

NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CÔNG TY TÀI CHÍNH CỔ PHẦN SÔNG ĐÀ

ĐỀ ÁN SÁP NHẬP GIỮA NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI (MB) VÀ CÔNG TY TÀI CHÍNH CỔ PHẦN SÔNG ĐÀ (SDFC)

Hà Nội, ngày 26 tháng 9 năm 2015

PHẦN I:

**ĐỀ ÁN SÁP NHẬP CÔNG TY TÀI CHÍNH CỔ PHẦN SÔNG ĐÀ VÀO NGÂN HÀNG
TMCP QUÂN ĐỘI**

I. Thông tin về tổ chức nhận sáp nhập - Ngân hàng TMCP Quân đội

1. Thông tin chung về TCTD nhận sáp nhập – Ngân hàng TMCP Quân đội

1.1 Tên, địa chỉ và trang thông tin điện tử của Ngân hàng TMCP Quân Đội

Tên TCTD nhận sáp nhập	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội
Tên TCTD nhận sáp nhập bằng tiếng Anh	Military Commercial Joint Stock Bank
Tên viết tắt	MCSB
Giấy phép hoạt động	Giấy phép hoạt động ngân hàng số 0054/NH-GP do Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp ngày 14/09/1994 và Quyết định số 00347/GP - UB của UBND thành phố Hà Nội. Thời gian hoạt động theo giấy phép là 50 năm.
Trụ sở chính	Số 21, Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Website	www.mbbank.com.vn
Vốn điều lệ	16.000.000.000.000 VNĐ
Lĩnh vực kinh doanh chính	Được thực hiện đầy đủ các hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại theo Luật các TCTD.

1.2 Tên, địa chỉ và số điện thoại liên lạc của thành viên Hội đồng Quản trị, thành viên Ban kiểm soát, Tổng Giám đốc của Ngân hàng TMCP Quân Đội:

Các thành viên HĐQT tại ngày lập Đề án Sáp nhập gồm:

Họ và tên	Chức danh	Số điện thoại	Địa chỉ liên lạc
Lê Hữu Đức	Chủ tịch HĐQT	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Nguyễn Mạnh Hùng	Phó Chủ tịch	04. 62556789	Số 1 Trần Hữu Dực, Mỹ Đình 2, Nam Từ Liêm, Hà Nội.
Lưu Trung Thái	Phó Chủ tịch	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội

“Đề án sáp nhập giữa Ngân hàng TMCP Quân đội và Công ty Tài chính Cổ phần Sông Đà”

Lê Công	Thành viên HĐQT	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Hà Tiến Dũng	Thành viên HĐQT	04.38521773	172 Trường Chinh, Đống Đa, Hà Nội
Nguyễn Đăng Nghiêm	Thành viên HĐQT	08.3742.2578	722 Điện Biên Phủ, Phường 22, Quận Bình Thạnh, TP. HCM
Trần Thị Kim Thanh	Thành viên HĐQT	04.39343137	198 Trần Quang Khải, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Nguyễn Thị Ngọc	Thành viên HĐQT	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Nguyễn Văn Hùng	Thành viên HĐQT	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Nguyễn Thị Thủy	Thành viên HĐQT	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Nguyễn Văn Huệ	Thành viên HĐQT độc lập	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội

Các thành viên Ban Kiểm soát tại ngày lập Đề án Sáp nhập gồm:

Họ và tên	Chức danh	Số điện thoại	Địa chỉ liên lạc
Vũ Thị Hải Phượng	Trưởng ban kiểm soát	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Nguyễn Thanh Bình	Thành viên ban kiểm soát	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Lê Minh Hồng	Thành viên ban kiểm soát	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội
Đặng Quốc Tiến	Thành viên ban kiểm soát	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội

Tổng Giám đốc tại ngày lập Đề án Sáp nhập là:

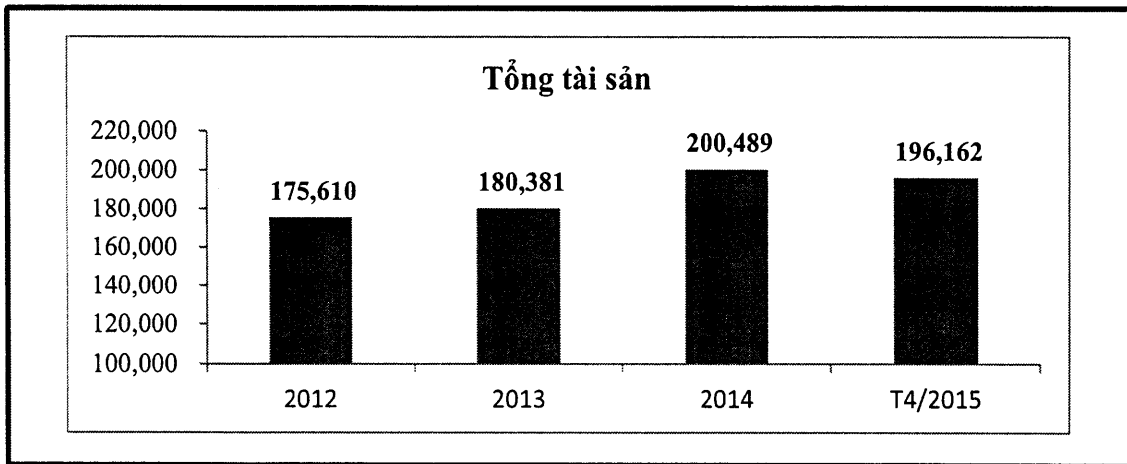
Họ và tên	Chức danh	Số điện thoại	Địa chỉ liên lạc
Ông Lê Công	Tổng Giám Đốc	04.62777222	21 Cát Linh, Đống Đa, Hà Nội

2. Tình hình tài chính và hoạt động của MB

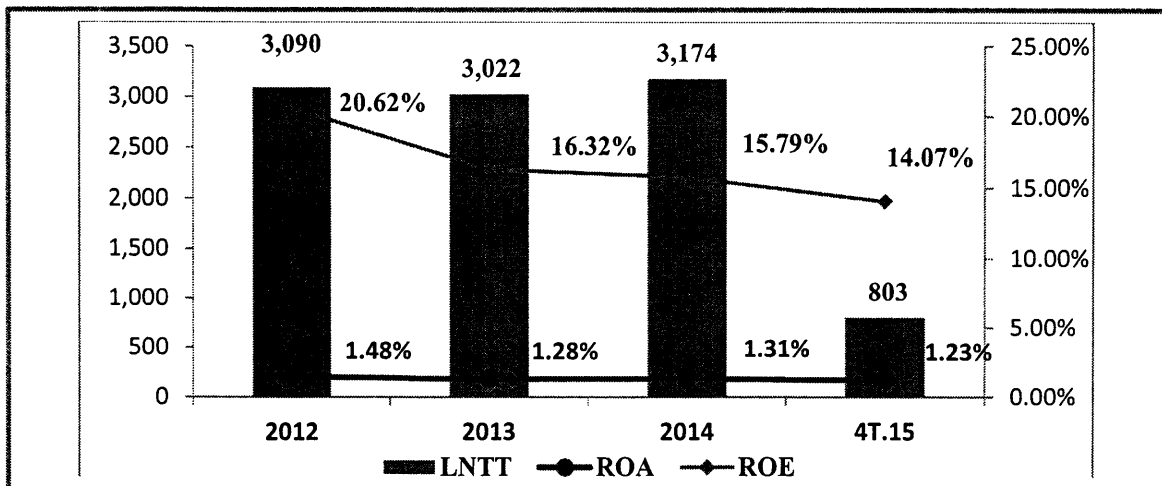
Cơ sở phân tích tình hình tài chính và hoạt động của Ngân hàng MB

Các số liệu sử dụng cho việc phân tích trong Mục 2 này và các phần khác của Đề án Sáp nhập này là các số liệu dựa trên báo cáo tài chính hợp nhất của MB đã được kiểm toán. Riêng số liệu của năm 2015 dựa trên số liệu báo cáo tài chính hợp nhất của MB tính đến ngày 30/04/2015.

