	1,777	0.78
11	Chi nhánh Đồng Nai	-	-	-	-
12	Chi nhánh Long An	1,289	1.97	3,089	0.82
13	Chi nhánh Bắc Ninh	172	1.97	1,751	1.77
14	Chi nhánh An Giang	-	-	4,803	5.15
15	Chi nhánh Vĩnh Long	-	-	-	-
<b>Toàn hệ thống</b>		<b>244,236</b>	<b>2.45</b>	<b>241,102</b>	<b>2.24</b>

## 5. Hoạt động đầu tư.

### a) Đầu tư tiền gửi trên thị trường liên ngân hàng.

- Tính đến thời điểm hết 31/12/2010, tổng số dư tiền gửi có kỳ hạn tại các tổ chức tín dụng khác đạt 2,499,705 triệu Đồng, chiếm 12.49% tổng tài sản.

### b) Đầu tư góp vốn, liên doanh, mua cổ phần.

- Trong năm 2010, Ngân hàng đã chuyển nhượng 90,000 triệu Đồng từ phần góp vốn mua cổ phần của Công ty CP năng lượng Sài Gòn – Bình Định, đồng thời góp vốn 90,000 triệu Đồng vào Công ty CP ĐTPT nhà máy điện Sài Gòn – Bình Thuận và góp vốn thêm 213,200 triệu Đồng vào Công ty cổ phần Đầu tư Sài Gòn.

- Các khoản đầu tư, góp vốn mua cổ phần của Ngân hàng tính đến hết 31/12/2010 là 586,115 triệu Đồng. Trong tổng số tiền đầu tư, góp vốn mua cổ phần, Ngân hàng góp vốn vào Công ty Quản lý nợ và khai thác tài sản Nam Việt Ngân hàng 47,000 triệu Đồng và góp vốn đầu tư dài hạn khác là 539,115 triệu Đồng, cụ thể:

Công ty CP Du lịch Sài Gòn – Qui Nhơn	: 5,000 triệu Đồng.
Công ty CP Địa Ốc Nam Việt	: 11,000 triệu Đồng.
Quỹ đầu tư chứng khoán y tế Bản Việt	: 15,000 triệu Đồng.
Công ty CP DV trực tuyến Cộng Đồng Việt	: 3,300 triệu Đồng
Công ty CP ĐTPT nhà máy điện Sài Gòn – Bình Thuận	: 90,000 triệu Đồng.
Công ty CP Thủy điện Thác Mơ	: 76,615 triệu Đồng.
Công ty CP Đầu tư Sài Gòn	: 338,200 triệu Đồng.

- Các khoản đầu tư góp vốn của Ngân hàng mang tính chiến lược và dài hạn nên hiệu quả trước mắt chưa đạt như mong muốn do hầu hết các doanh nghiệp mà Ngân hàng góp vốn, mua cổ phần là doanh nghiệp mới thành lập, đang trong giai đoạn đầu tư. Trong năm qua, Ngân hàng chỉ thu được cổ tức từ phần góp vốn từ Công ty CP Thủy điện Thác Mơ (1,495 triệu Đồng), Quỹ Đầu tư chứng khoán Y tế Bản Việt (450 triệu Đồng).

## 6. Kết quả kinh doanh.

- Vượt qua những khó khăn, bất lợi từ môi trường vĩ mô, bằng những chính sách kinh doanh kịp thời và hợp lý, Navibank đã khẳng định tính hiệu quả trong hoạt động kinh doanh bằng việc đạt mức lợi nhuận 209,348 triệu Đồng, tăng 19,530 triệu Đồng so với năm 2009. Tỷ suất lợi nhuận trước thuế trên vốn điều lệ bình quân (1,114,608 triệu Đồng) đạt 18.78%.

Đơn vị tính: triệu Đồng

STT	Chỉ tiêu	31/12/2010	Tỷ trọng
<b>1</b>	<b>Tổng doanh thu</b>	<b>1,898,938</b>	<b>100.00%</b>
	Thu từ lãi	1,716,898	90.41%
	Thu ngoài lãi	182,040	9.59%
<b>2</b>	<b>Tổng chi phí</b>	<b>1,689,590</b>	<b>100.00%</b>
	Chi trả lãi	1,224,485	72.47%
	Chi ngoài lãi	423,186	25.05%
	Chi dự phòng	41,919	2.48%
<b>3</b>	<b>Lợi nhuận trước thuế</b>	<b>209,348</b>	

## 7. Một số chỉ tiêu tài chính khác.

Một số chỉ tiêu tài chính khác	KH2010	TH2010
Tỷ lệ lợi nhuận trước thuế trên doanh thu	13.13%	11.02%
Tỷ lệ thu phi lãi	5.32%	9.59%
Tỷ lệ lợi nhuận trên tổng tài sản bình quân	1.53%	1.28%
Tỷ lệ lợi nhuận trên vốn điều lệ bình quân	17.54%	18.78%
Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu	>=9%	19.47%
Tỷ lệ khả năng chi trả	>=15%	16.18%
Tỷ lệ vốn ngắn hạn sử dụng cho vay trung dài hạn	<=30%	13.67%

## II. HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ.

- Một số dịch vụ chủ yếu:

Đơn vị tính: triệu Đồng

STT	Loại hình dịch vụ	Doanh số	Số món	Thu dịch vụ
<b>I</b>	<b>Thanh toán trong nước</b>	<b>159,738,964</b>	<b>112,923</b>	<b>2,652</b>
1	Chuyển tiền đi	80,465,971	64,460	
2	Chuyển tiền đến	79,272,993	48,463	
<b>II</b>	<b>Thanh toán quốc tế</b>	<b>4,224,397</b>	<b>2,306</b>	<b>5,352</b>
1	Chuyển tiền đi	591,719	843	
2	Chuyển tiền đến	640,501	732	
3	Thư tín dụng nhập khẩu			
	- Phát hành thư tín dụng	1,325,533	278	
	- Thanh toán bộ chứng từ	1,127,039	275	
4	Thư tín dụng xuất khẩu			
	- Xuất trình bộ chứng từ	123,326	51	
	- Thanh toán bộ chứng từ	120,181	50	
	- Thông báo bộ chứng từ	233,594	34	
5	Nhờ thu nhập	55,493	74	
6	Nhờ thu xuất	7,012	9	
<b>III</b>	<b>Chi trả kiều hối</b>	<b>64,602</b>	<b>5,549</b>	<b>245</b>

- Doanh thu hoạt động dịch vụ tính đến hết 31/12/2010 đạt 37,878 triệu Đồng, giảm 72,961 triệu Đồng so với năm 2009 và chiếm 1.99% tổng doanh thu. Các hoạt động dịch vụ chính:

