

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Phạm Thị Uyên Thi

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG
BẢO LÃNH TẠI NGÂN HÀNG TMCP
SÀI GÒN - HÀ NỘI (SHB) CHI NHÁNH
ĐÀ NẴNG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

**2012 | PDF | 116 Pages
buihuuhanh@gmail.com**

Đà Nẵng - Năm 2012

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài:

Hơn hai thập kỷ hội nhập chính là động cơ chủ yếu cho sự phát triển kinh tế ở Việt Nam. Có thể nhận định rằng trong những năm qua, nền kinh tế thị trường Việt Nam đã đạt được những thành tựu khá quan trọng, mọi thứ đều phát triển một cách nhanh chóng như vũ bão. Một điều đặc biệt là doanh nghiệp ở Việt Nam được thành lập ngày càng nhiều, doanh nghiệp quốc doanh ngày càng giảm đi thay vào đó là doanh nghiệp ngoài quốc doanh hay doanh nghiệp vừa và nhỏ phát triển nhanh chóng cả về số lượng và chất lượng. Doanh nghiệp thành lập nhiều, nhiều hợp đồng thương mại được ký kết, tuy vậy các mối quan hệ kinh tế lúc này không chỉ bó hẹp trong phạm vi một vùng, một quốc gia mà lan rộng trên phạm vi toàn thế giới. Các hợp đồng kinh tế ngày càng phát triển về quy mô, giá trị các hợp đồng vì thế mà cũng càng lớn hơn, đòi hỏi các yếu tố kỹ thuật cao. Các bên đối tác không biết rõ thông tin về nhau và không có đủ độ tin cậy lẫn nhau, vì vậy họ yêu cầu một ngân hàng nào đó bảo lãnh cho đối tác của mình nhằm đảm bảo chắc chắn cho lợi nhuận. Bảo lãnh ngân hàng ra đời và luôn được xem như tấm Giấy thông hành cho doanh nghiệp trong các hoạt động kinh doanh ngày nay. Hoạt động bảo lãnh không những tạo điều kiện cho khách hàng nắm bắt được các cơ hội kinh doanh mà còn nâng cao uy tín cũng như vị thế của ngân hàng trong khu vực và trên thế giới.

Tuy nghiệp vụ bảo lãnh quan trọng như vậy nhưng so với các nghiệp vụ truyền thống khác thì bảo lãnh còn khá mới mẻ và chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong nguồn thu của ngân hàng. Do đó, nghiệp vụ bảo lãnh vẫn còn nhiều hạn chế, cần phải được phát triển, đẩy mạnh hơn nữa để tăng nguồn thu từ dịch vụ bảo lãnh cho ngân hàng bởi trong tương lai hoạt động này sẽ còn rất sôi động. Xuất phát từ lý do đó, tác giả đã lựa chọn đề tài “ **Giải pháp phát triển hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội(SHB) - Chi nhánh Đà Nẵng**” với mục đích đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, tăng doanh thu cho ngân hàng.

2. Mục đích nghiên cứu đề tài:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về bảo lãnh ngân hàng và phát triển hoạt động bảo lãnh ngân hàng của NHTM.

- Phân tích thực trạng hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng.

- Đề xuất những giải pháp nhằm phát triển hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

- Về đối tượng nghiên cứu: Nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn về hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng.

- Về phạm vi nghiên cứu: Luận văn chủ yếu đi sâu nghiên cứu về hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2008 – 2010.

4. Câu hỏi nghiên cứu:

- Vì sao cần phát triển hoạt động bảo lãnh trong thời đại ngày nay?

- Thực trạng phát triển hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng trong những năm qua như thế nào?

- SHB Chi nhánh Đà Nẵng cần làm gì để phát triển hoạt động bảo lãnh trong thời gian tới.

5. Phương pháp nghiên cứu:

Đề tài chủ yếu sử dụng phương pháp thống kê, phân tích - tổng hợp, suy luận logic,... để đối chiếu, so sánh số liệu giữa các năm nhằm làm sáng tỏ vấn đề cần nghiên cứu.

Thông qua điều tra thăm dò theo bảng câu hỏi về sản phẩm dịch vụ bảo lãnh ngân hàng gửi đến khách hàng để thu thập thông tin nghiên cứu nhằm đánh giá được khả năng đáp ứng nhu cầu và sự thỏa mãn của khách hàng, từ đó đưa ra những giải pháp để phát triển hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng.

6. Ý nghĩa khoa học của đề tài:

Vận dụng cơ sở lý luận, căn cứ vào tình hình thực tế về hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng, luận văn đưa ra một số giải pháp và kiến nghị mà

SHB Chi nhánh Đà Nẵng có thể tham khảo và vận dụng để phát triển hoạt động bảo lãnh tại đơn vị.

7. Kết cấu luận văn:

Ngoài phần mở đầu và phần kết luận, luận văn được chia làm 3 chương:

Chương 1: Bảo lãnh ngân hàng và phát triển hoạt động bảo lãnh ngân hàng.

Chương 2: Thực trạng hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội (SHB) – Chi nhánh Đà Nẵng.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội (SHB) – Chi nhánh Đà Nẵng.

CHƯƠNG 1

BẢO LÃNH NGÂN HÀNG VÀ PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH NGÂN HÀNG

1.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ BẢO LÃNH NHTM

1.1.1. Khái niệm bảo lãnh ngân hàng

Trong nền kinh tế thị trường, luôn tồn tại những mối quan hệ xã hội khác nhau, các mối quan hệ này vô cùng phong phú, đa dạng và phức tạp. Trong quan hệ xã hội, quyền lợi và nghĩa vụ của mỗi bên được quan tâm. Chỉ cần một bên không thực hiện đúng nghĩa vụ của mình thì chắc chắn sẽ ảnh hưởng đến quyền lợi của đối tác, đặc biệt là trong quan hệ kinh tế. Trong khi đó, quan hệ kinh tế chỉ diễn ra lành mạnh khi các bên thực hiện đúng nghĩa vụ của mình. Vì vậy, các bên tham gia quan hệ kinh tế đều muốn có sự đảm bảo bằng uy tín hay tài sản của bên thứ ba về việc thực hiện nghĩa vụ của đối tác. Sự đảm bảo của bên thứ ba đó gọi là bảo lãnh.

Có hai hình thức bảo lãnh chủ yếu:

- Bảo lãnh đối nhân: được áp dụng chủ yếu đối với các quan hệ phi tài sản trong các lĩnh vực hình sự, tố tụng hình sự, chế tài hành chính và quan hệ phi tài sản trong dân sự.

- Bảo lãnh đối vật: được áp dụng chủ yếu trong quan hệ kinh tế và dân sự có yếu tố tài sản, với sự đảm bảo rằng nếu bên được bảo lãnh không thực hiện nghĩa vụ thì bên bảo lãnh phải đền bù cho bên nhận bảo lãnh với số tiền được thỏa thuận từ trước.

Như vậy, bảo lãnh là sự cam kết của bên bảo lãnh với bên nhận bảo lãnh về việc đảm bảo sẽ thực hiện nghĩa vụ thay cho bên được bảo lãnh khi họ không thực hiện đúng và đầy đủ nghĩa vụ của mình trong hợp đồng.

Ngày 26/6/2006 NHNN đã ra quyết định số 26/2006/QĐ-NHNN ban hành quy chế mới về bảo lãnh ngân hàng. Quy chế này thay thế quy chế “Bảo lãnh ngân hàng” được ban hành theo quyết định số 283/2000/QĐ-NHNN14 ngày 25/08/2000 của thống đốc ngân hàng nhà nước và theo quyết định số 386/2001/QĐ-NHNN

ngày 11/04/2001 của thống đốc Ngân hàng Nhà nước về việc sửa đổi một số điều trong quy chế Bảo lãnh đã chỉ rõ:

“Bảo lãnh Ngân hàng” là cam kết bằng văn bản của tổ chức tín dụng (bên bảo lãnh) với bên có quyền (bên nhận bảo lãnh) về việc thực hiện nghĩa vụ tài chính thay cho khách hàng (bên được bảo lãnh) khi khách hàng không thực hiện đúng nghĩa vụ đã cam kết với bên nhận bảo lãnh. Khách hàng phải nhận nợ và hoàn trả cho tổ chức tín dụng số tiền đã được trả thay. [8]

“Bên bảo lãnh” là các tổ chức tín dụng bao gồm các ngân hàng thương mại cổ phần, ngân hàng đầu tư, ngân hàng phát triển, ngân hàng chính sách, ngân hàng liên doanh, chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt nam, ngân hàng hợp tác, các loại hình ngân hàng khác và các tổ chức tín dụng phi ngân hàng thành lập và hoạt động theo Luật các tổ chức tín dụng. [8] Ngoài ra còn có các ngân hàng được thống đốc Ngân hàng Nhà nước cho phép thực hiện thanh toán quốc tế được thực hiện bảo lãnh vay, bảo lãnh thanh toán và các hình thức bảo lãnh khác mà bên nhận bảo lãnh là các tổ chức, cá nhân nước ngoài. Tổ chức tín dụng thực hiện bảo lãnh hối phiếu, lệnh phiếu theo quy định của pháp luật về thương phiếu.

Trong giới hạn mục tiêu nghiên cứu của đề tài, tác giả sẽ đi sâu nghiên cứu các vấn đề liên quan đến bảo lãnh ngân hàng do NHTM phát hành.

“Bên được bảo lãnh” là các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh hợp pháp tại Việt Nam bao gồm: Doanh nghiệp nhà nước, công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty hợp danh, doanh nghiệp của các tổ chức chính trị; tổ chức chính trị-xã hội, doanh nghiệp liên doanh, doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, doanh nghiệp tư nhân. Ngoài ra còn có các tổ chức tín dụng được thành lập và hoạt động theo Luật các tổ chức tín dụng, hợp tác xã và các tổ chức khác có đủ điều kiện quy định tại Điều 94 của bộ Luật Dân sự, các tổ chức kinh tế nước ngoài tham gia các hợp đồng hợp tác liên doanh và tham gia đấu thầu các dự án đầu tư tại Việt Nam hoặc vay vốn để thực hiện các dự án đầu tư tại Việt Nam, hộ kinh doanh cá thể. Ngân hàng sẽ không được bảo lãnh đối với những người như sau: Thành viên Hội đồng quản trị, ban kiểm soát, Tổng Giám đốc (Phó Giám đốc) của

các tổ chức tín dụng; cán bộ, nhân viên của chính tổ chức tín dụng đó thực hiện nhiệm vụ thẩm định, quyết định bảo lãnh: bố; mẹ; vợ; chồng; con của thành viên Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát, Tổng Giám đốc (Giám đốc), Phó Tổng Giám đốc (Phó Giám đốc). [8]

“Bên nhận bảo lãnh” là các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước có quyền thụ hưởng các cam kết bảo lãnh của các tổ chức tín dụng.

“Cam kết bảo lãnh” là cam kết của tổ chức tín dụng với bên nhận bảo lãnh về việc tổ chức tín dụng sẽ thực hiện nghĩa vụ tài chính thay cho khách hàng khi khách hàng không thực hiện đúng nghĩa vụ đã cam kết với bên nhận bảo lãnh.

“Hợp đồng bảo lãnh” là văn bản thỏa thuận giữa tổ chức tín dụng và bên nhận bảo lãnh hoặc giữa tổ chức tín dụng, bên nhận bảo lãnh, khách hàng và các bên có liên quan (nếu có) về việc tổ chức tín dụng sẽ thực hiện nghĩa vụ tài chính thay cho khách hàng khi khách hàng không thực hiện hoặc thực hiện không đúng nghĩa vụ đã cam kết với bên nhận bảo lãnh.

1.1.2. Các đặc điểm cơ bản của bảo lãnh ngân hàng

1.1.2.1. Bảo lãnh là một cam kết mang tính chất bảo đảm gián tiếp

Ngân hàng bảo lãnh không phải ngay lập tức dùng vốn của mình để thực hiện nghĩa vụ, mà người có trách nhiệm thực hiện nghĩa vụ chính là người được bảo lãnh. Chỉ khi khách hàng không thực hiện nghĩa vụ thì người bảo lãnh mới phải thực hiện thay.

1.1.2.2. Cam kết bảo lãnh ngân hàng phải được lập bằng văn bản

Văn bản bảo lãnh có thể là hợp đồng bảo lãnh, thư, điện, Telex hoặc ký hậu trên các giấy tờ có giá như hối phiếu, lệnh phiếu, giấy nhận nợ (trong trường hợp giấy tờ có giá quy định phải có sự bảo lãnh của ngân hàng); nội dung văn bản bảo lãnh phải thể hiện được sự cam kết của ngân hàng đối với bên nhận bảo lãnh.

1.1.2.3. Khách hàng phải nhận nợ và hoàn trả cho bên bảo lãnh số tiền đã trả thay

Đặc trưng này phản ánh một quan hệ ràng buộc giữa ba bên là bên bảo lãnh, bên được bảo lãnh và bên thụ hưởng bảo lãnh. Trường hợp bên được bảo lãnh không thực hiện các nghĩa vụ đối với bên thụ hưởng thì bên bảo lãnh thực hiện thay

và bên được bảo lãnh phải có trách nhiệm nhận nợ và hoàn trả lại cho bên bảo lãnh số tiền bên bảo lãnh đã trả thay. Như vậy, lúc này quan hệ bảo lãnh đã chuyển thành quan hệ tín dụng trực tiếp giữa bên bảo lãnh và bên được bảo lãnh.

1.1.2.4. Tính độc lập tương đối trong nhiệm vụ bảo lãnh

Một đặc tính hết sức quan trọng của bảo lãnh ngân hàng là tính độc lập với hợp đồng. Mặc dù mục đích của một bảo lãnh ngân hàng là bồi hoàn cho người thụ hưởng những thiệt hại từ việc không thực hiện hợp đồng của người được bảo lãnh nhưng nó vẫn có một sự độc lập tương đối với hợp đồng chính. Việc thanh toán bảo lãnh chỉ hoàn toàn căn cứ vào các điều khoản và điều kiện ghi trong cam kết bảo lãnh của ngân hàng mà không căn cứ vào những quyền kháng nghị phát sinh trong hợp đồng chính.

Tính độc lập còn thể hiện trong trách nhiệm thanh toán của ngân hàng phát hành. Trách nhiệm này hoàn toàn độc lập với mối quan hệ giữa ngân hàng và người được bảo lãnh. Ngân hàng không được viện các lý do như: người được bảo lãnh bị phá sản, vẫn còn nợ ngân hàng,... để từ chối thanh toán cho bên thụ hưởng nếu các điều kiện của bảo lãnh được đáp ứng đầy đủ.

1.1.3. Chức năng của bảo lãnh ngân hàng

Đứng trên góc độ ngân hàng, bảo lãnh là một nghiệp vụ có thu tiền (phí bảo lãnh) mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng. Tuy nhiên nghiệp vụ này được xem là nghiệp vụ ngoại bảng, tức là nghiệp vụ không có ảnh hưởng đến nguồn vốn và sử dụng vốn của ngân hàng. Đứng trên góc độ khách hàng, bảo lãnh là một công cụ quan trọng hỗ trợ cho khách hàng. Điều này thể hiện rõ hơn qua các chức năng dưới đây của bảo lãnh. [1, tr. 320-321]

1.1.3.1. Bảo lãnh là công cụ bảo đảm

Đây là chức năng quan trọng nhất của bảo lãnh. Bằng việc cam kết chi trả bồi thường khi xảy ra sự cố vi phạm hợp đồng của người được bảo lãnh, các ngân hàng phát hành bảo lãnh đã tạo ra một sự bảo đảm chắc chắn cho người nhận bảo lãnh. Chính sự bảo đảm này tạo ra sự tin tưởng khiến cho các hợp đồng được ký kết một cách dễ dàng và thuận lợi. [3, tr. 613]

1.1.3.2. Bảo lãnh là công cụ tài trợ

Không chỉ là công cụ bảo đảm, bảo lãnh còn là công cụ tài trợ cho người được bảo lãnh. Thông qua bảo lãnh người được bảo lãnh không phải xuất quỹ, được thu hồi vốn nhanh, được vay nợ hoặc được kéo dài thời gian thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ,... Do vậy, mặc dù không trực tiếp cấp vốn như trong tín dụng nhưng bảo lãnh ngân hàng giúp cho khách hàng được hưởng những thuận lợi về ngân quỹ như trong trường hợp cho vay.

Với ý nghĩa này, bảo lãnh được coi là một trong những dịch vụ ngân hàng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, đáp ứng kịp thời các yêu cầu phát triển và mở rộng sản xuất kinh doanh, làm giảm bớt sự căng thẳng về nguồn vốn hoạt động của doanh nghiệp. [3, tr. 613]

1.1.4. Vai trò của bảo lãnh ngân hàng

Hiện nay bảo lãnh đã phát triển rộng rãi trên hầu hết các lĩnh vực. Có thể khẳng định rằng những thương vụ có giá trị lớn về mặt tài chính và phức tạp về mặt kỹ thuật, đặc biệt là có đối tác nước ngoài tham gia thì không thể không có một hình thức bảo lãnh nào đó đi kèm. Bảo lãnh không chỉ hỗ trợ cho các hợp đồng thương mại mà cả các giao dịch phi thương mại, tài chính cũng như phi tài chính. Bảo lãnh không chỉ là một hoạt động tạo sự phát triển của ngân hàng mà còn có vai trò quan trọng đối với các doanh nghiệp nói riêng và với tất cả nền kinh tế nói chung.

1.1.4.1. Đối với doanh nghiệp

- Với bên hưởng bảo lãnh: Trong nền kinh tế thị trường, với sự cạnh tranh ngày càng gay gắt thì mặc dù phải đối đầu với rủi ro nhưng nếu không nắm bắt một cách kịp thời các cơ hội kinh doanh, các doanh nghiệp cũng khó cạnh tranh và tồn tại được. Bảo lãnh ngân hàng giúp các doanh nghiệp thực hiện tốt, yên tâm hơn khi ký kết và thực hiện hợp đồng mà không tốn nhiều thời gian và chi phí. Mặt khác bảo lãnh ngân hàng còn giúp cho các doanh nghiệp chọn được bạn hàng tốt nhất và giảm rủi ro trong kinh doanh. Hơn nữa khi có rủi ro xảy ra, bên nhận bảo lãnh vẫn được bảo đảm bù đắp mọi thiệt hại do đối tác vi phạm hợp đồng một cách nhanh chóng và thuận lợi nhất để tiếp tục hoạt động kinh doanh của mình.

- Với bên được bảo lãnh: Bảo lãnh ngân hàng giúp các doanh nghiệp có thể ký kết và thực hiện hợp đồng ngay cả khi chưa đủ uy tín và lòng tin đối với bên đối tác. Bảo lãnh cũng giúp các doanh nghiệp nhận được nguồn tài trợ từ đối tác (đối với bảo lãnh tiền ứng trước), hoặc từ các tổ chức tín dụng khác (bảo lãnh vay vốn), lúc đó sẽ giúp các doanh nghiệp có đủ khả năng tài chính để thực hiện hợp đồng, tham gia giao dịch và ký kết hợp đồng.

1.1.4.2. Đối với Ngân hàng

Trước hết đối với ngân hàng, bảo lãnh là một trong các dịch vụ mà ngân hàng cung ứng cho nền kinh tế. Đồng thời bảo lãnh đem lại lợi ích trực tiếp cho ngân hàng thông qua phí bảo lãnh. Một ưu điểm của bảo lãnh ngân hàng là không phải mất chi phí huy động như cho vay, không mất chi phí cơ hội cho mục đích kinh doanh khác. Và khi thực hiện bảo lãnh cho khách hàng thì chắc chắn thu được phí bảo lãnh.

Ngoài việc đem lại một khoản thu nhập thì nghiệp vụ bảo lãnh ngân hàng còn góp phần không nhỏ trong việc mở rộng quan hệ của ngân hàng với khách hàng. Sự ra đời của nghiệp vụ bảo lãnh ngân hàng đã hoàn thiện khả năng đáp ứng các nhu cầu của khách hàng, đa dạng hóa hoạt động kinh doanh cũng như gia tăng nguồn vốn thông qua việc mở rộng các quan hệ thanh toán, các tài khoản giao dịch.

Bảo lãnh nâng cao uy tín và tăng cường quan hệ của ngân hàng trên thị trường đặc biệt là thị trường quốc tế. Thông qua bảo lãnh, ngân hàng tạo được thế mạnh, uy tín giúp tăng khách hàng và lợi nhuận.

1.1.4.3. Đối với nền kinh tế

Sự tồn tại của bảo lãnh ngân hàng là một khách quan đối với nền kinh tế, đáp ứng cho nhu cầu phát triển của nền kinh tế. Nó tồn tại được như vậy là do vai trò to lớn của nó đối với nền kinh tế.

Hoạt động bảo lãnh ngân hàng tạo điều kiện thúc đẩy sản xuất, hỗ trợ cho các ngành kinh tế mũi nhọn, các khu vực trọng điểm phát triển và ngành kinh tế kém phát triển. Thông qua các chính sách ngân hàng: mở rộng bảo lãnh cho vay vốn nước ngoài, hạn mức bảo lãnh,... có thể tăng năng lực sản xuất, khuyến khích các

ngành này phát triển, gia tăng đầu tư vào các lĩnh vực then chốt trong nền kinh tế. Ngược lại với những ngành còn hạn chế, ngân hàng có chính sách bảo lãnh khắt khe, góp phần làm cân đối cơ cấu kinh tế.

Bảo lãnh ngân hàng có vai trò như chất xúc tác đối với các hợp đồng kinh tế. Nhờ có bảo lãnh mà các bên có thể yên tâm ký kết và có trách nhiệm với hợp đồng mình đã ký kết. Bảo lãnh ngân hàng còn có vai trò rất quan trọng đối với việc đáp ứng nhu cầu vốn cho các chủ thể kinh tế. Các đơn vị kinh tế có thể dễ dàng trong việc tìm kiếm những nguồn vốn rẻ cả trong và ngoài nước khi có được sự bảo lãnh của ngân hàng.

Bảo lãnh ngân hàng cũng là một trong những giải pháp để phòng chống rủi ro có hiệu quả và được sử dụng phổ biến trong các hoạt động tín dụng, xây dựng và thương mại. Do đó với bảo lãnh ngân hàng, nền kinh tế có điều kiện để phát triển một cách ổn định và an toàn hơn.

Nghiệp vụ bảo lãnh ngân hàng ngày càng mở rộng và phát triển, nó đã chứng minh sự cần thiết cũng như vai trò và tác dụng hữu hiệu không chỉ đối với các doanh nghiệp mà còn cả nền kinh tế trong nước và nền kinh tế thế giới.

1.1.5. Phân loại bảo lãnh ngân hàng

1.1.5.1. Phân loại theo mục đích của bảo lãnh

Đây là cách phân loại thông dụng nhất và cách này cho biết mục đích sử dụng của từng loại bảo lãnh. Các loại hình bảo lãnh theo cách phân loại này gồm:

a. Bảo lãnh thực hiện hợp đồng

Bảo lãnh thực hiện hợp đồng là loại bảo lãnh ngân hàng do tổ chức tín dụng phát hành cho bên nhận bảo lãnh bảo đảm việc thực hiện đúng, đầy đủ các nghĩa vụ của khách hàng với bên nhận bảo lãnh theo hợp đồng đã ký kết. Trong trường hợp khách hàng không thực hiện đúng và đầy đủ các nghĩa vụ trong hợp đồng, tổ chức tín dụng thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh đã cam kết.

b. Bảo lãnh dự thầu

Ngân hàng bảo lãnh cam kết với chủ thầu về việc tham gia đấu thầu của nhà thầu. Trong trường hợp nhà thầu bị phạt vi phạm quy định đấu thầu, mà nhà thầu

không nộp hoặc không nộp đủ tiền phạt cho chủ thầu thì Ngân hàng bảo lãnh sẽ chịu trách nhiệm trả thay cho nhà thầu.

c. Bảo lãnh thanh toán

Bảo lãnh thanh toán là loại bảo lãnh ngân hàng do tổ chức tín dụng phát hành cho bên nhận bảo lãnh cam kết sẽ thanh toán thay cho khách hàng trong trường hợp khách hàng không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ của mình khi đến hạn.

d. Bảo lãnh bảo đảm chất lượng sản phẩm theo hợp đồng

Là cam kết của của tổ chức tín dụng với bên nhận bảo lãnh, bảo đảm việc khách hàng thực hiện đúng các thoả thuận về chất lượng của sản phẩm theo hợp đồng đã ký kết với bên nhận bảo lãnh. Trường hợp khách hàng vi phạm chất lượng sản phẩm và phải bồi thường cho bên nhận bảo lãnh mà không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ thì tổ chức tín dụng sẽ thực hiện thay.

e. Bảo lãnh hoàn thanh toán

Bảo lãnh hoàn thanh toán là loại bảo lãnh ngân hàng do tổ chức tín dụng phát hành cho bên nhận bảo lãnh về việc bảo đảm nghĩa vụ hoàn trả tiền ứng trước của khách hàng theo hợp đồng đã ký kết với bên nhận bảo lãnh. Trường hợp khách hàng vi phạm các cam kết với bên nhận bảo lãnh và phải hoàn trả tiền ứng trước nhưng không hoàn trả đủ số tiền ứng trước cho bên nhận bảo lãnh thì tổ chức tín dụng sẽ hoàn trả số tiền ứng trước cho bên nhận bảo lãnh.

f. Bảo lãnh vay vốn

Là một bảo lãnh ngân hàng do tổ chức tín dụng phát hành cho bên nhận bảo lãnh, về việc cam kết trả nợ thay cho khách hàng trong trường hợp khách hàng không trả hoặc không trả đầy đủ, đúng hạn nợ vay đối với bên nhận bảo lãnh.