2.1 Tổng tài sản:



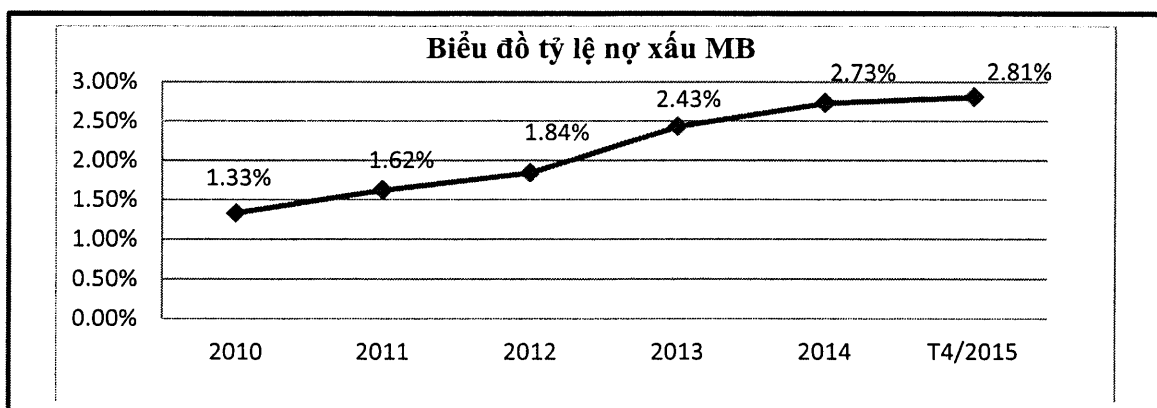
2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh: ROA, ROE và lợi nhuận trước thuế



Lợi nhuận trước thuế của MB tăng trưởng liên tục qua các năm, các chỉ số sinh lời có xu hướng giảm nhẹ do tình hình kinh tế khó khăn song vẫn ở mức cao so với các ngân hàng cùng quy mô trên thị trường.

2.3 Tỷ lệ nợ xấu:

Tỷ lệ nợ xấu của MB luôn được kiểm soát ở mức hợp lý với các biện pháp giám sát danh mục và xử lý nợ xấu quyết liệt.



II. Thông tin về tổ chức bị sáp nhập – Công ty tài chính cổ phần Sông Đà

1. Thông tin chung

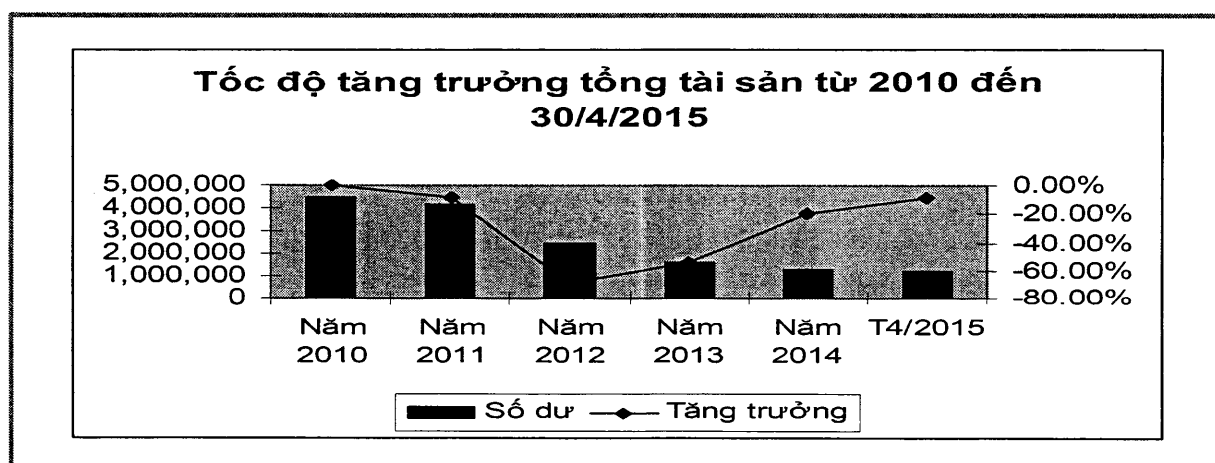
Tên TCTD bị sáp nhập	Công ty Tài chính Cổ phần Sông Đà
Tên TCTD bị sáp nhập bằng tiếng Anh	SongDa Finance Joint stock Company
Tên viết tắt	SDFC
Giấy phép thành lập	137/GP-NHNN
Trụ sở chính	Tầng 2,3 Tòa nhà Sông Đà, Phạm Hùng, Mỹ Đình 1, Nam Từ Liêm, Hà Nội
Điện thoại	(84-4) 3787 8108
Fax	(84-4) 3787 8113
Website	www.sdfc.com.vn
Vốn điều lệ	686.000.000.000 đồng

2. Tình hình tài chính và hoạt động của SDFC

Cơ sở phân tích tình hình tài chính và hoạt động của Công ty SDFC

Các số liệu sử dụng cho việc phân tích trong Mục 2 này và các phần khác của Đề án Sáp nhập này là các số liệu dựa trên báo cáo tài chính hợp nhất của SDFC đã được kiểm toán. Riêng số liệu của năm 2015 dựa trên số liệu báo cáo tài chính hợp nhất của SDFC tính đến ngày 30/04/2015, là ngày được cơ quan có thẩm quyền của Các Bên thống nhất sử dụng cho việc lập Đề án Sáp nhập này theo quy định tại Điểm (c), Khoản 1, Điều 11 của Thông tư 04.

2.1 Tài sản



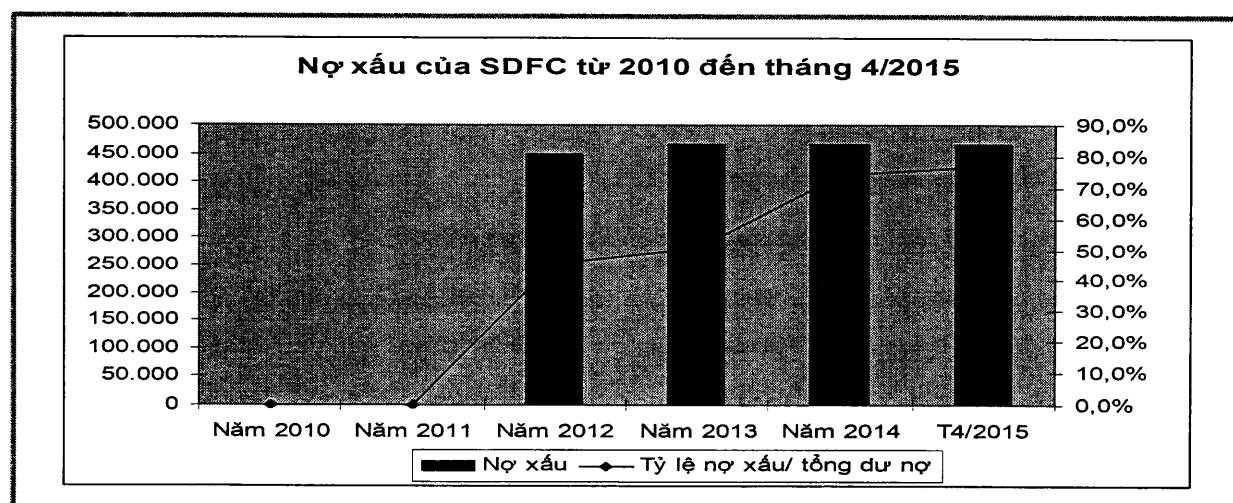
2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh: ROA, ROE và lợi nhuận sau thuế

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014	T4/2015
Lợi nhuận sau thuế	80.586	78.850	674	8.661	9.063	3.199
ROA	1,79%	1,91%	0,03%	0,55%	0,68%	0,26%
ROE	16,12%	11,49%	0,10%	1,26%	1,32%	0,47%

2.3 Tỷ lệ nợ xấu

Tỷ lệ nợ xấu của SDFC tăng cao trong vòng 05 năm từ năm 2010 đến tháng 4 năm 2015, được thể hiện trong biểu đồ dưới đây.



Nguồn: Báo cáo tài chính kiểm toán các năm 2012-2014, báo cáo tài chính 30/04/2015

III. Sự cần thiết và lý do của việc sáp nhập

Sự cần thiết và lý do của việc sáp nhập được trình bày như sau:

- Việc sáp nhập giữa Ngân hàng TMCP Quân đội và Công ty tài chính Cổ phần Sông Đà là tuân theo định hướng của Chính phủ về việc Tái cơ cấu Hệ thống các Tổ chức Tín dụng theo Đề án “Cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng giai đoạn 2011-2015” ban hành theo Quyết định số 254/QĐ-TTG ngày 01/03/2012 của Thủ tướng Chính phủ.
- Việc sáp nhập sẽ hỗ trợ các cổ đông nhà nước của SDFC có thể triển khai thoái vốn đầu tư ngoài ngành theo định hướng của Chính phủ.
- Hiện thực hóa chiến lược phát triển mảng tín dụng tiêu dùng chuyên biệt, nhằm khai thác tiềm năng lớn của thị trường Tài chính Tiêu dùng tại Việt Nam

4. Củng cố và xây dựng mô hình tập đoàn tài chính mạnh . Việc sáp nhập SDFC vào MB để thành lập Công ty hoạt động trong lĩnh vực tài chính chuyên biệt sẽ góp phần mở rộng hoạt động của MB trên các lĩnh vực tiềm năng cao của thị trường tài chính, hướng tới việc đáp ứng ngày càng đa dạng nhu cầu của các khách hàng, đối tác.