### **1. Dịch vụ thanh toán.**

#### *a) Dịch vụ thanh toán trong nước và kiều hối.*

- Đối với dịch vụ thanh toán trong nước: Trong năm qua, thu dịch vụ thanh toán trong nước đạt 2.65 tỷ Đồng, giảm 536 triệu Đồng so với năm 2009. Mặc dù vậy, các hoạt động thanh toán trong nước của Ngân hàng đã có nhiều cải tiến thể hiện qua việc Ngân hàng đã tham gia hầu hết các kênh thanh toán trong nước. Đặc biệt hơn, các giao dịch chuyển tiền trong hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng CITAD, thanh toán bù trừ và các hình thức thanh toán trực tuyến khác đều đã được tự động hóa, giúp giảm thiểu chi phí và thời gian chờ đợi cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ.
- Đối với hoạt động kiều hối: suy thoái kinh tế đã ảnh hưởng nghiêm trọng đến việc làm và chi tiêu của kiều bào, kéo theo doanh số chuyển tiền kiều hối trong năm qua của Ngân hàng cũng giảm theo nhưng thu phí dịch vụ lại tăng gần 80% so với năm trước do số món thực hiện tăng gần 1,000 món, đóng góp vào tổng thu 245 triệu đồng.

#### *b) Dịch vụ thanh toán quốc tế.*

- Trong doanh thu hoạt động dịch vụ năm 2010, dịch vụ thanh toán quốc tế đóng góp 5,352 triệu Đồng, chiếm 14% tổng doanh thu hoạt động dịch vụ, giảm 1,239 triệu Đồng so với năm 2009. Nguyên nhân chủ yếu do giá trị thanh toán quốc tế trong năm giảm đáng kể (gần 1,200 tỷ Đồng) so với năm trước. Doanh số thanh toán tập trung chủ yếu từ nghiệp vụ liên quan đến L/C và chuyển tiền.
- Tuy nhiên, việc thiết lập mối quan hệ đại lý với 84 tổ chức tín dụng trong và ngoài nước tại 49 quốc gia, trong đó có các ngân hàng lớn có uy tín trên thế giới như Citibank, Bank of American, Deutsche Bank,..., cộng với việc triển khai hệ thống SWIFT – Hệ thống thanh toán điện tử toàn cầu đã góp phần làm đa dạng hóa các kênh thanh toán cũng như làm tăng khả năng cạnh tranh của Ngân hàng trên thị trường.

### **2. Dịch vụ thẻ.**

- Năm 2010 là năm chứng kiến sự phát triển mạnh mẽ của sản phẩm thẻ Navicard. Ngân hàng phát hành thêm được 12,685 thẻ Navicard (gồm 12,386 thẻ Debit, 299 thẻ Credit) nâng tổng số thẻ Navicard đã phát hành trên thị trường lên 36,180 thẻ, tăng 54% so với năm 2009. Doanh thu hoạt động dịch vụ thẻ của toàn Ngân hàng đạt 1,199 triệu Đồng, tăng ấn tượng so với mức 262 triệu năm 2009 (tương đương tăng 357%).
- Về mạng lưới chấp nhận thẻ, Ngân hàng đã phát triển được 289 đơn vị chấp nhận thẻ (tăng 167 đơn vị so với năm trước), 323 máy POS và đã đưa vào hoạt động được 29 ATM tại các điểm giao dịch trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh (17 máy), Long An (01 máy), Hà Nội (04 máy), Hải Phòng (01 máy), Đà Nẵng (01 máy), Cần Thơ (01 máy), Bình Dương (01 máy), Tiền Giang (01 máy), Thừa Thiên Huế (01 máy), Bắc Ninh (01 máy). Bên cạnh đó, hệ thống ATM của Ngân hàng đã kết nối thành công với Liên minh thẻ VNBC thông qua Smartlink. Sau khi kết nối thành công với 03 liên minh thẻ lớn nhất Việt Nam Smartlink, Banknet và VNBC, các chủ thẻ Navicard có thể thực hiện các giao dịch rút tiền mặt, xem số dư tài khoản, chuyển khoản, in sao kê mọi lúc, mọi nơi tại trên 10,000 máy ATM trên toàn quốc.
- Ngoài ra, trong năm 2010, Ngân hàng đã triển khai sản phẩm thẻ Saigon FC cho đối tượng là cổ động viên đội bóng Navibank Sài Gòn. Ngoài những đặc tính như thẻ Navicard – Debit hạng chuẩn, thẻ Saigon FC cho phép chủ thẻ tự do vào sân vận động

để cổ vũ cho đội bóng Navibank Sài Gòn.

### **3. Hoạt động kinh doanh ngoại tệ, vàng.**

- Dưới tác động của khủng hoảng kinh tế, hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam bị sụt giảm nghiêm trọng đã kéo theo sự sụt giảm về nhu cầu mua bán ngoại tệ. Tổng doanh số mua bán ngoại tệ trong năm 2010 của Ngân hàng chỉ đạt 250 triệu USD, giảm 10% so với năm trước, chỉ đóng góp 2,129 triệu Đồng vào lợi nhuận năm 2010.
- Thu nhập từ hoạt động kinh doanh vàng của Ngân hàng giảm đáng kể sau khi Ngân hàng Nhà nước Việt Nam chỉ đạo đóng cửa sàn giao dịch vàng từ ngày 30/03/2010. Tổng doanh số mua bán vàng trong năm đạt gần gần 183 nghìn lượng vàng, giảm 52 nghìn lượng vàng (22.13%) so với năm 2009, đồng thời lợi nhuận cũng giảm theo từ 4,521 triệu Đồng năm 2009 còn 2,566 triệu Đồng năm 2010.
- Nhìn chung, hoạt động kinh doanh ngoại tệ và vàng chủ yếu dừng lại phục vụ nhu cầu của khách hàng, chưa triển khai được các nghiệp vụ phái sinh tiền tệ cũng như các hoạt động khác có hiệu quả nhằm đóng góp vào lợi nhuận chung của Ngân hàng.