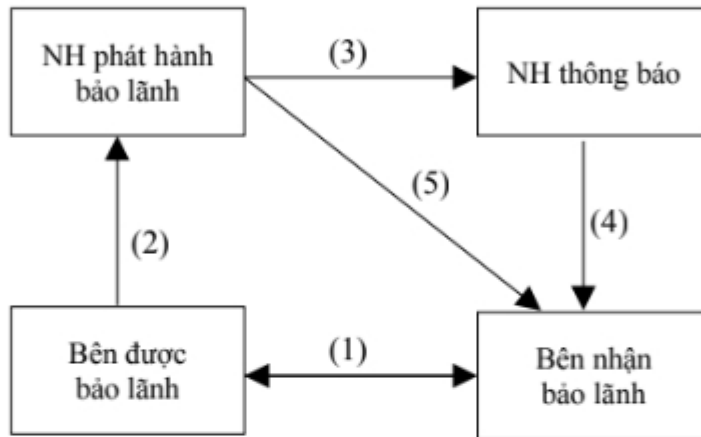
1.1.5.2. Phân loại theo phương thức phát hành bảo lãnh

a. Bảo lãnh trực tiếp

Là bảo lãnh ngân hàng do tổ chức tín dụng phát hành cam kết và chịu trách nhiệm trực tiếp với bên nhận bảo lãnh về cam kết của mình. Bảo lãnh trực tiếp có thể thông báo thông qua ngân hàng thông báo. [4, tr. 39]

Bảo lãnh trực tiếp còn có tên gọi khác là bảo lãnh ba bên. Người được bảo lãnh sẽ yêu cầu ngân hàng phát hành một bảo lãnh với các điều kiện và thời hạn được quy định trong hợp đồng, đồng thời cam kết sẽ hoàn lại cho ngân hàng phát hành nếu ngân hàng phải thực hiện nghĩa vụ thanh toán. Sau khi xem xét nếu ngân hàng đồng ý sẽ ký phát hành một bảo lãnh.

Ta có mô hình như sau:



(1) Là thoả thuận giữa bên nhận bảo lãnh và bên được bảo lãnh. Bên được bảo lãnh và bên nhận bảo lãnh ký kết hợp đồng.

(2) Bên được bảo lãnh yêu cầu ngân hàng phục vụ mình phát hành một bảo lãnh ngân hàng.

(3) Ngân hàng phát hành sẽ phát hành một thư bảo lãnh cho người thụ hưởng thông qua ngân hàng thông báo.

(4) Ngân hàng thông báo bảo lãnh sẽ kiểm tra tính trung thực và thông báo lại cho bên nhận bảo lãnh.

(5) Ngân hàng phát hành thực hiện việc thanh toán cho bên nhận bảo lãnh khi có sự vi phạm hợp đồng của bên được bảo lãnh.

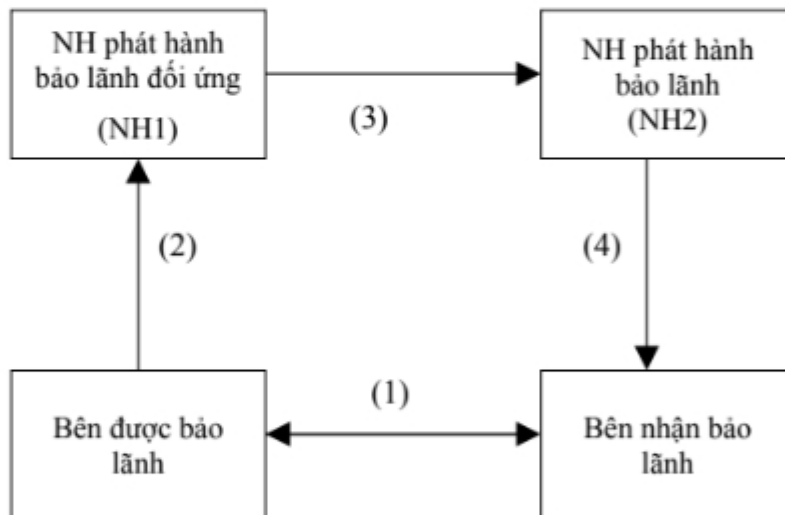
Về nguyên tắc, ngân hàng phát hành có thể gửi thư bảo lãnh trực tiếp cho người thụ hưởng. Trên thực tế bảo lãnh trực tiếp thường có sự tham gia của ngân hàng thông báo tại nước của người thụ hưởng. Ngân hàng thông báo thường là ngân hàng của người thụ hưởng và có quan hệ đại lý với ngân hàng phát hành. Ngân hàng

thông báo sẽ giúp người hưởng xác nhận tính chân thực của thư bảo lãnh nhận được. Tuy nhiên, vai trò của ngân hàng thông báo chỉ đơn thuần là kiểm tra tính chân thực và chuyển giao bảo lãnh cho người hưởng. Ngược lại, khi người hưởng đòi tiền theo thư bảo lãnh, ngân hàng thông báo sẽ giúp ngân hàng phát hành kiểm tra tư cách pháp lý của người đòi tiền. Tóm lại, ngân hàng thông báo chỉ tham gia dưới góc độ “kỹ thuật nghiệp vụ” mà không có quyền và nghĩa vụ liên quan trong bảo lãnh. Chính vì vậy dù có thêm sự tham gia của ngân hàng thông báo, bảo lãnh trực tiếp vẫn được gọi là bảo lãnh ba bên.

b. Bảo lãnh gián tiếp

Bảo lãnh gián tiếp còn được gọi là bảo lãnh bốn bên.

Ta có mô hình sau:



(1) Bên được bảo lãnh và bên nhận bảo lãnh ký kết hợp đồng.

(2) Bên được bảo lãnh đề nghị ngân hàng phục vụ mình yêu cầu một ngân hàng khác tại quốc gia của bên nhận bảo lãnh phát hành bảo lãnh.

(3) Ngân hàng thứ nhất phát hành bảo lãnh đối ứng cho ngân hàng thứ hai.

(4) Ngân hàng thứ hai phát hành bảo lãnh cho bên nhận bảo lãnh.

Sau khi ngân hàng phát hành thanh toán cho bên nhận bảo lãnh, ngân hàng phát hành yêu cầu ngân hàng bảo lãnh đối ứng hoàn trả lại số tiền mà họ đã thanh toán cho bên nhận bảo lãnh và ngân hàng phát hành đối ứng yêu cầu bên được bảo lãnh phải hoàn trả số tiền bảo lãnh.

c. Bảo lãnh được xác nhận

Là bảo lãnh ngân hàng do tổ chức tín dụng phát hành cho bên nhận bảo lãnh về việc đảm bảo khả năng thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh của tổ chức tín dụng được xác nhận bảo lãnh. Trường hợp bên được xác nhận bảo lãnh không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ của mình đã cam kết với bên nhận bảo lãnh thì bên xác nhận bảo lãnh phải thực hiện nghĩa vụ thay cho bên được xác nhận bảo lãnh.

d. Đồng bảo lãnh

Là việc nhiều tổ chức tín dụng cùng bảo lãnh cho một nghĩa vụ của khách hàng thông qua một tổ chức tín dụng làm đầu mối.

Các thành viên tham gia đồng bảo lãnh sẽ chọn một ngân hàng bảo lãnh làm ngân hàng đầu mối. Ngân hàng bảo lãnh chính sẽ thay mặt nhóm ngân hàng đồng bảo lãnh phát hành cam kết bảo lãnh cho toàn bộ số tiền hoặc nghĩa vụ bảo lãnh; nhận các giấy tờ, tài sản thế chấp, cầm cố của khách hàng và thu phí bảo lãnh đồng thời phân chia lại phí cho các ngân hàng tham gia theo tỷ lệ đã thoả thuận.

Các ngân hàng còn lại sẽ cam kết với ngân hàng chính thông qua các bảo lãnh đối ứng theo tỷ lệ mình tham gia trong đồng bảo lãnh. Khi ngân hàng bảo lãnh chính phải thanh toán cho người thụ hưởng thì có quyền truy đòi các ngân hàng thành viên đồng bảo lãnh số tiền mà họ đã cam kết trong bảo lãnh đối ứng.

1.1.5.3. Phân loại theo đối tượng bảo lãnh

a. Bảo lãnh trong nước

Là loại bảo lãnh mà người yêu cầu bảo lãnh, người được bảo lãnh và ngân hàng bảo lãnh ở trong phạm vi một quốc gia. Các hình thức áp dụng cho loại bảo lãnh này là: bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh tiền ứng trước... được thực hiện thông qua ngân hàng phát hành thư bảo lãnh.

b. Bảo lãnh ngoài nước

Là loại hình bảo lãnh mà trong đó chỉ có một bên ở trong nước, còn bên kia ở nước ngoài. Loại hình này thường sử dụng một trong các hình thức bảo lãnh sau:

- +Mở thư tín dụng mua hàng trả chậm.
- +Ký bảo lãnh trên hối phiếu nhận nợ với nước ngoài.
- +Phát hành thư bảo lãnh.
- +Lập giấy chứng nhận kỳ hạn nợ.

1.1.5.4. Phân loại theo hình thức sử dụng

a. Bảo lãnh vô điều kiện

Bảo lãnh theo yêu cầu là loại bảo lãnh mà điều kiện thanh toán của nó là: người hưởng được quyền đòi tiền bằng việc xuất trình yêu cầu thanh toán tại ngân hàng phát hành, không cần phải cung cấp các chứng từ của phía thứ ba hoặc giải thích hay chứng minh sự vi phạm hợp đồng của người được bảo lãnh cũng như sự thiệt hại về phần mình. Người nhận bảo lãnh (người hưởng) có quyền được đòi đủ giá trị bảo lãnh mà không cần ghi rõ số tổn thất, thiệt hại từ hợp đồng cơ sở. Ngược lại, về phía ngân hàng cũng vậy, ngân hàng phát hành phải thanh toán ngay số tiền yêu cầu mà không được phép và không cần hỏi thêm người hưởng bất cứ chi tiết nào về mức độ, chứng cứ...vi phạm của người được bảo lãnh. Nó được sử dụng khá phổ biến vì nó có lợi cho người thụ hưởng bảo lãnh. Tuy nhiên, lại có nhược điểm là mang tính chủ quan trong việc đòi bồi thường, do đó có thể xảy ra lừa đảo, gian lận nếu người thụ hưởng không trung thực. Vì vậy, khi sử dụng loại bảo lãnh này các bên đối tác phải có độ tin cậy cao.

b. Bảo lãnh có điều kiện

Bảo lãnh có điều kiện là loại bảo lãnh mà trong đó yêu cầu chứng từ của một bên thứ ba. Tuy nhiên tùy theo nội dung điển đạt của bảo lãnh mà ta cũng có hai loại bảo lãnh kèm chứng từ. Loại thứ nhất là bảo lãnh yêu cầu một chứng từ do một bên phát hành, xác nhận sự vi phạm của người được bảo lãnh. Loại thứ hai là bảo lãnh thanh toán ngay theo yêu cầu của người thụ hưởng nhưng có điều kiện là trừ khi người được bảo lãnh xuất trình chứng từ của một bên thứ ba phát hành, xác

nhận việc hoàn tất nghĩa vụ của người được bảo lãnh. Thế nhưng người thụ hưởng cũng chỉ lập chứng từ theo như yêu cầu của bảo lãnh chứ không cần những chứng từ chứng minh, mô tả việc vi phạm của người được bảo lãnh. Loại bảo lãnh kèm chứng từ này có nhược điểm là sẽ kéo dài thời gian thanh toán cho người thụ hưởng. Với các điều kiện về chứng từ như thế thì đây là một loại bảo lãnh kém linh hoạt nên ít được sử dụng trong các dịch vụ của ngân hàng thương mại.

1.1.6. Rủi ro trong nghiệp vụ bảo lãnh

1.1.6.1. Rủi ro đối với bên bảo lãnh

Dù bảo lãnh ngân hàng là hình thức tài trợ thông qua uy tín, ngân hàng không phải xuất quỹ ngay khi thực hiện bảo lãnh nhưng hoạt động bảo lãnh cũng gây ra rủi ro cho ngân hàng phát hành bảo lãnh. Khi ngân hàng đồng ý bảo lãnh cho khách hàng cũng có nghĩa là ngân hàng đã chấp nhận trả thay cho khách hàng nếu khách hàng vi phạm hợp đồng đã cam kết với bên nhận bảo lãnh. Và như vậy cũng có nghĩa là ngân hàng sẽ gặp rủi ro nếu như khách hàng không thể hoàn trả cho ngân hàng số tiền mà ngân hàng đã trả thay.

Các loại rủi ro có thể gặp của ngân hàng bảo lãnh:

- *Mọi rủi ro của doanh nghiệp được bảo lãnh là rủi ro của ngân hàng*

Nguyên nhân gây ra rủi ro trong kinh doanh rất đa dạng. Ngoài những rủi ro chung như thiên tai, hoả hoạn còn có những nguyên nhân như thiếu thông tin, lạm phát, các chính sách không ổn định trong đó đặc biệt là chính sách thuế, tình hình chính trị không ổn định...

Quy chế về bảo lãnh của ngân hàng đã khẳng định bảo lãnh là cam kết của ngân hàng chịu trách nhiệm trả tiền thay cho bên được bảo lãnh nếu bên được bảo lãnh không thực hiện đúng và đầy đủ nghĩa vụ đã thoả thuận với bên yêu cầu bảo lãnh. Như vậy có thể kết luận rằng mọi rủi ro của các doanh nghiệp được bảo lãnh dẫn tới doanh nghiệp này có thể không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ với bên yêu cầu bảo lãnh cũng sẽ là rủi ro trong nghiệp vụ bảo lãnh của ngân hàng.

- *Rủi ro tín dụng*

Trong bảo lãnh ngân hàng có loại bảo lãnh bảo đảm hoàn trả vốn vay. Tuy không phát tiền vay nhưng về thực chất mức độ trách nhiệm, nghĩa vụ ngân hàng trong nghiệp vụ này cũng tương đương như nghiệp vụ tín dụng. Hoạt động bảo lãnh bảo đảm hoàn trả vốn vay đặt ngân hàng trước cùng một rủi ro như rủi ro của các món cho vay trực tiếp.

Rủi ro tín dụng là rủi ro lớn nhất trong kinh doanh của ngân hàng thương mại. Nguyên nhân của rủi ro này là người vay cố tình dấy đưa không trả nợ hoặc không có khả năng trả nợ. Người vay tạm thời có khó khăn về ngân quỹ hoặc do kinh doanh không có hiệu quả hoặc bị rủi ro.

- *Rủi ro về lãi suất*

Trong nền kinh tế thị trường lãi suất huy động vốn luôn biến động trong khi mức phí bảo lãnh được xác định cố định trong suốt thời gian hiệu lực của bảo lãnh dẫn tới có khả năng rủi ro lãi suất trong trường hợp lãi suất bình quân đầu vào tăng.

- *Rủi ro hối đoái*

Tỷ giá hối đoái là quan hệ về giá trị giữa hai đồng tiền, là giá cả của đơn vị tiền tệ này được thể hiện bằng một số đơn vị tiền tệ khác. Tỷ giá luôn biến động nên ngoài các rủi ro thông thường, bảo lãnh bằng ngoại tệ còn có rủi ro hối đoái.

- *Rủi ro mất khả năng thanh toán*

Căn cứ vào tỷ lệ trích quỹ bảo lãnh là 5% giá trị bảo lãnh, nếu rủi ro thực tế lớn hơn 5% giá trị bảo lãnh thì khả năng thanh toán trong nghiệp vụ bảo lãnh sẽ không đảm bảo, gây tác động xấu đối với khả năng thanh toán chung của ngân hàng.

1.1.6.2. Rủi ro đối với bên được bảo lãnh

Rủi ro xảy ra khi người thụ hưởng bảo lãnh xuất trình chứng từ giả yêu cầu ngân hàng thanh toán. Ngân hàng ngay lập tức sẽ tiến hành thanh toán cho bên thụ hưởng và yêu cầu bên được bảo lãnh hoàn trả cho ngân hàng số tiền ngân hàng đã trả thay.

1.1.6.3. Rủi ro đối với bên nhận bảo lãnh

Rủi ro xảy ra khi bên được bảo lãnh vi phạm cam kết trong hợp đồng nhưng bên nhận bảo lãnh không được ngân hàng thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh. Điều này có thể do ngân hàng, ngân hàng không có khả năng thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh hoặc thời điểm bên thụ hưởng bảo lãnh yêu cầu ngân hàng thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh thì ngân hàng phát hành bảo lãnh đang sắp sửa bị phá sản hoặc mất khả năng thanh toán hay đã phá sản do đó không có khả năng thanh toán cho bên thụ hưởng.

Rủi ro về điều kiện thanh toán trong thư bảo lãnh: Trong một số trường hợp, ngân hàng chỉ quyết định thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh khi có chứng cứ xác nhận việc vi phạm của bên được bảo lãnh... điều này nhiều khi gây khó khăn cho bên nhận bảo lãnh khi yêu cầu thanh toán do đó điều kiện thanh toán cần được các bên thoả thuận, quyết định cụ thể ngay từ đầu để tránh những tranh chấp phát sinh sau.

1.2. PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH CỦA NHTM

1.2.1. Quan niệm về phát triển

Phát triển là sự tăng lên về cả số lượng và chất lượng. Do đó, dịch vụ bảo lãnh của NHTM được coi là phát triển khi có sự tăng lên về số lượng và nâng cao về chất lượng của dịch vụ bảo lãnh. Số lượng và chất lượng của dịch vụ bảo lãnh có mối quan hệ chặt chẽ với nhau.

- Sự gia tăng về số lượng: là việc ngân hàng xâm nhập vào thị trường mới, thị trường mà khách hàng chưa biết đến sản phẩm của ngân hàng, tăng số lượng khách hàng bảo lãnh bằng cách tìm kiếm và phát triển khách hàng mới, tìm kiếm phân khúc thị trường mới.

- Sự nâng cao về chất lượng: là phát triển thị trường hiện có của mình, gia tăng giá trị của 1 món bảo lãnh, đồng thời đáp ứng nhu cầu của khách hàng, có mức lãi suất thích hợp và thời gian xét duyệt nhanh chóng, thái độ tận tình, chu đáo. Từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong việc tiếp cận dịch vụ bảo lãnh của ngân hàng.

Mức độ phát triển và những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của hoạt động bảo lãnh trong từng thời kỳ là khác nhau. Để đánh giá sự phát triển của hoạt động bảo lãnh, người ta có thể dựa vào những chỉ tiêu sau.

1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển hoạt động bảo lãnh

Hoạt động bảo lãnh của ngân hàng thương mại đang ngày càng đóng vai trò tích cực trong hoạt động ngân hàng. Hoạt động bảo lãnh không ngừng mang lại lợi nhuận mà còn nâng cao uy tín của ngân hàng trên thị trường đầy biến động và cạnh tranh. Để có thể làm tốt công tác bảo lãnh, sau một thời gian hoạt động, ngân hàng sẽ tiến hành đánh giá hoạt động bảo lãnh trong một thời kỳ đó nhằm rút kinh nghiệm. Kết quả của hoạt động bảo lãnh không chỉ ghi nhận những thành tựu các cán bộ ngân hàng đã làm được mà còn chỉ ra những hạn chế cần được khắc phục.

Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hoạt động bảo lãnh tại một ngân hàng khác nhau thì khác nhau. Trong phần này, đề tài chỉ đề cập đến một số chỉ tiêu về quy mô bảo lãnh, mức độ rủi ro, thị phần bảo lãnh và chất lượng sản phẩm dịch vụ.

1.2.2.1. Quy mô bảo lãnh

Đây là chỉ tiêu định lượng đánh giá sự phát triển hoạt động bảo lãnh, bao gồm doanh số bảo lãnh, số món bảo lãnh, dư nợ bảo lãnh và doanh thu từ hoạt động bảo lãnh.

a) Doanh số bảo lãnh

Doanh số bảo lãnh là tổng giá trị các khoản bảo lãnh ngân hàng phát sinh trong một thời kỳ. Đây là chỉ tiêu phản ánh tình hình, quy mô của hoạt động bảo lãnh trong một thời kỳ nhất định. Chỉ tiêu doanh số bảo lãnh được phân chia theo các tiêu thức: loại hình bảo lãnh, thành phần kinh tế, hình thức đảm bảo, lĩnh vực hoạt động. Do đó, thông qua chỉ tiêu này có thể biết được những loại hình bảo lãnh là thế mạnh của ngân hàng, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh số bảo lãnh; khách hàng chủ yếu của ngân hàng là những doanh nghiệp như thế nào,... để có những chính sách phát triển hợp lý nhằm định hướng cho sự phát triển hoạt động bảo lãnh.

Phát triển doanh số bảo lãnh là việc gia tăng doanh số theo định hướng phát triển chung của ngân hàng trong một giai đoạn nhất định. Đây là mục tiêu hàng đầu

của các NHTM nói chung và SHB nói riêng trong định hướng phát triển dịch vụ bảo lãnh.

b) Số món bảo lãnh

Số món bảo lãnh là số lượng giao dịch của các khoản bảo lãnh ngân hàng phát sinh tại một thời kỳ báo cáo nhất định. Số món bảo lãnh càng nhiều chứng tỏ hoạt động bảo lãnh của ngân hàng ngày càng được mở rộng, phát triển.

c) Dư nợ bảo lãnh

Dư nợ bảo lãnh là dư nợ của khoản bảo lãnh ngân hàng tại một thời điểm nhất định. Đây là chỉ tiêu mang tính thời điểm. Việc gia tăng hay sụt giảm của chỉ tiêu này thể hiện sự gia tăng hay sụt giảm của dịch vụ bảo lãnh ngân hàng tại thời điểm so sánh.

d) Doanh thu từ hoạt động bảo lãnh

Đây là chỉ tiêu định lượng, có tính chất đánh giá và bao trùm hơn cả về sự phát triển của dịch vụ bảo lãnh. Chỉ tiêu doanh thu cho biết số tiền mà khách hàng trả ngân hàng cho dịch vụ bảo lãnh và các dịch vụ khác đi kèm. Doanh thu bảo lãnh được tính từ tổng số phí mà bảo lãnh đã thu được từ khách hàng.

Doanh thu từ hoạt động bảo lãnh ngoài số liệu tuyệt đối còn phải được xem xét trong mối tương quan với doanh thu từ các hoạt động khác của ngân hàng như tỷ trọng doanh thu từ hoạt động bảo lãnh so với tổng thu từ hoạt động dịch vụ, tỷ trọng doanh thu từ hoạt động bảo lãnh so với tổng doanh thu,.. để có cái nhìn toàn diện hơn về vai trò, tầm quan trọng của nó trong toàn bộ hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và trong hoạt động dịch vụ nói riêng.

1.2.2.2. Mức độ rủi ro

Thể hiện qua chỉ tiêu dư nợ bảo lãnh quá hạn. Đây là chỉ tiêu phản ánh mức độ rủi ro khi thực hiện dịch vụ bảo lãnh, thể hiện qua những khoản phát sinh trong một thời kỳ mà ngân hàng bảo lãnh phải trả thay cho khách hàng.

Dư nợ bảo lãnh quá hạn là dư nợ bảo lãnh mà NHTM đã trả thay cho khách hàng nhưng khách hàng không trả được nợ cho ngân hàng. Dư nợ bảo lãnh quá hạn lớn chứng tỏ công tác thẩm định khách hàng trước khi bảo lãnh và theo dõi khách

hàng trong thời gian bảo lãnh của ngân hàng là chưa tốt. Dư nợ bảo lãnh quá hạn làm tăng nợ “xấu” của ngân hàng, tăng chi phí dự phòng, giảm lợi nhuận, tăng rủi ro trong hoạt động của ngân hàng.

Chỉ tiêu dư nợ bảo lãnh quá hạn được xem xét kết hợp với chỉ tiêu tỷ lệ dư nợ bảo lãnh quá hạn được xác định theo công thức sau:

$$\text{Tỷ lệ bảo lãnh quá hạn} = \frac{\text{Dư nợ bảo lãnh quá hạn}}{\text{Dư nợ bảo lãnh}} \times 100$$

Tuy nhiên, nếu khoản nợ quá hạn phát sinh từ một khoản bảo lãnh có thời hạn trên một năm thì tính chính xác của chỉ tiêu này không cao. Có thể các khoản nợ quá hạn từ hoạt động bảo lãnh phát sinh trong năm không lớn nhưng nợ quá hạn từ năm trước còn đọng lại thì sẽ làm ảnh hưởng đến sự nhìn nhận đúng đắn về tính hiệu quả của hoạt động bảo lãnh trong năm. Ngân hàng cũng sẽ xem xét chỉ tiêu này trong mối quan hệ với doanh số bảo lãnh trong năm.

1.2.2.3. Thị phần bảo lãnh

Thị phần hoạt động bảo lãnh của một NHTM là phần dịch vụ bảo lãnh của ngân hàng đó chiếm lĩnh trên thị trường.

$$\text{Thị phần bảo lãnh} = \frac{\text{Doanh số bảo lãnh của NH}}{\text{Tổng doanh số bảo lãnh của các NH}} \times 100$$

Vì vậy, mở rộng thị trường cung cấp dịch vụ bảo lãnh của NHTM chính là việc mở rộng phạm vi cung cấp dịch vụ cho các loại khách hàng khác nhau có nhu cầu sử dụng dịch vụ này nhưng đồng thời phải có khả năng thanh toán.

Việc mở rộng thị phần cung cấp dịch vụ chỉ có thể thành công khi dịch vụ mà ngân hàng cung ứng ra thị trường có chất lượng cao với hình thức đa dạng, giá cả hợp lý. Ngoài ra, công tác tiếp thị, quảng cáo, mở rộng hệ thống phân phối, mạng lưới cung ứng dịch vụ để người tiêu dùng có thể tiếp cận một cách dễ dàng là những nhân tố góp phần vào sự gia tăng thị phần bảo lãnh của ngân hàng.