IV. Quyền và nghĩa vụ của TCTD tham gia sáp nhập:

1. Cam kết chung của Các Bên

- Các Bên thỏa thuận giải quyết các quyền và nghĩa vụ giữa các bên có liên quan phù hợp với quy định của pháp luật hiện hành.
- Các Bên phải đảm bảo không làm ảnh hưởng đến quyền lợi của Khách hàng, đặc biệt quyền lợi của người gửi tiền, trái chủ tại mỗi TCTD.
- Các thành viên HĐQT, BKS, Tổng Giám đốc và các tổ chức, cá nhân có liên quan của mỗi Bên phải có trách nhiệm bảo mật thông tin để TCTD của mình được hoạt động ổn định trước khi Đề án Sáp nhập được cơ quan quản lý có thẩm quyền của Bên mình thông qua.
- Trong quá trình tiến hành các thủ tục liên quan đến việc sáp nhập, HĐQT của từng TCTD có trách nhiệm cung cấp kịp thời, đầy đủ, thống nhất, trung thực, chính xác và không phân biệt cho các chủ sở hữu của tất cả các Bên tham gia sáp nhập và các tổ chức khác có thẩm quyền các thông tin về quá trình sáp nhập, trong đó có tình hình tài chính, tổ chức và hoạt động của Bên mình.
- Các hồ sơ, tài liệu và quảng cáo của Các Bên phải đảm bảo nguyên tắc thận trọng, chính xác, không gây hiểu nhầm.
- Các Bên thống nhất ủy quyền cho MB là TCTD đại diện làm đầu mối xử lý các vấn đề liên quan đến việc sáp nhập các tổ chức tín dụng.
- ĐHĐCĐ của mỗi Bên thông qua quyết định về việc sáp nhập theo điều kiện, thể thức hợp và biểu quyết theo quy định của pháp luật hiện hành.
- Các Bên phối hợp xây dựng Đề án Sáp nhập và hoàn thành các quy trình, thủ tục và hồ sơ có liên quan theo quy định tại Thông tư số 04/2010/TT-NHNN ngày 11/2/2010 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.
- Nghiêm cấm việc phân tán tài sản dưới mọi hình thức. HĐQT, BKS và Tổng giám đốc của mỗi Bên phải chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động và phải bảo đảm an toàn tuyệt đối về tài sản của TCTD mình cho đến khi hoàn tất quá trình sáp nhập theo Đề án Sáp nhập đã được chấp thuận.
- Sau khi có Chấp thuận Nguyên tắc, Các Bên chủ động chuẩn bị cho công tác bàn giao và phải bàn giao ngay toàn bộ quyền lợi, nghĩa vụ và các vấn đề về tổ chức và hoạt động khi có quyết định sáp nhập của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước.
- Sau khi sáp nhập, nếu phát hiện có những vấn đề ngoài sổ sách hoặc không được bàn giao thì các Thành viên HĐQT, Thành viên BKS, Tổng Giám đốc SDFC phải chịu hoàn toàn trách nhiệm trước pháp luật.
- Sau khi sáp nhập, Ngân hàng sau sáp nhập sẽ tiếp nhận và bố trí vị trí làm việc phù hợp cho những cán bộ, nhân viên đang làm việc cho SDFC tại Ngày Sáp nhập, ngoại trừ các trường hợp

Thành viên HĐQT, BKS được bầu bởi ĐHĐCĐ của SDFC và Tổng Giám đốc được thuê, bổ nhiệm bởi HĐQT của SDFC.

- Ngân hàng sau sáp nhập sẽ có nghĩa vụ đảm nhận thực hiện tất cả những nghĩa vụ của một ngân hàng thương mại cổ phần theo quy định của pháp luật, ngoại trừ những nội dung được cấp có thẩm quyền cho phép chưa, miễn, giãn lộ trình thực hiện.
- Ngân hàng sau sáp nhập sẽ có nghĩa vụ đảm nhận tất cả trách nhiệm đối với những hợp đồng, thỏa thuận vẫn còn hiệu lực mà SDFC là một bên trong đó.
- Đối với những tài sản thuộc diện phải đăng ký theo Luật, Ngân hàng sau sáp nhập sẽ thực hiện những thủ tục cần thiết để chuyển quyền sở hữu của những tài sản đó từ SDFC sang Ngân hàng sau sáp nhập trên cơ sở giá trị sổ sách trong vòng 60 ngày kể từ ngày Ngân hàng sau sáp nhập được cấp Giấy CNĐKKD.
- Đối với bất kỳ và tất cả những tài sản không thuộc diện phải đăng ký theo pháp luật, việc chuyển giao quyền sở hữu của những tài sản đó sẽ được hiểu là được thực hiện thành công vào thời điểm Ngân hàng sau sáp nhập được cấp Giấy CNĐKKD.
- Kể từ thời điểm ký kết Hợp đồng Sáp nhập cho tới Ngày sáp nhập, các Bên cam kết không thực hiện việc chia tách cổ phiếu, chia cổ tức bằng cổ phiếu hay làm tăng hay giảm số cổ phiếu và/hoặc pha loãng giá trị sổ sách của cổ phiếu đang lưu hành dưới bất kỳ hình thức nào.
- Kể từ ngày ký hợp đồng, MB sẽ cử cán bộ và nhân viên của mình sang tham gia quản lý và điều hành mọi hoạt động kinh doanh của SDFC, SDFC sẽ ra văn bản tiếp nhận các cán bộ và nhân viên MB tham gia quản lý và điều hành các hoạt động kinh doanh của SDFC và có trách nhiệm hỗ trợ và hợp tác với nhóm cán bộ và nhân viên này hoàn thành các nhiệm vụ được MB giao.
- Vào ngày sáp nhập, MB sẽ tiếp nhận toàn bộ các quyền và nghĩa vụ của SDFC.

2. Các nghĩa vụ đối với TCTD bị sáp nhập (SDFC)

- SDFC cam kết cung cấp nguồn lực, số liệu kế toán, thống kê, Báo cáo Kiểm toán... và các tài liệu cần thiết cho MB để kịp tiến độ công tác xây dựng Hồ sơ Sáp nhập;
- Trong khoảng thời gian từ khi ký kết Hợp đồng Sáp nhập đến Ngày sáp nhập, SDFC cam kết mọi hoạt động kinh doanh của mình phải tuân thủ các nguyên tắc sau:
 - Sử dụng mọi biện pháp hợp lý và cần thiết để duy trì và tiếp tục hoạt động kinh doanh và các cơ hội trong kinh doanh như trước khi ký kết Hợp đồng Sáp nhập;
 - Không được gia tăng các khoản chi trả cho người lao động, nhà thầu, nhà cung cấp dịch vụ cũng như các chức danh quản lý của mình, không tiến hành việc đầu tư góp vốn, mua cổ phần, công bố hay chi trả cổ tức, trừ trường hợp do pháp luật quy định hoặc chính sách của Các Bên đã có từ trước khi ký kết Hợp đồng Sáp nhập và đã tiến hành thông báo trước cho MB;
 - Nếu không có sự đồng ý bằng văn bản của MB, SDFC không được phép nhận nợ, bảo lãnh hay nhận bất kỳ nghĩa vụ nào từ bất kỳ bên thứ ba nào mà việc đó dẫn đến hậu quả là MB sẽ phải chịu trách nhiệm trước bên thứ ba sau khi sáp nhập xong, trừ khi việc nhận nợ, bảo lãnh hoặc nhận nghĩa vụ đó là nguyên tắc hoạt động bình thường của các bên đã có từ trước khi ký Hợp đồng Sáp nhập;

- Không được thay đổi, bổ sung các chính sách, trình tự, thủ tục pháp lý, điều hành và các quy tắc về thuế, tài chính, kế toán, kiểm toán đang được áp dụng tại SDFC;
- Không được sửa đổi, bổ sung, gia hạn, hủy bỏ hoặc vi phạm các điều khoản của các hợp đồng, thỏa thuận đang thực hiện; không được tiếp nhận các nghĩa vụ từ bên thứ ba hoặc hạn chế khả năng phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của mình; và
- Sử dụng các nỗ lực hợp lý của mình để (i) giữ cho các hoạt động kinh doanh hiện tại không bị ảnh hưởng; (ii) duy trì công việc của những người lao động hiện tại; và (iii) giữ vững mối liên hệ với khách hàng, nhà cung cấp, nhà phân phối, nhà tư vấn, bên cấp li-xăng, bên nhận li-xăng và các cá nhân, tổ chức khác mà SDFC có quan hệ kinh doanh.
- Tạm ngưng thực hiện việc tuyển dụng hay bổ nhiệm nhân sự mới.
- SDFC có nghĩa vụ kê khai đầy đủ các thủ tục và chính xác toàn bộ tài sản, các quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp của mình tính đến thời điểm chuyển giao tài sản.
- Các cổ đông tổ chức của SDFC, đặc biệt là các cổ đông là doanh nghiệp Nhà nước (Tổng Công ty Sông Đà) có trách nhiệm thực hiện các thủ tục nội bộ để ĐHCĐ SDFC thống nhất phương án sáp nhập SDFC vào MB.
- Tổng Công ty Sông Đà và Tổng Công ty cổ phần Bảo Minh có trách nhiệm tiếp tục phối hợp với MB xử lý, thu hồi các khoản nợ tồn đọng của SDFC sau sáp nhập vào MB (đặc biệt là các nghĩa vụ của Công ty CP Sông Đà Thăng Long, Xi Măng Hạ Long, Quỹ hữu nghị SME).
- SDFC có nghĩa vụ thực hiện đầy đủ các thủ tục pháp lý có liên quan đến Giao dịch Sáp nhập theo quy định tại Hợp đồng Sáp nhập và quy định pháp luật.

