



BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN

Tổ chức niêm yết: Ngân hàng TMCP Á Châu

Năm báo cáo: 2014

Ngày 15 Tháng 4 Năm 2015

**NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU
BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN NĂM 2014**

MỤC LỤC

PHÁT BIỂU CỦA CHỦ TỊCH HĐQT

1. THÔNG TIN CHUNG

- 1.1. Thông tin khái quát
- 1.2. Quá trình hình thành và phát triển
- 1.3. Ngành nghề và địa bàn kinh doanh
- 1.4. Mô hình quản trị, tổ chức kinh doanh và bộ máy quản lý
- 1.5. Định hướng phát triển
- 1.6. Rủi ro

2. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH TRONG NĂM 2014

- 2.1. Tình hình hoạt động kinh doanh
- 2.2. Tổ chức và nhân sự
- 2.3. Tình hình đầu tư, tình hình thực hiện các dự án
- 2.4. Tình hình tài chính tín dụng
- 2.5. Cơ cấu cổ đông, thay đổi vốn đầu tư của chủ sở hữu

3. BÁO CÁO VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA BAN TỔNG GIÁM ĐỐC

- 3.1. Đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh
- 3.2. Tình hình tài chính
- 3.3. Những cải tiến về cơ cấu tổ chức, chính sách và quản lý
- 3.4. Kế hoạch phát triển trong tương lai
- 3.5. Giải trình của Ban Tổng Giám đốc đối với ý kiến kiểm toán

4. ĐÁNH GIÁ CỦA HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA ACB

- 4.1. Đánh giá của Hội đồng Quản trị về hoạt động của ACB
- 4.2. Đánh giá của Hội đồng Quản trị về hoạt động của Ban Tổng Giám đốc
- 4.3. Các kế hoạch, định hướng của Hội đồng Quản trị

5. QUẢN TRỊ CÔNG TY

- 5.1. Hội đồng Quản trị
- 5.2. Ban Kiểm soát

5.3. Các giao dịch, thù lao và các khoản lợi ích của Hội đồng Quản trị, Ban Kiểm soát và Ban Điều hành

6. BÁO CÁO TÀI CHÍNH

6.1. Ý kiến của kiểm toán

6.2. Báo cáo tài chính được kiểm toán

7. TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG NGÂN HÀNG VIỆT NAM NĂM 2014

7.1. Bối cảnh kinh tế thế giới trong và ngoài nước

7.2. Chính sách tiền tệ và hoạt động ngân hàng Việt Nam

**8. THÀNH TÍCH VÀ SỰ CÔNG NHẬN CỦA XÃ HỘI, CÁC SỰ
KIỆN ĐÁNG CHÚ Ý VÀ CÔNG TÁC TỪ THIỆN XÃ HỘI
NĂM 2014**

9. MẠNG LƯỚI CHI NHÁNH VÀ PHÒNG GIAO DỊCH

PHÁT BIỂU CỦA CHỦ TỊCH HỘI ĐỒNG QUẢN TRỊ

Thưa quý vị cổ đông,

Kinh tế Việt Nam năm 2014 nhìn chung khả quan hơn năm 2013, nhưng vẫn còn nhiều khó khăn, tăng trưởng chưa bền vững, tốc độ tăng xuất khẩu có xu hướng giảm. Đối với ngành ngân hàng, dòng vốn tín dụng vẫn còn ách tắc; việc xử lý tài sản đảm bảo đối với các khoản nợ xấu chưa có tiến triển tốt.

Năm 2014 đánh dấu năm thứ hai ACB thực hiện ý đồ chiến lược giai đoạn 2013-2018, và cũng là năm thứ hai ACB thực hiện lộ trình tái cơ cấu giai đoạn 2013-2015 để giải quyết những vấn đề tồn đọng.

- Về chiến lược, ACB đã cơ bản hoàn thiện các nền tảng, tạo tiền đề để chuyển sang giai đoạn tiếp theo 2015-2016 là tăng cường xây dựng năng lực cạnh tranh bền vững, hướng đến khẳng định vị thế ngân hàng hàng đầu Việt Nam.
- Về tổng tài sản, ACB đã có một bảng tổng kết tài sản vững và mạnh. Các chỉ tiêu chính đều tăng trưởng tích cực; tín dụng dịch chuyển theo hướng tập trung hơn vào khách hàng cá nhân, doanh nghiệp nhỏ và vừa; dư nợ cho vay khách hàng cá nhân tăng 15%. Tiền gửi huy động từ khách hàng tăng 12% trong khi huy động liên ngân hàng giảm năm thứ ba liên tiếp. Tỷ lệ an toàn vốn đạt mức cao là 14,1%.
- Về thu nhập, cơ cấu thu nhập của ACB chuyển dịch đúng định hướng bán lẻ. Sau hai năm sụt giảm, thu nhập năm 2014 tăng 17%; lợi nhuận đạt kế hoạch; đánh dấu bước phục hồi và hướng đi đúng đắn. Tỷ lệ thu nhập ngoài lãi ở mức cao và có tốc độ tăng trưởng cao nhất từ năm 2011 đến nay. Thu nhập ở mảng thị trường tài chính tăng trưởng trở lại sau hai năm ghi nhận lỗ do việc đóng trạng thái vàng theo quy định của Ngân hàng Nhà nước. Kể từ năm 2012, việc khắc phục rốt ráo các vấn đề tồn đọng được xác định là ưu tiên, dự phòng rủi ro trích lập đầy đủ theo quy định.
- Về công tác quản trị điều hành, năm 2014 đánh dấu hoàn tất nâng cấp hệ thống ngân hàng lõi từ TCBS lên DNA. Nâng cấp giao dịch trực tuyến ACB Online. Hệ thống chi nhánh và phòng giao dịch tiếp tục tái cấu trúc để nâng cao hiệu quả. Các chính sách, quy trình nghiệp vụ, hướng dẫn công việc được ban hành và điều chỉnh kịp thời, phù hợp, rút ngắn thời gian, giảm chi phí và tăng sự tiện lợi cho khách hàng. Rủi ro được kiểm soát tốt. Cuối năm 2014 đầu năm 2015, nhận dạng thương hiệu mới được triển khai làm tiền đề cho việc đẩy mạnh cải tiến sản phẩm dịch vụ, chất lượng phục vụ và hệ thống các kênh tiếp cận nhằm đặt trọng tâm thật sự vào khách hàng.