## **III. HOẠT ĐỘNG MARKETING.**

### **1. Chính sách về sản phẩm.**

- Ý thức rất rõ sự cần thiết của việc đa dạng hóa danh mục sản phẩm dịch vụ, trong năm vừa qua, với sự hỗ trợ của hệ thống Core Banking, Ngân hàng đã tập trung nghiên cứu và thiết kế các sản phẩm theo hướng mở để có thể linh hoạt điều chỉnh nhằm tối đa hóa lợi ích cho khách hàng nhưng vẫn đảm bảo tính an toàn, chính xác và hiệu quả. Các sản phẩm, dịch vụ nổi bật đã triển khai trong năm 2010 như sản phẩm tiền gửi kỳ hạn linh hoạt, sản phẩm thấu chi tiền gửi có kỳ hạn, chuyển tiền trực tuyến thông qua ATM hoặc dịch vụ Internet banking,...
- Nhìn chung, công tác phát triển sản phẩm của Ngân hàng trong năm qua chưa mang lại hiệu quả cao, chưa định hướng theo nhu cầu khách hàng và nặng về sản phẩm dịch vụ truyền thống. Nguyên nhân phần lớn là do quy mô của bộ phận phát triển sản phẩm còn quá nhỏ, chưa chủ động nghiên cứu thị trường để qua đó đề xuất các ý tưởng sản phẩm mới phù hợp và hiệu quả.

### **2. Chính sách về giá.**

- Trong năm 2010, thị trường tài chính Việt Nam đã phải đối mặt với những diễn biến hết sức phức tạp từ giá vàng, giá USD và lãi suất VND. Trong bối cảnh đó, Ngân hàng đã linh hoạt áp dụng nhiều biện pháp điều chỉnh chính sách giá theo yêu cầu chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước, phản ứng nhanh đối với những thay đổi lãi suất của các ngân hàng thương mại nhằm đưa ra mức giá cạnh tranh nhưng vẫn đảm bảo các quy định của Ngân hàng Nhà nước và an toàn trong hoạt động Ngân hàng.
- Những chính sách giá của Ngân hàng trong thời gian qua cơ bản đã đáp ứng tốt yêu cầu thực tế của thị trường nhưng nhìn chung do chưa có sự tính toán và dự báo hợp lý những rủi ro xảy ra nên việc ban hành quá nhiều chính sách trong thời gian ngắn đã làm hạn chế việc kiểm soát lợi nhuận của Ngân hàng, đồng thời gây ảnh hưởng không tốt đến tâm lý khách hàng.

### **3. Chính sách về mạng lưới.**

- Trong năm 2010, với những diễn biến hết sức phức tạp của nền kinh tế, Ngân hàng tạm gác mục tiêu phát triển mạng lưới hoạt động, thay vào đó là việc củng cố, nâng cao chất lượng hoạt động của các điểm giao dịch hiện có và tập trung cho công tác điều chỉnh mạng lưới hoạt động trên cơ sở nâng cấp 11 phòng giao dịch liền kề lên chi nhánh theo tinh thần Quyết định số 13/2008/QĐ-NHNN của Ngân hàng Nhà nước



Việt Nam. Tính đến cuối năm 2010, Ngân hàng còn 09 phòng giao dịch liên kê thuộc đối tượng phải điều chỉnh lên chi nhánh và cũng đã hoàn tất toàn bộ hồ sơ trình Ngân hàng Nhà nước Việt Nam để điều chỉnh 09 phòng giao dịch liên kê còn lại tại các tỉnh/thành phố Thái Nguyên, Bắc Giang, Quảng Ninh, Thái Bình, Hậu Giang, Đồng Tháp, Bạc Liêu, Cà Mau, Hưng Yên lên chi nhánh.

- Song song đó, Ngân hàng cũng đã tiến hành trình Ngân hàng Nhà nước hồ sơ thành lập Chi nhánh Nguyễn Văn Trỗi tại TP. Hồ Chí Minh và hồ sơ thành lập các phòng giao dịch và quỹ tiết kiệm trực thuộc Sở giao dịch, các chi nhánh tập trung tại các khu vực có nhiều tiềm năng phát triển như TP. Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Bà Rịa – Vũng Tàu, Thừa Thiên Huế, Bình Dương,...
- Tính đến 31/12/2010, mạng lưới giao dịch của Ngân hàng đạt 90 điểm gồm: 01 Hội sở chính, 01 Sở giao dịch, 14 chi nhánh và 74 phòng giao dịch, Quỹ tiết kiệm (trong đó có 5 điểm giao dịch đang xin phép và dự kiến sẽ đưa vào hoạt động trong Quý I và Quý II/2011) trải dài trên 24 tỉnh/thành phố kinh tế trọng điểm của cả nước như TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội, Hải Phòng, Bắc Ninh, Đà Nẵng, Cần Thơ, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Đồng Nai, Long An,...., cụ thể:

STT	Địa bàn	TH2010				Tổng cộng
		Hội sở	Sở giao dịch	Chi nhánh	PGD và QTK	
1	TP.Hồ Chí Minh	1	1		25	27
2	Hà Nội			1	14	15
3	Hải Phòng			1	6	7
4	Đà Nẵng			1	6	7
5	Kiên Giang			1	5	6
6	Cần Thơ			1	1	2
7	Long An			1	1	2
8	Đồng Nai			1	1	2
9	Bình Dương			1	1	2
10	Tiền Giang			1	1	2
11	Bà Rịa – Vũng Tàu			1		1
12	Bắc Ninh			1	1	2
13	Thừa Thiên Huế			1	2	3
14	An Giang			1		1
15	Vĩnh Long			1	1	2
16	Thái Nguyên				1	1
17	Bắc Giang				1	1
18	Quảng Ninh				1	1
19	Thái Bình				1	1
20	Hậu Giang				1	1
21	Đồng Tháp				1	1
22	Bạc Liêu				1	1
23	Cà Mau				1	1
24	Hưng Yên				1	1
<b>TỔNG CỘNG</b>		<b>1</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>74</b>	<b>90</b>

- Các điểm giao dịch đã khai trương hoạt động trong năm 2010:
- + Ngày 16/08/2010, Ngân hàng khai trương hoạt động Phòng giao dịch số 2 trực thuộc

Chi nhánh Thừa Thiên Huế với tên gọi Navibank Tây Lộc tại địa chỉ 166 Nguyễn Trãi, Phường Tây Lộc, TP. Huế.