3. Các nghĩa vụ đối với TCTD nhận sáp nhập (MB)

- MB sẽ kế thừa toàn bộ, đầy đủ và trọn vẹn các trách nhiệm, nghĩa vụ pháp lý của SDFC vào Ngày Sáp nhập.
- Thực hiện đầy đủ các thủ tục pháp lý có liên quan đến Giao dịch Sáp nhập theo quy định tại Đề án Sáp nhập này và theo quy định pháp luật.
- Giải quyết các khiếu nại, tranh chấp có liên quan sau khi Giao dịch Sáp nhập được hoàn tất.
- MB sẽ có các hỗ trợ cần thiết cho SDFC từ ngày Đề án Sáp nhập này được Các Bên thông qua đến Ngày sáp nhập.

V. Các trường hợp xử lý trong trường hợp một bên đơn phương chấm dứt hoặc hủy bỏ giao dịch sáp nhập

- Trong trường hợp một TCTD không tiếp tục thực hiện sáp nhập (đơn phương chấm dứt hoặc hủy bỏ giao dịch sáp nhập) trước khi Thống đốc NHNN chấp thuận về nguyên tắc thì phải có văn bản giải trình rõ lý do, nguyên nhân hủy bỏ gửi TCTD còn lại và gửi Thống đốc NHNN.
- HĐQT TCTD xin rút khỏi việc sáp nhập phải chịu trách nhiệm trước Thống đốc NHNN, đồng thời TCTD xin rút khỏi việc sáp nhập phải chịu trách nhiệm bồi thường toàn bộ thiệt hại gây ra cho TCTD còn lại (bao gồm nhưng không giới hạn: chi phí tư vấn; chi phí phát sinh liên quan đến việc thực hiện các thủ tục Giao dịch Sáp nhập...).
- Sau khi Thống đốc NHNN đã chấp thuận nguyên tắc sáp nhập thì trong mọi trường hợp không chấp thuận việc bất kỳ bên nào đơn phương hủy bỏ/xin rút khỏi việc sáp nhập

VI. Lộ trình sáp nhập

STT	Nội dung thực hiện	Thời hạn dự kiến
1	Xây dựng đề án sáp nhập và cung cấp thông tin	Quý 2-Quý 3.2015
2	Phê Duyệt của ĐHĐCĐ, HĐQT và Ký Kết Hợp Đồng Sáp Nhập	Tháng 10.2015
3	Xin Chấp Thuận Nguyên Tắc của NHNN	Tháng 10.2015
4	Xin Chấp Thuận Sáp Nhập của NHNN	Tháng 11-12 .2015
5	Đăng Ký Phát Hành Cổ Phần với UBCKNN Và Xin Các Chấp Thuận Khác	Tháng 11-12. 2015
6	Phát Hành Cổ Phần Thực Hiện Giao Dịch Sáp Nhập	Tháng 12.2015
7	Công bố thông tin và hoàn tất sáp nhập	Tháng 12.2015

VII. Phương thức sáp nhập và các thay đổi của Ngân hàng sau sáp nhập:

1. Phương thức chuyển đổi cổ phần:

Phương án sáp nhập: TCTD bị sáp nhập (SDFC) sẽ chuyển toàn bộ tài sản, quyền, nghĩa vụ và lợi ích hợp pháp của mình sang TCTD nhận sáp nhập (MB), đồng thời chấm dứt sự tồn tại của TCTD bị sáp nhập kể từ Ngày Sáp nhập theo cách thức được nêu tại Đề án này. TCTD nhận sáp nhập sẽ kế thừa toàn bộ các quyền, lợi ích hợp pháp, đồng thời chịu trách nhiệm về mọi nghĩa vụ tài sản, nghĩa vụ lao động theo thông tin SDFC cung cấp chính thức và các nghĩa vụ khác của TCTD bị sáp nhập kể từ Ngày Sáp nhập. Trên cơ sở thực hiện sáp nhập SDFC, MB sẽ đồng thời trình NHNN thành lập Công ty con hoạt động trong lĩnh vực tài chính tiêu dùng.

Phương án chuyển đổi cổ phần: TCTD nhận sáp nhập (MB) sẽ phát hành cổ phần bằng phương thức chào bán cổ phần theo quy định của pháp luật và sử dụng số lượng cổ phần này để hoán đổi lấy toàn bộ số cổ phần đang lưu hành của SDFC (nhằm sở hữu 100% vốn điều lệ của SDFC) theo cách thức dưới đây và được Đại hội đồng Cổ đông các Bên thông qua. Theo đó, tất cả các cổ đông hiện hữu của SDFC sẽ trở thành cổ đông của MB thông qua việc sở hữu hợp pháp cổ phần do MB phát hành thêm, phù hợp với quy định tại điểm này theo Phương án phát hành như sau:

Loại cổ phần phát hành của MB	Cổ phần phổ thông.
Mệnh giá cổ phần	10.000 đồng/cổ phần.
Số lượng cổ phần dự kiến phát hành	31.181.818 cổ phần
Tổng giá trị dự kiến phát hành theo mệnh giá	311.818.180.000 đồng
Vốn điều lệ tăng thêm	311.818.180.000 đồng
Đối tượng phát hành	Cổ đông của SDFC và cổ đông

“Đề án sáp nhập giữa Ngân hàng TMCP Quân đội và Công ty Tài chính Cổ phần Sông Đà”

của MB theo Danh sách cổ đông
tại thời điểm chốt danh sách.

✓ **Phương thức phát hành:**

MB sẽ phát hành 31.181.818 Cổ Phần mới (Mệnh giá: 10.000 đồng/01 cổ phần) để hoán đổi lấy 68.600.000 cổ phần đang lưu hành của SDFC tương ứng với tổng mệnh giá 686.000.000.000 đồng, trong đó:

- (i) 2,2 cổ phần của SDFC sẽ được hoán đổi ngang bằng 1 cổ phần của MB tại thời điểm phát hành cổ phiếu, tương đương 59.800.000 cổ phần của các cổ đông SDFC (ngoại trừ MB) sẽ hoán đổi thành 27.181.818 cổ phần của MB.
- (ii) 1 cổ phần của Cổ Đông Hiện Hữu MB sẽ được nhận bổ sung thêm 0,0025 cổ phần của MB tại thời điểm phát hành cổ phiếu, tương đương 8.800.000 cổ phần của SDFC mà MB sở hữu được hoán đổi thành 4.000.000 cổ phần của MB.
- (iii) Số Cổ Phần của MB do mỗi cổ đông nhận được sẽ được làm tròn xuống số nguyên gần nhất. Số Cổ Phần lẻ của MB phát sinh do quá trình làm tròn sẽ được xử lý theo quyết định của HĐQT của MB, phù hợp với quy định của Pháp;

✓ **Hình thức phát hành:** phát hành cổ phiếu ra công chúng, đảm bảo tuân thủ đúng quy định của pháp luật.

✓ **Thời điểm thực hiện phát hành dự kiến:** Trong thời hạn 90 ngày và thời gian gia hạn phát hành (nếu có) kể từ ngày được UBCKNN cấp phép.

✓ **Toàn bộ số cổ phần phát hành thêm (căn cứ theo kết quả thực tế đợt phát hành)** sẽ được lưu ký bổ sung tại Trung tâm lưu ký chứng khoán Việt Nam và niêm yết bổ sung tại Sở Giao dịch chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh.

2. Thời gian chuyển đổi cổ phần:

Sau khi UBCKNN cấp giấy chứng nhận chào bán chứng khoán ra công chúng để thực hiện Giao dịch sáp nhập cho MB, dự kiến tháng 12/2015, MB sẽ triển khai việc chuyển đổi cổ phần.