1.2.2.4. Nâng cao chất lượng dịch vụ bảo lãnh

Nâng cao chất lượng dịch vụ bảo lãnh được đo bằng sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ bảo lãnh của ngân hàng.

Để nâng cao chất lượng dịch vụ bảo lãnh nói chung, các NHTM cần chú ý nâng cao chất lượng ở những mặt sau:

- Thái độ phục vụ, trình độ của cán bộ tư vấn, cán bộ xử lý: Đây là yếu tố có vai trò quan trọng trong việc thu hút và giữ khách. Mặc dù, điều quan tâm cuối cùng của khách hàng đó là hiệu quả dịch vụ bảo lãnh, tức là khách hàng sẽ quan tâm đến sự thành công của giao dịch bảo lãnh trong mối quan hệ với thời gian và phí bảo lãnh so với các ngân hàng khác. Nhưng, yếu tố trước tiên ảnh hưởng tới quyết định có thực hiện giao dịch với ngân hàng hay không là tùy vào thái độ phục vụ của cán bộ nhân viên tiếp nhận nhu cầu của khách hàng.

- Cạnh tranh về chất lượng dịch vụ bảo lãnh: Điều này thể hiện trên mọi mặt có liên quan đến loại hình dịch vụ bảo lãnh mà khách hàng sử dụng. Như chúng ta đã biết, điều quan tâm cuối cùng của khách hàng vẫn là hiệu quả của giao dịch như thế nào, tức là, khách hàng quan tâm đến sự thành công của giao dịch, mức phí dịch vụ phải trả cho ngân hàng, sự đơn giản về thủ tục tiến hành, thời gian hoàn thành giao dịch, hay là cách thức mà ngân hàng tư vấn, hỗ trợ cho khách hàng trong quá trình giao dịch... Có thể một ngân hàng nào đó có mức phí bảo lãnh thấp hơn, nhưng đó chưa hẳn là yếu tố quyết định để thu hút khách hàng, mà việc thu hút khách hàng sẽ phụ thuộc vào tất cả các yếu tố có liên quan đến giao dịch bảo lãnh mà khách hàng có nhu cầu thực hiện. Hiện nay có khá nhiều NHTM cổ phần được cấp phép hoạt động, vì vậy khách hàng hoàn toàn có quyền đòi hỏi được phục vụ với chất lượng dịch vụ tốt nhất trong điều kiện cạnh tranh nhất. Cho nên, để đạt được hiệu quả cuối cùng là thu hút và tạo dựng mối quan hệ hợp tác bền vững với khách hàng thì các NHTM phải cho thấy được ưu thế cạnh tranh trong dịch vụ bảo lãnh của mình, đặc biệt là sự cạnh tranh về mặt chất lượng dịch vụ.

1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển hoạt động bảo lãnh

Bất cứ một đơn vị nào khi tham gia vào hoạt động kinh tế đều chịu sự tác động của rất nhiều yếu tố trong nền kinh tế và ngân hàng cũng không phải là một ngoại lệ. Hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động bảo lãnh nói riêng bị chi phối bởi rất nhiều nhân tố khách quan và chủ quan. Những nhân tố này quyết định đến hoạt động bảo lãnh từ nhiều khía cạnh, tác động trực tiếp đến hướng phát triển của hoạt động này trong hiện tại và tương lai.

1.2.3.1. Những nhân tố khách quan

- Môi trường chính trị - xã hội

Môi trường chính trị xã hội là một tác nhân vĩ mô tác động một cách tổng hợp đến mọi hoạt động kinh tế xã hội. Môi trường chính trị xã hội có ổn định thì mọi hoạt động kinh tế mới có thể diễn ra thuận lợi. Ngược lại, nếu một xã hội bất ổn thì chắc chắn kèm theo đó là một nền kinh tế phát triển không lành mạnh. Hoạt động bảo lãnh cũng không nằm ngoài quy luật chung ấy. Với một thể chế chính trị bền vững và phù hợp với xu thế thời đại, các ngân hàng mới được tạo điều kiện đầy mạnh hoạt động bảo lãnh của mình trong nhiều quan hệ kinh tế khác nhau khi hoạt động đầu tư và hoạt động thương mại gia tăng. Các nhà đầu tư rất quan tâm đến sự ổn định về mặt chính trị và các ngân hàng coi đó là một tiền đề tất yếu để hoạt động bảo lãnh được ra đời và phát triển.

- Môi trường pháp lý

Tuân thủ pháp luật là nghĩa vụ và trách nhiệm của tất cả đối tượng trong đó có các ngân hàng và hoạt động ngân hàng. Hệ thống pháp luật có đầy đủ, đồng bộ thì ngân hàng mới có thể xây dựng những chiến lược kinh doanh hiệu quả bao gồm cả chiến lược kinh doanh phát triển hoạt động bảo lãnh. Với mỗi quốc gia khác nhau, hệ thống văn bản pháp lý quy định hoạt động bảo lãnh có thể khác nhau nhưng bản chất hoạt động bảo lãnh là không đổi. Điều các ngân hàng lưu ý khi thực hiện các hoạt động bảo lãnh là chấp hành pháp luật, giữ nguyên bản chất và ý nghĩa kinh tế đúng đắn của hoạt động đó. Tuy nhiên, trong khi chấp hành các hoạt động bảo lãnh, ngân hàng vấp phải những khó khăn xuất phát từ các văn bản và các yêu

cầu thực tế phát sinh cần được điều chỉnh. Vì vậy, hoàn thiện các văn bản pháp quy cho hoạt động bảo lãnh đang ngày càng trở nên cần thiết.

- Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế chính trị là nơi phát sinh đòi hỏi phải có sự ra đời của hoạt động bảo lãnh. Sự phát triển không ngừng của nền kinh tế khiến cho môi trường kinh tế vừa hứa hẹn nhiều cơ hội thuận lợi vừa chứa đựng những yếu tố cạnh tranh khắc nghiệt và rủi ro không thể ngờ tới đối với tất cả các nhà đầu tư. Sự biến đổi của môi trường kinh tế sẽ tác động đến xu hướng của hoạt động bảo lãnh. Môi trường kinh tế thuận lợi có thể làm gia tăng các hoạt động thương mại từ đó làm gia tăng quy mô cũng như chất lượng của hoạt động bảo lãnh. Mặt khác, môi trường kinh tế biến động theo chiều hướng bất lợi sẽ làm giảm khả năng phát triển của hoạt động bảo lãnh.

- Môi trường công nghệ

Công nghệ ngày càng phát triển và phục vụ đắc lực cho mọi hoạt động của nền kinh tế xã hội. Đối với hoạt động bảo lãnh của NHTM cũng vậy, sử dụng công nghệ hiện đại vừa thể hiện mức độ hiện đại hóa của ngân hàng vừa giúp phục vụ khách hàng tốt hơn, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh và khả năng quản trị, đặc biệt là quản trị rủi ro của NHTM.

- Khách hàng

Chính là chủ thể tham gia trực tiếp vào hoạt động bảo lãnh. Khách hàng bao gồm cá nhân và doanh nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng thực hiện hoạt động bảo lãnh, tính đa năng và mức độ hoàn thiện trong hoạt động bảo lãnh. Hoạt động bảo lãnh chỉ có thể được tiến hành khi khách hàng có đủ điều kiện được bảo lãnh. Điều kiện được bảo lãnh sẽ xét trên góc độ năng lực tài chính và khả năng tài chính đảm bảo cho khoản bảo lãnh là chủ yếu. Khách hàng có một khả năng tài chính tốt cùng với những khoản đảm bảo chắc chắn cho ngân hàng sẽ góp phần tạo hiệu quả trong hoạt động bảo lãnh.

Tính đa dạng trong sản phẩm bảo lãnh xuất phát từ chính nhu cầu của khách hàng. Khách hàng luôn muốn có các sản phẩm bảo lãnh phù hợp với từng hoạt

động giao dịch đồng thời có các yếu tố thuận lợi cho công việc kinh doanh của họ. Chính vì vậy, để cạnh tranh với các đối thủ khác, ngân hàng không những phải cung cấp được nhiều sản phẩm bảo lãnh mà còn hoàn thiện những sản phẩm đó theo đòi hỏi của khách hàng và bản thân ngân hàng.

- Đối thủ cạnh tranh

Trong kinh doanh, các đối thủ của nhau sẽ giành giật với nhau về khách hàng, thị phần. Đối thủ cạnh tranh có nhiều thế mạnh sẽ thu hút được nhiều khách hàng làm giảm thị phần của chủ thể kinh doanh. Và hoạt động bảo lãnh của ngân hàng không ngoại lệ.

1.2.3.2. Những nhân tố thuộc về nội bộ ngân hàng

a) Uy tín ngân hàng

Uy tín ngân hàng có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của ngân hàng, tới việc tăng số lượng khách hàng đến với ngân hàng, tới việc làm tăng doanh thu. Một số khách hàng quyết định lựa chọn sử dụng sản phẩm do những ngân hàng có uy tín cung cấp hơn là của một ngân hàng mới bởi họ cho rằng đó là một hành động mạo hiểm, kém khôn ngoan. Trong bảo lãnh, uy tín của ngân hàng lại càng quan trọng bởi ngân hàng thực hiện bảo lãnh bằng uy tín và khả năng tài chính của mình, bảo lãnh bằng năng lực chi trả. Không phải ngân hàng nào cũng được bên thụ hưởng đồng ý chấp nhận bảo lãnh, khách hàng chỉ chọn ngân hàng bảo lãnh có uy tín để đảm bảo an toàn.

b) Tính đa dạng sản phẩm trong cung cấp gói dịch vụ bảo lãnh

Danh mục bảo lãnh cung cấp cho khách hàng phản ánh mức độ đa dạng về sản phẩm dịch vụ của NHTM. Ngân hàng có thể thiết lập danh mục sản phẩm dịch vụ cung cấp ra thị trường một cách hiệu quả tạo cơ hội cho khách hàng có thể lựa chọn sản phẩm phong phú hơn, đáp ứng ngày càng cao các nhu cầu tài chính đa dạng của khách hàng, từ đó có thể thu hút được nhiều đối tượng khách hàng hơn tham gia sử dụng sản phẩm dịch vụ của NHTM.

c) Chính sách giá cả

Giá của sản phẩm ngân hàng là số tiền mà khách hàng phải trả để được

quyền sử dụng một khoản tiền trong thời gian nhất định hoặc sử dụng các sản phẩm do ngân hàng cung cấp. Với dịch vụ bảo lãnh, khi sử dụng dịch vụ này, khách hàng phải trả phí dịch vụ - phí bảo lãnh. Mức phí bảo lãnh cũng tác động đến sự mở rộng hoạt động bảo lãnh ngân hàng. Đối với ngân hàng, phí là nguồn thu của hoạt động bảo lãnh; tuy nhiên đối với khách hàng, phí bảo lãnh là chi phí khi sử dụng dịch vụ. Vì thế, để giải quyết hài hòa lợi ích của ngân hàng và thúc đẩy hoạt động bảo lãnh phát triển thì việc xây dựng một chính sách phí phù hợp là cần thiết.

d) Quy trình bảo lãnh

Quy trình bảo lãnh với những phần quan trọng như công tác thẩm định, xây dựng hợp đồng bảo lãnh và quy trách nhiệm khi kết thúc bảo lãnh có tác động trực tiếp đến hoạt động bảo lãnh. Công tác thẩm định tốt sẽ giảm thiểu các bất trắc khi tiến hành bảo lãnh, đảm bảo một khoản bảo lãnh lành mạnh, mang lợi nhuận đến cho ngân hàng. Mặt khác, nếu công tác thẩm định không đạt hiệu quả thì rủi ro trong hoạt động bảo lãnh là rất cao đặc biệt khi khách hàng có mục đích sử dụng bảo lãnh để thực hiện các hành vi phi pháp hay khách hàng không có khả năng trả nợ. Song song với công tác thẩm định, xây dựng một hợp đồng bảo lãnh với những điều khoản chặt chẽ phù hợp với yêu cầu của khách hàng và có lợi cho ngân hàng sẽ là một điều kiện đảm bảo cho hoạt động bảo lãnh được tiến hành suôn sẻ. Khi kết thúc bảo lãnh, trách nhiệm của các bên liên quan được quy định rõ ràng sẽ tránh các tranh chấp và các tổn thất không đáng có đồng thời nâng cao tính ưu việt trong hoạt động bảo lãnh.

e) Chính sách tuyên truyền quảng cáo

Các hoạt động truyền thông làm cho công chúng hiểu rõ, đầy đủ hơn về sản phẩm của ngân hàng, giúp khách hàng có căn cứ quyết định việc lựa chọn sản phẩm ngân hàng. Các hoạt động quan hệ giúp các nhà quản lý ngân hàng nắm được những thông tin phản hồi từ khách hàng cả về mức độ thoả mãn và sự không hài lòng của chất lượng sản phẩm. Đây là căn cứ quan trọng để ngân hàng điều chỉnh sản phẩm, giá và các hoạt động khác cho phù hợp với nhu cầu mong muốn của khách hàng.

Trong hoạt động bảo lãnh, chính sách tuyên truyền quảng cáo nhằm mục

đích giới thiệu các hình thức, cơ chế, chính sách,... Vấn đề này giúp ngân hàng mở rộng và phát triển các loại sản phẩm cung ứng, tạo mối quan hệ lớn, từng bước mở rộng thị trường, tăng sự thích ứng, tăng hiệu quả kinh doanh.

f) Trình độ nghiệp vụ của cán bộ ngân hàng

Nhân tố con người đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động của bất cứ doanh nghiệp nào. Trong ngân hàng, các cán bộ nghiệp vụ bảo lãnh là những mắt xích trực tiếp tham gia và kết nối các khâu trong hoạt động bảo lãnh. Rủi ro từ yếu tố con người cũng rất cao nếu cán bộ nghiệp vụ không có đầy đủ phẩm chất đạo đức và nghề nghiệp. Cán bộ có trình độ chuyên môn cao sẽ hạn chế những sai lầm mắc phải khi thực hiện nghiệp vụ. Mặt khác, một cán bộ có đạo đức nghề nghiệp sẽ không lợi dụng công tác bảo lãnh để tiếp tay cho hoạt động trái pháp luật hay trục lợi cá nhân.

g) Chất lượng dịch vụ bảo lãnh

Chất lượng dịch vụ nói chung và dịch vụ bảo lãnh nói riêng được đo bằng mức độ hài lòng của khách hàng. Một ngân hàng có chất lượng dịch vụ bảo lãnh tốt sẽ tạo nền móng vững chắc trong quá trình phát triển doanh số, tăng thu phí, góp phần giữ vững được vị thế trong môi trường cạnh tranh gay gắt giữa các NHTM với nhau. Chất lượng dịch vụ tốt sẽ thu hút một số lượng lớn khách hàng đến với ngân hàng và trung thành với ngân hàng. Nhân tố về chất lượng dịch vụ là chìa khóa giúp cho ngân hàng mở rộng được thị trường kinh doanh.

h) Các chính sách và quy định của ngân hàng cho hoạt động bảo lãnh

Bên cạnh việc chấp hành pháp luật, mỗi ngân hàng đều có một quy tắc hoạt động riêng. Thực hiện hoạt động bảo lãnh đúng quy tắc là một phần tất yếu để hoạt động kinh doanh của ngân hàng được tiến hành trôi chảy và hạn chế gặp phải các rủi ro. Chính sách của ngân hàng trong hoạt động bảo lãnh sẽ đề ra các mục tiêu cần phấn đấu và các hướng phát triển cho hoạt động bảo lãnh. Yếu tố định hướng này là sợi chỉ xuyên suốt quá trình thực hiện hoạt động bảo lãnh tại ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương 1, luận văn trình bày tổng quan lý luận cơ bản về bảo lãnh NHTM. Trong đó đề cập đến khái niệm, vai trò của bảo lãnh ngân hàng đối doanh nghiệp, ngân hàng và nền kinh tế, các tiêu chí phân loại bảo lãnh, các tiêu chí phản ánh sự phát triển của hoạt động bảo lãnh... Trong đó luận văn tập trung đề cập đến quan niệm phát triển hoạt động bảo lãnh và các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển hoạt động bảo lãnh như uy tín của ngân hàng, tính đa dạng của sản phẩm, chính sách giá cả, chính sách tuyên truyền, quảng cáo...

Những lý luận nêu trên làm cơ sở cho việc thực hiện mục tiêu nghiên cứu của đề tài trong những chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI (SHB) - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.1. GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI (SHB) – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

Ngày 13/11/1993 Ngân hàng TMCP Nông thôn Nhơn Ái (tiền thân của Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội (SHB)) được thành lập theo giấy phép số 0041/NH/GP do Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp và chính thức đi vào hoạt động ngày 12/12/1993.

Ngày 20/01/2006 Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ký quyết định số 93/QĐ-NHNN về việc chấp thuận cho SHB chuyển đổi mô hình hoạt động từ Ngân hàng TMCP Nông thôn sang Ngân hàng TMCP đô thị. Từ đây, SHB có đủ các chức năng kinh doanh ngân hàng, tạo điều kiện thuận lợi nâng cao năng lực về tài chính phát triển các sản phẩm dịch vụ, mở rộng mạng lưới hoạt động kinh doanh, đủ sức cạnh tranh và phát triển, đánh dấu một giai đoạn phát triển mới của SHB. Và ngày 11/09/2006 Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ký quyết định số 1764/QĐ-NHNN về việc chấp thuận việc đổi tên Ngân hàng TMCP Nhơn Ái thành Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội (SHB).

Sau 18 năm xây dựng, phát triển và trưởng thành, SHB luôn nỗ lực không ngừng để mang đến cho quý khách hàng các dịch vụ ngân hàng với chất lượng tốt nhất và phong cách phục vụ chuyên nghiệp nhất. Với quyết tâm trở thành một Ngân hàng bán lẻ hiện đại, đa năng hàng đầu Việt Nam và là một tập đoàn tài chính năm 2015.

Sau khi chuyển đổi thành công gần 15 triệu trái phiếu chuyển đổi, ngày 6/5/2011, Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội đã chính thức đạt mức vốn điều lệ là 4.815.795.470.000 đồng. Năng lực tài chính được củng cố, SHB trở thành một trong những ngân hàng thương mại có quy mô vốn điều lệ lớn của Việt Nam. Điều này đi cùng với vị thế và uy tín trên thị trường. SHB đang từng bước phát triển bền vững

để tiến đến mục tiêu trở thành một Ngân hàng bán lẻ đa năng hiện đại theo chuẩn mực quốc tế.

Mạng lưới hoạt động SHB hiện nay gồm 121 chi nhánh, phòng giao dịch, trong đó có 18 chi nhánh và 103 phòng giao dịch. Tổng số nhân sự tính đến cuối năm 2010: 2048 nhân sự.

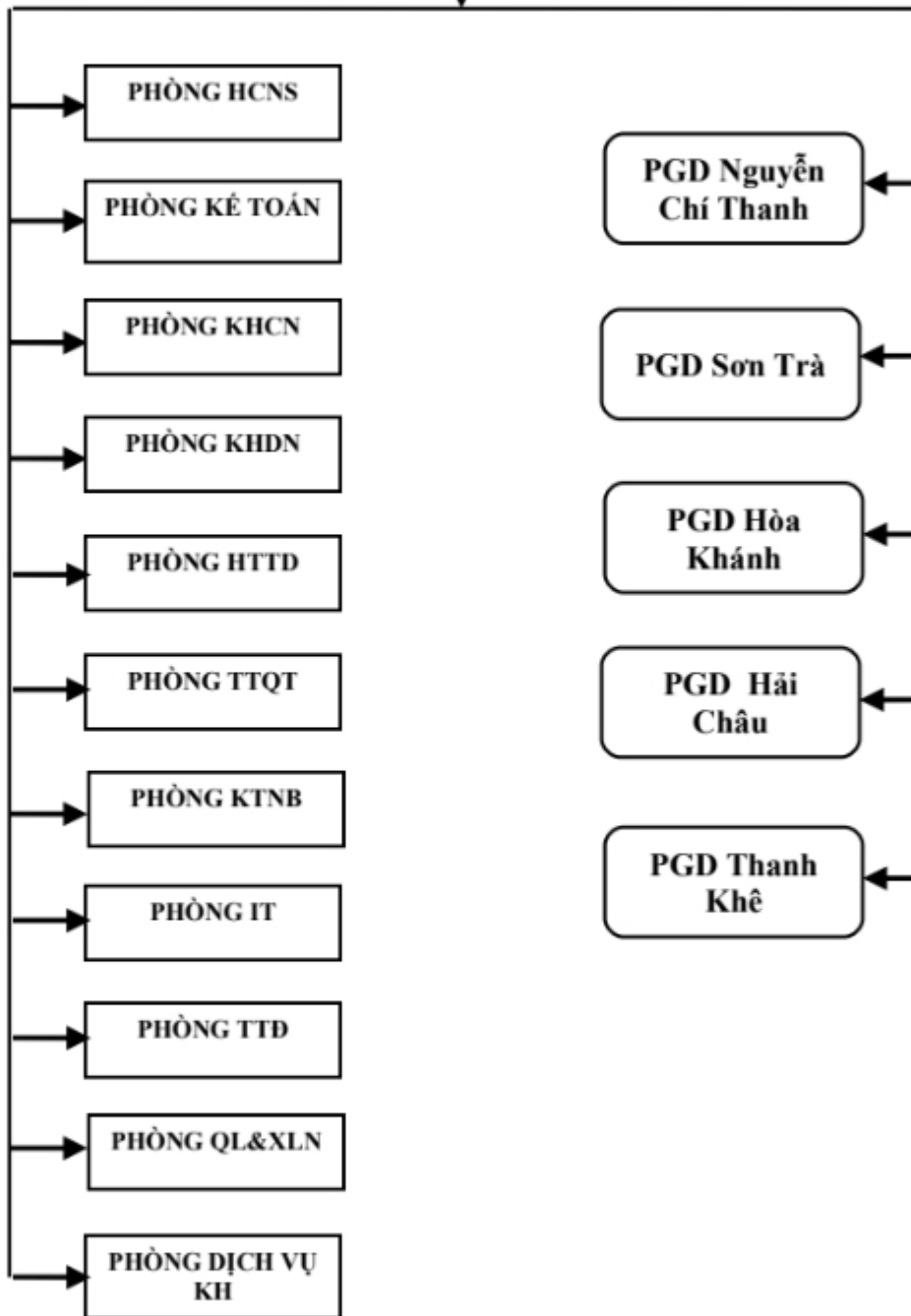
2.1.1. Quá trình hình thành SHB Chi nhánh Đà Nẵng

Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội Chi nhánh Đà Nẵng được thành lập vào ngày 02/06/2007, là chi nhánh cấp một trực thuộc Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội. Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội Chi nhánh Đà Nẵng đặt trụ sở tại 89-91 Nguyễn Văn Linh, TP Đà Nẵng. Chi nhánh chịu sự chỉ đạo điều hành trực tiếp của Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội. Mọi kế hoạch cân đối nguồn và sử dụng vốn của Chi nhánh đều phải được Tổng Giám đốc phê duyệt, Chi nhánh có nhiệm vụ điện báo, báo cáo định kỳ hoạt động kinh doanh về Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội. Hiện nay, tổng số nhân sự tại Chi nhánh khoảng 150 người. SHB Chi nhánh Đà Nẵng được ủy nhiệm thực hiện các chức năng, nhiệm vụ kinh doanh như sau:

- + Nhận tiền gửi tiết kiệm, bán kì phiếu, trái phiếu bằng VNĐ và ngoại tệ.
- + Cho vay ngắn, trung và dài hạn bằng VNĐ và ngoại tệ đối với tất cả các cá nhân, doanh nghiệp có nhu cầu vay vốn.
- + Cho vay chiết khấu các loại giấy tờ có giá.
- + Thực hiện bảo lãnh các loại
- + Dịch vụ chuyển tiền, thanh toán trong nước và quốc tế qua mạng, nghiệp vụ nhờ thu.
- + Tiếp nhận vay vốn và vốn tài trợ của các tổ chức kinh tế xã hội và các tổ chức tín dụng tiền tệ trong nước và quốc tế.
- + Thực hiện hoạt động kinh doanh ngoại tệ, tư vấn cho khách hàng về vấn đề liên quan đến lĩnh vực tiền tệ, tín dụng, thanh toán quốc tế.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

Sơ đồ tổ chức của Ngân hàng SHB Chi nhánh Đà Nẵng:

BAN GIÁM ĐỐC

❖ **Nhiệm vụ phòng ban:** chức năng của từng phòng ban:

+ **Phòng hành chính nhân sự:** Quản lý giấy tờ, sổ sách, nhân sự trong ngân hàng, thực hiện các mặt về tổ chức hành chính và các hoạt động phụ trợ như lái xe, bảo vệ, tạo điều kiện vật chất để các phòng nghiệp vụ thực hiện tốt nhiệm vụ.

+ **Phòng tái thẩm định:** có nhiệm vụ thẩm định lại hồ sơ cho vay, thực hiện nhiệm vụ hỗ trợ phòng kinh doanh đo lường tính khả thi của dự án đầu tư trước khi cho vay, xét duyệt hạn mức tín dụng, và tính hiệu quả của các khoản vay.

+ **Phòng quản lý và xử lý nợ:** có nhiệm vụ nghiên cứu các rủi ro tiềm ẩn trong các nghiệp vụ, giúp ban Giám đốc trong việc xử lý các khoản Nợ có vấn đề, hỗ trợ cho phòng khách hàng trong việc thu hồi Nợ.

+ **Phòng thánh toán quốc tế:** thực hiện nhiệm vụ tổ chức thanh toán cho các đơn vị kinh tế có nhu cầu mở L/C nhập khẩu, thông báo và thanh toán L/C xuất khẩu, nhờ thu, chuyển tiền, bảo lãnh, ngoại hối,...