- + Ngày 16/09/2010, Ngân hàng khai trương hoạt động Sở giao dịch tại địa chỉ 343 Phạm Ngũ Lão, Phường Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh. Việc thành lập Sở giao dịch trên cơ sở tách bạch chức năng kinh doanh ra khỏi chức năng quản lý tại Hội sở chính nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng công tác điều hành quản trị để hỗ trợ tốt nhất cho công tác kinh doanh.
- + Ngày 07/10/2010, Ngân hàng hoàn tất việc di dời Phòng giao dịch số 19 (Navibank Quang Trung) trực thuộc Sở giao dịch về địa chỉ mới 100 Quang Trung, Quận Gò Vấp, TP. Hồ Chí Minh.
- + Ngày 19/10/2010, Ngân hàng khai trương hoạt động Phòng giao dịch số 1 trực thuộc Chi nhánh Đồng Nai với tên gọi Navibank Long Khánh tại địa chỉ 593 Hùng Vương, Khu phố 3, Phường Xuân Hòa, Thị xã Long Khánh, tỉnh Đồng Nai.
- + Ngày 04/11/2010, Ngân hàng khai trương hoạt động Chi nhánh Vĩnh Long tại địa chỉ 107B Nguyễn Huệ, Phường 2, TP. Vĩnh Long trên cơ sở nâng cấp Phòng giao dịch số 2 (Navibank Vĩnh Long) trực thuộc Chi nhánh Cần Thơ trước đây.
- + Ngày 17/11/2010, Ngân hàng khai trương hoạt động Chi nhánh An Giang tại địa chỉ 191 Trần Hưng Đạo, Phường Mỹ Bình, TP. Long Xuyên, tỉnh An Giang trên cơ sở nâng cấp Phòng giao dịch số 6 (Navibank An Giang) trực thuộc Chi nhánh Kiên Giang trước đây.

#### **4. Chính sách về chiêu thị.**

Trong bối cảnh hoạt động kinh doanh gặp nhiều khó khăn, ngân sách dành cho hoạt động chiêu thị còn hạn hẹp nên các hoạt động chiêu thị trong năm 2010 của Ngân hàng chỉ tập trung cho sự kiện kỷ niệm 15 năm thành lập Ngân hàng và các chương trình khuyến mại. Một số nét chính về hoạt động chiêu thị của Ngân hàng trong năm 2010 như sau:

- *Hoạt động quảng cáo:* trong năm 2010, với cột mốc 15 năm thành lập, Ngân hàng đã hoàn thành việc sản xuất phim quảng cáo mới (TVC) và thực hiện phát sóng trên truyền hình qua các kênh VTV, HTV; trên các cao ốc văn phòng tại các thành phố lớn (TP. Hồ Chí Minh, Hà Nội) với tổng kinh phí gần 5 tỷ Đồng. Việc hoàn tất TVC với thông điệp được truyền tải “Ngân hàng luôn trân trọng niềm tin khách hàng gửi trao” được xem là điểm nhấn quan trọng trong hoạt động quảng cáo trong năm vừa qua của Ngân hàng.
- *Hoạt động khuyến mại:* trong năm qua hoạt động huy động vốn luôn nằm trong tình trạng khó khăn đối với hầu hết các ngân hàng nên hoạt động khuyến mại của Ngân hàng chủ yếu phục vụ công tác huy động vốn. Vì vậy, hoạt động khuyến mại trong năm 2010 tập trung vào việc thiết kế và cho ra đời các chương trình khuyến mại nhằm thu hút khách hàng đến gửi tiền, cụ thể, Ngân hàng đã triển khai tổng cộng 06 chương trình khuyến mại với tổng chi phí 18 tỷ Đồng.
- *Hoạt động khác:* đánh dấu sự kiện kỷ niệm 15 năm thành lập, Ngân hàng đã tổ chức đêm nhạc với chủ đề “Lớn mạnh cùng niềm tin” vào ngày 16/09/2010 tại Nhà hát Thành phố Hồ Chí Minh và được truyền hình trực tiếp trên VTV2. Đêm nhạc là nơi gặp gỡ của nhiều khách hàng thân thiết với Ban lãnh đạo Ngân hàng và như là một sự tri ân mà Ngân hàng gửi đến khách hàng đã gắn bó với Ngân hàng trong suốt thời gian qua.

#### IV. CÁC HOẠT ĐỘNG KHÁC.

##### 1. Công tác quản trị điều hành.

- Ý thức được tầm quan trọng của chiến lược kinh doanh đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, trong năm 2010, Ngân hàng đã dành sự quan tâm đúng mức cho việc tái phân tích môi trường hoạt động để tạo cơ sở cho việc điều chỉnh mục tiêu và chiến lược kinh doanh cho giai đoạn 2011 – 2020. Theo đó, trong giai đoạn này, Ngân hàng khẳng định việc tiếp tục theo đuổi mục tiêu chiến lược trở thành **ngân hàng thương mại bán lẻ chuẩn mực, hiện đại và hàng đầu Việt Nam** với những tiêu chí hết sức cụ thể và rõ ràng về khách hàng mục tiêu, thị trường mục tiêu, sản phẩm dịch vụ chủ yếu, các giá trị cốt lõi,...

- Nhằm đảm bảo tính an toàn và hiệu quả trong hoạt động, ngoài việc đảm bảo các giao dịch hàng ngày phải tuân thủ theo các quy chế, quy định và quy trình hướng dẫn của từng loại nghiệp vụ, Ngân hàng còn đặc biệt quan tâm đến công tác quản lý rủi ro. Tại Hội sở chính, Hội đồng Quản lý Tài sản – Nợ (gọi tắt là Hội đồng ALCO) và Phòng Quản lý rủi ro là cơ quan chịu trách nhiệm giám sát và quản lý các rủi ro có thể phát sinh trong hoạt động của Ngân hàng.

*Về rủi ro thanh khoản:* Rủi ro thanh khoản được Ngân hàng quan tâm và kiểm soát chặt chẽ, luôn đảm bảo duy trì khả năng thanh khoản và tuân thủ các quy định về đảm bảo thanh khoản của Ngân hàng Nhà nước.

*Về rủi ro tín dụng:* Ngân hàng đã thực hiện các chính sách kiểm soát khác nhau nhằm giảm thiểu rủi ro, đảm bảo rủi ro tín dụng ở mức thấp nhất có thể trên cơ sở củng cố bộ máy tổ chức, nâng cao chất lượng thẩm định và xét duyệt tín dụng, tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát trước, trong và sau khi cho vay.

*Về rủi ro lãi suất:* Ngân hàng đã cải tiến công tác quản trị rủi ro lãi suất theo hướng linh hoạt và hiệu quả. Qua đó, lãi suất huy động và cho vay được điều chỉnh kịp thời theo biến động của thị trường trên cơ sở tính toán các chi phí thực tế, đồng thời dựa trên các báo cáo phân tích lãi suất bình quân đầu vào – đầu ra để đảm bảo rằng chênh lệch lãi suất luôn duy trì trong một giới hạn hợp lý và đảm bảo hoạt động có hiệu quả.