3. Vốn điều lệ của MB trước và sau sáp nhập

Tổ chức tín dụng	VĐL Trước khi sáp nhập (VNĐ)	VĐL Sau khi sáp nhập (VNĐ)
MB	16.000.000.000.000	16.311.818.180.000
SDFC	686.000.000.000	
Tổng		16.311.818.180.000

4. Danh sách cổ đông lớn nắm giữ trên 5% cổ phần của Ngân hàng sau sáp nhập

STT	Cổ đông lớn	Tỷ lệ sở hữu trước sáp nhập (VĐL 16.000 tỷ đồng)	Tỷ lệ sở hữu sau sáp nhập (VĐL 16.311,81 tỷ đồng)
1	Tập đoàn Viễn thông Quân đội	15,00%	14,75%
2	Tổng công ty đầu tư và kinh doanh vốn nhà nước	10,00%	9,83%
3	Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam	8,80%	8,65%
4	Tổng Công ty trực thăng Việt Nam - Công ty trách nhiệm hữu hạn	7,97%	7,84%
5	Công ty TNHH Một Thành viên Tổng Công ty Tân Cảng Sài Gòn	7,65%	7,52%
6	Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam	7,16%	7,04%

VIII. Tổ chức và hoạt động của MB sau sáp nhập:

1. Tổ chức hoạt động

SDFC hoạt động với quy mô tương đối nhỏ so với MB, do vậy việc sáp nhập SDFC vào MB sẽ không tác động lớn đến tổ chức hoạt động của MB. Mô hình tổ chức, mạng lưới, nhân sự và các thành viên HĐQT, Ban điều hành không có sự thay đổi.

Thông tin về Ngân hàng sau sáp nhập:

Tên TCTD sau sáp nhập	Ngân hàng TMCP Quân đội
Tên TCTD bằng tiếng Anh	Military Commercial Joint Stock Bank
Tên viết tắt	MCSB
Trụ sở chính	21 Cát Linh Đống Đa Hà Nội
Điện thoại	(84-4)62777222
Fax	(84-4)62661080
Website	www.mbbank.com.vn
Vốn điều lệ	16.311.818.180.000 đồng
Nội dung hoạt động	MB sau sáp nhập sẽ kế thừa và thực hiện tất cả những hoạt động kinh doanh được phép của SDFC. Nhu vậy, sau sáp nhập, lĩnh vực hoạt động của MB được mở rộng, gồm lĩnh vực ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm, quản lý quỹ, bất động sản và tín dụng tiêu dùng/tài chính vi mô

2. Kế hoạch kinh doanh của Ngân hàng sau sáp nhập:

2.1 Kế hoạch Kinh doanh sau khi sáp nhập

Với mục tiêu trở thành một trong những Ngân hàng hàng đầu Việt Nam hướng đến phát triển bền vững nhằm nâng cao lợi nhuận và vị thế của Ngân hàng trên thị trường tài chính, MB sẽ nỗ lực hết mình trong việc củng cố và phát triển các thế mạnh cạnh tranh hiện tại, đồng thời có chiến lược kinh

doanh năng động nhằm mở rộng danh mục Khách hàng của mình, đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu và đem lại các giá trị gia tăng cho Khách hàng.

Sau hơn 22 năm hoạt động, MB đã xây dựng được một nền tảng Khách hàng vững chắc cùng với danh mục các sản phẩm đa dạng, tiên tiến, đáp ứng các nhu cầu của các đối tượng Khách hàng khác nhau, từ Khách hàng doanh nghiệp lớn, Khách hàng doanh nghiệp nhỏ và vừa SMEs, Khách hàng cá nhân....Việc sáp nhập với SDFC sẽ không gây pha loãng nguồn lực của Ngân hàng, mà còn giúp MB có thể tiếp cận được danh mục Khách hàng mở rộng và phong phú hơn. MB sẽ tiếp tục phát triển mở rộng các thể mạnh hiện tại của mình qua các chính sách nhằm tiếp tục phát triển mảng dịch vụ ngân hàng bán lẻ, đồng thời củng cố và phát triển mảng dịch vụ Khách hàng doanh nghiệp.

2.2 Kế hoạch Tài chính dự kiến 03 năm sau khi sáp nhập:

Do quy mô của SDFC nhỏ nên sau khi sáp nhập, các vấn đề tồn đọng tài chính của SDFC không ảnh hưởng lớn đến kết quả kinh doanh của MB sau sáp nhập

Bảng cân đối tài sản nguồn vốn hợp nhất sau 3 năm sáp nhập:

Đơn vị : Tỷ đồng

Chi tiêu	2015	2016	2017	2018
Tổng tài sản	215,000	235,000	255,000	285,000
Tiền mặt và tiền gửi NHNN	4,300	4,700	4,900	5,200
Vay gửi liên ngân hàng	19,600	18,000	15,000	14,500
Dư nợ cho vay	115,500	136,000	160,000	188,000
Đầu tư CK	66,650	68,150	68,850	71,000
Tài sản có khác	8,950	8,150	6,250	6,300
Tổng nguồn vốn	215,000	235,000	255,000	285,000
Vay NHNN, các TCTD	7,000	8,600	9,000	13,500
Tiền gửi của TCKT và cá nhân	180,000	195,000	214,000	240,000
Phát hành trái phiếu	2,000	2,000	2,000	2,000
Tài sản nợ khác	3,700	6,500	6,900	4,000
Vốn chủ sở hữu	22,300	22,900	23,100	25,500

Kết quả kinh doanh hợp nhất sau 3 năm sáp nhập

Chi tiêu	2015	2016	2017	2018
Thu thuần kinh doanh	9,000	9,800	10,600	11,400
Dự phòng	2,400	2,450	2,400	2,350
Chi phí hoạt động	3,350	3,750	4,200	4,700
LNTT	3,250	3,600	4,000	4,350

Các chỉ tiêu hiệu quả:

Các chỉ tiêu hiệu quả	2015	2016	2017	2018
ROA	1.30%	1.30%	1.40%	1.40%
ROE	13.5%	13.5%	14.0%	14.5%

2.3 Kế hoạch chuyển đổi dữ liệu, kết hợp hệ thống thông tin quản lý, hệ thống kiểm tra kiểm soát nội bộ, kiểm toán nội bộ và quản lý rủi ro sau khi sáp nhập:

Kế hoạch chuyển đổi dữ liệu và kết hợp hệ thống thông tin quản lý

Các dữ liệu quan trọng nhất của SDFC chủ yếu là dữ liệu về các khách hàng có quan hệ tín dụng với Công ty, các khoản vay, tiền gửi, các khoản đầu tư, phải thu, phải trả...với số lượng không nhiều. Các dữ liệu này sẽ được chuyển giao một phần thủ công như chuyển giao hồ sơ vay vốn, các hợp đồng tiền gửi, tiền vay...cho MB ngay sau khi sáp nhập. Một số các dữ liệu tín dụng và huy động vốn, các hợp đồng đầu tư, phải thu, phải trả trên hệ thống sẽ được nhập tay vào hệ thống cơ sở dữ liệu của MB. Do số lượng các khoản cho vay, tiền gửi và các khoản đầu tư, phải thu, phải trả của SDFC không nhiều, nên việc nhập số liệu này sẽ không mất nhiều thời gian và không cần có sự hỗ trợ đặc biệt về kỹ thuật để tích hợp hai hệ thống CNTT của MB và SDFC.

Hệ thống Kiểm soát nội bộ, Kiểm toán nội bộ

Hệ thống Kiểm soát nội bộ, Kiểm toán nội bộ và Quản trị rủi ro sẽ dựa trên cơ sở Hệ thống Kiểm soát nội bộ, Kiểm toán nội bộ và Quản trị rủi ro của MB trước khi sáp nhập.

Hệ thống quản trị rủi ro

Bộ máy quản trị rủi ro phân định rõ ràng trách nhiệm của từng cấp trong công tác quản lý rủi ro nhằm kiểm soát toàn diện rủi ro trong tất cả các mặt.

2.4 Tỷ lệ an toàn vốn sau sáp nhập:

Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu (CAR) là một chỉ tiêu quan trọng của Ngân hàng Nhà nước trong việc quản lý hoạt động của các Tổ chức tín dụng. Tiệm cận với chuẩn mực Basel, tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu của MB liên tục được Ngân hàng Nhà nước đánh giá mức độ phù hợp. Sau khi sáp nhập, tỷ lệ an toàn vốn của MB vẫn được kiểm soát đảm bảo quy định của NHNN. 

PHẦN 2: ĐỀ ÁN THÀNH LẬP CÔNG TY TÀI CHÍNH TIÊU DÙNG MB

I. Thông tin về Công ty Tài chính Tiêu dùng MB

Công ty Tài chính Tiêu dùng MB, với số vốn điều lệ là 500 tỷ Việt Nam Đồng, được thành lập bởi MB ngay sau khi được Ngân hàng Nhà nước Việt Nam chấp thuận việc thành lập.