+ **Phòng kế toán:** thực hiện toàn bộ công tác kế toán, kiểm soát các nghiệp vụ phát sinh, hạch toán kết quả hoạt động của Ngân hàng và các nghiệp vụ phát sinh trên tài khoản của các tổ chức kinh tế, cá nhân mở tài khoản tại Ngân hàng, tiến hành các nghiệp vụ thanh toán giữa các tổ chức kinh tế khi có nhu cầu.

+ **Phòng dịch vụ khách hàng:** giao dịch với khách hàng tại quầy giao dịch. Mở tài khoản cho khách hàng, thực hiện tất cả các giao dịch nhận tiền gửi và rút tiền bằng nội, ngoại tệ của khách hàng, thực hiện giao dịch thanh toán, chuyển tiền, thẻ ATM, thẻ tín dụng,... cho khách hàng, thực hiện nghiệp vụ huy động vốn bằng VND và ngoại tệ cho khách hàng.

+ **Phòng khách hàng cá nhân:** tư vấn cho khách hàng cá nhân có nhu cầu vay vốn, thực hiện công tác cho vay đối với khách hàng cá nhân của Ngân hàng.

+ **Phòng khách hàng doanh nghiệp:** thực hiện công tác cho vay ngắn, trung và dài hạn đối với khách hàng doanh nghiệp.

+ **Phòng kiểm tra nội bộ:** giúp ban Giám đốc kiểm tra, kiểm soát hoạt động kinh doanh của Ngân hàng.

+ **Phòng IT:** lưu trữ các dữ liệu, thông tin cần thiết, sử dụng các phần mềm trong việc quản lý các dữ liệu, thực hiện sửa chữa, bảo trì máy cho các phòng ban.

+ **Phòng giao dịch:** thực hiện công việc kinh doanh cho khách hàng như: huy động vốn trong dân cư, nhận tiền gửi của khách hàng, giao dịch thẻ tại Ngân hàng, ...

2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của SHB Chi nhánh Đà Nẵng

2.1.3.1. Hoạt động huy động vốn

Huy động vốn là một hoạt động mang tính chất truyền thống của mỗi ngân hàng, đóng vai trò khởi nguồn mọi hoạt động kinh doanh của ngân hàng, là công cụ điều hành quan trọng giúp Ban Giám Đốc quản lý sử dụng nguồn vốn hợp lý, đảm bảo vốn thanh toán an toàn hiệu quả. Nhận thức được tầm quan trọng đó, Chi nhánh SHB Đà Nẵng rất chú trọng đến công tác huy động vốn.

CN đã huy động vốn bằng nhiều hình thức khác nhau như: tiền gửi của dân cư, tiền gửi của các tổ chức kinh tế, tư nhân, tập thể... Ngoài ra CN còn đa dạng các thời hạn và khung lãi suất với mục đích thu hút được nhiều tiền nhàn rỗi trong dân cư và các tổ chức kinh tế. Với tinh thần, thái độ tận tụy phục vụ khách hàng, đảm bảo vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi, hạn chế tối đa những sai sót, nhầm lẫn về mặt nghiệp vụ để đảm bảo ngày càng có tín nhiệm với khách hàng từ đó CN đã tạo thế chủ động trong đi vay và cho vay. Vì vậy trong những năm qua, công tác huy động vốn đã đạt được những kết quả khả quan:

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn của CN giai đoạn 2008-2010

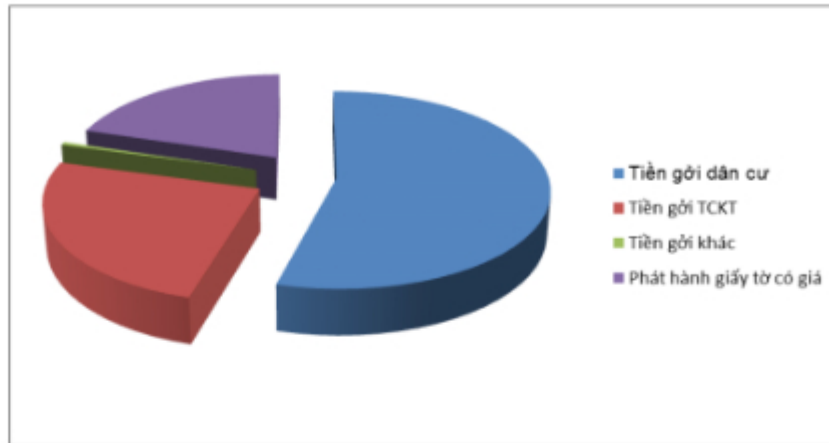
DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	Chênh lệch (%)	
				09/08	10/09
Tiền gửi dân cư	309.242	421.219	740.328	36,21	75,76
Tiền gửi TCKT	108.661	189.367	341.763	74,23	80,48
Tiền gửi khác	3.860	4.000	6.805	3,63	70,12
Phát hành giấy tờ có giá	0	0	274.646	0	274,65
Tổng NVHD	421.763	614.586	1.363.542	45,72	121,86

(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Số liệu bảng trên cho thấy tình hình huy động vốn của CN có những diễn biến tích cực. Năm 2009, vốn huy động là 614.586 triệu đồng, tăng 192.823 triệu đồng, tốc độ tăng 45,72% so với năm 2008. Sang năm 2010, tổng số vốn huy động được là 1.363.542 triệu đồng, tăng 748.956 triệu đồng, tốc độ tăng là 121,86% so với năm 2009.

Nhìn chung cơ cấu nguồn vốn huy động của CN chủ yếu nằm trong nguồn tiền gửi dân cư và tiền gửi của các tổ chức kinh tế, trong các năm qua hai loại tiền gửi này luôn chiếm trên 95% trong tổng nguồn vốn huy động của CN, đặc biệt là tiền gửi dân cư luôn chiếm trên 50% tổng vốn huy động. Trong năm 2008, nguồn vốn huy động từ tiền gửi của dân cư là 309.242 triệu đồng (chiếm tỷ trọng 73,32%). Năm 2009 là 421.219 triệu đồng (chiếm tỷ trọng 68,54%), tăng 111.977 triệu đồng, tốc độ tăng 36,21% so với năm 2008. Bước sang năm 2010, nguồn tiền gửi trong dân cư tăng lên 740.328 triệu đồng, tăng 319.109 triệu đồng, tốc độ tăng 75,76% so với năm 2009. Ban lãnh đạo Ngân hàng đã thấy rằng đây là nguồn vốn có số dư lớn, tương đối ổn định, dễ tăng trưởng để đảm bảo cho hoạt động cấp tín dụng của Ngân hàng. Do vậy, biết khai thác tốt nguồn vốn này sẽ là nguồn lực quan trọng cho sự phát triển của Ngân hàng nói riêng và TP Đà Nẵng nói chung. Chính vì vậy mà ngay từ đầu năm 2009, SHB đã đẩy mạnh công tác huy động vốn bằng nhiều chương trình huy động vốn linh hoạt, hấp dẫn nên nguồn vốn huy động tăng đáng kể so với năm trước. Năm 2010 CN đã tích cực triển khai các chương trình huy động tiết kiệm với những ưu đãi và quà tặng với giá trị cao như chương trình “tiết kiệm sinh lãi - ưu đãi tuyệt vời”, “kỳ phiếu ghi danh” mức lãi suất huy động luôn hấp dẫn với khách hàng. Ở thời điểm gần cuối năm 2010, mức lãi suất huy động lên đến 13.5%. Với những chính sách huy động trên đã góp phần gia tăng nguồn vốn huy động của Ngân hàng một cách đáng kể.



Hình 2.1: Cơ cấu nguồn vốn huy động của CN trong năm 2010

Đối với nguồn tiền gửi khác, mà chủ yếu là tiền gửi của các tổ chức tín dụng khác và tiền gửi kho bạc, hai nguồn tiền gửi này chiếm một tỷ trọng rất nhỏ trong tổng nguồn vốn huy động của CN. Điều này cũng dễ hiểu bởi CN mới được thành lập vào tháng 6/2007 nên việc thiết lập mối quan hệ với các tổ chức lớn này chỉ mới bước đầu hình thành. Và trong tương lai, CN cần nỗ lực hơn nữa trong việc thu hút vốn từ hai nguồn này. Bởi như ta biết rằng, đối với tiền gửi của các tổ chức tín dụng, nếu CN thiết lập được nhiều mối quan hệ tín dụng với các TCTD trên địa bàn thành phố sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn trong việc thanh toán cũng như phát triển thương hiệu của mình. Còn đối với tiền gửi kho bạc, đây là nguồn tiền gửi có tính thường xuyên và giá rẻ, nhưng nguồn này lại phụ thuộc vào kế hoạch thu - chi của Kho bạc. Vì vậy, CN cần tạo mối quan hệ tốt với Kho bạc để phần nào đáp ứng được nhu cầu cấp thiết về tiền mặt trong khoảng thời gian nhất định để tận dụng cho vay.

Một điều đáng nói thêm là sự gia tăng vượt bậc của nguồn vốn huy động năm 2010 có sự đóng góp không nhỏ từ việc phát hành giấy tờ có giá. Năm 2010 tổng số tiền SHB huy động được từ đợt phát hành trái phiếu chuyển đổi ngày 31/12/2009 là 1,625,124 triệu đồng, trong đó SHB Chi nhánh Đà Nẵng huy động được 274.646 triệu đồng, đóng góp 20,15% vào tổng nguồn vốn huy động của CN. Qua đó cho thấy thương hiệu SHB ngày càng có uy tín trên thị trường tài chính trong nước.

Mặc dù là một ngân hàng trẻ trên địa bàn thành phố, cùng với điều kiện cạnh tranh ngày càng mạnh của các ngân hàng hiện nay, song CN đã có những nỗ lực nhất định để giữ vững và tăng trưởng nguồn vốn huy động như vậy là rất tốt.

2.1.3.2. Hoạt động cho vay

Hoạt động tín dụng là một trong những nghiệp vụ có thể mạnh nhất của CN. CN đã tích cực trong việc tìm kiếm và thu hút khách hàng bằng nhiều chính sách khách hàng hấp dẫn. Kết quả hoạt động tín dụng qua 3 năm như sau:

Bảng 2.2: Hoạt động cho vay của CN giai đoạn 2008-2010

DVT: Triệu đồng

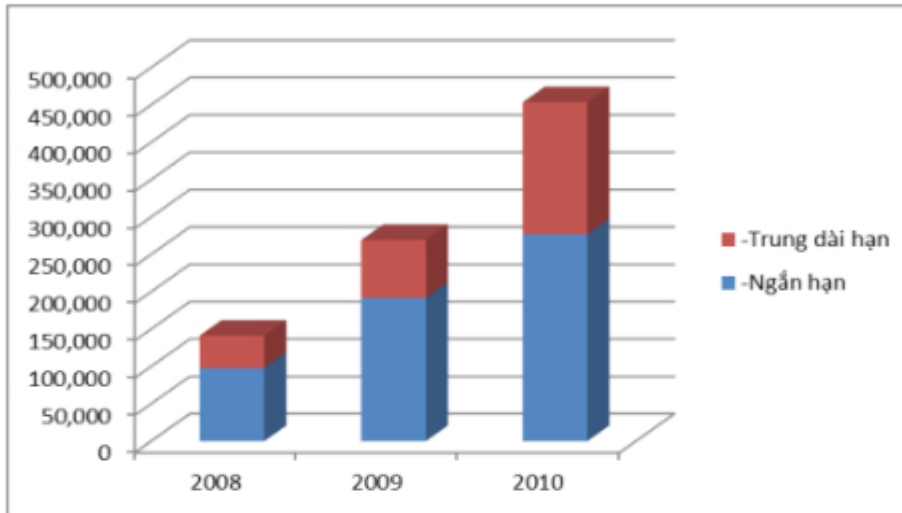
Chỉ tiêu	2008	2009	2010	Chênh lệch 09/08		Chênh lệch 10/09	
				Số tiền	%	Số tiền	%
I. Dự nợ cho vay	141.287	269.211	453.570	127.924	90,54	184.359	68,48
-Ngắn hạn	97.975	191.818	276.880	93.843	95,78	85.062	44,35
-Trung dài hạn	43.312	77.393	176.690	34.081	78,69	99.297	128,3
II. Nợ xấu	4.352	11.872	18.960	7.520	172,79	7.088	59,70
-Ngắn hạn	3.096	7.807	12.515	4.711	152,16	4.708	60,31
-Trung dài hạn	1.256	4.065	6.445	2.809	223,65	2.380	58,55
III. Tỷ lệ nợ xấu(%)	3,08	4,41	4,18		1,03		-0,23
-Ngắn hạn	3,16	4,07	4,52		0,91		0,45
-Trung dài hạn	2,90	5,25	3,65		2,35		-1,60

(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Nhìn vào bảng trên ta thấy tình hình cho vay của SHB Chi nhánh Đà Nẵng qua 3 năm được thể hiện như sau:

Là một ngân hàng trẻ nên trong những năm qua CN đã chủ trương mở rộng hoạt động tín dụng góp phần gia tăng thị phần của SBH trên địa bàn thành phố, nên kết quả là dự nợ cho vay trong các năm qua đều tăng theo chiều hướng tích cực. Cụ thể, dự nợ cho vay của SBH năm 2008 là 141.287 triệu đồng, sang năm 2009 với việc phát triển sản phẩm dịch vụ cho vay đa dạng và áp dụng chính sách lãi suất hấp dẫn thì dự nợ cho vay của SHB là 269.211 triệu đồng, tăng 127.924 triệu đồng so với năm 2008, tương đương với tỷ lệ 89,54%. Nguyên nhân là khoảng đầu năm 2009 SHB đã triển khai chương trình “cho vay hỗ trợ lãi suất của SHB” giành cho đối tượng khách hàng là các tổ chức, cá nhân vay vốn lưu động (tối đa 12 tháng) với lãi suất hỗ trợ từ NHNN để mở rộng sản xuất kinh doanh, đầu tư vào tài sản, đổi

mới cơ sở vật chất kỹ thuật..., với mức lãi suất giảm 4%/năm đã góp phần gia tăng doanh số cho vay của CN. Sang năm 2010, dư nợ cho vay đạt 453.570 triệu đồng, tiếp tục tăng so với năm 2009 là 184.359 triệu đồng, tương ứng tỷ lệ 68,48%.



Hình 2.2: Cơ cấu dư nợ tại CN giai đoạn 2008-2010

Trong cơ cấu hoạt động tín dụng thể hiện ở bảng trên thì tín dụng ngắn hạn là hoạt động chiếm tỷ trọng chủ yếu, dư nợ cho vay ngắn hạn năm 2009 đạt 191.818 triệu đồng, tăng 93.843 triệu đồng so với năm 2008, tương ứng với tốc độ tăng là 95,78%. Năm 2010 tăng 85.062 triệu đồng với tỷ lệ tăng 44,35% so với năm 2009. Dư nợ cho vay trung, dài hạn cũng có sự tăng trưởng đều qua các năm. Cụ thể trong năm 2008 là 43.312 triệu đồng thì sang năm 2009 đạt 77.393 triệu đồng và năm 2010 đạt 176.690 triệu đồng, tăng hơn 120% so với năm 2009. Điều này chứng tỏ, nhu cầu cho những dự án kinh doanh lâu dài, tiêu dùng lớn có chiều hướng gia tăng tại Chi nhánh.

Việc mở rộng tín dụng, gia tăng thị phần sẽ góp phần gia tăng những khoản nợ. Vì thế trong năm qua, bên cạnh công tác mở rộng cho vay, CN cũng rất chú trọng đến công tác thu hồi nợ nhằm nâng cao chất lượng cho vay. Với việc gia tăng dư nợ cho vay cao trong năm 2009 đã khiến nợ xấu trong năm tăng 172,79% so với năm 2008, đạt 11.872 triệu đồng, khiến tỷ lệ nợ xấu là 4,41% trong tổng dư nợ. Nhận thấy được điều này nên trong năm 2010, Ban lãnh đạo CN đã có những chính

sách linh hoạt, hợp lý chỉ đạo cán bộ tín dụng chú trọng công tác kiểm tra, đôn đốc, thu hồi những khoản nợ đã cho vay. Với những nỗ lực hết mình của Ban lãnh đạo cùng đội ngũ cán bộ tín dụng có trình độ chuyên môn tốt, tỷ lệ nợ xấu trong năm 2010 đã giảm xuống còn 4,18%, giảm 0,23% so với năm 2009. Đây là một thành công đáng mừng cho CN trong công tác nâng cao chất lượng tín dụng bên cạnh việc gia tăng thị phần cho vay.

Tóm lại, tình hình cho vay tại CN trong những năm qua là tương đối tốt với sự tăng trưởng qua các năm. Để mở rộng quan hệ khách hàng và đẩy mạnh công tác tín dụng, đội ngũ cán bộ SHB đã chủ động tìm kiếm khách hàng tiềm năng, các dự án, các phương án sản xuất kinh doanh khả thi, tạo điều kiện hỗ trợ kịp thời nhu cầu vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, SHB Chi nhánh Đà Nẵng luôn quan tâm duy trì và củng cố đội ngũ khách hàng truyền thống. Phong cách giao dịch của cán bộ tín dụng và chất lượng các sản phẩm tín dụng của CN đã tạo niềm tin và uy tín đối với các khách hàng, tạo điều kiện cùng khách hàng kinh doanh hiệu quả.

2.1.3.3. Kết quả hoạt động kinh doanh

Qua báo cáo tổng kết các năm 2008, 2009, 2010 cũng như đánh giá tình hình huy động và sử dụng vốn, ta có thể nhận thấy tình hình kinh doanh của CN phát triển tương đối tốt. Mặc dù có nhiều khó khăn nhưng nhờ có định hướng đúng đắn với thực tế kinh tế trên địa bàn và được sự hỗ trợ của Hội sở chính SHB, CN đã đạt được những kết quả khả quan, thể hiện cụ thể như sau:

Bảng 2.3: Kết quả kinh doanh của CN giai đoạn 2008-2010

DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	Chênh lệch (%)	
				09/08	10/09

1.Thu nhập	66.103	85.188	135.232	28,87	59,75
Thu từ lãi cho vay	46.625	66.796	114.154	43,26	70,89
Thu từ hoạt động dịch vụ	4.926	12.175	11.012	147,15	-9,55
Thu khác	14.552	6.217	10.066	-57,28	61,91
2.Chi phí	60.042	76.994	122.760	28,23	59,44
Chi trả lãi	32.283	44.674	74.619	38,38	67,03
Chi ngoài lãi	25.156	27.559	39.630	9,95	43,81
Chi DPRR tín dụng	2.603	4.761	8.511	82,90	78,77
3.Lợi nhuận trước thuế	6.061	8.194	12.472	35,19	52,21

(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

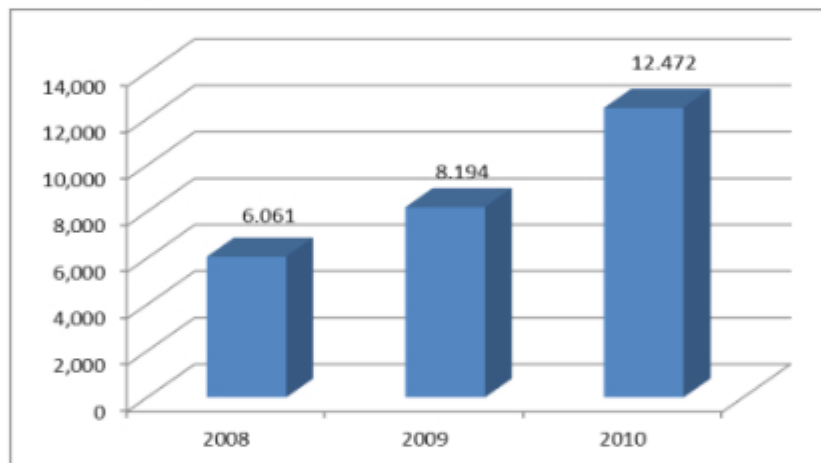
Năm 2009, tổng thu nhập của CN là 85.188 triệu đồng, tăng 28,87% so với năm 2008 tương ứng mức tăng 19.085 triệu đồng, trong đó thu từ hoạt động tín dụng đạt 66.796 triệu đồng (chiếm tỷ trọng 78,41% trong tổng thu nhập) tăng 43,26% tương ứng với mức tăng 20.171 triệu đồng, thu dịch vụ tăng 147,15%, thu khác bị giảm đi với tốc độ giảm khá cao là 57,28%. Tuy nhiên, với mức tăng từ hoạt động tín dụng và dịch vụ như vậy đã làm cho thu nhập của CN trong năm qua đạt khá cao.

Năm 2010, tổng thu nhập của CN là 135.232 triệu đồng, tăng 59,75% so với năm 2009 tương ứng với mức tăng là 50.044 triệu đồng, trong đó thu từ hoạt động tín dụng đạt 114.154 triệu đồng (chiếm tỷ trọng 84,41% trong tổng thu nhập) tăng 70,89% tương ứng với mức tăng 47.358 triệu đồng, thu dịch vụ giảm 9,55% nhưng thu khác lại tăng lên 61,91%. Thu từ dịch vụ giảm trong năm 2010 là chủ yếu do nguồn thu từ hoạt động bảo lãnh giảm, nguyên nhân cụ thể sẽ được tìm hiểu trong phần sau.

Bên cạnh mức thu nhập cao thì chi phí bỏ ra cho năm 2009 cũng tăng với mức tăng khá cao là 28,23%, trong đó chi trả lãi tăng 38,38%. Mức tăng cao này tiếp tục diễn ra trong năm 2010 khi chi phí trong năm này là 122.760 triệu đồng, tăng 59,44% so với năm 2009, trong đó chi trả lãi là 74.619 triệu đồng (chiếm tỷ trọng 64,79% trong tổng chi phí), tăng 67,03% tương ứng với mức tăng là 29.945 triệu đồng, điều này cũng dễ hiểu vì trong năm 2010, CN đã làm tốt công tác huy động vốn dưới sự cạnh tranh lãi suất huy động rất gay gắt với các ngân hàng khác

trên địa bàn. Cuộc chạy đua lãi suất khiến cho chi phí đầu vào trong năm tăng cũng là điều hiển nhiên.

Nhìn chung, tốc độ tăng của chi phí thấp hơn tốc độ tăng của thu nhập đã phản ánh phần nào kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng trong thời gian qua, được thể hiện qua mức lợi nhuận trước thuế. Lợi nhuận trước thuế của CN trong năm 2009 là 8.194 triệu đồng, tăng 35,19% so với năm 2008. Con số này sang năm 2010 là 12.472 triệu đồng, tăng 4.278 triệu đồng, tốc độ tăng là 52,21% so với năm 2009. Đạt được mức lợi nhuận như vậy trong thời điểm cạnh tranh gay gắt cùng với sự biến động khó lường của nền kinh tế trong thời gian qua là một nỗ lực không nhỏ của toàn thể cán bộ nhân viên của CN.



Hình 2.3: Lợi nhuận trước thuế của CN giai đoạn 2008-2010

Bên cạnh kết quả kinh doanh khả quan, trong năm 2010, SHB đã vinh dự trở thành Ngân hàng duy nhất tại Việt Nam được trao danh hiệu “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2010” do tạp chí The banker (Anh) thuộc tập đoàn Finance Time trao tặng. Đây là giải thưởng quốc tế uy tín thứ ba mà SHB nhận được trong năm 2010, sau hai giải “Ngân hàng tài trợ thương mại tốt nhất Việt Nam” do Global Finance (Mỹ) và Finance Asia (Hồng Kông) trao tặng. Bên cạnh đó 2010 cũng là năm SHB gặt hái được hàng loạt các giải thưởng trong nước như: Bằng khen của Thủ tướng Chính phủ, Bằng khen của UBND Thành phố Hà Nội, Thương hiệu nổi tiếng quốc gia năm 2010 và nhiều giải thưởng lớn khác. Với hàng loạt giải thưởng

uy tín trong và nước ngoài, một lần nữa SHB khẳng định năng lực kinh doanh toàn diện cũng như được cộng đồng quốc tế công nhận.

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH TẠI SHB CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.2.1. Các quy định chung về bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng

Căn cứ vào những quyết định của NHNN và các hướng dẫn, quyết định của SHB Hội sở, SHB Chi nhánh Đà Nẵng tuân thủ thực hiện các vấn đề chung có liên quan đến hoạt động bảo lãnh như sau: [9]

2.2.1.1. Đối tượng được Ngân hàng bảo lãnh

Theo quyết định số 120/QĐ-HĐQT ngày 04/06/2010 của Hội đồng Quản trị SHB về Quy chế bảo lãnh của Ngân hàng thì: Khách hàng được SHB bảo lãnh là các tổ chức và cá nhân trong nước và nước ngoài đáp ứng đầy đủ các điều kiện bảo lãnh của Ngân hàng. SHB không bảo lãnh đối với những người sau đây:

- ❖ Thành viên Hội đồng quản trị, Ban Kiểm soát, Tổng giám đốc, Phó Tổng Giám đốc của SHB;
- ❖ Cán bộ, nhân viên của SHB thực hiện thẩm định, quyết định bảo lãnh;
- ❖ Bố, mẹ, vợ, chồng, con của thành viên Hội đồng quản trị, Ban kiểm soát, Tổng Giám đốc, Phó Tổng Giám đốc của SHB;
- ❖ Bố, mẹ, vợ, chồng, con của Giám đốc, Phó Giám đốc Sở giao dịch/Chi nhánh của SHB do Tổng giám đốc xem xét quyết định.
- ❖ Các trường hợp khác do Hội đồng quản trị quyết định.

2.2.1.2. Điều kiện bảo lãnh

Ngân hàng xem xét và quyết định bảo lãnh cho các khách hàng thuộc đối tượng được bảo lãnh có đủ các điều kiện sau:

❖ Khách hàng có đầy đủ năng lực pháp luật dân sự, năng lực hành vi dân sự theo quy định của pháp luật.

