

2. TÓM TẮT QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN

2.1. Lịch sử hình thành

2.1.1. Bối cảnh thành lập

Pháp lệnh về Ngân hàng Nhà nước và Pháp lệnh về NHTM, hợp tác xã tín dụng và công ty tài chính được ban hành vào tháng 5/1990, đã tạo dựng một khung pháp lý cho hoạt động NHTM tại Việt Nam. Trong bối cảnh đó, NHTMCP Á Châu đã được thành lập theo Giấy phép số 0032/NH-GP do NHNN cấp ngày 24/04/1993, Giấy phép số 533/GP-UB do Ủy ban Nhân dân TP.Hồ Chí Minh cấp ngày 13/05/1993. Ngày 04/06/1993, ACB chính thức đi vào hoạt động.

2.1.2. Tầm nhìn

Ngay từ ngày đầu hoạt động, ACB đã xác định tầm nhìn là trở thành NHTMCP bán lẻ hàng đầu Việt Nam. Trong bối cảnh kinh tế xã hội Việt Nam vào thời điểm đó “Ngân hàng bán lẻ với khách hàng mục tiêu là cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ” là một định hướng rất mới đối với ngân hàng Việt Nam, nhất là một ngân hàng mới thành lập như ACB.

2.1.3. Chiến lược

Cơ sở cho việc xây dựng chiến lược hoạt động qua các năm là:

- Tăng trưởng cao bằng cách tạo nên sự khác biệt trên cơ sở hiểu biết nhu cầu khách hàng và hướng tới khách hàng;
- Xây dựng hệ thống quản lý rủi ro đồng bộ, hiệu quả và chuyên nghiệp để đảm bảo cho sự tăng trưởng được bền vững;
- Duy trì tình trạng tài chính ở mức độ an toàn cao, tối ưu hóa việc sử dụng vốn cổ đông (ROE mục tiêu là 30%) để xây dựng ACB trở thành một định chế tài chính vững mạnh có khả năng vượt qua mọi thách thức trong môi trường kinh doanh còn chưa hoàn hảo của ngành ngân hàng Việt Nam;
- Có chiến lược chuẩn bị nguồn nhân lực và đào tạo lực lượng nhân viên chuyên nghiệp nhằm đảm bảo quá trình vận hành của hệ thống liên tục, thông suốt và hiệu quả;
- Xây dựng “Văn hóa ACB” trở thành yếu tố tinh thần gắn kết toàn hệ thống một cách xuyên suốt.

TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC PHÁT HÀNH

ACB đang từng bước thực hiện chiến lược tăng trưởng ngang và đa dạng hóa.

a. Chiến lược tăng trưởng ngang: thể hiện qua ba hình thức

- **Tăng trưởng thông qua mở rộng hoạt động:** Hiện nay trên phạm vi toàn quốc, ACB đang tích cực phát triển mạng lưới kênh phân phối tại thị trường mục tiêu, khu vực thành thị Việt Nam, đồng thời nghiên cứu và phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng mới để cung cấp cho thị trường đang có và thị trường mới trong tình hình yêu cầu của khách hàng ngày càng tinh tế và phức tạp. Ngoài ra, khi điều kiện cho phép, ACB sẽ mở văn phòng đại diện tại Hoa Kỳ.
- **Tăng trưởng thông qua hợp tác, liên minh:** Hiện nay, ACB đã xây dựng được mối quan hệ với các định chế tài chính khác, thí dụ như các tổ chức phát hành thẻ (Visa, MasterCard), các công ty bảo hiểm (Prudential, AIA, Bảo Việt, Nhà Rông), Công ty chuyển tiền Western Union, các ngân hàng bạn (Banknet), các đại lý chấp nhận thẻ, đại lý chi trả kiểu hối, v.v.. để thực hiện mục tiêu tăng trưởng. ACB còn hợp tác với các định chế tài chính và các doanh nghiệp khác để cùng nghiên cứu phát triển các sản phẩm tài chính mới và ưu việt cho khách hàng mục tiêu, mở rộng hệ thống kênh phân phối đa dạng. Đặc biệt, ACB đã có một đối tác chiến lược là Ngân hàng Standard Chartered nổi tiếng về các sản phẩm ngân hàng bán lẻ đang nỗ lực trao đổi kinh nghiệm, kỹ năng chuyên môn cũng như công nghệ tiên tiến để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình cho quá trình hội nhập.
- **Tăng trưởng thông qua hợp nhất và sáp nhập:** ACB từng bước xây dựng năng lực tiếp nhận đối với loại tăng trưởng không cơ học này và thực hiện chiến lược hợp nhất và sáp nhập khi điều kiện cho phép.