- Công tác kiểm tra, giám sát hoạt động của Ngân hàng luôn tuân thủ nguyên tắc khách quan, trung thực và thường xuyên nhằm đảm bảo các giao dịch hàng ngày phải tuân thủ các quy chế, quy định và quy trình hướng dẫn của từng loại nghiệp vụ, đồng thời đảm bảo tính an toàn và hiệu quả trong hoạt động. Song song đó, việc hoàn thiện hệ thống văn bản, quy chế, quy trình hướng dẫn nghiệp vụ luôn được quan tâm thực hiện nhằm đảm bảo sự thống nhất về mặt nghiệp vụ trên toàn hệ thống cũng như tạo cơ sở pháp lý cho việc kiểm tra giám sát và xử lý vi phạm (nếu có).
- Để gia tăng tính thanh khoản cho cổ đông nắm giữ cổ phiếu, Ngân hàng đã thực hiện việc niêm yết cổ phiếu – mã giao dịch NVB trên sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội vào ngày 13/09/2010. Sự kiện này đánh dấu bước ngoặt quan trọng, khẳng định sự trưởng thành của thương hiệu Navibank tại thị trường tài chính Việt Nam khi đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn khắt khe của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội đối với việc niêm yết cổ phiếu.

##### 2. Công tác quản trị nguồn nhân lực.

- Với quy mô hoạt động và mạng lưới giao dịch rộng khắp, việc thu hút và phát triển nguồn nhân lực có kinh nghiệm, trình độ chuyên môn cao là hết sức quan trọng và cần thiết. Tuy nhiên, công tác tuyển dụng, đào tạo sau tuyển dụng còn nhiều bất cập, chưa đáp ứng nhu cầu thực tế của Ngân hàng. Tính đến 31/12/2010, số lượng cán bộ nhân viên đang công tác tại Ngân hàng gồm:

- + Thành viên Hội đồng quản trị, Ban Kiểm soát, Ban Điều hành của Ngân hàng bao gồm 16 người, trong đó có 08 người có trình độ trên Đại học và 08 người có trình độ Đại học.
- + Cán bộ nhân viên của toàn Ngân hàng đạt 1,280 người, tăng 158 người so với năm 2009 và chủ yếu có trình độ từ Đại học trở lên (chiếm gần 70%), cụ thể:

Một số tiêu chí	2009	2010	Tăng/giảm
<b>Tổng số</b>	<b>1,122</b>	<b>1,280</b>	<b>+158</b>
<i>Phân theo giới tính</i>			
Nam	497	571	+74
Nữ	625	709	+84
<i>Phân theo trình độ</i>			
Trên đại học	26	28	+2
Đại học	725	836	+111
Cao đẳng, Trung cấp	128	152	+24
Lao động khác	243	264	+21

### 3. Công tác đoàn thể và hoạt động xã hội.

- Đánh dấu sự kiện kỷ niệm 15 năm thành lập, bên cạnh những chương trình chăm lo đời sống của cán bộ công nhân viên như tổ chức khám sức khỏe, tổ chức nghỉ mát định kỳ,... Công đoàn Ngân hàng còn phát động cuộc thi viết kỷ yếu với chủ đề “Đồng hành cùng Navibank”. Cuộc thi đã góp phần rất lớn trong việc tạo tình đoàn kết, tinh thần hợp tác giữa cán bộ nhân viên với nhau. Bằng các hoạt động thiết thực, cụ thể và bổ ích, Công đoàn Ngân hàng TMCP Nam Việt trong nhiều năm qua đã góp phần khơi gợi tinh thần sáng tạo, nỗ lực, hăng say nơi mỗi cán bộ nhân viên và thông qua đó, góp phần rất lớn vào kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng.
- Ngân hàng luôn nhận thức được rằng hoạt động của một doanh nghiệp không thể tách rời với hoạt động của xã hội. Vì thế, với tư cách là thành viên tích cực của cộng đồng, Ngân hàng cam kết sẵn sàng tham gia các hoạt động mang tính xã hội, các chương trình từ thiện nhằm xây dựng một cộng đồng văn minh, tiên bộ. Với nhận thức ấy, trong nhiều năm qua Ngân hàng luôn tích cực tham gia nhiều hoạt động xã hội có ý nghĩa. Cụ thể trong năm 2010, một số hoạt động xã hội nổi bật của Ngân hàng như: ủng hộ đồng bào Miền Trung bị lũ lụt 100 triệu Đồng; tài trợ 1,3 tỷ Đồng cho giải bóng đá cúp Navibank; tài trợ 100 triệu Đồng cho giải bóng đá Quốc tế trẻ U21 cúp Báo Thanh Niên; tài trợ 600 triệu Đồng cho Ủy ban Mặt trận Tổ quốc TP. Hồ Chí Minh và 400 triệu Đồng cho Quỹ “Tấm lòng Việt” của Đài truyền hình Việt Nam.

## B. KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2011.

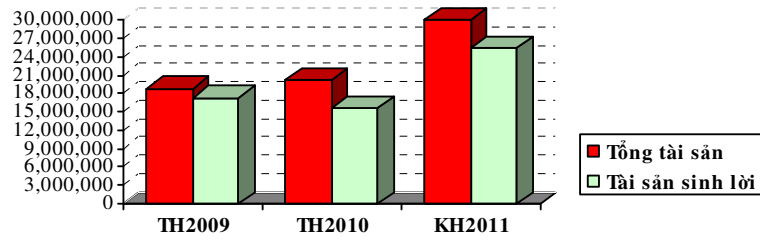
### I. MỘT SỐ CHỈ TIÊU TÀI CHÍNH CHỦ YẾU.

Thực hiện Nghị quyết số 11/NQ-CP của Chính phủ về những giải pháp chủ yếu tập trung kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô và bảo đảm an sinh xã hội, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã có chỉ thị số 01/CT-NHNN yêu cầu các ngân hàng thương mại xây dựng kế hoạch tăng trưởng dư nợ trong năm 2011 không vượt quá 20% so với dư nợ năm 2010. Theo đó, lợi nhuận trước thuế năm 2011 đạt khoảng 276 tỷ Đồng, tỷ suất lợi nhuận trước thuế trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROE) ước đạt 9.50%, tỷ suất cổ tức trên mỗi cổ phần (DPS) ước đạt 6.30%. Cụ thể:

#### 1. Tổng tài sản.

- Tổng tài sản theo kế hoạch của Ngân hàng đến 31/12/2011 đạt 30,000,000 triệu Đồng,

tăng gần 50% so với năm 2010, trong đó tài sản có sinh lời trên tổng tài sản đạt tỷ trọng tối thiểu 85%.