❖ Mục đích đề nghị SHB bảo lãnh là hợp pháp.

❖ Khách hàng có khả năng tài chính và có đủ năng lực, điều kiện và kinh nghiệm để thực hiện nghĩa vụ được SHB bảo lãnh trong thời hạn cam kết.

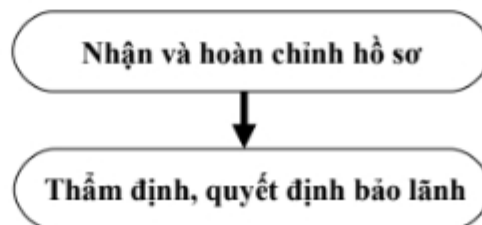
❖ Trường hợp khách hàng là tổ chức hoặc cá nhân nước ngoài hoặc Bên nhận bảo lãnh là các tổ chức hoặc cá nhân nước ngoài thì ngoài các điều kiện nêu trên phải tuân thủ các quy định về quản lý ngoại hối của Việt Nam.

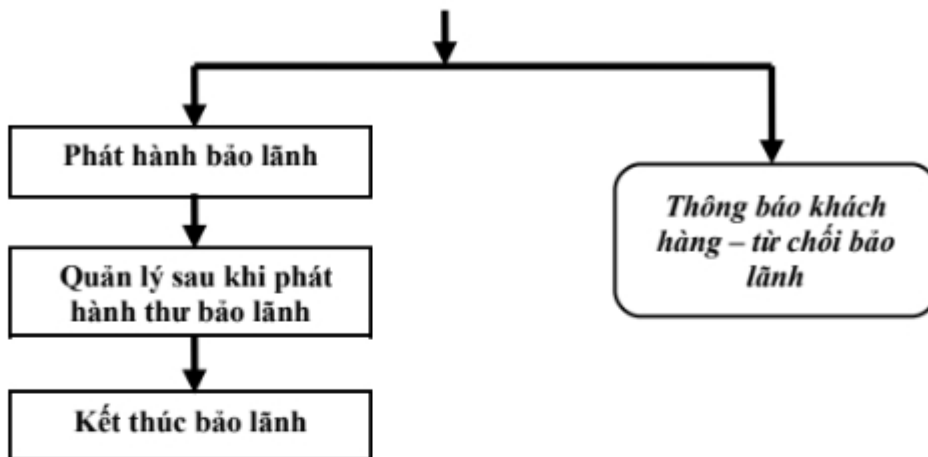
❖ Trường hợp bảo lãnh hối phiếu, lệnh phiếu, khách hàng phải đảm bảo các điều kiện theo quy định của pháp luật về thương phiếu.

❖ Các điều kiện khác do Tổng giám đốc quyết định.

2.2.1.3. Quy trình bảo lãnh áp dụng tại Chi nhánh

Cũng như mọi nghiệp vụ khác, nghiệp vụ bảo lãnh tại CN cũng được tuân theo một quy trình nhất định. Theo quyết định số 175A/QĐ-TCD ngày 09/05/2008, quy trình bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng thực hiện chủ yếu qua các bước sau theo sơ đồ: [10]





Nhìn chung, quy trình bảo lãnh tại CN đã thể hiện sự phân công chặt chẽ giữa các cán bộ tác nghiệp, trưởng phòng và ban lãnh đạo của ngân hàng. Tuy nhiên quy trình thực hiện bảo lãnh được áp dụng cho tất cả các loại hình bảo lãnh. Điều này là chưa hợp lý bởi với khoản bảo lãnh có ký quỹ 100% giá trị thì tính an toàn rất cao vì vậy cần phải đơn giản hơn so với những khoản bảo lãnh ký quỹ dưới 100% giá trị. Bên cạnh đó, quy trình này chưa chú trọng đến khâu tìm kiếm và tư vấn cho khách hàng, điều đó tạo nên sự bị động của ngân hàng trong việc tiếp cận nhu cầu của khách hàng. Về nguyên tắc CN tuân theo quy trình hướng dẫn chung của SHB Hội sở cho chi nhánh và có thể cụ thể hóa một số bước cho phù hợp với tình hình cụ thể. Đến nay, CN chưa xây dựng được quy trình riêng cho mình để thống nhất cho các phòng tín dụng và các phòng giao dịch trực thuộc.

2.2.2. Thực trạng phát triển hoạt động bảo lãnh tại Chi nhánh

2.2.2.1. Tình hình chung về phát triển hoạt động bảo lãnh tại Chi nhánh

Ngày nay, hầu như tất cả các NHTM đã thay đổi quan điểm cho rằng hoạt động tín dụng là hoạt động chủ yếu mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Bởi vì, hoạt động tín dụng chứa đựng nhiều rủi ro, có thể dẫn đến sự phá sản của các NHTM. Trong khi đó, các dịch vụ khác mà ngân hàng cung cấp chứa đựng rủi ro thấp hơn và ngân hàng vẫn thu được lượng phí đáng kể từ các dịch vụ này. Vì vậy, việc phát triển các dịch vụ khác bên cạnh hoạt động tín dụng được coi là hướng phát triển đa

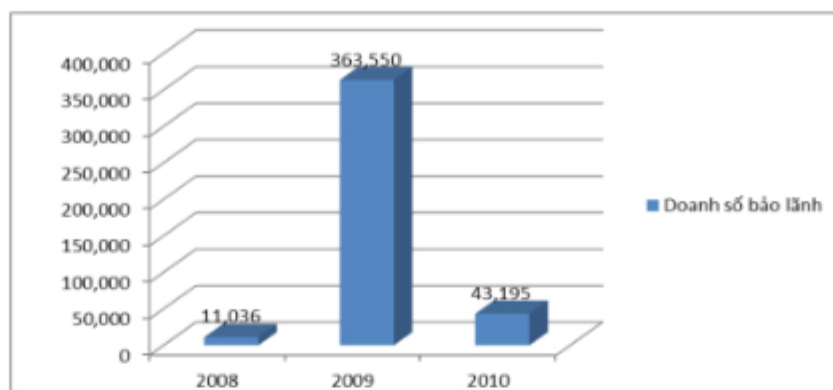
dạng hoá các sản phẩm nhằm hạn chế rủi ro trong kinh doanh. Một trong các dịch vụ đó là hoạt động bảo lãnh. Đây được coi là một trong những dịch vụ mang lại thu nhập cao cho ngân hàng, hỗ trợ cho các hoạt động kinh tế phát triển. Năm bắt được xu thế đó, SHB Chi nhánh Đà Nẵng đã mạnh dạn đưa nghiệp vụ bảo lãnh vào trong hoạt động của mình với mục tiêu chính là đa dạng hoá sản phẩm, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, góp phần nâng cao uy tín, tăng khả năng cạnh tranh và mang lại một nguồn thu nhập đáng kể cho ngân hàng.

Bảng 2.4: Tình hình thực hiện hoạt động bảo lãnh tại CN từ 2008-2010

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	Chênh lệch (%)	
				09/08	10/09
Doanh số bảo lãnh (triệu đồng)	11.036	363.550	43.195	3.192,22	-88,12
Số món	32	71	93	121,88	30,99
Số dư bảo lãnh (triệu đồng)	7.324	346.230	35.201	46.273,3 5	-89,83

(Nguồn: Phòng tín dụng-SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Qua bảng số liệu trên ta thấy, doanh số bảo lãnh (DSBL) tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng có sự biến động qua các năm. Năm 2008 là năm kinh tế thế giới rơi vào suy thoái, vì thế đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của các doanh nghiệp Việt Nam, các doanh nghiệp gặp không ít khó khăn trong việc ký kết hợp đồng với các đối tác. Hơn nữa CN cũng chỉ mới đi vào hoạt động hơn một năm nên hoạt động bảo lãnh lúc này chưa được mở rộng. DSBL năm 2008 chỉ đạt 11.036 triệu đồng. Sang những năm sau, tình hình kinh tế trong nước cũng như thế giới có những chuyển biến tích cực làm cho hoạt động bảo lãnh tại CN ngày càng phát triển hơn. DSBL năm 2009 đạt 363.550 triệu đồng – một sự tăng trưởng vượt bậc so với năm 2008. DSBL năm 2010 là 43.195 triệu đồng, tăng 32.159 triệu đồng, tương ứng 291,4% so với năm 2008.



Hình 2.4: Doanh số bảo lãnh tại CN từ 2008-2010

Năm 2009, DSBL của CN ở mức kỷ lục như vậy là do CN đã bảo lãnh cho một số công trình lớn như công trình xây dựng Nhà thi đấu đa năng, công trình xây dựng trung tâm hành chính của Thành phố. Sang năm 2010 tuy DSBL chỉ còn 43.195 triệu đồng, thấp hơn rất nhiều so với năm 2009, nhưng không phải vì thế mà ta đánh giá hoạt động bảo lãnh tại CN đã có kết quả “thụt lùi” trong tiến trình phát triển hoạt động dịch vụ này. Bởi nếu nhìn vào số món bảo lãnh ta sẽ thấy, năm 2008 là 32 món thì sang năm 2009 là 71 món, tăng 121,88% so với năm 2008. Năm 2010 là 93 món, tăng 30,99% so với năm 2009. Qua đó cho ta thấy uy tín của ngân hàng đã tạo được lòng tin đối với khách hàng, số lượng khách hàng đến với ngân hàng ngày càng tăng. Có được kết quả như vậy là nhờ các chính sách đãi ngộ của ngân hàng dành cho khách hàng, thái độ phục vụ nhiệt tình của đội ngũ cán bộ ngân hàng đã thu hút được một lượng đông đảo khách hàng đến với SHB.

Nhìn chung, hoạt động bảo lãnh tại CN trong ba năm vừa qua đã đạt được những thành tựu khá tốt, tạo động lực cho sự phát triển về sau. Tuy nhiên, chúng ta sẽ đi phân tích sâu hơn hoạt động bảo lãnh theo các tiêu thức khác để từ đó có thể hiểu rõ hơn về hoạt động bảo lãnh tại CN.

a. Theo loại hình bảo lãnh

Bảng 2.5: Tình hình thực hiện bảo lãnh theo loại hình bảo lãnh

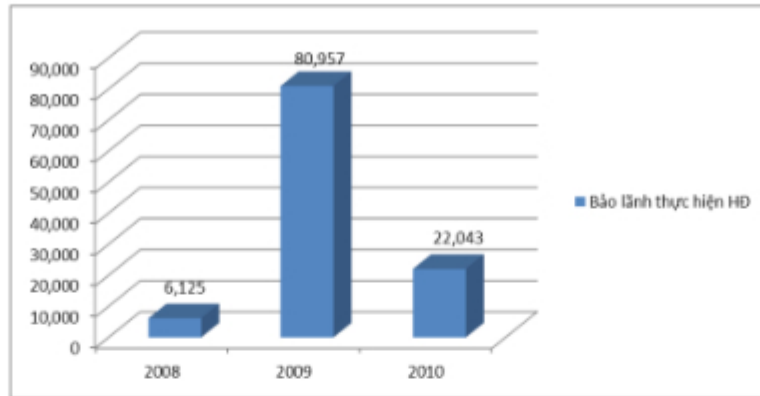
DVT: Triệu đồng

Loại bảo lãnh	2008		2009		2010		Chênh lệch (%)	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	09/08	10/09
BL thực hiện HĐ	6.125	55,50	80.957	22,27	22.043	51,03	1.221,75	-72,77
BL thanh toán	3.236	29,32	9.423	2,59	13.778	31,90	191,19	46,22
BL dự thầu	850	7,70	1.275	0,35	2.336	5,41	50,00	83,22
BL khác	825	7,48	271.895	74,79	5.038	11,66	32.856,79	-98,15
Tổng	11.036	100	363.550	100	43.195	100	3.194,22	-88,12

(Nguồn: Phòng tín dụng-SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

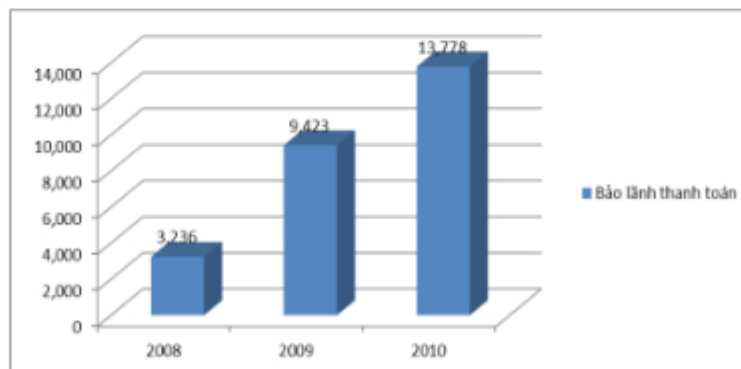
Qua bảng số liệu trên ta thấy tình hình thực hiện các loại bảo lãnh chính của CN đều có sự tăng trưởng qua các năm.

Đối với bảo lãnh thực hiện hợp đồng, qua bảng số liệu trên ta thấy đây là loại bảo lãnh được CN thực hiện nhiều nhất, thường xuyên và liên tục, luôn chiếm tỷ trọng hơn 50% trong tổng DSBL (ngoại trừ năm 2009 mà nguyên nhân sẽ được giải thích cụ thể ở phần sau). Cụ thể, trong năm 2008, DSBL là 6.125 triệu đồng, năm 2009 DSBL là 80.957 triệu đồng, tăng rất mạnh so với năm 2008. Sang năm 2010, tình hình bảo lãnh cũng tương đối khả quan so với năm 2008 với doanh số đạt 22.043 triệu đồng. Lý giải cho trường hợp gia tăng mạnh của DSBL trong năm 2009 này là: trong năm này, CN đã thực hiện bảo lãnh cho hai khách hàng lớn của mình đó là Tổng công ty Sông Hồng trong công trình xây dựng Nhà thi đấu đa năng với số tiền hơn 50 tỷ đồng và Công ty cổ phần xây dựng 586 trong công trình xây dựng khu Trung tâm hành chính cho thành phố với số tiền hơn 20 tỷ đồng. Chính hai khách hàng với hai công trình lớn này đã góp phần khiến cho DSBL trong năm tăng trưởng vượt bậc.



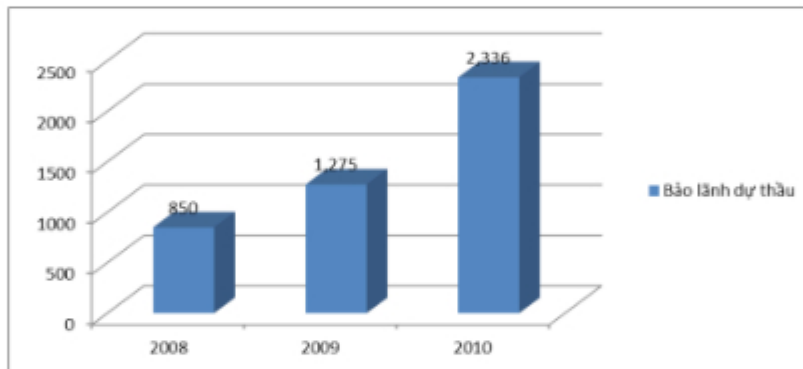
Hình 2.5: Doanh số bảo lãnh thực hiện hợp đồng

Đối với bảo lãnh thanh toán, tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng, bảo lãnh thanh toán là một loại hình dịch vụ không còn xa lạ đối với khách hàng cho nên nó đã thu hút một lượng lớn khách hàng tham gia và có giá trị thanh toán cao, chỉ đứng sau bảo lãnh thực hiện hợp đồng. Cụ thể, trong năm 2009, DSBL là 9.423 triệu đồng, tăng 191,19% so với năm 2008. Bước sang năm 2010, DSBL tăng 46,59% so với năm 2009 đạt 13.778 triệu đồng. Nguyên nhân của sự tiến bộ về doanh số bảo lãnh thanh toán trong những năm gần đây là do sự phát triển mạnh của nền kinh tế trên địa bàn Thành phố đã góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Từ đó nảy sinh nhu cầu bảo lãnh thanh toán trong nhiều lĩnh vực và CN mạnh dạn hơn trong công tác bảo lãnh làm cho doanh số bảo lãnh thanh toán gia tăng.



Hình 2.6: Doanh số bảo lãnh thanh toán

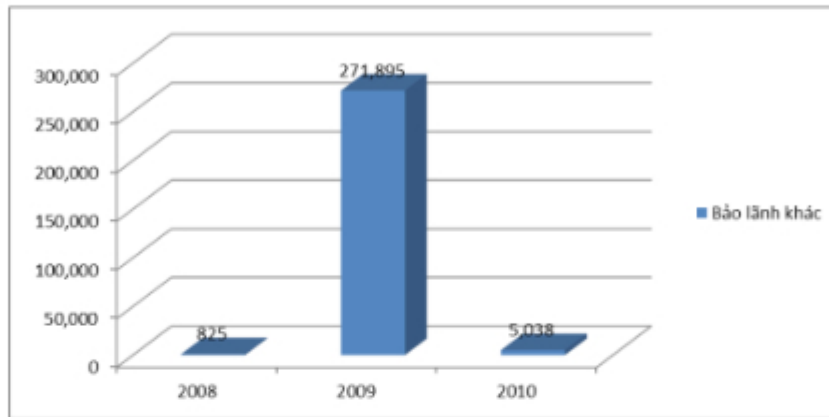
Đối với bảo lãnh dự thầu, DSBL năm 2008 là 850 triệu đồng, doanh số năm 2009 là 1.275 triệu đồng, tăng 425 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ 50% so với năm 2008. Sang năm 2010, DSBL đạt 2.336 triệu đồng, tăng 1.061 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ 83,22% so với năm 2009. Giải thích cho sự gia tăng doanh số bảo lãnh dự thầu lên khá nhanh là do trong những năm gần đây, hoạt động xây dựng trên địa bàn phát triển mạnh cả về quy mô và số lượng đã kéo theo sự gia tăng về DSBL, cũng như là số món bảo lãnh. Tuy nhiên, như ta biết giá trị một món bảo lãnh dự thầu thường không cao, khoảng từ 1% - 3% tổng giá trị ước tính giá bỏ thầu, cho nên mặc dù có sự tăng trưởng khá nhanh nhưng doanh số bảo lãnh dự thầu chỉ chiếm tỷ trọng tương đối nhỏ trong tổng DSBL. Cụ thể, doanh số bảo lãnh dự thầu trong năm 2010 chiếm tỷ trọng 5,41% trong tổng doanh số, năm 2008 chiếm tỷ trọng 7,70%.



Hình 2.7: Doanh số bảo lãnh dự thầu

Ngoài 3 loại hình bảo lãnh được xem xét trên, tại CN cũng phát sinh các loại hình bảo lãnh khác như bảo lãnh chất lượng công trình, bảo lãnh bảo hành, bảo lãnh tạm ứng,... Tuy số giao dịch phát sinh của những loại hình bảo lãnh này không nhiều nhưng lại góp phần đáng kể vào gia tăng DSBL do đó cần xem xét và phát triển chúng. Cụ thể, năm 2008 doanh số các loại bảo lãnh này chỉ đạt 825 triệu đồng, năm 2010 đạt 5.038 triệu đồng. Nhưng đáng chú ý là năm 2009, DSBL lại đạt tới 271.895 triệu đồng, chiếm gần 75% tổng DSBL trong năm. Như chúng ta đã biết, trong năm 2009 CN có một khách hàng lớn là Tổng công ty Sông Hồng, trong quá trình xây dựng Nhà thi đấu đa năng công ty này đã yêu cầu CN thực hiện bảo lãnh tạm ứng với giá trị lên đến 270 tỷ đồng. Chính điều này đã góp phần làm biến động

tỷ trọng của bảo lãnh khác, cũng như giải thích được nguyên nhân chính làm cho tổng DSBL trong năm tăng “phi mã” so với năm trước và những năm sau sẽ rất khó đạt được tỷ lệ tăng này. Nhìn chung, CN cũng đã cố gắng trong việc phát triển đa dạng các loại bảo lãnh khác.



Hình 2.8: Doanh số bảo lãnh khác

Tóm lại, qua bảng phân tích hoạt động bảo lãnh theo các loại hình bảo lãnh, ta thấy, mặc dù Ngân hàng có tất cả các loại bảo lãnh kể cả trong nước và ngoài nước, tuy nhiên CN cũng chỉ mới thực hiện bảo lãnh trong nước và sản phẩm thì cũng chỉ mới tập trung ở ba loại bảo lãnh chủ yếu.

b. Theo hình thức đảm bảo

Các hình thức bảo đảm cho bảo lãnh do SHB quy định bao gồm: ký quỹ, cầm cố tài sản, thế chấp tài sản, bảo lãnh của bên thứ ba và các biện pháp bảo đảm khác theo quy định của Pháp luật.

Hiện nay tại CN, các hình thức bảo đảm chủ yếu là thế chấp, cầm cố và ký quỹ, trong đó chiếm tỷ trọng lớn nhất là thế chấp, cầm cố với hơn 80% trong tổng doanh số. Điều đó được thể hiện một cách rõ nét qua bảng số liệu sau:

Bảng 2.6: Tình hình thực hiện bảo lãnh theo hình thức đảm bảo*DVT: Triệu đồng*

Hình thức	Năm 2008		2009		2010		Chênh lệch (%)	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	09/08	10/09
Ký quỹ	1.141	10,34	42.717	11,75	5.771	13,36	3.643,82	-86,49
Thế chấp, cầm cố	9.372	84,92	312.762	86,03	37.027	85,72	3.237,20	-88,16
Khác	523	4,74	8.071	2,22	397	0,92	1.443,21	-95,08
Tổng	11.036	100	363.550	100	43.195	100	3.194,22	-88,12

(Nguồn: Phòng tín dụng-SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

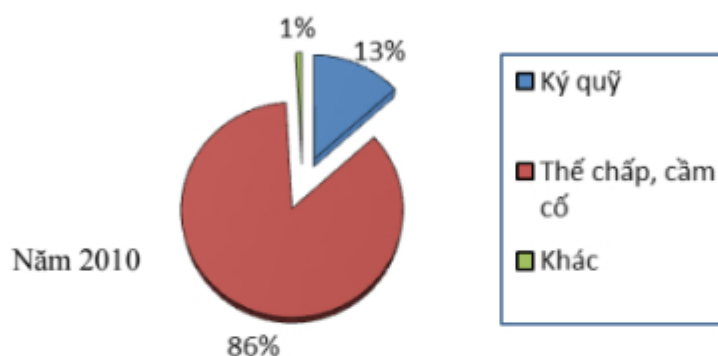
Qua bảng số liệu ta thấy, hình thức bảo đảm mà CN sử dụng chủ yếu khi tiến hành bảo lãnh cho khách hàng đó là hình thức thế chấp, cầm cố luôn chiếm trên 80% tổng doanh số, năm 2008 đạt 9.371,77 triệu đồng (chiếm 84,92%), năm 2009 đạt 312.762,07 triệu đồng (chiếm 86,03%) và năm 2010 là 37.026,75 triệu đồng (chiếm 85,72%). Việc áp dụng chủ yếu hình thức bảo đảm này xuất phát từ sự khá an toàn của nó đối với Ngân hàng cũng như lợi ích thực sự của nó mang lại cho khách hàng. Tuy nhiên, hiệu quả chi thực sự cao khi: tài sản thế chấp được định giá chính xác, tài sản đó phải có tính thanh khoản cao.

Một hình thức bảo đảm khác nữa là ký quỹ cũng chiếm tỷ trọng ngày càng gia tăng qua các năm, chiếm 10,34% (năm 2008), 11,75% (năm 2009) và 13,36% (năm 2010). Như chúng ta đã biết, sau khi được thành lập vào năm 2007, CN đã rất chú trọng trong việc tìm kiếm khách hàng nhằm thiết lập các mối quan hệ tín dụng với ngân hàng, vị thế của CN không ngừng được mở rộng trong những năm qua. Vì thế số lượng khách hàng mới đến với ngân hàng ngày càng nhiều hơn và theo quy định của ngân hàng thì những khách hàng chưa có quan hệ tín dụng với ngân hàng thì sẽ phải ký quỹ với tỷ lệ cao hơn so với khách hàng truyền thống. Hình thức ký quỹ bằng tiền mặt là hình thức an toàn, ít rủi ro cho ngân hàng, tuy nhiên, việc lưu giữ tại ngân hàng một khoản vốn lớn sẽ gây khó khăn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là những doanh nghiệp có nguồn vốn hạn chế hoặc có giá trị hợp đồng kinh tế lớn. Vì thế, ngân hàng cần có những giải pháp để hài hòa lợi ích cho cả hai bên.