1. Cấu trúc thành lập

Tại thời điểm thành lập, Công ty được hoạt động với những thông tin sơ bộ như sau:

- ✓ **Tên công ty:**
 - Tên đầy đủ: Công ty Tài chính TNHH MTV MB
 - Tên viết tắt: M Finance
- ✓ **Hình thức sở hữu:** Công ty TNHH MTV
- ✓ **Trụ sở :** Hà Nội, Việt Nam
- ✓ **Thời gian hoạt động :** 99 năm theo luật hiện hành
- ✓ **Vốn điều lệ:** 500.0000.000.000 VNĐ (Năm trăm tỷ Việt Nam Đồng)

2. Khu vực hoạt động chủ yếu

Theo kế hoạch, khu vực kinh doanh chính của Công ty Tài chính Tiêu dùng MB là các tỉnh, thành phố lớn trên cả nước như Hà Nội, Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Hưng Yên, Hải Dương, Huế...trong ngắn hạn và khắp các tỉnh thành trên cả nước trong thời gian dài hạn nhằm đem lại các sản phẩm tài chính tiêu dùng thuận tiện, đem lại giá trị gia tăng và phù hợp với nhu cầu của các khách hàng cá nhân của Công ty trên toàn quốc.

3. Nội dung hoạt động của Công ty:

Căn cứ theo Luật các TCTD 2010 và Nghị định 39/2014/NĐ-CP về hoạt động của công ty tài chính và công ty cho thuê tài chính, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB mong muốn được cấp phép đầy đủ các nghiệp vụ theo quy định.

II. Nhu cầu thành lập Công ty tài chính tiêu dùng

1. Tiềm năng thị trường và cơ hội – Thách thức cho MB khi tham gia vào thị trường tài chính tiêu dùng

Cơ hội

Với thu nhập ngày càng tăng, tỷ lệ đô thị hóa ngày càng cao cùng với đặc điểm về dân số trẻ ngày càng đón nhận xu hướng cho vay để tiêu dùng, Việt Nam là một trong các thị trường tiêu dùng tiềm năng nhất trong khu vực. Tiềm năng dồi dào của thị trường tài chính tiêu dùng với số lượng khách hàng tiềm năng khổng lồ chưa được đáp ứng nhu cầu cùng với sự hỗ trợ về khung pháp lý của NHNN sẽ tạo ra một môi trường phát triển lành mạnh và bền vững cho các Công ty Tài chính và thị trường tài chính tiêu dùng.

Thách thức

Sự cạnh tranh gay gắt của các Công ty Tài chính Tiêu dùng, đặc biệt là các Công ty đã có nhiều năm phát triển và có vị thế vững chắc trong thị trường là thách thức lớn nhất mà Công ty Tài chính Tiêu dùng MB gặp phải khi tham gia thị trường. Do đó, công ty tài chính tiêu dùng mới thành lập cần nhận được sự hỗ trợ về nguồn lực từ phía Ngân hàng mẹ MB để có thể tạo nền tảng để tồn tại và cạnh tranh với các đối thủ là các công ty tài chính tiêu dùng có nhiều kinh nghiệm với nhiều năm hoạt động trên thị trường..

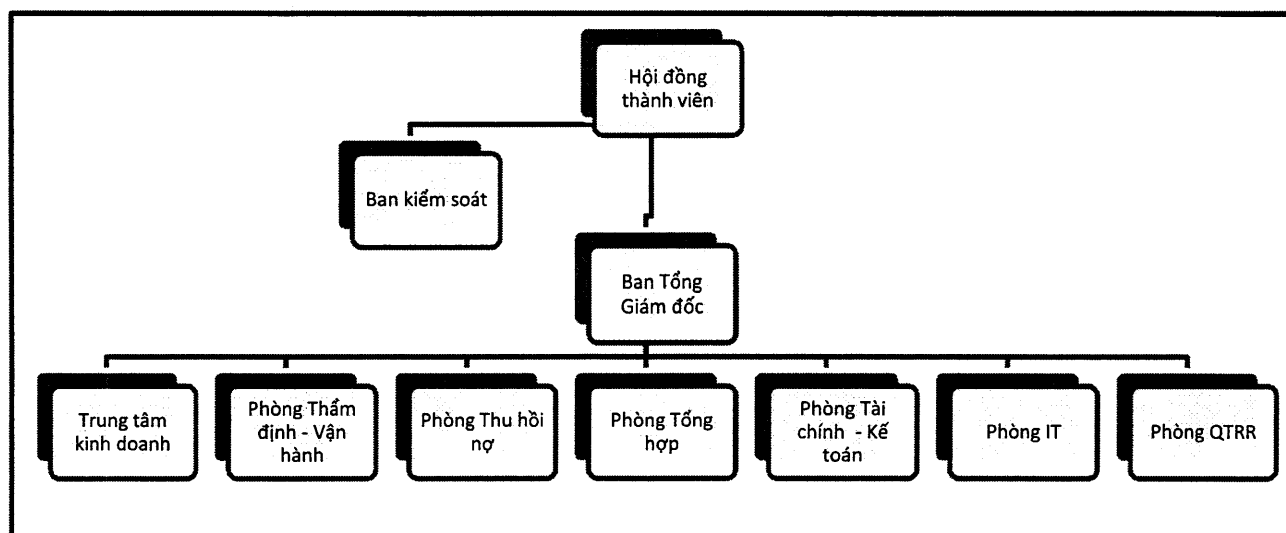
2. Việc thành lập công ty tài chính tiêu dùng là phù hợp với chiến lược kinh doanh của MB

- ✓ Tận dụng tiềm năng của thị trường tín dụng tiêu dùng nhằm gia tăng thị phần KHCN và nâng cao lợi nhuận
- ✓ Tận dụng lợi thế đặc thù của Công ty Tài chính Tiêu dùng
- ✓ Chuyên biệt hóa mảng tín dụng tiêu dùng nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của MB
- ✓ Giảm thiểu ảnh hưởng tiêu cực đến thương hiệu và hoạt động của MB do tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng cao hơn các hoạt động cho vay khác
- ✓ Thúc đẩy bán chéo sản phẩm

III. Cơ cấu tổ chức và nhân sự dự kiến của Công ty:

1. Mô hình tổ chức:

Công ty tài chính tiêu dùng MB được tổ chức hoạt động theo mô hình sau:



2. Dự kiến nhân sự

2.1 Số lượng nhân sự dự kiến

- Năm đầu tiên, số lượng nhân sự chính thức dự kiến 72 cán bộ, và 89 cộng tác viên.
- Năm thứ 2, về nhân sự công ty: 90 cán bộ nhân viên và 112 cộng tác viên
- Năm thứ 5, số lượng nhân sự chính thức dự kiến 120 cán bộ nhân viên và 200 cộng tác viên.

2.2 Về chính sách nhân sự

Do thay đổi về cơ cấu tổ chức và mô hình hoạt động nên chiến lược nhân sự của công ty dự kiến như sau:

- Các Lãnh đạo chủ chốt của Công ty tài chính tiêu dùng sẽ được lựa chọn trên cơ sở tuân thủ các quy định của Luật các Tổ chức Tín dụng 2010.
- Ngoài một số các cán bộ giàu kinh nghiệm về lĩnh vực tài chính cá nhân được chuyển giao từ MB trong năm đầu tiên hoạt động để hỗ trợ hoạt động của Công ty Tài chính Tiêu dùng MB, để phát triển tín dụng tiêu dùng Công ty sẽ phải tuyển dụng bổ sung đối với những nhân sự chủ chốt cho những bộ phận còn thiếu theo mô hình hoạt động mới.

3. Chiến lược phát triển

3.1 Phân tích các yếu tố bên ngoài

Đối thủ cạnh tranh

Thành công của các công ty tài chính hiện nay trên thị trường Việt Nam là rào cản rất lớn đối với các công ty tài chính tiêu dùng mới gia nhập thị trường như Công ty Tài chính Tiêu dùng MB, do vậy, Công ty cần có các sách lược riêng để tiếp cận khách hàng, từng bước xây dựng thương hiệu và nâng cao thị phần.

Thị trường tiêu dùng – Hiện tại và xu thế

Thị trường tài chính tiêu dùng Việt Nam tập trung chủ yếu vào việc các sản phẩm cho vay tiền mặt để mua sắm, cho vay mua xe máy, cho vay mua đồ gia dụng, điện máy...cùng với một số các sản phẩm cho vay mua ô tô, điển hình là Công ty Tài chính Toyota chuyên cung cấp các khoản cho vay mua ô tô của hãng Toyota (nguồn: website của các Công ty Tài chính Tiêu dùng). Trong đó, sản phẩm tín dụng tiêu dùng cho vay mua xe máy và điện thoại là hai sản phẩm chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng cho vay tiêu dùng, theo báo cáo năm 2015 của BMI về thị trường Tài chính Tiêu dùng tại Việt Nam.