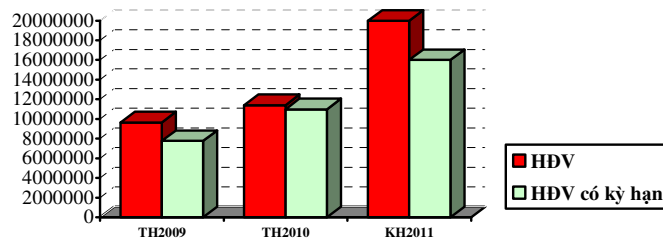
Kế hoạch tăng trưởng tổng tài sản

## 2. Vốn điều lệ.

- Vốn điều lệ của Ngân hàng tính đến 31/12/2011 dự kiến đạt 3,010,216 triệu Đồng, tăng 1,189,981 triệu Đồng so với năm 2010.

## 3. Huy động vốn.

- Nguồn vốn huy động từ tổ chức kinh tế và dân cư (bao gồm phát hành giấy tờ có giá) đến 31/12/2011 ước tính đạt 20,000,000 triệu Đồng, tăng gần 87% so với năm 2010.



Kế hoạch tăng trưởng huy động vốn

- Cơ cấu huy động vốn:

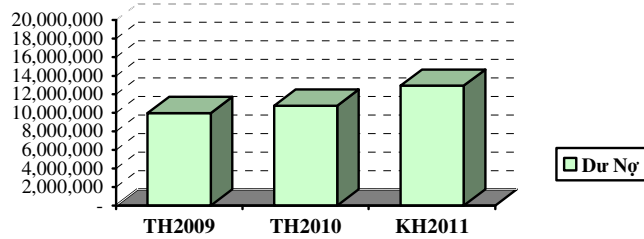
Đơn vị tính: triệu Đồng

STT	Tiêu chí	Số dư	Tỷ trọng
<b>I</b>	<b>Nguồn vốn huy động</b>	<b>20,000,000</b>	<b>100.00%</b>
1	Dân cư	11,200,000	56.00%
2	Tổ chức kinh tế	4,800,000	24.00%
3	Phát hành giấy tờ có giá	4,000,000	20.00%
<b>II</b>	<b>Theo thời hạn</b>	<b>20,000,000</b>	<b>100.00%</b>
1	Ngắn hạn	11,000,000	55.00%
2	Trung dài hạn	9,000,000	45.00%

- Nguồn vốn huy động từ tổ chức tín dụng sẽ được duy trì ở mức độ hợp lý nhằm đảm bảo khả năng thanh khoản và đáp ứng nhu cầu kinh doanh vốn trên thị trường đóng góp lợi nhuận cho toàn hệ thống. Nguồn vốn này ước đạt 5,000,000 triệu Đồng.

## 4. Dự nợ tín dụng.

- Dự nợ tín dụng của Ngân hàng dự kiến đến 31/12/2011 đạt 12,915,000 triệu Đồng, tăng dưới 20% so với năm 2010.



Kế hoạch tăng trưởng dư nợ

- Cơ cấu dư nợ tín dụng:

Đơn vị tính: triệu Đồng

STT	Tiêu chí	Số dư	Tỷ trọng
<b>I</b>	<b>Theo thành phần kinh tế</b>	<b>12,915,000</b>	<b>100.00%</b>
1	Dân cư	6,457,000	50.00%
2	Tổ chức kinh tế	6,457,000	50.00%
<b>II</b>	<b>Theo thời hạn</b>	<b>12,915,000</b>	<b>100.00%</b>
1	Ngắn hạn	7,103,250	55.00%
2	Trung dài hạn	5,814,750	45.00%

##### 5. Đầu tư góp vốn, liên doanh, mua cổ phần.

- Đầu tư, góp vốn, liên doanh dài hạn: Ngân hàng sẽ dùng khoảng 30% – 40% vốn tự có (trong tỷ lệ cho phép) để tham gia liên doanh, góp vốn, đầu tư dài hạn.
- Đầu tư ngắn hạn: Ngân hàng sẽ dùng khoảng 3,000,000 triệu Đồng để tham gia hoạt động đầu tư tài chính ngắn hạn.

##### 6. Hiệu quả hoạt động.

- Dự kiến lợi nhuận trước thuế năm 2011 đạt 276 tỷ Đồng, tăng trên 67 tỷ Đồng so với năm 2010. Tỷ suất lợi nhuận trước thuế trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROE) ước đạt trên 9.50%, tỷ suất cổ tức trên mỗi cổ phần (DPS) ước đạt 6.30%.

Trong điều kiện môi trường vĩ mô thuận lợi và được sự chấp thuận của Ngân hàng Nhà nước, Hội đồng quản trị sẽ điều chỉnh kế hoạch kinh doanh năm 2011 theo hướng đảm bảo tỷ suất cổ tức trên mỗi cổ phần (DPS) đạt không dưới 10%.

## II. CƠ SỞ XÂY DỰNG KẾ HOẠCH THU NHẬP – CHI PHÍ NĂM 2011.

*Chênh lệch thu – chi lãi:* hoạt động huy động vốn và cho vay đối với khách hàng có chênh lệch lãi suất đầu ra – đầu vào bình quân đạt tối thiểu 4%/năm; hoạt động đầu tư tiền gửi trên thị trường liên ngân hàng có chênh lệch lãi suất đầu ra – đầu vào bình quân đạt tối thiểu 0.20%/năm; hoạt động liên doanh, góp vốn có tỷ lệ cổ tức đạt tối thiểu 8%/năm.

*Doanh thu hoạt động dịch vụ:* doanh thu hoạt động dịch vụ năm 2011 đạt tối thiểu 5.00% trên tổng doanh thu toàn Ngân hàng.

*Chất lượng tín dụng:* tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu được kiểm soát ở mức dưới 5% và 3% so với tổng dư nợ.

## III. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN KẾ HOẠCH KINH DOANH NĂM 2011.

Nhằm đảm bảo thực hiện thành công kế hoạch kinh doanh đã đề ra, Ngân hàng sẽ thực hiện đồng thời các giải pháp sau trong năm tài chính 2011:

**1. Giải pháp nâng cao năng lực tài chính.**

- Thực hiện tăng vốn điều lệ (không thấp hơn 3,000 tỷ Đồng vào cuối năm 2011) để đáp ứng Nghị định số 141/2006/NĐ-CP ngày 22/11/2006 của Chính phủ về ban hành danh mục mức vốn pháp định của các tổ chức tín dụng và Nghị định số 10/2011/NĐ-CP ngày 26/01/2011 về việc sửa đổi, bổ sung Nghị định 141.
- Tăng cường phát triển các quan hệ đối tác chiến lược với tổ chức tài chính uy tín trong và ngoài nước.