Năm 2008

Năm 2009



Hình 2.9: Tình hình bảo lãnh theo hình thức đảm bảo

c. Theo thành phần kinh tế

Bảng 2.7: Tình hình thực hiện bảo lãnh theo thành phần kinh tế

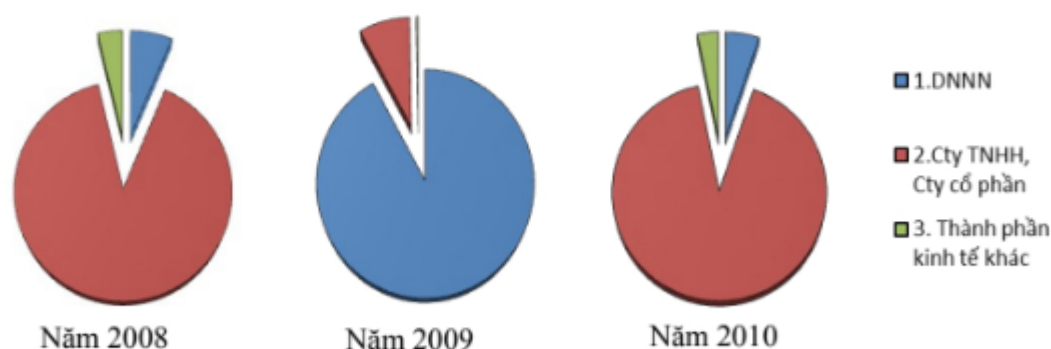
DVT: Triệu đồng

Tp kinh tế	Năm	2008		2009		2010		Chênh lệch (%)	
		Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	09/08	10/09
DNNN		712	6,45	333.909	91,85	2.268	5,25	46.797,33	-99,32
Cty cổ phần, TNHH		9.905	89,75	28.575	7,86	39.532	91,52	188,49	38,34
Tp kinh tế khác		419	3,80	1.066	0,29	1.395	3,23	154,42	30,86
Tổng		11.036	100	363.550	100	43.195	100	3.194,22	-88,12

(Nguồn: Phòng tin dụng-SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Qua tìm hiểu thực tế ta thấy hầu hết khách hàng đến với CN để yêu cầu bảo lãnh là các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, mà chủ yếu là công ty TNHH và công ty cổ phần. Điều này có thể giải thích được bởi thực tế SHB là một ngân hàng thương mại cổ phần nên khách hàng chủ yếu, khách hàng truyền thống của ngân hàng là các doanh nghiệp ngoài quốc doanh. Do đó, DSBL tập trung phần lớn vào

thành phần kinh tế này. Nhìn chung DSBL cho thành phần kinh tế này có chiều hướng gia tăng về số lượng và tỷ trọng. Cụ thể năm 2008 doanh số là 9.904,81 triệu đồng, chiếm tỷ lệ 89,75% trên tổng doanh số phát hành bảo lãnh. Năm 2010 là 39.532,06 triệu đồng, chiếm tỷ lệ trên 90%, tăng gần gấp 3 so với năm 2008. Trong năm 2009, tuy doanh số phát hành bảo lãnh đạt 28.574,52 triệu đồng, tăng gần gấp đôi so với năm trước nhưng nó chỉ chiếm tỷ trọng khá nhỏ là 7,86% trong tổng doanh số của cả năm. Vậy đâu là nguyên nhân của vấn đề này? Trong số khách hàng của CN thì số lượng các doanh nghiệp là DNNN rất ít, chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng số lượng khách hàng nhưng lại có những khách hàng rất lớn như Tổng công ty Sông Hồng hay công ty cổ phần xây dựng 586 với hai món bảo lãnh giá trị cao, vậy nên mặc dù trong năm 2009 số món bảo lãnh cho DNNN là không nhiều nhưng do có giá trị lớn nên đã tạm thời chiếm tỷ trọng khá cao (91,85%) và đó cũng là nguyên nhân khiến cho tỷ trọng bảo lãnh của công ty TNHH và công ty cổ phần thấp như vậy (7,86%). Tuy nhiên sang năm 2010, tỷ trọng bảo lãnh theo thành phần kinh tế nhanh chóng trở về với cơ cấu chính của nó, đó là tỷ trọng cho công ty TNHH và công ty cổ phần luôn chiếm khoảng 90%, DNNN chỉ chiếm khoảng 5%-6%, còn lại một phần khá khiêm tốn là các thành phần kinh tế khác như DNTN, hợp tác xã, cá nhân...



Hình 2.10: Tình hình bảo lãnh theo thành phần kinh tế biến động

nhưng qua đó cũng phản ánh được đối tượng khách hàng chủ yếu và đông đảo của CN là các công ty TNHH và công ty cổ phần.

d. Theo lĩnh vực hoạt động

Bảng 2.8: Tình hình thực hiện bảo lãnh theo lĩnh vực hoạt động

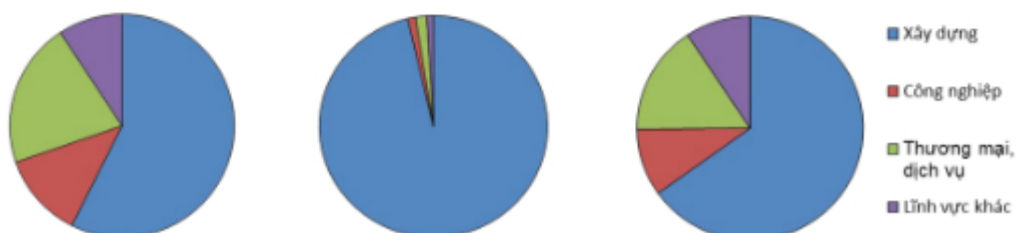
DVT: Triệu đồng

Lĩnh vực	Năm	2008		2009		2010		Chênh lệch (%)	
		Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	09/08	10/09
Xây dựng		6.332	57,38	350.389	96,38	28.129	65,12	5.433,62	-91,97
Công nghiệp		1.359	12,32	3.950	1,09	4.199	9,72	190,65	6,30
Thương mại, dịch vụ		2.322	21,04	5.785	1,59	6.842	15,84	149,14	18,27
Lĩnh vực khác		1.023	9,26	3.426	0,94	4.025	9,32	234,90	17,48
Tổng		11.036	100	363.550	100	43.195	100	3.194,22	-88,12

(Nguồn: Phòng tín dụng-SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Qua bảng số liệu trên ta thấy, lĩnh vực xây dựng có số tiền được ngân hàng bảo lãnh lớn nhất. Năm 2008, số tiền bảo lãnh trong hoạt động xây dựng là 6.332,46 triệu đồng, năm 2009 là 350.388,67 triệu đồng. DSBL trong lĩnh vực này tiếp tục có sự biến động theo chiều hướng tích cực trong năm 2010, đạt 28.128,58 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 65,12% và tăng hơn 3 lần so với năm 2008.

Bên cạnh lĩnh vực xây dựng thì lĩnh vực thương mại, dịch vụ có DSBL cao thứ hai trong tổng doanh số phát hành bảo lãnh. Cụ thể, năm 2008 đạt 2.321,97 triệu đồng, năm 2009 đạt 5.785,24 triệu đồng, 149% so với năm 2009. Sang năm 2010 DSBL trong lĩnh vực này đạt 6.842,09 triệu đồng, tăng 1.056,85 triệu đồng, tương ứng 19,27% so với năm 2009. Những năm gần đây, xu thế cả nước nói chung và thành phố Đà Nẵng nói riêng là liên tục phát triển. Từ đó đòi hỏi sự phát triển trên nhiều ngành kinh tế, trong đó có sự phát triển mạnh mẽ của ngành thương mại, dịch vụ. Sự mở rộng của hoạt động thương mại dịch vụ đã nảy sinh ra những thương vụ làm ăn mới, lợi nhuận cao nhưng cũng đầy tính rủi ro đã làm cho nhu cầu bảo lãnh ngày càng gia tăng. Vì vậy, lĩnh vực thương mại dịch vụ là một trong những hoạt động bảo lãnh chính của Ngân hàng.



Năm 2008

Năm 2009

Năm 2010

Hình 2.11: Tình hình bảo lãnh theo lĩnh vực hoạt động

Tỷ trọng số tiền bảo lãnh cho các lĩnh vực khác ngoài hai lĩnh vực chính là xây dựng và thương mại dịch vụ còn nhỏ, bình quân chiếm khoảng 20%, điều này cho thấy sự bị động của ngân hàng trong việc tìm kiếm khách hàng. Vì vậy ngân hàng nên quan tâm thu hút thêm các khách hàng trong các lĩnh vực này.

Nhìn chung, tình hình phát triển hoạt động bảo lãnh trong ba năm qua đã đạt được kết quả tương đối tốt, DSBL có sự tăng trưởng qua các năm, tuy nhiên vẫn có sự biến động mạnh. Điều này đã kéo theo sự biến động của số phí dịch vụ bảo lãnh trong những năm này.

Tình hình thu phí bảo lãnh của CN qua các năm được thể hiện qua bảng sau:

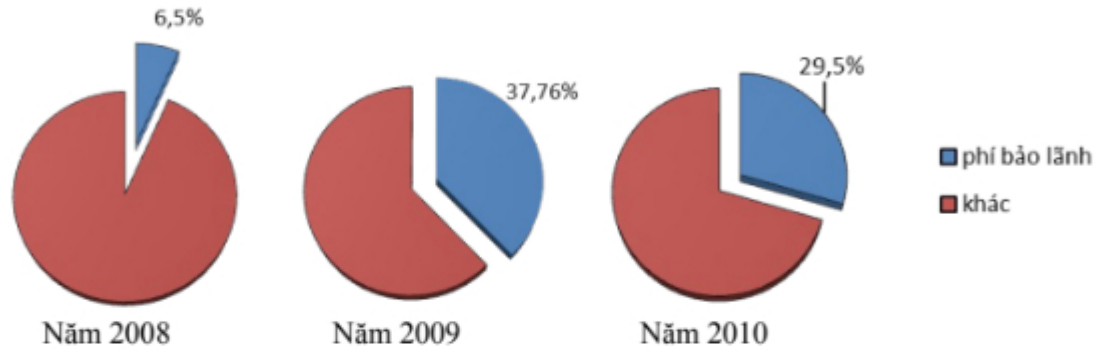
Bảng 2.9: Tình hình thu phí bảo lãnh*DVT: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	Chênh lệch 09/08		Chênh lệch 10/09	
				Số tiền	%	Số tiền	%
1. Phí bảo lãnh	320	4.597	3.248	4.277	1336,56	-1.349	-29,35
2. Phí hoạt động dịch vụ	4.926	12.175	11.012	7.249	147,16	-1.163	-9,55
3. Tổng thu	66.103	85.188	135.232	19.085	28,87	50.044	58,75
Tỷ trọng (1)/(2)%	6,50	37,76	29,50				
Tỷ trọng (1)/(3)%	0,48	5,40	2,40				

(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Qua bảng số liệu trên ta thấy phí bảo lãnh trong những năm qua đã có sự gia tăng đáng kể. Năm 2008 doanh thu phí bảo lãnh là 320 triệu đồng, năm 2009 là 4.597 triệu đồng tăng 1336,56% so với năm 2008. Sang năm 2010 doanh thu phí bảo lãnh đạt 3.248 triệu đồng chỉ giảm 29,35% so với năm 2009. Sự biến động của doanh thu phí bảo lãnh trong năm 2010 không cùng tỷ lệ với doanh số phát hành bảo lãnh là do CN thu phí bảo lãnh theo từng tháng nhằm tạo điều kiện cho khách hàng trong việc tính toán chi phí. Vậy nên trong năm 2010 tuy DSBL chỉ có 43.195 triệu đồng nhưng phí bảo lãnh lại đạt 3.248 triệu đồng. Hai hợp đồng bảo lãnh cho

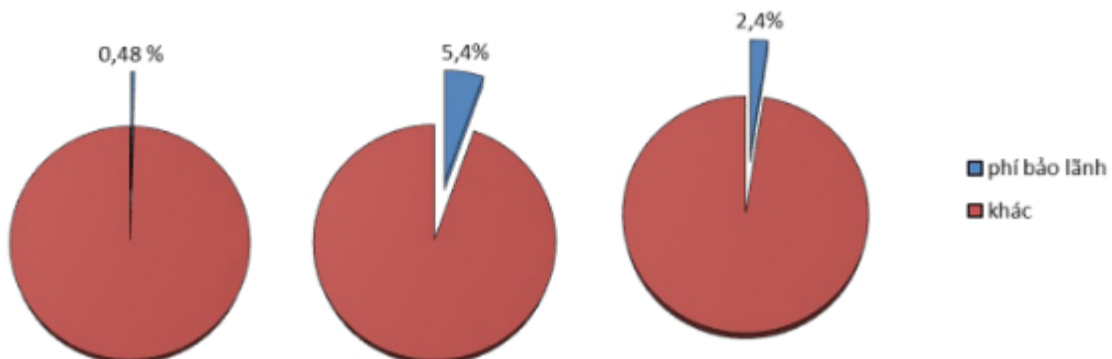
hai khách hàng lớn là Tổng công ty Sông Hồng và Công ty cổ phần xây dựng 586 được phát hành giữa năm 2009 và tất toán trong năm 2010 nên vẫn tính phí bảo lãnh của hai hợp đồng này vào năm 2010. Nhìn chung thu nhập từ hoạt động bảo lãnh của CN qua các năm có sự tiến bộ đáng kể.



Hình 2.12: Tỷ trọng phí bảo lãnh so với phí hoạt động dịch vụ

So với tổng thu từ hoạt động dịch vụ, thì phí bảo lãnh góp tỷ trọng cao qua các năm. Nếu trong năm 2008 phí bảo lãnh chỉ chiếm 6,5% thì sang năm 2009 và 2010 tỷ trọng này lần lượt là 37,76% và 29,5%. Điều đó cho thấy phí thu được từ hoạt động bảo lãnh ngày càng có vai trò không nhỏ trong thu nhập từ hoạt động dịch vụ và lợi nhuận Ngân hàng.

Tuy nhiên, nếu so với tổng thu nhập của cả CN thì tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ bảo lãnh vẫn còn rất nhỏ bé, chỉ chiếm 0,48% trong năm 2008, trong năm 2009 là 5,4% và 2,4% trong năm 2010.



Năm 2008

Năm 2009

Năm 2010

Hình 2.13: Tỷ trọng phí bảo lãnh so với tổng thu nhập

Nhìn chung, thu nhập của Ngân hàng chủ yếu vẫn là thu từ hoạt động tín dụng, các nguồn thu khác hầu như chiếm không đáng kể trong tổng nguồn thu. Vì vậy, Ngân hàng cần không ngừng mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ để đa dạng hoá nguồn thu nhập nói chung cũng như gia tăng tỷ trọng thu từ hoạt động bảo lãnh nói riêng.

2.2.2.2. Mức độ rủi ro trong hoạt động bảo lãnh của Chi nhánh

Dư nợ bảo lãnh quá hạn là dư nợ bảo lãnh mà ngân hàng đã thực hiện thanh toán cho khách hàng nhưng khách hàng chưa thanh toán trở lại cho ngân hàng, đã qua thời hạn và ngân hàng không gia hạn nợ. Bản chất của dư nợ bảo lãnh chính là dư nợ tín dụng.

Bảng 2.10: Tình hình thực hiện nghĩa vụ thay cho khách hàng*DVT: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	2008	2009	2010	Chênh lệch (%)	
				09/08	10/09
Dư nợ bảo lãnh	7.324	346.230	35.201	4.627,33	-89,83
Dư nợ bảo lãnh quá hạn	0	0	0	0,00	0,00
Tỷ lệ dư nợ bảo lãnh quá hạn/số dư bảo lãnh (%)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

(Nguồn: Phòng tín dụng-SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Qua bảng số liệu trên ta thấy dư nợ bảo lãnh quá hạn của SHB Chi nhánh Đà Nẵng trong những năm qua đều bằng 0. Có thể nói, hoạt động bảo lãnh của SHB Chi nhánh Đà Nẵng thật sự an toàn bởi bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng chủ yếu là có thời hạn ngắn. Vì vậy, trong những năm qua, CN chưa phải thực hiện thay nghĩa vụ bảo lãnh cho bất kỳ một hợp đồng bảo lãnh nào. Đây thực sự là kết quả khả quan để mở rộng hơn nữa hoạt động bảo lãnh tại CN.

2.2.2.3. Thị phần dịch vụ bảo lãnh

Thị phần là một chỉ tiêu quan trọng để đánh giá khả năng chiếm lĩnh thị trường của một ngân hàng. Trong điều kiện hiện nay trên địa bàn thành phố, ngoài bốn hệ thống ngân hàng thương mại quốc doanh còn có sự tham gia tích cực của các ngân hàng cổ phần và ngân hàng nước ngoài. Vì vậy, trong những năm qua các ngân hàng luôn có sự cạnh tranh mạnh mẽ với nhau về các dịch vụ ngân hàng, kể cả dịch vụ bảo lãnh.

Bảng 2.11: Thị phần bảo lãnh của các NHTM trên địa bàn

DVT: Tỷ đồng

Tên NH	2008		2009		2010	
	ST	Thị phần	ST	Thị phần	ST	Thị phần
EXIM	210	2,95	462	3,86	544	3,65
ACB	258	3,62	465	3,89	502	3,37
SHB	11	0,15	364	3,04	43	0,29
Tổng doanh số bảo lãnh của các NHTM	7.123	100	11.958	100	14.887	100

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo của NHNN và NHTM liên quan)

Qua bảng số liệu trên ta thấy, không kể bốn ngân hàng thương mại quốc doanh (chiếm lĩnh gần 80% thị phần bảo lãnh), so với các NHTM khác trên địa bàn thì thị phần bảo lãnh tại CN là khá nhỏ bé, chỉ chiếm 0,29% trong năm 2010. Nguyên nhân có thể là do CN mới được thành lập trong vài năm trở lại đây, cho nên chưa thể cạnh tranh lại một số ngân hàng đã được thành lập khá lâu trên địa bàn thành phố như Eximbank, ACB...

Tuy nhiên điều đáng ghi nhận trong những năm qua đó là những nỗ lực của CN trong việc giữ và phát triển thị phần bảo lãnh như hôm nay. Trong tương lai, CN cần quan tâm hơn nữa trong việc thiết lập các mối quan hệ, xây dựng hình ảnh, uy tín của mình để có thể gia tăng thị phần bảo lãnh.

2.3. PHÂN TÍCH MỘT SỐ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH

2.3.1. Uy tín của ngân hàng

Trong bảo lãnh, uy tín của ngân hàng đóng vai trò rất quan trọng bởi ngân hàng thực hiện bảo lãnh bằng uy tín và khả năng tài chính của mình, bảo lãnh bằng

năng lực chi trả. Chính vì vậy không phải ngân hàng nào cũng được bên thụ hưởng đồng ý chấp nhận bảo lãnh và khách hàng chỉ chọn những ngân hàng nào có uy tín để thực hiện dịch vụ bảo lãnh nhằm đảm bảo cho sự an toàn của mình.

Nhận thức được tầm quan trọng của thương hiệu trong hoạt động kinh doanh, ban lãnh đạo SHB đã thực hiện công tác quảng bá thương hiệu khá bài bản và hiệu quả như: treo băng ron khi có chương trình mới, tài trợ các chương trình lớn: bệnh viện ung thư Đà Nẵng, đội bóng đá SHB Đà Nẵng... và thực hiện tốt công tác Marketing tại chỗ: mặt bằng kinh doanh của các đơn vị kinh doanh SHB có vị trí đắc địa, mặt tiền trang trí bắt mắt, bên trong sạch sẽ, gọn gàng, chuyên nghiệp... làm khách hàng hài lòng khi đến giao dịch tại các phòng giao dịch của SHB.

Bên cạnh đó, SHB còn đạt nhiều giải thưởng về thương hiệu như sao vàng đất Việt năm 2008, 2 lần liên tiếp đạt giải về thương hiệu mạnh Việt Nam... Ngoài ra SHB còn đạt được một số giải thưởng quốc tế khác như trong năm 2010, SHB đã vinh dự trở thành Ngân hàng duy nhất tại Việt Nam được trao danh hiệu “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2010” do tạp chí The banker (Anh) thuộc tập đoàn Finance Time trao tặng. Đây là giải thưởng quốc tế uy tín thứ ba mà SHB nhận được trong năm 2010, sau hai giải “Ngân hàng tài trợ thương mại tốt nhất Việt Nam” do Global Finance (Mỹ) và Finance Asia (Hong Kông) trao tặng.

Bên cạnh những nỗ lực quảng bá hình ảnh của mình, với hàng loạt giải thưởng uy tín trong và ngoài nước, SHB đã khẳng định được thương hiệu, uy tín, năng lực kinh doanh toàn diện của mình thể hiện thông qua tốc độ tăng trưởng tín dụng và lợi nhuận của SHB nói chung và CN nói riêng.

Tuy nhiên, do Chi nhánh Đà Nẵng chỉ mới được thành lập vào tháng 6/2007 nên thương hiệu và uy tín chưa có tầm ảnh hưởng mạnh mẽ đối với các doanh nghiệp và cá nhân trên địa bàn thành phố như những NHTM khác. Chính vì vậy mà khả năng chiếm lĩnh thị trường của CN còn hạn chế, thị phần kinh doanh nói chung và thị phần bảo lãnh nói riêng vẫn còn khá khiêm tốn so với các NHTM khác như Eximbank, ACB...

2.3.2. Tính đa dạng sản phẩm trong cung cấp gói dịch vụ bảo lãnh

Việc cung cấp một danh mục sản phẩm đa dạng sẽ tạo cho khách hàng có nhiều lựa chọn phong phú, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, qua đó có thể thu hút được nhiều khách hàng tham gia sử dụng các sản phẩm do ngân hàng cung cấp. Tuy nhiên tình hình thực hiện các sản phẩm bảo lãnh hiện nay tại CN là khá đơn điệu, không phong phú.

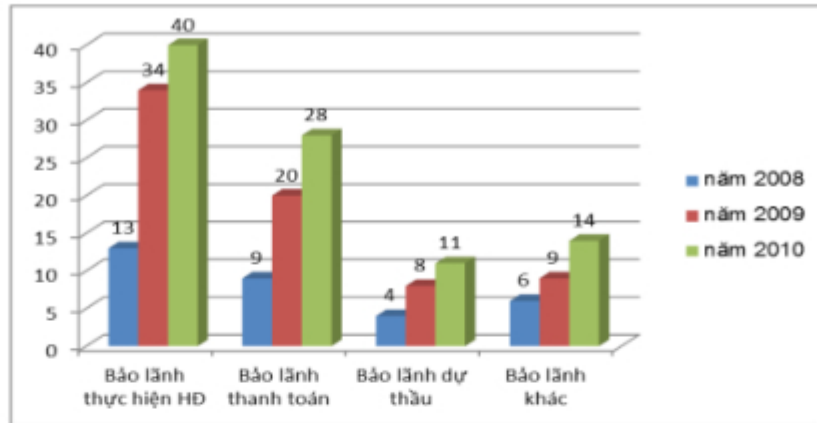
Bảng 2.12: Số lượng giao dịch theo từng loại hình

DVT: Món

Loại hình	2008	2009	2010	Chênh lệch (%)	
				09/08	10/09
Bảo lãnh thực hiện hợp đồng	13	34	40	161,54	17,65
Bảo lãnh thanh toán	9	20	28	122,22	40,00
Bảo lãnh dự thầu	4	8	11	100,00	37,50
Bảo lãnh khác	6	9	14	50,00	55,56
Tổng	32	71	93	121,88	30,99

(Nguồn: Phòng tín dụng-SHB Chi nhánh Đà Nẵng)

Như vậy, trong 3 năm qua, CN chỉ thường xuyên thực hiện 3 loại bảo lãnh: bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng và bảo lãnh thanh toán. Ngoài ra, CN còn thực hiện các loại bảo lãnh khác như: bảo lãnh bảo hành công trình, bảo lãnh tạm ứng, bảo lãnh đảm bảo chất lượng sản phẩm,... nhưng không thường xuyên và chiếm tỷ trọng thấp với số lượng rất ít. Mặc dù Ngân hàng có tất cả các loại bảo lãnh kể cả trong nước và ngoài nước, tuy nhiên CN cũng chỉ mới thực hiện bảo lãnh trong nước và sản phẩm thì cũng chỉ mới tập trung ở ba loại bảo lãnh chủ yếu, chưa có sự khác biệt, chưa có sự cạnh tranh so với các ngân hàng khác.



Hình 2.14: Số lượng giao dịch theo từng loại hình

Trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện nay, tất cả các ngân hàng đều phải hướng tới mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ để có thể đáp ứng tất cả các nhu cầu phát sinh từ phía khách hàng và SHB cũng không nên nằm ngoài quy luật này bởi một danh mục sản phẩm nghèo nàn sẽ khó lòng thu hút được khách hàng đến với ta.

Trong thời gian qua, SHB vẫn chưa quan tâm đúng mức đến việc phát triển sản phẩm dịch vụ bảo lãnh mới. Trong khi nhu cầu của khách hàng ngày càng trở nên đa dạng, phong phú, các NHTM quốc doanh lại có lợi thế về uy tín hoạt động trong lĩnh vực bảo lãnh nên nói về phát triển sản phẩm mới thì hiện nay các NHTM cổ phần vẫn không bắt kịp các ông lớn này.

Tóm lại, việc nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới để ngày càng đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ là một vấn đề cần quan tâm, nhất là trong tình hình cạnh tranh khốc liệt hiện nay. Một khi ngân hàng có khả năng cung ứng trọn gói tất cả các dịch vụ thì sẽ đảm bảo thỏa mãn được tất cả các nhu cầu của khách hàng.

2.3.3. Chính sách giá cả

Hiện nay, để thu hút khách hàng thì các ngân hàng thường cạnh tranh nhau thông qua mức phí bảo lãnh, bởi đây là chi phí lớn nhất trong hoạt động bảo lãnh.