3.2 Nguyên tắc “Cho vay có trách nhiệm”

Công ty Tài chính Tiêu dùng MB đề cao uy tín, trách nhiệm, sự minh bạch của việc cho vay khách hàng nhằm đem lại sự an tâm và tín nhiệm cho khách hàng vượt trên các mục tiêu về lợi nhuận ngắn hạn.

4. Chiến lược phát triển

Giai đoạn kế thừa và tạo lập (giai đoạn ngắn hạn): 02 năm đầu tiên sau khi thành lập: Trong giai đoạn này, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB sẽ kế thừa các nguồn lực có được từ MB đồng thời tạo lập cơ sở vật chất, nguồn nhân sự, quan hệ đại lý...để có thể thâm nhập thị trường tài chính tiêu dùng, cạnh tranh và tạo đà phát triển cho giai đoạn tiếp theo.

Giai đoạn phát triển (trung & dài hạn): bắt đầu từ năm thứ ba sau khi thành lập: Trong giai đoạn này, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB, dựa trên các nguồn lực phát triển được từ giai đoạn Kế thừa và Tạo lập, sẽ tiếp tục mở rộng thị phần khách hàng, đa dạng hóa danh mục sản phẩm của mình để

đáp ứng nhu cầu của khách hàng, cùng với việc tiếp cận thêm nhiều mạng lưới và kênh phân phối mới, tạo lập uy tín của Công ty hướng tới mục tiêu phát triển bền vững của Công ty trên thị trường.

5. Chiến lược kinh doanh

5.1 Chiến lược về khách hàng

Về chiến lược phát triển khách hàng, Công ty sẽ đẩy mạnh tiếp cận các phân khúc khách hàng mới thông qua nhiều kênh phân phối và mạng lưới khác nhau.

Công ty tài chính tiêu dùng xác định các đối tượng khách hàng mục tiêu của công ty như sau:

STT	KH MỤC TIÊU	Số lượng khách hàng mục tiêu (khách hàng)
1	Nhóm KH khai thác thông qua kênh Viễn thông	5,000,000
2	Nhóm KH là cán bộ công chức nhà nước (02 năm đầu tập trung khai thác tại HN, HCM, Đà Nẵng, từ năm thứ 3 mở rộng khai thác tại các TP lớn khác)	172,262
3	Nhóm KH công ty con	90,000
4	Nhóm KH qua kênh Đối tác tiêu dùng	1,050,300
5	Nhóm KH khai thác từ Nhân viên mới đi làm sau khi tốt nghiệp (02 năm đầu tập trung khai thác tại HN, HCM, Đà Nẵng, từ năm thứ 3 mở rộng khai thác tại các TP lớn khác)	19,754
6	Nhóm KH khai thác từ các CBNV DN Quy mô vừa và nhỏ	56,800
7	Nhóm KH là tiểu thương	59,176

5.2 Chiến lược về sản phẩm:

Chiến lược về sản phẩm sẽ gắn bó chặt chẽ với phân khúc khách hàng mục tiêu trong giai đoạn Kế thừa và Tạo lập cũng như Giai đoạn phát triển, do mục tiêu của Công ty Tài chính Tiêu dùng MB là đem lại các sản phẩm phù hợp và đem lại nhiều nhất giá trị gia tăng và chất lượng dịch vụ cho khách hàng.

Các sản phẩm mục tiêu được xây dựng dựa trên đặc trưng của từng phân nhóm khách hàng mục tiêu (như đã trình bày tại phần trước của Đề án) cho các giai đoạn **Kế thừa và Tạo lập (Giai đoạn Ngắn hạn)** và **Giai đoạn Phát triển (Trung & Dài hạn)**.

5.3 Chiến lược về mạng lưới kênh phân phối

Một trong những đặc trưng của công ty tài chính tiêu dùng là hình thức phân phối tại các điểm bán hàng (POS), trong khi đó, các ngân hàng thương mại chủ yếu phân phối qua các kênh truyền thống như chi nhánh/phòng giao dịch, internet, hay mobile banking.

5.4 Chiến lược marketing

Cạnh tranh với các công ty tài chính tiêu dùng đã hoạt động nhiều năm và xây dựng được thương hiệu uy tín như Home Credit, Prudentials, FE Credit...trong ngắn và dài hạn, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB cần có chính sách xây dựng thương hiệu của mình, tạo lập uy tín của Công ty trên thị trường. Cách thức bền vững nhất để xây dựng một thương hiệu uy tín là xây dựng lòng tin với khách hàng qua việc thiết kế các sản phẩm tiện dụng, phù hợp với nhu cầu của khách hàng một cách minh bạch.

Ngoài ra, chiến lược marketing và quảng bá hình ảnh của Công ty và các sản phẩm cũng sẽ được đẩy mạnh qua nhiều kênh khác nhau nhằm tăng cường sự nhận diện thương hiệu Công ty Tài chính Tiêu dùng MB trên thị trường.

5.5 Chiến lược về công nghệ thông tin

Để có thể ứng phó được, cần thiết phải có sự hỗ trợ rất lớn từ nền tảng công nghệ, do đó, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB sẽ thực hiện phương án đầu tư về cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến ngay từ bước đầu đặt chân vào thị trường tín dụng tiêu dùng (Giai đoạn Tạo lập và Kế thừa). Quy định thẩm định và quyết định duyệt khoản vay của Công ty Tài chính Tiêu dùng MB dự kiến đều được tự động hóa nhằm giảm thiểu thời gian xử lý hồ sơ nhưng vẫn đảm bảo được việc kiểm soát rủi ro tín dụng.

Trong Giai đoạn phát triển, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB sẽ tiếp tục nâng cấp và mua sắm thêm các phần mềm và các thiết bị để đáp ứng quy mô hoạt động ngày càng tăng của mình đồng thời để cải thiện thời gian xử lý khoản vay và chất lượng phê duyệt tín dụng.

5.6 Chiến lược về quản trị rủi ro

Ở cả 2 giai đoạn Kế thừa & Tạo lập và Giai đoạn phát triển, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB sẽ tiến hành việc xây dựng thẻ điểm (“Scorecard”) để thẩm định tín dụng đối với các khách hàng của mình và sẽ xây dựng quy trình cho vay đạt mức độ tự động hóa tối đa nhằm giảm thiểu thời gian xử lý khoản vay. Chiến lược của Công ty là tập trung vào các khách hàng có chất lượng cao hơn là việc ồ ạt đẩy mạnh cho vay mà không kiểm soát được rủi ro. Vì khi cho vay ồ ạt và thiếu trách nhiệm, nợ xấu không những khó kiểm soát mà ngược lại còn tăng nhanh.

IV. Mạng lưới và kênh phân phối:

Một trong các yếu tố quyết định thành công của các công ty tài chính tiêu dùng là việc xây dựng một mạng lưới và kênh phân phối hiệu quả nhằm đưa các sản phẩm của mình tới người tiêu dùng, tiếp cận các khách hàng tiềm năng cũng như xây dựng và quảng bá hình ảnh của Công ty trong lòng công chúng.

Mạng lưới kênh phân phối mà Công ty Tài chính Tiêu dùng MB hướng đến xây dựng và phát triển bao gồm:

- Kênh phân phối trực tiếp (Point of sales – POS): bán hàng trực tiếp thông qua liên kết với các cửa hàng, siêu thị
- Kênh phân phối qua điện thoại (Call Center): Tư vấn, tiếp thị và bán hàng qua điện thoại.

- Kênh phân phối qua thư điện tử (Direct Mail): Tư vấn, giới thiệu và tiếp cận Khách hàng qua thư điện tử:
- Kênh phân phối qua Internet như bán hàng qua: Website, Bankplus, Internetbanking, facebook...
- Kênh liên kết (viễn thông, bảo hiểm...).
- Kênh bán hàng cho vay tiền mặt

V. Nguồn lực và cơ sở hạ tầng thực hiện chiến lược kinh doanh:

Để có thể nắm bắt những tiềm năng và xu thế tiêu dùng của thị trường, nguồn lực và cơ sở hạ tầng của Công ty Tài chính Tiêu dùng MB là một trong những yếu tố quan trọng giúp hiện thực hóa các cơ hội này. Nguồn lực và cơ sở hạ tầng của Công ty xuất phát từ việc:

- (i) Kế thừa các nguồn lực của Ngân hàng mẹ như hệ thống khách hàng có sẵn và khách hàng tiềm năng, hỗ trợ về nhân sự và hệ thống CNTT, mạng lưới...
- (ii) Đầu tư thêm mới cơ sở hạ tầng vật chất cần thiết cho sự phát triển của Công ty Tài chính Tiêu dùng MB như hệ thống Công nghệ thông tin, tuyển dụng các nhân viên bán hàng có kinh nghiệm và năng lực, tạo lập quan hệ đại lý...

