

NCB sau những năm tái cơ cấu

09:26 26/12/2016

Nhìn lại chặng đường 3 năm, khó khăn tưởng chừng không thể vượt qua, nhưng với sự đồng lòng quyết tâm cao của Ban lãnh đạo cùng hết thảy cán bộ, nhân viên, NCB đã “ ngoạ n mục” vượt qua khó khăn và phát triển vững chắc.

THCL Nhìn lại chặng đường 3 năm, khó khăn tưởng chừng không thể vượt qua, nhưng với sự đồng lòng quyết tâm cao của Ban lãnh đạo cùng hết thảy cán bộ, nhân viên, NCB đã “ ngoạ n mục” vượt qua khó khăn và phát triển vững chắc.

Khó khăn và thuận lợi

Thành công lớn nhất của NCB chính là những kết quả khả quan mà ngân hàng đạt được chỉ sau một thời gian không dài. NCB không chỉ vượt khó thành công, mà giờ đây trở thành địa chỉ một ngân hàng lành mạnh với những sản phẩm dịch vụ chất lượng, đội ngũ cán bộ, nhân viên hiểu nghề, hiểu khách hàng...

NCB không chỉ thoát khỏi khó khăn, mà còn nhanh chóng kiện toàn bộ máy tổ chức, ghi dấu ấn trên thị trường bằng việc xác định sẽ không phát triển dàn trải mà dựa vào thế mạnh chuyên biệt, đi vào thị trường ngách, cung cấp các gói dịch vụ tài chính - ngân hàng được “may đo” vừa vặn cho các hộ kinh doanh, doanh nghiệp vừa và nhỏ. NCB cũng có hệ thống nhận diện thương hiệu mới, chiến lược marketing toàn diện, rõ nét.

Lãnh đạo NCB cho biết, với việc đẩy mạnh tái cơ cấu, tính đến thời điểm này, ngân hàng đã đạt được những kết quả quan trọng, các chỉ tiêu đều vượt kế hoạch 2016 và tăng mạnh so với năm 2015. Hệ thống hạ tầng công nghệ, mạng lưới và sản phẩm, dịch vụ đều được nâng cao và đẩy mạnh giúp NCB tiếp tục đặt ra những kế hoạch thách thức trong năm 2017.

Cụ thể, tổng tài sản tính đến thời điểm đầu tháng 12/2016, ước đạt 65,243 tỷ, tăng 35% so với năm 2015. Hoạt động cho vay khách hàng ước đạt 27,363 tỷ, tăng 35% so với 2015. Huy động từ khách hàng ước đạt 43,700 tỷ, tăng 28% so với 2015. Lợi nhuận từ kinh doanh năm 2016 ước đạt vượt kế hoạch, tăng mạnh

so với 2015; nợ xấu luôn duy trì ở mức dưới 3%.

“Tối ưu để Hiệu quả - Đột phá để Khác biệt” là định hướng chiến lược đưa NCB trở thành nhà tư vấn tài chính thân thiện song hành cùng khách hàng, thấu hiểu và mang đến cho khách hàng các giải pháp tài chính phù hợp theo đúng nhu cầu chuyên biệt. Hệ thống sản phẩm ngày một hoàn thiện và đa dạng, NCB khá thành công trong một số sản phẩm chiến lược về nhà, xe, sản phẩm nhà thầu xây lắp...cùng các sản phẩm đặc thù tại từng địa bàn như sản phẩm ngành nhựa, dăm gỗ đá vôi...

Những kết quả này càng đáng tự hào hơn trong bối cảnh NCB tự tái cơ cấu trong bối cảnh nền kinh tế nói chung và thị trường tài chính ngân hàng nói riêng còn nhiều khó khăn. Hơn nữa, NCB thời điểm trước tái cơ cấu có quá nhiều vấn đề về hệ thống quản trị đặc biệt trong vấn đề quản trị rủi ro, chiến lược phát triển và sự phân bổ nguồn lực.



Vững vàng phát triển

NCB đã dám nhìn thẳng vào nguyên nhân chính dẫn đến việc ngân hàng phải tái cơ cấu chính là sự yếu kém của công tác quản trị, điều hành cũng như hệ thống quản trị rủi ro. Do đó, việc xây dựng mô hình quản trị hiện đại, hiệu quả

với nguồn nhân lực chất lượng cao được NCB đặc biệt chú trọng, bên cạnh đó là tăng cường quản trị rủi ro thông qua việc triển khai một loạt các quy trình kiểm soát, thông tin, giám sát, kiểm toán theo các thông lệ tốt nhất.

NCB đã thành lập các ủy ban, hội đồng chuyên trách để chỉ đạo hoạt động quản trị rủi ro trong từng lĩnh vực, đã thành lập các Khối Quản trị rủi ro, TT giám xử lý nợ và Ban Kiểm toán Nội bộ để đảm bảo không chỉ quản trị rủi ro tín dụng, mà còn cả rủi ro thị trường, rủi ro vận hành. Riêng đối với hoạt động tín dụng, việc kiểm tra, thẩm định, giám sát được thực hiện cả trước, trong và sau cho vay, NCB đã thực hiện định giá tài sản đảm bảo, phê duyệt và giải ngân tập trung. Hệ thống văn bản quản trị, quy trình quy chế cũng đã được chú trọng, đã ban hành mới và rà soát sửa đổi văn bản, xây dựng hệ thống eISO để quản lý hệ thống văn bản nội bộ khá hiện đại, tiện dụng và bảo mật.

NCB xác định mục tiêu chiến lược trở thành một trong những ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam. Năm 2016, NCB đã tập trung mạnh cho một số phân khúc khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ, mở rộng cơ sở khách hàng, phát triển các sản phẩm đặc biệt nổi trội. NCB cũng phát triển tín dụng tiêu dùng, cạnh tranh bằng tốc độ và chất lượng dịch vụ, khai thác thị trường ngách mà đối thủ ít hoặc chưa khai thác.

NCB đã có kế hoạch nâng cao năng lực tiếp nhận và xử lý hồ sơ khách hàng. Dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại sẵn có, NCB đưa các kênh trực tuyến phục vụ khách hàng, tiếp nhận và thông báo hồ sơ trực tuyến, hiện đại và nhanh chóng. Tuy vậy, áp lực cạnh tranh khá lớn ở tất cả các phân khúc khách hàng cũng như các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, đòi hỏi NCB sẽ phải nỗ lực nhiều hơn để phát triển ổn định, bền vững và đạt hiệu quả cao.

Lãnh đạo ngân hàng NCB cho biết, năm 2017 tiếp tục là một năm bản lề quan trọng đối với NCB, đánh dấu chính thức cho giai đoạn tăng tốc và cất cánh theo chiến lược hướng đến 2020. Hướng tới tập trung vào các sản phẩm phù hợp với từng đối tượng khách hàng, thúc đẩy hoạt động tài trợ thương mại mang đến nhiều hơn nữa các sản phẩm tiện ích cho khách hàng.

Ngân hàng TMCP Quốc Dân được thành lập từ năm 1995. Với bề dày hơn 21 năm hoạt động, NCB có mạng lưới hơn 130 trung tâm kinh doanh trên cả nước. NCB đã từng bước khẳng định được vị thế thương hiệu trên thị trường tài chính - tiền tệ Việt Nam, hướng tới mục tiêu trở thành một trong các ngân hàng thương mại bán lẻ hiệu quả nhất.

Linh Tuệ