Biểu phí bảo lãnh được áp dụng trên toàn hệ thống SHB hiện nay như sau:

Bảng 2.13: Biểu phí phát hành bảo lãnh trong nước của SHB

STT	KHOẢN MỤC	MỨC PHÍ
1	Bảo lãnh dự thầu	
	- Ký quỹ	Miễn phí
	- Bảo đảm bằng số dư tài khoản, sổ tiết kiệm và giấy tờ có giá do SHB phát hành	0,10%/ tháng; TT: 200.000đ
	- Bảo đảm bằng tài sản khác	0,15%/ tháng; TT: 300.000đ
	- Phần không có tài sản bảo đảm	0,20%/ tháng; TT: 500.000đ
2	Bảo lãnh vay vốn, thanh toán, bảo lãnh thực hiện hợp đồng	
	- Ký quỹ	Miễn phí
	- Bảo đảm bằng số dư tài khoản, sổ tiết kiệm và giấy tờ có giá do SHB phát hành	0,15%/tháng; TT: 250.000đ
	- Bảo đảm bằng tài sản khác	0,20%/tháng; TT: 300.000đ
	- Phần không có tài sản bảo đảm	0,30%/tháng; TT: 500.000đ
3	Bảo lãnh khác	
	- Ký quỹ	Miễn phí
	- Bảo đảm bằng số dư tài khoản, sổ tiết kiệm và giấy tờ có giá do SHB phát hành	0,12%/tháng; TT: 250.000đ
	- Bảo đảm bằng tài sản khác	0,17%/tháng; TT: 300.000đ
	- Phần không có tài sản bảo đảm	0,25%/tháng; TT: 500.000đ

(Nguồn: www.shb.com.vn)

Trước ngày 3/4/2010, tất cả các chi nhánh trên toàn hệ thống SHB phải áp dụng đúng biểu phí đã được quy định như trên. Điều này đã tạo ra sự cứng nhắc, không linh hoạt, không phân biệt khách hàng, chỉ phân biệt tỷ lệ phí theo tiêu thức tài sản bảo đảm đã làm giảm tính cạnh tranh của Ngân hàng trên địa bàn. Tuy nhiên, ban lãnh đạo SHB đã không ngừng nghiên cứu và đưa ra những chính sách phí ưu đãi và linh hoạt dành cho những khách hàng đến với Ngân hàng. Quyết định số 191/QĐ-TGD ban hành ngày 3/4/2010 cho phép các chi nhánh được áp dụng mức phí cho khách hàng một cách linh hoạt, theo đó, giám đốc chi nhánh có thẩm quyền miễn giảm tối đa 30% mức phí, nhưng tối đa không quá 50 triệu đồng/giao dịch. Như vậy cho thấy SHB đã có biểu phí ưu đãi dành cho khách hàng đặc biệt, khách hàng truyền thống lâu năm.

Bảng 2.14: Mức phí bảo lãnh tại một số NHTM trên địa bàn*DVT: %/tháng*

Chỉ tiêu	SHB	EXIM	ACB	GP	ĐAB
Ký quỹ 100%	0	0,06	0,04	0,05	0
Sổ TK, GTCG do NH phát hành	0,1 - 0,15	0,1	0,1	0,08	0,13
Bảo đảm bằng tài sản khác	0,15 - 0,20	0,14	0,14	0,12	0,21
Không có tài sản bảo đảm	0,2 - 0,3	0,25	0,19	0,2	0,3

(Nguồn: Tổng hợp từ website của các ngân hàng)

Phí bảo lãnh là một trong những nhân tố góp phần thu hút khách hàng đến với CN, ảnh hưởng đến việc phát triển hoạt động bảo lãnh tại CN. Qua bảng số liệu trên ta thấy mức phí bảo lãnh hiện nay tại CN tuy đã có sự linh hoạt hơn so với trước kia, tuy nhiên, so với các NHTM khác trên cùng địa bàn như Eximbank, ACB, GPBank... thì mức phí này vẫn còn ở mức cao.

Tóm lại, mức phí bảo lãnh tại CN hiện nay chưa thật sự cạnh tranh với một số ngân hàng khác nên rất khó thu hút hay lôi kéo khách hàng từ những ngân hàng đó. Vì vậy, để có thể mở rộng hoạt động bảo lãnh, tăng lượng khách hàng mới và giữ chân khách hàng cũ thì việc CN nghiên cứu đưa ra một biểu phí đa dạng và linh hoạt, đảm bảo theo hướng thị trường và có năng cạnh tranh, cùng với mức ký quỹ phù hợp cho từng đối tượng khách hàng so với các ngân hàng khác là điều không thể bỏ qua.

2.3.4. Quy trình bảo lãnh

Mỗi loại hình bảo lãnh sẽ có thủ tục hồ sơ và mức độ rủi ro khác nhau. Tuy nhiên hiện nay, quy trình thực hiện bảo lãnh tại CN lại được áp dụng cho tất cả loại hình bảo lãnh. Thời gian phát hành thư bảo lãnh có thể từ vài ngày đến vài tuần, tùy thuộc vào quá trình xử lý của cán bộ thực hiện nghiệp vụ. Điều này gây không ít khó khăn đối những khách hàng thực hiện những loại bảo lãnh đơn giản, giá trị hợp đồng nhỏ và ít rủi ro.

Theo đánh giá của khách hàng thì thời gian hoàn thành việc phát hành thư bảo lãnh tại CN hiện nay khá chậm, có đến 35% khách hàng đánh giá là chậm và rất chậm, 32,5% khách hàng đánh giá là bình thường, chỉ có 32,6% khách hàng đánh

giá là nhanh, rất nhanh. Vì vậy muốn lôi kéo và giữ chân khách hàng thì CN cần chú ý cải thiện vấn đề này.

Nhận xét của khách hàng về quy trình, thủ tục bảo lãnh tại Chi nhánh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat đơn giản	4	5.0	5.0	5.0
Đơn giản	11	13.8	13.8	18.8
Bình thường	38	47.5	47.5	66.2
Phức tạp	21	26.2	26.2	92.5
Rat phức tạp	6	7.5	7.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

(Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS)

Có đến hơn 33% khách hàng được hỏi đã nhận xét rằng quy trình, thủ tục hiện nay tại ngân hàng là khá phức tạp, đã gây không ít khó khăn cho khách hàng. Quy trình, thủ tục phức tạp, thời gian phát hành thư bảo lãnh chậm đã khiến CN chưa thể đáp ứng kịp thời nhu cầu khách hàng, làm mất đi chi phí cơ hội cho khách hàng.

Bên cạnh đó, quy trình này cũng chưa chú trọng đến khâu tìm kiếm và tư vấn cho khách hàng, hầu hết khách hàng đến với bảo lãnh tại ngân hàng là các khách hàng truyền thống, đã có quan hệ với ngân hàng, hoặc khách hàng mới tự tìm đến. Điều này tạo nên sự bị động của CN trong việc tiếp cận nhu cầu bảo lãnh của khách hàng, ảnh hưởng đến khả năng phát triển hoạt động này của CN.

2.3.5. Chính sách tuyên truyền quảng cáo

Như chúng ta đã biết, công tác tuyên truyền quảng cáo là một trong những công tác rất quan trọng quyết định việc đưa sản phẩm đến với khách hàng, giúp khách hàng hiểu rõ và lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu, nhất là đối với một hoạt động còn khá mới mẻ như bảo lãnh ngân hàng. Như vậy, việc thực hiện công tác khuyến khích trương quảng bá tốt, hiệu quả sẽ góp không nhỏ vào việc phát triển hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng.

Nguồn thông tin giúp khách hàng biết đến dịch vụ bảo lãnh tại Chi nhánh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid website NH	3	3.8	3.8	3.8
Nhan vien NH giới thiệu	9	11.2	11.2	15.0
Doanh nghiệp, bạn bè giới thiệu	63	78.8	78.8	93.8
Khac	5	6.2	6.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

(Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS)

Tuy nhiên theo kết quả khảo sát khách hàng tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng, đa phần khách hàng tìm đến sử dụng những sản phẩm bảo lãnh của CN là thông qua doanh nghiệp, bạn bè giới thiệu (chiếm 78,8%), 3,8% biết đến qua Website ngân hàng, qua nhân viên ngân hàng giới thiệu chỉ chiếm 11,2% và qua nguồn thông tin khác như báo, đài,... là 6,2%.

Qua đó ta có thể thấy được hiện nay công tác tuyên truyền, quảng cáo về dịch vụ bảo lãnh hầu như chưa được CN quan tâm, có chăng chỉ mới dừng lại ở việc thực hiện một cách riêng lẻ, tự phát của cán bộ tín dụng phát sinh trong quá trình giao dịch với những khách hàng đang có quan hệ với ngân hàng. Các chương trình tiếp thị trên các phương tiện thông tin đại chúng hầu như xuất hiện với tần số rất hiếm và không gây được sự chú ý. Do đó, để có thể mở rộng, phát triển hoạt động bảo lãnh thì CN cần chú trọng tới giải pháp Marketing trong việc quảng bá, giới thiệu, cung cấp thông tin nhiều hơn cho khách hàng về dịch vụ bảo lãnh của mình.

2.3.6. Trình độ nghiệp vụ của cán bộ ngân hàng

Chúng ta biết rằng nhân tố con người đóng vai trò quan trọng trong sự thành công của bất cứ một doanh nghiệp nào kể cả ngân hàng. Với một đội ngũ nhân sự có trình độ chuyên môn cao sẽ hạn chế những sai lầm khi thực hiện nghiệp vụ. Bên cạnh đó, thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên này đóng vai trò không nhỏ trong việc thu hút và giữ chân khách hàng ở lại với ngân hàng. Chính vì vậy, vấn đề nguồn nhân lực luôn là mối quan tâm hàng đầu của CN.

Chất lượng nguồn nhân lực của CN được thể hiện qua bảng trình độ cán bộ nhân viên như sau:

Bảng 2.15: Trình độ cán bộ nhân viên

Trình độ	2008		2009		2010	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Thạc sĩ	0	0,00	1	0,83	2	1,33
Đại học	49	77,78	96	80,00	122	81,34
Dưới đại học	14	22,22	23	19,17	26	17,33
Tổng	63	100	120	100	150	100

(Nguồn: Phòng thống kê Hội sở SHB)

Qua bảng số liệu trên ta thấy, ngoài việc chú trọng đến việc tăng số lượng cán bộ nhân viên, CN cũng luôn quan tâm đến chất lượng nguồn nhân lực. Trình độ cán bộ nhân viên được nâng lên đáng kể, hằng năm CN luôn tập trung trong việc thu hút nhân viên có trình độ đại học trở lên (năm 2010 chiếm trên 82% tổng nguồn nhân lực). Tuy nhiên, hiện nay đội ngũ cán bộ CN chủ yếu còn trẻ (độ tuổi trung bình là 29,3 tuổi), thiếu kinh nghiệm và chưa thực sự gắn bó lâu dài với ngân hàng. Trong quá trình thực hiện nghiệp vụ bảo lãnh, nhiều cán bộ còn quan niệm hết sức đơn giản rằng: Bảo lãnh là công việc đơn giản khi khách hàng có nhu cầu, Ngân hàng phát hành thư, không xuất vốn nhưng lại thu phí. Quan niệm này rất nguy hiểm vì như vậy không thấy được rủi ro tiềm ẩn trong bảo lãnh, ảnh hưởng đến phát triển hoạt động bảo lãnh về sau.

Bên cạnh trình độ chuyên môn thì thái độ phục vụ của nhân viên cũng sẽ tác động đến việc phát triển hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và phát triển hoạt động bảo lãnh nói riêng.

Qua khảo sát thực tế, kết quả phân tích từ chương trình SPSS kết quả như sau:

Nhận xét của khách hàng về thái độ phục vụ của nhân viên

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat hai long	11	13.8	13.8	13.8
Hai long	30	37.5	37.5	51.2
Bình thường	32	40.0	40.0	91.2
Khong hai long	7	8.8	8.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

(Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS)

Về thái độ phục vụ của nhân viên, có 13,8% khách hàng cảm thấy rất hài lòng về điều này, 37,5% khách hàng cảm thấy hài lòng, 40% khách hàng cảm thấy bình thường và chỉ 8,8% số khách hàng được hỏi cảm thấy không hài lòng. Điều đó cho thấy CN đã rất quan tâm đến việc tạo ấn tượng tốt với khách hàng thông qua sự nhiệt tình, niềm nở, vui vẻ của nhân viên khi tiếp xúc với khách hàng, mang đến một bộ mặt tươi trẻ, năng động cùng bầu không khí thân thiện.

Như vậy, thái độ phục vụ và trình độ chuyên môn của nhân viên là một ưu thế trong việc thu hút và giữ chân khách hàng, là tiền đề quan trọng cho việc phát triển hoạt động bảo lãnh tại ngân hàng. Vì vậy, CN cần quan tâm đến vấn đề này để có thể phát triển hoạt động bảo lãnh nói riêng và hoạt động kinh doanh nói chung.

2.3.7. Chất lượng dịch vụ bảo lãnh

Chất lượng dịch vụ tốt sẽ thu hút được khách hàng đến ngân hàng và giữ chân khách hàng ở lại với ngân hàng. Chất lượng dịch vụ tốt là nền móng vững chắc trong quá trình phát triển doanh số, tăng thu phí, góp phần giữ vững vị thế trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện nay. Đây là nhân tố có ảnh hưởng lớn đến hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng, là chìa khóa giúp Ngân hàng mở rộng được thị trường kinh doanh.

Chất lượng dịch vụ được đo bằng sự hài lòng của khách hàng. Sau khi tổng hợp những thông tin thu được qua quá trình điều tra khảo sát khách hàng, cuộc điều tra được thực hiện từ giữa tháng 5/2011 và kết thúc vào cuối tháng 10/2011, gồm cả khách hàng doanh nghiệp và khách hàng cá nhân đã hoặc đang giao dịch với SHB trên địa bàn TP. Đà Nẵng, ta có được kết quả như sau:

Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ bảo lãnh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat tot	4	5.0	5.0	5.0
Tot	36	45.0	45.0	50.0
Bình thuong	37	46.2	46.2	96.2
Kem	3	3.8	3.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

(Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS)

Nhìn chung, qua kết quả khảo sát khách hàng cho thấy, có 5% khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ bảo lãnh tại CN rất tốt, 45% khách hàng đánh giá chất lượng tốt, 46,2% khách hàng đánh giá bình thường và chỉ 3,8% khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ bảo lãnh tại CN là kém. Mặc dù đây là một kết quả khá khả quan song vẫn chưa có gì nổi bật. Vì vậy CN cần chú trọng hơn nữa trong việc tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ, bởi chất lượng dịch vụ tốt thì sẽ tăng mức độ hài lòng của khách hàng, giúp Ngân hàng tăng sự cạnh tranh với các NHTM khác trên địa bàn, hoạt động bảo lãnh càng phát triển, góp phần tăng doanh thu cho Ngân hàng.

2.3.8. Các chính sách, quy định cho hoạt động bảo lãnh

Hiện nay, SHB chỉ mới chú trọng đến xây dựng kế hoạch phát triển chung cho toàn bộ hoạt động ngân hàng, đặc biệt là tập trung chủ yếu vào hoạt động huy động vốn và cho vay, còn bảo lãnh dường như chỉ được coi là dịch vụ đi kèm, tức là khách hàng bảo lãnh thường là những khách hàng đã có giao dịch từ trước với CN. Các chỉ tiêu về doanh số cụ thể giao cho các cán bộ tác nghiệp hầu như chưa đề cập đến chỉ tiêu về bảo lãnh trong đó.

Hiện nay thì cán bộ tín dụng phụ trách luôn cả mảng bảo lãnh tại CN, bên cạnh những ưu điểm là họ hiểu được khách hàng và nắm rõ tình hình tài chính của doanh nghiệp nhưng họ không có đủ thời gian để chuyên tâm nghiên cứu sâu về cách thức giải quyết những nhân tố phát sinh trong bảo lãnh. Hơn nữa số lượng nhân viên vẫn còn ít so với khối lượng công việc. Mỗi nhân viên phải thực hiện một

khối lượng công việc tương đối lớn, từ đó làm giảm hiệu quả công việc được giao, không có điều kiện để nâng cao trình độ nghiệp vụ bảo lãnh cũng như quan tâm đến tìm kiếm khách hàng bảo lãnh. Đây có thể nói là một trong những nguyên nhân chính góp phần hạn chế việc mở rộng hoạt động bảo lãnh tại CN.

2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG

2.4.1. Những kết quả đạt được

Kể từ khi bắt đầu đưa vào hoạt động tại CN, bảo lãnh đã thể hiện được chỗ đứng của mình và ngày càng được hoàn thiện hơn về mọi phương diện. Bảo lãnh đã giúp các doanh nghiệp hoạt động tốt hơn, sự thành công của bảo lãnh góp phần cho sự thành công của nền kinh tế và từ đó thấy rằng sự vận hành của nền kinh tế là lành mạnh, đạt hiệu quả và đảm bảo an toàn cho người kinh doanh. Mà một khi rủi ro đã không xảy ra thì chính ngân hàng cũng nhận được kết quả tốt từ việc thu phí bảo lãnh để trang trải cho các dịch vụ khác có khả năng sinh lời, đây cũng chính là sự cân bằng đáng có. Những kết quả cụ thể mà CN đã đạt được như sau:

Một là, hoạt động bảo lãnh có sự tăng trưởng hàng năm. Năm 2008 là 32 món bảo lãnh thì năm 2009 đạt 71 món (gấp 2,21 lần), đến năm 2010 là 93 món (gấp 2,91 lần so với năm 2008). Điều đó cho thấy khách hàng đến sử dụng dịch vụ bảo lãnh tại CN ngày càng gia tăng, thể hiện uy tín của ngân hàng ngày càng được khẳng định trên thị trường.

Hai là, doanh thu từ hoạt động bảo lãnh ngày càng tăng (320 triệu đồng vào năm 2008 đã tăng lên 3.248 triệu đồng năm 2010), đóng góp vào tổng doanh thu hàng năm của CN, nâng cao kết quả kinh doanh của CN, đồng thời góp phần mở rộng quan hệ và nâng cao uy tín của CN đối với khách hàng cũng như đối với nhà nước và các tổ chức tín dụng khác.

Ba là, hoạt động bảo lãnh không chỉ tăng doanh thu cho CN mà còn góp phần huy động được một nguồn vốn đầy tiềm năng từ hoạt động ký quỹ của bảo lãnh. Đối với những khoản bảo lãnh có giá trị cao và ngân hàng yêu cầu khách hàng ký quỹ, số tiền ký quỹ thường rất lớn. Khách hàng vẫn được trả lãi cho khoản tiền nhưng lãi chỉ là không kỳ hạn. Trong khi đó, để có được một khoản vốn như vậy từ

hoạt động tín dụng thông thường, ngân hàng sẽ phải trả mức lãi cao hơn tùy theo kỳ hạn. Chính vì vậy, những khoản bảo lãnh trong thời gian qua tại SHB Đà Nẵng đã tăng thêm nguồn vốn cho ngân hàng với một chi phí hợp lý.

Bốn là, chất lượng hoạt động bảo lãnh cũng ngày càng được nâng cao. Trong cả ba năm nghiên cứu, không có năm nào CN phải thực hiện việc trả thay cho khách hàng, thực hiện nghĩa vụ tài chính cho khách hàng mà khách hàng không hoàn trả lại đúng hạn. Điều này có nghĩa là, đối với dư nợ bảo lãnh quá hạn, thực tế, trong ba năm gần đây nhất, không có một khoản bảo lãnh nào của CN mà đến kỳ thanh toán khách hàng không trả được nợ. Do vậy, những khoản dư nợ bảo lãnh "xấu" này không tồn tại ở CN. Điều đó chứng tỏ CN đã làm tốt công tác quản lý các khoản sau bảo lãnh.

Năm là, khách hàng của CN rất ít khi có sự phàn nàn về phong cách, thái độ phục vụ của cán bộ ngân hàng phụ trách hoạt động bảo lãnh, về hình thức bảo đảm mà ngân hàng áp dụng. Điều đó cho thấy CN đã có sự cạnh tranh tốt trong hoạt động bảo lãnh.

Nhìn chung, hoạt động bảo lãnh của CN đã phần nào đáp ứng được nhu cầu của nền kinh tế. Những món bảo lãnh mà ngân hàng đã thực hiện giúp khách hàng rất nhiều trong việc phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh. Nhiều dự án xây dựng quan trọng đã được hoàn thành tốt, đúng thời hạn. Tất cả điều đó giúp cho hoạt động bảo lãnh tại ngân hàng đạt được chất lượng cao.

2.4.2. Những hạn chế trong hoạt động bảo lãnh tại Chi nhánh

Bên cạnh những kết quả mà CN đã đạt được trong hoạt động bảo lãnh, CN vẫn còn tồn tại những hạn chế cần phải khắc phục:

Mặc dù hàng năm SHB Đà Nẵng vẫn thu hút thêm được một lượng khách hàng đến thực hiện bảo lãnh nhưng so với các ngân hàng lớn, có uy tín thì số lượng khách đến với CN vẫn còn ít, quy mô bảo lãnh nhỏ.

Doanh số bảo lãnh phát sinh của SHB Chi nhánh Đà Nẵng có sự biến động mạnh trong các năm. Năm 2009, doanh số bảo lãnh phát sinh tăng mạnh nhưng sang năm 2010 doanh số bảo lãnh lại có sự suy giảm đáng kể mặc dù so với năm 2008 nó

vẫn tăng trưởng đáng kể. Những khoản bảo lãnh có giá trị lớn của CN tập trung chủ yếu ở nhóm khách hàng truyền thống, là những tổng công ty lớn và có uy tín trên thị trường. Điều này giảm thiểu rủi ro cho CN và đáp ứng được mục tiêu an toàn nhưng lại hạn chế khả năng mở rộng, tìm kiếm và phát triển khách hàng, hơn nữa nếu mất một trong số những khách hàng này thì sẽ tạo ra sự biến động rất lớn trong cơ cấu bảo lãnh của ngân hàng.

Hiện nay các loại hình bảo lãnh của CN chưa thực sự đa dạng và phong phú. Loại hình bảo lãnh chủ yếu và thường xuyên của CN trong những năm qua là bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh thanh toán và bảo lãnh dự thầu, các loại hình bảo lãnh khác chưa thu hút được các doanh nghiệp. Đặc biệt là các loại bảo lãnh như bảo lãnh tạm ứng, bảo lãnh bảo dưỡng, bảo lãnh hải quan, bảo lãnh thanh toán L/C trả chậm... hầu như chưa được thực hiện ở CN.

Trong cơ cấu bảo lãnh, mặc dù doanh số bảo lãnh trong lĩnh vực xây dựng tuy cao (trên 50% tổng doanh số bảo lãnh), tuy nhiên số món lại thấp do khách hàng trong lĩnh vực này không nhiều (theo điều tra chỉ chiếm 26,2% trong tổng thể mẫu). Hiện nay, CN chủ yếu tập trung vào mảng thương mại, dịch vụ nên khách hàng trong lĩnh vực này khá đông (43,8% theo điều tra). Vì vậy CN cần quan tâm hơn nữa trong việc mở rộng quan hệ với khách hàng trong lĩnh vực xây dựng bởi nhu cầu bảo lãnh của đối tượng trong lĩnh vực này là khá cao.

So với hoạt động tín dụng thì bảo lãnh là nghiệp vụ còn khá non trẻ, doanh số bảo lãnh tuy có tăng nhưng vẫn còn ở mức thấp, thu nhập từ hoạt động bảo lãnh không đáng kể so với tổng thu nhập của CN. Dịch vụ bảo lãnh chưa thực sự được CN coi trọng và phát triển một cách đúng mức. CN hầu như chưa chú trọng đến chính sách phát triển hoạt động bảo lãnh, các chỉ tiêu giao cho cán bộ tín dụng gần như không quan tâm đến bảo lãnh, chỉ giao chỉ tiêu cụ thể về huy động vốn và cho vay cho các nhân viên.

Mặc dù các cán bộ tín dụng đã tuân thủ nghiêm túc các quy định về thời gian song có trường hợp khách hàng vẫn phản nản do chờ đợi lâu để thực hiện xong một món bảo lãnh. Đây có thể do một số món bảo lãnh có số tiền bảo lãnh lớn, các cán

bộ tín dụng phải tuân thủ nghiêm ngặt theo quy định bảo lãnh. Mà quy trình bảo lãnh đôi khi còn phức tạp gây phiền hà cho khách hàng. Mặt khác việc thảo luận phát hành bảo lãnh còn gặp khó khăn do đó các cán bộ tín dụng lại mất thời gian chỉnh sửa lại mẫu thư sao cho phù hợp với từng hợp đồng đã làm kéo dài thời gian thực hiện một món bảo lãnh.

Hoạt động bảo lãnh tại CN cho đến nay mặc dù chưa phát sinh dư nợ bảo lãnh quá hạn nhưng hoạt động này vẫn tiềm ẩn nguy cơ rủi ro cao, khi rủi ro xảy ra tổn thất sẽ rất lớn, nhất là trong khâu thẩm định. Hiện nay, khâu thẩm định trong quy trình bảo lãnh của CN chưa được chú ý đúng mức. Quan niệm này xuất phát từ việc cho rằng tiền ký quỹ và các tài sản đảm bảo có thể bảo đảm các rủi ro cho Ngân hàng. Nhưng nếu Ngân hàng bảo lãnh cho khách hàng không đủ năng lực thực hiện hợp đồng thì dù khách hàng có ký quỹ 100%, Ngân hàng không chịu rủi ro nhưng uy tín của Ngân hàng sẽ bị giảm sút.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Thông qua việc phân tích số liệu và luận giải những vấn đề thực tế, chương 2 đã trình bày những nội dung cơ bản về thực trạng hoạt động bảo lãnh từ năm 2008-2010 của Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội (SHB) – Chi nhánh Đà Nẵng. Qua đánh giá thực trạng hoạt động bảo lãnh tại Chi nhánh có thể thấy được những kết quả đáng khích lệ mà ngân hàng đã nỗ lực đạt được trong điều kiện cạnh tranh gay gắt. Đồng thời kết quả khảo sát, phân tích thực tế cũng cho thấy những tồn tại, khó khăn mà Chi nhánh đang gặp phải và những nhân tố tác động đến hoạt động này. Trên cơ sở những đánh giá chung này, chương 3 của luận văn sẽ đề cập đến hệ thống các giải pháp nhằm phát triển hoạt động bảo lãnh của SHB Chi nhánh Đà Nẵng.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI (SHB) - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH CỦA CHI NHÁNH TRONG NĂM 2011

3.1.1. Định hướng phát triển chung của Ngân hàng

Trong năm 2011, kế hoạch hoạt động của SHB với các mục tiêu cơ bản như sau: [7]

- Phát triển mở rộng hoạt động kinh doanh vững chắc, an toàn và minh bạch trong hoạt động, chú trọng nâng cao vai trò của bộ phận Back office trong từng nghiệp vụ kinh doanh.