**2. Giải pháp kiểm soát chi phí.**

- Rà soát, phân tích chi phí hoạt động để có chính sách chi tiêu phù hợp; tăng năng suất lao động và tránh lãng phí.
- Định kỳ 06 tháng, Ngân hàng sẽ tính toán và thông báo định biên nhân sự cho các đơn vị trong toàn hệ thống nhằm đảm bảo sự phù hợp giữa nhân sự và quy mô hoạt động. Theo đó, các đơn vị đang có số lượng nhân sự lớn hơn quy mô hoạt động hiện tại phải thực hiện mở rộng quy mô hoạt động cho phù hợp hoặc thực hiện việc cắt giảm nhân sự.
- Điều chỉnh Quy định thu chi tài chính và quản lý chặt chẽ các khoản chi phí hoạt động của Ngân hàng. Đồng thời, Ngân hàng sẽ kiểm soát việc sử dụng các tài sản trong toàn hệ thống, tránh tình trạng sử dụng lãng phí, sai mục đích.
- Thực hiện đánh giá hiệu quả công tác của từng đơn vị và từng cá nhân định kỳ hàng quý, theo đó, các đơn vị và cá nhân có chất lượng công tác không đạt yêu cầu sẽ bị điều chỉnh thu nhập cho phù hợp với hiệu quả công tác.

**3. Giải pháp tăng trưởng doanh thu.**

*a) Tăng trưởng doanh thu từ nghiệp vụ cho vay:*

- Tập trung tăng trưởng quy mô hoạt động trên cơ sở đẩy mạnh tăng trưởng huy động vốn và cho vay trên phạm vi toàn hệ thống, đặc biệt tập trung cho vay bằng ngoại tệ nhằm phục vụ sản xuất kinh doanh. Các đơn vị trực tiếp kinh doanh tập trung đẩy mạnh tăng trưởng quy mô nhằm đảm bảo hoàn thành kế hoạch kinh doanh vượt qua mức quy mô hoạt động tối thiểu (bình quân dư nợ cho vay và huy động vốn) như sau:

STT	Địa bàn	Mức tối thiểu đối với huy động	Mức tối thiểu đối với dư nợ
1	TP. Hồ Chí Minh	100 tỷ Đồng	100 tỷ Đồng
2	Hà Nội	120 tỷ Đồng	60 tỷ Đồng
3	TP. Hải Phòng, TP. Đà Nẵng, TP. Cần Thơ và các tỉnh có địa giới hành chính giáp ranh TP. Hồ Chí Minh hoặc Hà Nội	60 tỷ Đồng	60 tỷ Đồng
4	Các tỉnh khác	30 tỷ Đồng	30 tỷ Đồng

- Tiếp tục thực hiện các biện pháp để kiểm soát chặt chẽ chất lượng tín dụng; thực hiện các biện pháp cứng rắn để đốc thúc thu hồi nợ xấu kết hợp với việc xử lý tài sản bảo đảm của các khoản nợ xấu khi cần thiết để đảm bảo nguồn thu gốc, lãi cho Ngân hàng.

*b) Tăng trưởng doanh thu từ dịch vụ:*

- Áp dụng các biện pháp để tăng mạnh nguồn thu dịch vụ từ hoạt động phi tín dụng, kinh doanh ngoại hối trên cơ sở tuân thủ các quy định của Ngân hàng Nhà nước. Tăng cường hợp tác với các nhà cung cấp nhằm khai thác tối đa lợi thế trong dịch vụ thanh

toán và các dịch vụ khác của Ngân hàng như: thanh toán tiền điện, nước, phí truyền hình cáp, phí bảo hiểm,...

- Thực hiện việc bán kèm các sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng khi cấp tín dụng cho khách hàng. Đưa nội dung sử dụng dịch vụ của Ngân hàng trở thành một điều kiện bắt buộc khi thiết lập quan hệ tín dụng với khách hàng.

#### **4. Nhóm giải pháp về Marketing.**

##### *a) Chính sách về sản phẩm:*

- Bên cạnh việc rà soát, đánh giá lại tính hiệu quả của những sản phẩm đã triển khai nhằm hoàn thiện hơn chất lượng sản phẩm dịch vụ, Ngân hàng sẽ tập trung công tác nghiên cứu, đánh giá nhu cầu của khách hàng trên toàn hệ thống từ đó thiết kế các sản phẩm dịch vụ phù hợp hơn nữa nhu cầu của khách hàng. Đồng thời, Ngân hàng sẽ triển khai nghiên cứu những sản phẩm dịch vụ cao cấp liên quan đến nghiệp vụ kinh doanh tiền tệ (các sản phẩm tài chính phái sinh) và thanh toán quốc tế nhằm đáp ứng nhu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.
- Yếu tố công nghệ vẫn được xem là mũi nhọn mang tính quyết định để thực hiện chiến lược phát triển các sản phẩm dịch vụ cao cấp của Ngân hàng. Qua đó, các sản phẩm dịch vụ được thiết kế sẽ mang tính chính xác, bảo mật và an toàn cao đi kèm với tính thuận tiện, nhanh chóng trong quá trình giao dịch trên cơ sở toàn bộ các thao tác nghiệp vụ đều được xử lý tự động.

##### *b) Chính sách về giá:*

- Xây dựng cơ chế điều hành chính sách giá linh hoạt trên cơ sở chủ động nghiên cứu, phân tích tình hình kinh tế, theo dõi sát diễn biến trên thị trường nhằm phản ứng kịp thời với những thay đổi trong chính sách điều hành của Ngân hàng Nhà nước và các ngân hàng thương mại thuộc nhóm đối thủ cạnh tranh. Trên cơ sở đó, duy trì mức lãi suất huy động, lãi suất cho vay và chính sách giá đối với các sản phẩm dịch vụ khác nhằm đảm bảo thành công mục tiêu tăng trưởng.
- Đối với các sản phẩm dịch vụ mới, đặc biệt là đối với các sản phẩm dịch vụ ứng dụng công nghệ hiện đại, Ngân hàng áp dụng chính sách giá dựa trên chi phí thực tế để xác định giá bán. Ngoài ra, Ngân hàng cũng áp dụng những chính sách giá ưu đãi dành riêng cho những nhóm khách hàng có giao dịch lớn, uy tín, quan hệ thường xuyên với Ngân hàng đặc biệt là các khách hàng thành viên Câu lạc bộ Navibank.