VI. Kế hoạch tài chính của Công ty Tài chính Tiêu dùng:

1. Bảng tổng kết tài sản dự kiến:

Đơn vị: tỷ đồng

BS thời điểm	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Nguồn vốn	720	1,267	1,645	2,210	2,890
Vốn huy động	180	203	505	1,003	1,640
Vốn chủ sở hữu	539	1,064	1,140	1,207	1,250
<i>Vốn điều lệ</i>	<i>500</i>	<i>800</i>	<i>800</i>	<i>800</i>	<i>800</i>
<i>Thặng dư phát hành + Lợi nhuận để lại và các quỹ</i>	<i>40</i>	<i>264</i>	<i>340</i>	<i>407</i>	<i>450</i>
Tài sản	720	1,267	1,645	2,210	2,890
Tiền mặt	5	5	5	5	5
Tiền vàng gửi tại và cho vay các TCTD khác	10	88	50	60	70
Tổng dư nợ	645	1,096	1,489	2,020	2,663
Đầu tư tài sản cố định	60	78	101	125	152

Các chỉ tiêu về nợ quá hạn và nợ xấu của Công ty:

Nhóm nợ	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Nhóm 1	88.5%	83.3%	81.5%	80.5%	79.2%
Nhóm 2	6.0%	6.18%	6.67%	7.21%	7.79%
Nhóm 3	3.5%	4.00%	4.20%	4.41%	4.85%
Nhóm 4	2.0%	3.50%	3.68%	3.70%	4.00%
Nhóm 5	0.0%	3.00%	4.00%	4.20%	4.20%

2. Báo cáo kết quả kinh doanh dự kiến

Đơn vị: tỷ đồng

Bảng doanh thu - chi phí dự kiến	Năm 1	Năm 2	Năm 3	Năm 4	Năm 5
Doanh thu hoạt động	203	356	393	472	523
Chi phí hoạt động	(130)	(210)	(216)	(259)	(288)
Chi phí dự phòng	(23)	(46)	(41)	(44)	(56)
Thu nhập bất thường từ bán nợ			17	24	33
Lợi nhuận trước thuế	50	100	153	193	212
Thuế	(10)	(20)	(31)	(39)	(42)
Lợi nhuận sau thuế	40	80	122	154	170
ROA	5.55%	6.34%	7.42%	6.93%	5.89%
ROE	7.40%	7.55%	10.71%	12.69%	13.61%

VII. Mô hình quản trị rủi ro và chỉ số an toàn công ty tài chính:

1. Mô hình quản trị rủi ro

Chiến lược quản trị rủi ro tại Công ty tài chính tiêu dùng MB được xây dựng tập trung vào các nội dung sau đây:

- Xây dựng và áp dụng hệ thống quản trị rủi ro tập trung, độc lập, quy chuẩn và toàn diện;
- Quy chuẩn hóa hệ thống kiểm tra kiểm soát nội bộ; kiểm toán nội bộ và pháp chế;
- Xây dựng sổ tay tín dụng tiêu chuẩn;
- Áp dụng hệ thống chấm điểm tín dụng khách hàng nội bộ tiên tiến và lập trình vào hệ thống chấm điểm tín dụng điện tử trong đó tích hợp với cơ sở dữ liệu khách hàng nhằm đưa các quyết định cho vay, quản trị rủi ro gian lận....
- Xây dựng và triển khai hệ thống thông tin quản trị hiện đại phục vụ việc nhận biết, đo lường và quản lý rủi ro tích cực...

Tuân theo chuẩn mực Basel, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB sẽ được xây dựng theo mô hình 3 vòng bảo vệ.

2. Chính sách và quy trình quản lý rủi ro:

Tín dụng tiêu dùng là lĩnh vực hoàn toàn mới trong hoạt động của Công ty Tài chính Tiêu dùng MB, Do đó, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB cần tiến hành xây dựng và ban hành các quy chế, quy trình nội bộ quản lý rủi ro đối với rủi ro tín dụng, rủi ro thị trường, rủi ro hoạt động, ...

3. Chính sách và quy trình quản lý rủi ro tín dụng

Theo đó, Chính sách và quy trình quản lý rủi ro tín dụng tại Công ty Tài chính Tiêu dùng MB được thực hiện tại các giai đoạn riêng biệt:

- Giai đoạn 1: Thẩm định cho vay khách hàng và nhận diện rủi ro gian lận.
- Giai đoạn 2: Chính sách thu hồi nợ.
- Giai đoạn 3: Chính sách xử lý nợ.

Ngoài ra, Công ty Tài chính Tiêu dùng MB cũng tiến hành xây dựng hệ thống cảnh báo sớm đối với rủi ro, đặc biệt là rủi ro của tín dụng tiêu dùng: thiết lập một hệ thống cảnh báo sớm để theo dõi các chỉ số dự báo và hậu quả như dự báo khả năng trả nợ, thay đổi nhóm nợ xấu theo vùng, quỹ đạo nợ xấu, tỷ lệ khách hàng trả nợ trong các nhóm nợ... Công ty Tài chính Tiêu dùng MB cũng lập một bộ tiêu chí đánh giá theo dõi kết quả làm việc của đội ngũ bán hàng.

Với kế hoạch quản trị rủi ro như trên, dự kiến các nhóm nợ của Công ty như sau:

IX. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Nhằm đảm bảo hỗ trợ MB xử lý các tồn đọng của SDFC sau quá trình tái cơ cấu, MB kính trình NHNN chấp thuận các kiến nghị sau:

1. NHNN phê duyệt để SDFC được phân loại nợ và trích lập dự phòng đầy đủ đối với các khoản vay, mua trái phiếu theo quy định của NHNN trước khi giao dịch sáp nhập diễn ra.
2. NHNN phê duyệt tất cả nợ xấu (bao gồm cả dư nợ, trái phiếu và các khoản phải thu) của SDFC được quản lý và theo dõi riêng theo cơ chế đặc biệt và không cộng vào số dư nợ xấu của MB trong vòng 3 năm kể từ khi hoàn tất giao dịch sáp nhập.
3. NHNN chấp thuận cho MB nhận sáp nhập SDFC đồng thời thành lập Công ty tài chính tiêu dùng 100% vốn của MB với đầy đủ các nghiệp vụ mà công ty tài chính được triển khai theo quy định của Pháp luật (Cụ thể theo mục 3 chương 1 phần 2 của Đề án).
4. Nhằm tạo điều kiện gia tăng sự hỗ trợ tài chính, kinh nghiệm, công nghệ, sản phẩm.... của các Công ty tài chính nước ngoài có kinh nghiệm trong hoạt động tín dụng tiêu dùng MB kiến nghị NHNN chấp thuận nguyên tắc cho MB được phép tìm kiếm đối tác chiến lược nước ngoài góp vốn mua cổ phần hoặc liên doanh với Công ty tài chính tiêu dùng MB sau một thời gian hoạt động với tỷ lệ nắm giữ tối đa 49% Vốn điều lệ của Công ty tài chính. Đối tác nước ngoài cam kết tuân thủ chiến lược kinh doanh của Công ty Tài chính tiêu dùng MB đồng thời đáp ứng đủ các điều kiện theo quy định tại Luật TCTD và các văn bản pháp luật có liên quan.
5. MB đề nghị NHNN chấp thuận việc tăng vốn điều lệ và sử dụng thặng dư để chia cho các cổ đông hiện hữu của MB nhằm hoán đổi toàn bộ vốn điều lệ của SDFC theo tỷ lệ hoán đổi hai bên đã thỏa thuận phù hợp với quy định của Pháp luật.
6. Kiến nghị NHNN cho phép Công ty tài chính tiêu dùng MB được triển khai tích hợp các sản phẩm liên kết với Viettel và MB được NHNN cho phép thực hiện để hỗ trợ Khách hàng theo quy định của NHNN và các văn bản pháp luật có liên quan.

7. Cho phép MB được trực tiếp hỗ trợ tài chính và hỗ trợ thanh khoản cho Công ty tài chính tiêu dùng MB trong 5 năm đầu thành lập hoặc trong trường hợp gặp khó khăn về thanh khoản phù hợp với quy định của Pháp luật và hướng dẫn của NHNN.

8. NHNN có ý kiến với Bộ tài chính/Cơ quan thuế và các đơn vị có liên quan xem xét chấp thuận cho MB và Công ty tài chính tiêu dùng MB được giãn, miễn, giảm số thuế TNDN phải nộp trong 05 năm đầu sau sáp nhập, cụ thể như sau

❖ Đối với MB:

✓ Được miễn 20% thuế TNDN trong 03 năm tài chính đầu tiên sau khi sáp nhập;

❖ Đối với Công ty tài chính tiêu dùng MB mới thành lập:

✓ Được miễn 100% thuế TNDN trong 03 năm tài chính đầu tiên kể từ ngày thành lập;

✓ Được miễn 50% thuế TNDN trong 02 năm tài chính tiếp theo. ✓ 

NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI

CÔNG TY TÀI CHÍNH CỔ PHẦN SÔNG ĐÀ