b. Đa dạng hóa

Đa dạng hóa là một chiến lược tăng trưởng khác mà ACB quan tâm thực hiện. ACB đã có Công ty TNHH Chứng khoán ACB (ACBS), Công ty Quản lý nợ và khai thác tài sản ACB (ACBA), Công ty Cho thuê tài chính Ngân hàng Á Châu (ACBL) và đang thành lập Công ty Quản lý quỹ. Với vị thế cạnh tranh đã được thiết lập khá vững chắc trên thị trường, trong thời gian sắp tới, ACB có thể xem xét thực hiện chiến lược đa dạng hóa tập trung để từng bước trở thành nhà cung cấp dịch vụ tài chính toàn diện thông qua các hoạt động sau đây:

- Cung cấp và tăng cường quan hệ hợp tác với các công ty bảo hiểm để phối hợp cung cấp các giải pháp tài chính cho khách hàng.
- Nghiên cứu thành lập công ty thẻ (phát triển từ trung tâm thẻ hiện nay), công ty tài trợ mua xe.
- Nghiên cứu khả năng thực hiện hoạt động dịch vụ ngân hàng đầu tư.

2.2. Phát triển – các cột mốc đáng ghi nhớ

Tầm nhìn, mục tiêu và chiến lược nêu trên được cổ đông và nhân viên ACB đồng tâm bám sát trong suốt hơn 14 năm hoạt động của mình và những kết quả đạt được đã chứng minh rằng đó là các định hướng đúng đắn đối với ACB. Đó cũng chính là tiền đề giúp Ngân hàng khẳng định vị trí dẫn đầu của mình trong hệ thống NHTM tại Việt Nam trong lĩnh vực bán lẻ. Dưới đây là một số cột mốc đáng nhớ của ACB:

- Năm 1996: ACB là ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên của Việt Nam phát hành thẻ tín dụng quốc tế ACB-MasterCard.
- Năm 1997: ACB phát hành thẻ tín dụng quốc tế ACB-Visa. Cũng trong năm này, ACB bắt đầu tiếp cận nghiệp vụ ngân hàng hiện đại dưới hình thức của một chương trình đào tạo nghiệp vụ ngân hàng toàn diện kéo dài hai năm, do các giảng viên nước ngoài trong lĩnh vực ngân hàng thực hiện. Thông qua chương trình này, ACB đã nắm bắt một cách hệ thống các nguyên tắc vận hành của một ngân hàng hiện đại, các chuẩn mực và thông lệ trong quản lý rủi ro, đặc biệt trong lĩnh vực ngân hàng bán lẻ, và nghiên cứu ứng dụng trong điều kiện Việt Nam.
- Năm 1999: ACB triển khai chương trình hiện đại hóa công nghệ thông tin ngân hàng, xây dựng hệ thống mạng diện rộng, nhằm trực tuyến hóa và tin học hóa hoạt động giao dịch; và cuối năm 2001, ACB chính thức vận hành hệ thống công nghệ ngân hàng lõi là TCBS (The Complete Banking Solution: Giải pháp ngân hàng toàn diện), cho phép tất cả chi nhánh và phòng giao dịch nối mạng với nhau, giao dịch tức thời, dùng chung cơ sở dữ liệu tập trung.
- Năm 2000: ACB, sau những bước chuẩn bị từ năm 1997, đã thực hiện tái cấu trúc như là một bộ phận của chiến lược phát triển trong nửa đầu thập niên 2000 (2000 – 2004). Cơ cấu tổ chức được thay đổi theo định hướng kinh doanh và hỗ trợ. Các khối kinh doanh gồm có Khối Khách hàng cá nhân, Khối Khách hàng doanh nghiệp, và Khối Ngân quỹ. Các đơn vị hỗ trợ gồm có Khối Công nghệ thông tin, Khối Giám sát điều hành, Khối Phát triển kinh doanh, Khối Quản trị nguồn lực và một số phòng ban do Tổng giám đốc trực tiếp chỉ đạo. Hoạt động kinh doanh của Hội sở được chuyển giao cho Sở giao dịch (TP. HCM). Việc tái cấu trúc nhằm đảm bảo tính chỉ đạo xuyên suốt toàn hệ thống; sản phẩm được quản lý theo định hướng khách hàng và được thiết kế phù hợp với từng phân đoạn khách hàng; quan tâm đúng mức việc phát triển kinh doanh và quản lý rủi ro.
- Năm 2003: ACB xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và được công nhận đạt tiêu chuẩn trong các lĩnh vực (i) huy động vốn, (ii) cho vay ngắn hạn và trung dài hạn, (iii) thanh toán quốc tế và (iv) cung ứng nguồn lực tại Hội Sở.
- Năm 2005: ACB và Ngân hàng Standard Chartered (SCB) ký kết thỏa thuận hỗ trợ kỹ

TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC PHÁT HÀNH

thuật toàn diện; và SCB trở thành cổ đông chiến lược của ACB. ACB triển khai giai đoạn hai của chương trình hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, bao gồm các cấu phần (i) nâng cấp máy chủ, (ii) thay thế phần mềm xử lý giao dịch thẻ ngân hàng bằng một phần mềm mới có khả năng tích hợp với nền công nghệ lõi hiện nay, và (iii) lắp đặt hệ thống máy ATM.