##### *c) Chính sách về mạng lưới:*

- Trong năm 2011, do Ngân hàng Nhà nước giới hạn việc phát triển mạng lưới hoạt động của các ngân hàng thương mại nên Ngân hàng sẽ tiếp tục tập trung củng cố và hoàn thiện một số chi nhánh, phòng giao dịch hiện có để nâng cao hiệu quả hoạt động, đảm bảo tất cả các điểm giao dịch hoạt động đều có lãi, đồng thời xúc tiến các thủ tục còn lại để nâng cấp 09 phòng giao dịch liên kế hoạt động tại các tỉnh/thành phố (gồm Thái Nguyên, Bắc Giang, Quảng Ninh, Hưng Yên, Thái Bình, Hậu Giang, Đồng Tháp, Bạc Liêu, Cà Mau) lên chi nhánh theo đúng quy định của Ngân hàng Nhà nước.
- Dự kiến mạng lưới hoạt động tính đến 31/12/2011 của Ngân hàng đạt 100 điểm, tăng 10 điểm so với thời điểm đầu năm. Cụ thể mạng lưới hoạt động gồm: 01 Hội sở chính, 01 Sở giao dịch, 27 chi nhánh và 71 phòng giao dịch, Quỹ tiết kiệm.

##### *d) Chính sách về chiêu thị:*

- Hoạt động chiêu thị trong năm 2011 sẽ được thực hiện theo hướng chuyên nghiệp nhằm góp phần quảng bá thương hiệu Navibank ngày càng sâu rộng, thân thuộc và gắn với giá trị cuộc sống của khách hàng. Theo đó, năm 2011, Ngân sách dành cho các



hoạt động chiêu thị dự kiến 30 tỷ Đồng (chưa bao gồm thuế), chiếm khoảng 7.00% tổng chi phí hoạt động toàn Ngân hàng. Chi tiết sử dụng ngân sách chiêu thị năm 2011 như sau:

STT	Khoản mục	Chi phí (Đồng)
<b>I</b>	<b>Quảng cáo ngoài trời.</b>	<b>1,300,000,000</b>
1	Bảng hiệu tại Bình Chánh	800,000,000
2	Bảng hiệu tại Đà Nẵng	500,000,000
<b>II</b>	<b>Truyền hình và LCD.</b>	<b>2,700,000,000</b>
1	Phát sóng TVC trên LCD	2,500,000,000
2	Phóng sự	200,000,000
<b>III</b>	<b>Tổ chức sự kiện.</b>	<b>1,000,000,000</b>
1	Họp mặt khách hàng	1,000,000,000
<b>IV</b>	<b>Hoạt động khuyến mại.</b>	<b>6,000,000,000</b>
1	Khuyến mại huy động vốn đợt 1	3,000,000,000
2	Khuyến mại huy động vốn đợt 2	3,000,000,000
<b>V</b>	<b>In ấn, thiết kế và các hoạt động khác.</b>	<b>19,300,000,000</b>
1	In ấn tờ rơi, các vật phẩm quảng cáo	700,000,000
2	Đại hội cổ đông, báo cáo thường niên	700,000,000
3	Tài trợ cho CLB Bóng đá Navibank Sài Gòn (*)	17,000,000,000
4	Khác	900,000,000

(\*) Ngân hàng tài trợ cho CLB Bóng đá Navibank Sài Gòn 50,000,000,000VND (năm mươi tỷ Đồng) trong vòng 03 năm 2010 – 2012.

## 5. Công tác khác.

### a) Công tác quản trị điều hành.

- Hoàn tất việc xây dựng chiến lược kinh doanh giai đoạn 2011 – 2020. Trên cơ sở chiến lược kinh doanh đã xác định, xây dựng kế hoạch kinh doanh trung và ngắn hạn phù hợp với định hướng chiến lược kinh doanh đã lựa chọn, đồng thời xây dựng các chiến lược kinh doanh bộ phận như chiến lược tài chính, chiến lược nhân sự, chiến lược Marketing,...
- Cơ cấu lại hệ thống tổ chức hoạt động theo mô hình khối nghiệp vụ, phân hóa rõ chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban, đảm bảo điều hành Ngân hàng hoạt động an toàn và hiệu quả.
- Xây dựng chiến lược nhân sự phù hợp nhằm thu hút nguồn nhân lực trình độ cao phục vụ cho việc theo đuổi mục tiêu chiến lược của Ngân hàng: điều chỉnh Quy chế tiền lương, tiền thưởng theo hướng kích thích tinh thần làm việc và nâng cao năng suất lao động, đảm bảo đánh giá công bằng và chính xác sự đóng góp của từng mỗi đơn vị, cá nhân vào kết quả hoạt động kinh doanh chung của toàn hệ thống; xây dựng trung tâm đào tạo và chính sách đào tạo theo hướng kích thích người lao động đầu tư nghiên cứu, tự học tập để nâng cao trình độ chuyên môn kết hợp với việc hoàn thiện nội dung chương trình đào tạo nội bộ ứng với mỗi chức danh, công việc trong Ngân hàng nhằm nâng cao kỹ năng nghiệp vụ.
- Hoàn thiện, nâng cao chất lượng công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ; từng bước chuyển từ kiểm tra giám sát việc tuân thủ sang kiểm tra, giám sát trên cơ sở rủi ro hoạt động.
- Đầu tư nâng cấp hệ thống ngân hàng cốt lõi (Core Banking) để phát triển các dịch vụ ngân hàng đồng thời hoàn thiện hệ thống thông tin quản lý phục vụ công tác quản trị

điều hành và kiểm soát nội bộ.

- Bổ sung, hoàn thiện hệ thống quy trình, quy chế, quy định liên quan đến tất cả các mảng hoạt động nhằm tối thiểu hoá rủi ro trong hoạt động của Ngân hàng.

b) *Công tác xã hội và hoạt động đoàn thể.*

- Bên cạnh công tác kinh doanh, Ngân hàng đặc biệt quan tâm đến các hoạt động đoàn thể thông qua việc tổ chức nghỉ mát định kỳ hàng năm, tổ chức các cuộc thi nội bộ nhằm mang lại bầu không khí làm việc vui vẻ, thân thiện cho các đoàn viên trong toàn hệ thống Ngân hàng. Ngoài ra, Ngân hàng còn tích cực tham gia các hoạt động xã hội vì cộng đồng do các ban ngành đoàn thể phát động, xây dựng thương hiệu Navibank không chỉ gắn với hình ảnh một ngân hàng thương mại bán lẻ chuẩn mực hàng đầu Việt Nam mà còn là một doanh nghiệp luôn quan tâm đến vấn đề an sinh xã hội.

Với những dấu hiệu phục hồi của nền kinh tế cộng với khả năng lãnh đạo linh hoạt của Hội đồng quản trị và Ban điều hành cùng sự nỗ lực không ngừng nghỉ của toàn thể cán bộ công nhân viên, Ngân hàng TMCP Nam Việt tự tin có thể đáp ứng được các nhiệm vụ mới đã đặt ra trong năm 2011.

**TM. HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ  
CHỦ TỊCH**

**(ĐÃ KÝ)**

**Nguyễn Vĩnh Thọ**