- Ngày 21/11/2006, cổ phiếu ACB chính thức giao dịch tại Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Hà Nội.

2.3. Thành tích và sự ghi nhận

Với tầm nhìn và chiến lược đúng đắn, chính xác trong đầu tư công nghệ và nguồn nhân lực, nhạy bén trong điều hành và tinh thần đoàn kết nội bộ, trong điều kiện ngành ngân hàng có những bước phát triển mạnh mẽ và môi trường kinh doanh ngày càng được cải thiện cùng sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam, ACB đã có những bước phát triển nhanh, ổn định, an toàn và hiệu quả. Vốn điều lệ của ACB ban đầu là 20 tỷ đồng, đến ngày 30/9/2007 đã đạt trên 2.530 tỷ đồng, tăng hơn 126,5 lần so với ngày thành lập. Tổng tài sản năm 1994 là 312 tỷ đồng, đến ngày 30/9/2007 đã đạt 71.126 tỷ đồng, tăng 227,9 lần, dư nợ cho vay cuối năm 1994 là 164 tỷ đồng, tính đến thời điểm 30/9/2007 đạt 25.376 tỷ đồng, tăng 154,7 lần. Lợi nhuận trước thuế cuối năm 1994 là 7,4 tỷ đồng, lợi nhuận trước thuế 9 tháng đầu năm 2007 là 1.253 tỷ đồng.

ACB với hơn 200 sản phẩm dịch vụ được khách hàng đánh giá là một trong các ngân hàng cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng phong phú nhất, dựa trên nền công nghệ thông tin hiện đại. ACB vừa tăng trưởng nhanh vừa thực hiện quản lý rủi ro hiệu quả. Trong môi trường kinh doanh nhiều khó khăn thử thách, ACB luôn giữ vững vị thế của một ngân hàng bán lẻ hàng đầu.

Sự hoàn hảo là điều ACB luôn nhắm đến: ACB hướng tới là nhà cung cấp sản phẩm dịch vụ tài chính hoàn hảo cho khách hàng, danh mục đầu tư hoàn hảo của cổ đông, nơi tạo dựng nghề nghiệp hoàn hảo cho nhân viên, là một thành viên hoàn hảo của cộng đồng xã hội. "Sự hoàn hảo" là ước muốn mà mọi hoạt động của ACB luôn nhằm thực hiện.

2.3.1. Nhìn nhận và đánh giá của xã hội

- Năm 2002: ACB được Giải thưởng Chất lượng Việt Nam do Hội đồng xét duyệt Quốc gia xét cấp.
- Năm 2002: nhận Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ về thành tích nâng cao chất lượng hoạt động sản xuất, kinh doanh ổn định, và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ.
- Năm 2006: ACB là NHTMCP duy nhất nhận Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ trong việc đẩy mạnh ứng dụng phát triển công nghệ thông tin, góp phần vào sự

ng nghiệp xây dựng Chủ nghĩa xã hội và bảo vệ Tổ quốc.

- Cũng trong năm 2006, ACB vinh dự được Chủ tịch Nước CHXHCN Việt Nam trao tặng Huân chương lao động hạng III.

2.3.2. Nhìn nhận và đánh giá của khách hàng

Tốc độ tăng trưởng cao của ACB trong cả huy động và cho vay cũng như số lượng khách hàng suốt hơn 14 năm qua là một minh chứng rõ nét nhất về sự ghi nhận và tin cậy của khách hàng dành cho ACB. Đây chính là cơ sở cho sự phát triển của ACB.

2.3.3. Nhìn nhận và đánh giá của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Kể từ khi NHNN ban hành Quy chế xếp hạng các tổ chức tín dụng cổ phần (năm 1998), một quy chế áp dụng theo chuẩn mực quốc tế CAMEL để đánh giá tính vững mạnh của một ngân hàng, thì liên tục 08 năm qua, ACB luôn luôn xếp hạng A. Hơn nữa, ACB luôn duy trì tỷ lệ an toàn vốn trên 8%. Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu là 8% được quy định trong Thỏa ước Basel II của Ngân hàng Thanh toán Quốc tế (BIS - Bank for International Settlements) mà NHNN áp dụng. Đặc biệt là tỷ lệ nợ xấu trong những năm qua luôn dưới 1%, cho thấy tính chất an toàn và hiệu quả của ACB.

2.3.4. Nhìn nhận và đánh giá của các định chế tài chính quốc tế và cơ quan thông tấn về tài chính ngân hàng

- Năm 1997, ACB được Tạp chí Euromoney chọn là Ngân hàng tốt nhất Việt Nam.
- Trong 04 năm liền 1997 - 2000, ACB được tổ chức chuyển tiền nhanh Western Union chọn là Đại lý tốt nhất khu vực Châu Á.
- Năm 1998, ACB được chọn triển khai Chương trình Tài trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEDF) do Liên minh châu Âu tài trợ.
- Năm 1999, ACB được Tạp chí Global Finance (Hoa Kỳ) chọn là Ngân hàng tốt nhất Việt Nam.
- Năm 2001 và 2002, chỉ có ACB là NHTMCP hội đủ điều kiện để cơ quan định mức tín nhiệm Fitch Ratings đánh giá xếp hạng.
- Năm 2002, ACB được chọn triển khai Dự án tài trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEFP) do Ngân hàng Hợp tác quốc tế Nhật Bản (JBIC) tài trợ.
- Năm 2003, ACB đoạt được Giải thưởng Chất lượng Châu Á Thái Bình Dương hạng xuất sắc của Tổ chức Chất lượng Châu Á Thái Bình Dương (APQO). Đây là lần đầu tiên một tổ chức tài chính của Việt Nam nhận được giải thưởng này.
- Năm 2005, ACB được Tạp chí The Banker thuộc Tập đoàn Financial Times, Anh Quốc, bình chọn là Ngân hàng tốt nhất Việt Nam (Bank of the Year) năm 2005.
- Năm 2006, ACB được Tổ chức The Asian Banker chọn là Ngân hàng bán lẻ xuất sắc nhất (Best Retail Bank) Việt Nam và được Tạp chí Euromoney chọn là Ngân hàng tốt

TÌNH HÌNH VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA TỔ CHỨC PHÁT HÀNH

nhất (Best Bank) Việt Nam.

2.4. Tăng vốn điều lệ trong năm 2007

2.4.1. Chia cổ tức bằng cổ phiếu

Thực hiện Nghị quyết ngày 9/3/2007 của Đại hội đồng cổ đông, ACB đã phát hành 33.001.396 cổ phiếu (tương đương 30% vốn điều lệ hiện tại) để chia cổ tức năm 2006 cho cổ đông hiện hữu theo danh sách chốt ngày 25/4/2007. Nguồn vốn dùng để phát hành là Quỹ dự trữ bổ sung vốn điều lệ. Đợt phát hành thêm cổ phiếu để chia cổ tức cho cổ đông hiện hữu nhằm tăng năng lực tài chính, đảm bảo thực hiện đúng các quy định về an toàn vốn của Ngân hàng Nhà nước và thực hiện kế hoạch kinh doanh của Ngân hàng trong năm 2007. Số lượng cổ phiếu phát sinh từ việc chia cổ tức bằng cổ phiếu đã được chính thức giao dịch vào ngày 2/7/2007 tại Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Hà Nội.

2.4.2. Chuyển đổi trái phiếu chuyển đổi phát hành đợt 1 năm 2006

Thực hiện Nghị quyết ngày 9/3/2007 của Đại hội đồng cổ đông, ACB đã thực hiện chuyển đổi 1.100.046 trái phiếu chuyển đổi (trong tổng số 1.650.069 trái phiếu phát hành đợt 1 năm 2006) thành 110.004.600 cổ phiếu phổ thông. Số lượng cổ phiếu này đã được chính thức giao dịch vào ngày 02/7/2007 tại Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Hà Nội. Việc chuyển đổi số trái phiếu còn lại sẽ được thực hiện từ năm 2008 đến năm 2011.

2.4.3. Phát hành cổ phiếu 99.953.440.000 đồng mệnh giá

Thực hiện Nghị quyết ngày 9/3/2007 của Đại hội đồng cổ đông, trong năm 2007 và Quyết định của Hội đồng quản trị số 2272/TCQĐ – HĐQT.07 ngày 13/11/2007, ACB sẽ phát hành 9.995.344 cổ phiếu để huy động vốn, đáp ứng nhu cầu về vốn nhằm thực hiện kế hoạch kinh doanh năm 2007 của ACB.