- Xây dựng hoàn thiện cơ cấu tổ chức bộ máy nhân sự, quy chế, quy trình trên cơ sở corebanking hiện đại, tiên tiến và theo mô hình ngân hàng bán lẻ hiện đại, nhằm nâng cao hiệu quả và năng lực quản trị điều hành toàn hệ thống.

- Nâng tổng tài sản SHB từ trên 51.000 tỷ đồng lên 75.000 tỷ đồng, mở rộng mạng lưới hoạt động kinh doanh lên gần 150 điểm giao dịch trên toàn quốc nhằm thực hiện mục tiêu SHB thuộc Top 4 các NHTMCP có Trụ sở chính trên địa bàn Hà Nội và Top 10 hệ thống NHTMCP Việt Nam.

- Công tác huy động vốn, đặc biệt là nguồn vốn huy động trong dân cư là công tác trọng tâm trong hoạt động kinh doanh năm 2011 bên cạnh việc phát triển tín dụng. Các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh đều đảm bảo an toàn và đúng theo quy định của NHNN, trong năm 2011 SHB tiếp tục được NHNN xếp loại A.

- Tăng cường công tác quan hệ quốc tế nhằm nâng cao vị thế, hình ảnh của SHB trên thị trường nước ngoài.

Một số chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2011:

➤ *Chỉ tiêu hoạt động kinh doanh:*

- Tổng tài sản dự kiến đạt: 75.000 tỷ đồng, tăng 47% so với năm 2010.

- Vốn điều lệ: 4.995 tỷ đồng, tăng 42,8% so với năm 2010.
- Tổng nguồn vốn huy động: 66.500 tỷ đồng, tăng 47,7% so với năm 2010.
- Dự nợ cho vay TCKT và cá nhân: 29.230 tỷ đồng, tăng 19,9% so với năm 2010
- Tài sản cố định: 2.500 tỷ đồng, tăng 63,8% so với năm 2010.
- Lợi nhuận trước thuế: 1050 tỷ đồng.
- Cổ tức dự kiến: 14%

➤ *Các chỉ tiêu đánh giá an toàn và chất lượng trong hoạt động kinh doanh năm 2011:*

- Tỷ lệ an toàn vốn: 15% - 20%
- Tỷ lệ sử dụng nguồn vốn ngắn hạn cho vay trung dài hạn < 30%
- Tỷ suất lợi nhuận trước thuế/Vốn CSH bình quân: 2,2% - 2,4%
- Tỷ lệ nợ xấu/tổng dư nợ tối đa: 2%
- Tỷ lệ nợ quá hạn/tổng dư nợ tối đa: 3%

Cùng với xu thế phát triển chung của nền kinh tế trong nước và thế giới và những định hướng phát triển của hệ thống ngân hàng, SHB Chi nhánh Đà Nẵng đã xác định những định hướng phát triển của mình trong thời gian tới như sau:

- Phát triển mở rộng hoạt động kinh doanh vững chắc, an toàn, minh bạch theo hướng chuyên nghiệp.

- Trên cơ sở là một ngân hàng bán lẻ, thực hiện các nghiệp vụ của một ngân hàng hiện đại phục vụ cho các đối tượng khách hàng thuộc mọi thành phần kinh tế trên địa bàn quận và các vùng lân cận; phục vụ phát triển kinh tế cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khách hàng dân cư, khách hàng tiêu dùng trên cơ sở mở rộng các kênh phân phối.

- Kiểm soát tốt tốc độ tăng trưởng, đặc biệt kiểm soát phòng ngừa rủi ro trong hoạt động tín dụng, trong thanh toán, an toàn kho quỹ. Đẩy mạnh việc thể chế hoá, quy trình hoá các nghiệp vụ và các mặt công tác của ngân hàng. Nâng cao trách nhiệm ở các cấp lãnh đạo điều hành, cán bộ nghiệp vụ; chăm lo và giáo dục ý thức cán bộ gắn bó với ngành, với nghề.

- Kinh doanh đảm bảo thực hiện theo đúng pháp luật của Nhà nước, của ngành, đảm bảo hiệu quả, an toàn vốn.

- Thực hiện đánh giá, phân loại, phân đoạn khách hàng để xây dựng các chương trình, chính sách phù hợp với từng đối tượng khách hàng.

- Đa dạng hóa các loại hình dịch vụ để phục vụ tốt hơn mọi nhu cầu của khách hàng. Tiếp tục phát triển các sản phẩm dịch vụ truyền thống như bảo lãnh, thanh toán trong nước, thanh toán quốc tế, kinh doanh ngoại tệ; chú trọng phát triển và mở rộng các dịch vụ ngân hàng khác như thu đổi ngoại tệ, dịch vụ thẻ...

- Đẩy mạnh hoạt động Marketing thông qua tuyên truyền, quảng cáo... để khuyến khích trưng hình ảnh, thương hiệu của ngân hàng và giới thiệu các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng tới từng hộ dân và các doanh nghiệp tư nhân, hợp tác xã, công ty cổ phần và các doanh nghiệp nước ngoài. Phát triển mạng lưới và tăng thêm kênh phân phối sản phẩm ngân hàng.

- Không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, xây dựng phong cách giao dịch tận tình, lịch sự, nhanh chóng, tạo cho khách hàng sự hài lòng khi đến giao dịch với ngân hàng. Tư vấn để khách hàng lựa chọn hình thức dịch vụ phù hợp với nhu cầu của mình.

3.1.2. Định hướng phát triển hoạt động bảo lãnh của Chi nhánh

Trên cơ sở những định hướng chung và thực trạng phát triển hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng trong thời gian qua, SHB Chi nhánh Đà Nẵng đã xác định những định hướng riêng cho sự phát triển của hoạt động bảo lãnh trong thời gian tới:

- Duy trì và nâng cao hơn nữa uy tín của dịch vụ bảo lãnh của ngân hàng trên thị trường.

- Tăng doanh số bảo lãnh và tăng tỷ trọng thu nhập từ hoạt động bảo lãnh trong tổng thu nhập của ngân hàng để cơ cấu lại nguồn thu nhập giữa hoạt động tín dụng và hoạt động dịch vụ, phù hợp với mục tiêu phấn đấu xây dựng ngân hàng thành một chi nhánh hoạt động đa năng tổng hợp, có hiệu quả.

- Đa dạng hoá các loại hình bảo lãnh, mở rộng phạm vi bảo lãnh, mở rộng đối tượng khách hàng tham gia bảo lãnh. Tiếp tục hoàn thiện, phát triển các loại

hình bảo lãnh như: Bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh vay vốn... đảm bảo đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.

- Hoàn thiện và chuẩn hóa quy trình nghiệp vụ bảo lãnh. Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng theo hướng đơn giản và thuận tiện cho khách hàng.

- Tăng cường phân tích và kiểm soát rủi ro, đảm bảo an toàn cho dịch vụ bảo lãnh. Thực hiện tốt công tác thẩm định khách hàng.

- Đào tạo và quản lý tốt đội ngũ cán bộ, đặc biệt bồi dưỡng nâng cao kiến thức về nghiệp vụ bảo lãnh.

- Đẩy mạnh hoạt động Marketing để thu hút khách hàng, đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng và tạo mối quan hệ lâu dài.

Với những định hướng phát triển chung của ngân hàng và những định hướng phát triển riêng đối với hoạt động bảo lãnh, sau quá trình tìm hiểu, phân tích tình hình hoạt động của ngân hàng, tôi xin đưa ra một số giải pháp nhằm phát huy ưu điểm, khắc phục nhược điểm để phát triển hơn nữa hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng.

3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG BẢO LÃNH TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI (SHB) – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

Như phần trên đã trình bày, SHB Chi nhánh Đà Nẵng chính thức đi vào hoạt động vào tháng 06/2007. Mặc dù hoạt động bảo lãnh vẫn còn mới mẻ và gặp nhiều khó khăn nhưng CN cũng đã đạt được một số kết quả khả quan. Và cũng từ thời gian này, hoạt động kinh doanh của SHB Chi nhánh Đà Nẵng nói chung và hoạt động bảo lãnh nói riêng đã chịu sức ép cạnh tranh vô cùng gay gắt. Để có thể tồn tại trong vòng xoáy của các quy luật thị trường và quy luật xã hội, CN cần phải tự đổi mới để đủ sức cạnh tranh trong cơ chế thị trường này.

Với những tồn tại, hạn chế được nêu như trên, tác giả mạnh dạn đề xuất những giải pháp nhằm phát triển hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng như sau:

3.2.1. Giải pháp mở rộng thị trường cho phát triển hoạt động bảo lãnh

Trong môi trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay, ngoài bốn ngân hàng thương mại quốc doanh còn có sự tham gia tích cực của các ngân hàng cổ phần và ngân hàng nước ngoài. Sự cạnh tranh, đặc biệt là cạnh tranh về các dịch vụ bảo lãnh, thanh toán,... là rất lớn. Để khách hàng biết đến và sử dụng sản phẩm dịch vụ của ngân hàng là một điều tương đối khó, giữ được khách hàng tiếp tục sử dụng sản phẩm của mình lại càng khó. Chính vì vậy, đối với một chi nhánh mới thành lập như SHB Đà Nẵng, việc xây dựng chiến lược marketing cho hoạt động của ngân hàng nói chung và đặc biệt cho nghiệp vụ bảo lãnh nói riêng là đặc biệt quan trọng nhằm tăng hiệu quả kinh doanh cũng như tăng sức cạnh tranh trên thị trường. Cụ thể tác giả xin đề xuất một số giải pháp như sau:

3.2.1.1. Mở rộng đối tượng khách hàng cho hoạt động bảo lãnh

Hiện nay, thị phần bảo lãnh của CN hiện ở mức khá khiêm tốn (0,29% trong hệ thống các ngân hàng trên địa bàn). Vì vậy, việc mở rộng thị trường cho hoạt động bảo lãnh là một hướng đi mới trong quá trình phát triển hoạt động kinh doanh của CN.

Qua tìm hiểu thực tế cho thấy, hiện nay khách hàng bảo lãnh chủ yếu của CN vẫn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Bên cạnh đó, hầu hết khách hàng cũng chỉ xin bảo lãnh những món nhỏ lẻ. Vì vậy, CN cần phải tăng cường mối quan hệ với các doanh nghiệp lớn bởi vì họ là những khách hàng thường yêu cầu bảo lãnh cho những dự án lớn (điển hình trong năm 2009 nhờ mối quan hệ tốt, CN đã thu hút được hai khách hàng lớn đó là Tổng công ty Sông Hồng và Tổng công ty xây dựng 586, đã làm doanh số bảo lãnh tăng lên một cách đáng kể, đồng nghĩa với việc mang lại cho CN một khoản thu nhập khá cao). Hơn nữa việc có được các mối quan hệ với những doanh nghiệp lớn sẽ giúp củng cố, nâng cao uy tín, thương hiệu của ngân hàng trên thị trường. Bên cạnh đó, CN cũng không được bỏ qua các thành phần kinh tế khác như các cá nhân, hộ gia đình, hợp tác xã... do tiềm năng của các thành phần này đang được khơi dậy. Mục tiêu của SHB là trở thành một ngân hàng

bán lẻ đa năng hiện đại, do đó cần phải đáp ứng tốt nhu cầu của tất cả các thành phần kinh tế.

Mặt khác, theo kết quả điều tra thu thập được và theo báo cáo tổng kết qua các năm tại SHB Đà Nẵng thì mặc dù doanh số bảo lãnh trong lĩnh vực xây dựng luôn chiếm tỷ trọng khá cao nhưng số món bảo lãnh lại thấp do số lượng khách hàng trong lĩnh vực này tại CN khá ít và hiện nay CN hầu như chỉ tập trung vào mảng thương mại, dịch vụ. Vì vậy để phát triển hoạt động bảo lãnh, CN cần mở rộng đối tượng trong lĩnh vực xây dựng, chủ động tìm kiếm những doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh ổn định để tạo dựng quan hệ với nhau, bởi nhu cầu về bảo lãnh của các doanh nghiệp trong lĩnh vực này là rất lớn.

Mở rộng phát triển thị trường mới không có nghĩa là bỏ quên thị trường truyền thống và phát triển một cách lan man không có trọng điểm mà ngược lại CN cần có một kế hoạch ưu đãi cho từng đối tượng khách hàng trong từng giai đoạn thích hợp. Đặc biệt, khi thực hiện bảo lãnh cho khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, CN nên linh hoạt trong khâu thẩm định và tài sản thế chấp, nếu tình hình tài chính của doanh nghiệp đó tốt, CN có thể cho phép bảo lãnh tín chấp hoặc kết hợp thế chấp tài sản. Điều đó thể hiện sự quan tâm của CN đến các doanh nghiệp, cùng nhau tháo gỡ những khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn ngân hàng nói chung và điều kiện bảo lãnh nói riêng mà hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ hay gặp phải.

3.2.1.2. Đa dạng hóa các sản phẩm bảo lãnh

Hiện nay, các ngân hàng trên địa bàn đã thực hiện khá nhiều loại hình bảo lãnh khác nhau như: bảo lãnh bảo hành, bảo lãnh vay vốn, bảo lãnh tạm ứng, các loại bảo lãnh tài chính khác... Tuy nhiên, các loại hình bảo lãnh áp dụng tại CN hiện nay chưa thực sự phong phú. Hiện nay, Ngân hàng mới chỉ thực hiện 3 loại bảo lãnh được ủy nhiệm thường xuyên đó là bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thanh toán và bảo lãnh thực hiện hợp đồng. Khi các mối quan hệ kinh tế ngày càng đa dạng, phức tạp thì nhu cầu bảo lãnh của khách hàng sẽ ngày càng tăng về số lượng và phong phú về loại hình. Vì vậy, để phát triển hoạt động bảo lãnh, thu hút thêm khách hàng

mới và củng cố quan hệ với khách hàng truyền thống thì việc đa dạng hóa các sản phẩm bảo lãnh là một giải pháp cần được quan tâm chú trọng cấp thiết.

Trong thời gian tới, bên cạnh việc tiếp tục thực hiện cung ứng 3 loại bảo lãnh được ủy nhiệm thường xuyên như trên, Ngân hàng cần tập trung nghiên cứu, cung ứng thêm một số loại bảo lãnh nhằm thỏa mãn nhu cầu cho khách hàng. Cụ thể, tác giả xin đưa ra một số ý kiến để nghiên cứu áp dụng như sau:

- Đối với bảo lãnh tạm ứng: Trong thực tế rất nhiều trường hợp chủ đầu tư ứng trước tiền cho chủ thầu để thi công công trình nhưng chủ thầu lại không thực hiện như cam kết trong hợp đồng, ảnh hưởng đến lợi ích của nhà đầu tư. Trong trường hợp này, chủ đầu tư yêu cầu cần có sự bảo lãnh của ngân hàng đối với khoản ứng trước đó để đảm bảo việc thực hiện theo đúng cam kết của chủ thầu. Ngoài ra, hiện nay tại CN, bảo lãnh thực hiện hợp đồng đang được sử dụng thường xuyên cho nên việc phát triển loại hình bảo lãnh tạm ứng này sẽ góp phần đảm bảo cho các nhà đầu tư cũng như góp phần tăng thêm thu nhập cho Ngân hàng thông qua công tác thu phí bảo lãnh.

- Bảo lãnh thanh toán L/C trả chậm: Hiện nay, CN mới chỉ thực hiện bảo lãnh trong nước, chưa thực hiện bảo lãnh nước ngoài. Tuy nhiên, trước sự hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, các doanh nghiệp trong nước ngày càng có nhiều cơ hội làm ăn với các doanh nghiệp nước ngoài, có nhiều hợp đồng kinh tế lớn giữa hai bên nhưng khả năng tìm hiểu cận kề thông tin về nhau là rất khó, vì vậy các doanh nghiệp rất cần một ngân hàng đứng ra bảo đảm uy tín nhằm gia tăng mức độ tin cậy của đối tác trong việc thực hiện hợp đồng, các giao dịch mua bán, cung cấp sản phẩm... Để đáp ứng được nhu cầu trên, CN cần tổ chức phát triển phòng thanh toán quốc tế, nâng cao trình độ nghiệp vụ của các cán bộ thanh toán quốc tế, kết hợp với phòng tín dụng doanh nghiệp để phát triển loại hình bảo lãnh này.

Bên cạnh đó, để tạo sự thuận tiện cho khách hàng, CN cũng nên phát triển các sản phẩm mới có tính hỗn hợp. Trong thực tế, một quan hệ kinh tế có thể phát sinh nhiều quan hệ bảo lãnh nên khi ngân hàng thực hiện cùng lúc nhiều hoạt động bảo lãnh cho một quan hệ kinh tế sẽ dẫn đến chồng chéo, khó có khả năng kiểm

soát, gây tổn kém, phiền phức cho doanh nghiệp. Vì vậy, nhằm giảm thiểu chi phí, tiết kiệm thời gian, đơn giản thủ tục cho doanh nghiệp... Ngân hàng có thể thiết kế sản phẩm “Bảo lãnh trọn gói” dành cho các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng nhiều loại bảo lãnh thuộc một dự án, gói thầu. Các loại bảo lãnh được thực hiện trong “bảo lãnh trọn gói” đó là: Bảo lãnh dự thầu - Bảo lãnh thực hiện hợp đồng – Bảo lãnh tạm ứng – Bảo lãnh bảo hành và mức phí sẽ được giảm trừ bậc thang theo từng số lượng dịch vụ bảo lãnh khách hàng sử dụng tại SHB.

Để tăng tính khả thi của các loại bảo lãnh mới, Ngân hàng cần nghiên cứu về cung cầu, tư vấn, quảng cáo cho khách hàng biết về các loại bảo lãnh này, thu hút khách hàng cho các hoạt động khác của ngân hàng từ đó nâng cao uy tín ngân hàng và tăng khả năng tìm kiếm khách hàng.

3.2.1.3. Chiến lược quan hệ khách hàng

Quan hệ với khách hàng giữ một vai trò cực kỳ quan trọng trong marketing ngân hàng bởi vì khách hàng là một yếu tố tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất và phân phối dịch vụ ngân hàng; Khách hàng thường có nhu cầu sử dụng một dịch vụ như một tổng thể. Các sản phẩm tài chính thường kéo dài thời gian với khách hàng. Do đó việc tạo lập và duy trì quan hệ với khách hàng sẽ đem lại sự thành công lâu dài cho một ngân hàng và ngân hàng phải chủ động trong tất cả các quan hệ với khách hàng. Vì vậy, CN cần xây dựng một chiến lược cho cả hoạt động ngân hàng nói chung và cho nghiệp vụ bảo lãnh nói riêng theo một quy trình hợp nhất gồm các bước:

- *Thu hút khách hàng:* Đầu tiên Ngân hàng cần xúc tiến quan hệ bằng cách gửi tài liệu giới thiệu về ngân hàng, thăm khách hàng và chiêu thị khách hàng bằng đối ngoại.
- *Khởi xướng quan hệ:* Đây là giai đoạn khách hàng chấp nhận giao dịch và sử dụng dịch vụ đầu tiên của ngân hàng. Dịch vụ mà khách hàng sử dụng có thể là dịch vụ bảo lãnh hoặc là một dịch vụ bất kì nào đó của Ngân hàng. Dù khách hàng sử dụng dịch vụ gì, trong giai đoạn này Ngân hàng cần phải tạo ra những ấn

tượng đặc biệt trong tâm trí khách hàng về dịch vụ đa dạng, chất lượng dịch vụ tốt, mức lãi suất và phí hợp lý so với các ngân hàng khác.

- *Phát triển quan hệ*: Đây là giai đoạn khách hàng quay lại tiếp tục sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Khách hàng có thể lựa chọn dịch vụ cũ hoặc có thể sử dụng những dịch vụ mới. Trong giai đoạn này Ngân hàng cần có những chính sách ưu đãi đối với khách hàng đồng thời tiếp thị những sản phẩm dịch vụ có liên quan khác của mình.

- *Duy trì quan hệ*: Đây là giai đoạn kết chặt mối quan hệ với khách hàng khi họ đã có những giao dịch thường xuyên với ngân hàng, nhằm mục đích chính là biến họ thành những khách hàng trung thành với Ngân hàng. Đây là giai đoạn rất quan trọng của chiến lược quan hệ khách hàng, nó quyết định tới sự thành công của ngân hàng. Vì vậy biện pháp marketing trong giai đoạn này là tiếp tục giữ những ưu đãi đối với khách hàng và nâng cao chất lượng phục vụ đối với khách hàng.

- *Kết thúc quan hệ với khách hàng*: Đây là giai đoạn có thể xảy ra trong quan hệ khách hàng khi mối quan hệ không còn đem lại khả năng sinh lời triển vọng nữa và có thể gây tổn thất cho ngân hàng. Trong giai đoạn này ngân hàng phải hành động sao cho sự kết thúc diễn ra êm đẹp. Và sau đó Ngân hàng vẫn phải có sự quan tâm theo dõi khách hàng để có định hướng phục hồi trong tương lai.

3.2.1.4. Chính sách giá cả

Giá cả của hoạt động bảo lãnh chính là mức phí bảo lãnh. Hiện nay, để thu hút khách hàng thì các ngân hàng thường cạnh tranh nhau thông qua mức phí bảo lãnh, bởi đây là chi phí lớn nhất trong hoạt động bảo lãnh. Mặc dù SHB đã ban hành quyết định 191/QĐ- TGD ngày 3/4/2010 cho phép các chi nhánh áp dụng mức phí linh hoạt cho khách hàng theo biểu phí hiện tại, tuy nhiên biểu phí hiện nay của SHB so với một số NHTM khác như Eximbank, ACB, GP Bank... vẫn còn khá cao. Ngoại trừ phí bảo lãnh dự thầu ở mức tương đối, các loại phí bảo lãnh khác ở mức khá cao, như đối với các khoản bảo đảm bằng đất đai, nhà xưởng, hàng hóa, máy móc,... thì mức phí từ 0,15% đến 0,2%/tháng. Qua đó cho thấy mức phí hiện nay tại CN là khá cao và chưa thực sự hấp dẫn khách hàng. Vậy nên có đến 22,5% khách

hàng đã không hài lòng về mức phí tại CN và 58,8% khách hàng đánh giá mức phí tại CN là bình thường, chưa hấp dẫn. Vì vậy để có thể phát triển hoạt động bảo lãnh, CN cần xây dựng một biểu phí bảo lãnh có thể cạnh tranh với các NHTM khác, thu hút khách hàng đến với ngân hàng nhưng vẫn đảm bảo bù đắp chi phí và mức độ rủi ro trong bảo lãnh.

Bên cạnh đó, CN cũng nên xác định mức phí cho từng đối tượng cụ thể:

+ Với khách hàng truyền thống, có uy tín CN nên áp dụng mức phí thấp nhất có thể, giảm tỷ lệ ký quỹ nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng.

+ Với những khách hàng không có quan hệ thường xuyên với CN thì có thể áp dụng mức giá ưu đãi hơn so với mức tương đương ở các ngân hàng khác cùng địa bàn.

+ Với những khách hàng mới có quan hệ với CN, chưa có uy tín, mức phí áp dụng cho nhóm khách hàng này cao hơn hai nhóm trên nhưng nên thấp hơn mức tương đương ở các ngân hàng khác cùng địa bàn. Tuy nhiên đối với những khách hàng được đánh giá là tiềm năng thì CN có thể áp dụng mức phí bằng với phí áp dụng cho nhóm thứ hai ở trên.

3.2.1.5. Chính sách khuyến khích tương, tăng cường thông tin đến khách hàng

Bản chất của dịch vụ bảo lãnh là ngân hàng sử dụng uy tín của mình để đứng ra bảo đảm cho các giao dịch. Do vậy CN cần tạo dựng một hình ảnh nổi bật trên thương trường, tạo dựng niềm tin trong khách hàng. Đội ngũ cán bộ là điểm mấu chốt trong chính sách giao tiếp với khách hàng. Trình độ chuyên môn, thái độ niềm nở, phong cách phục vụ nhiệt tình của cán bộ ngân hàng là phương pháp tuyên truyền, quảng cáo hiệu quả về hình ảnh của ngân hàng. Bên cạnh đó, việc tuyên truyền quảng cáo về dịch vụ bảo lãnh trên các báo, tạp chí, phương tiện thông tin đại chúng là cần thiết nhằm thu hút sự chú ý của khách hàng khi họ phát sinh nhu cầu liên quan. Cụ thể, CN có thể thực hiện các biện pháp sau:

- Đầu tư vào trang web của ngân hàng, đa dạng hóa hơn nữa nội dung và hình thức của nó, cung cấp các thông tin về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng lên website để khách hàng dễ dàng tiếp cận, tìm hiểu thông tin của sản phẩm trên

website. Đây là kênh kết nối hiệu quả của ngân hàng với khách hàng vì khi công nghệ phát triển nhanh và mạnh như ngày nay thì việc giao dịch trực tuyến như vậy sẽ tạo thuận tiện cho cả ngân hàng và khách hàng.

- Với những khách hàng tìm đến sản phẩm bảo lãnh tại ngân hàng, cán bộ nghiệp vụ cần giới thiệu, tư vấn về các hình thức và khả năng cung ứng dịch vụ bảo lãnh của ngân hàng cho khách hàng lựa chọn, thường xuyên hỗ trợ tư vấn để khách hàng thực hiện đúng quy định đồng thời giúp khách hàng giải quyết, tháo gỡ khó khăn, vướng mắc. Thông qua các buổi tọa đàm và các buổi làm việc với khách hàng, cán bộ cần thu thập ý kiến khách hàng về ưu nhược điểm trong quá trình cung cấp dịch vụ, những thắc mắc, những nhận xét cả những lời khen và chê, từ đó hiểu rõ hơn về nhu cầu khách hàng để hoàn thiện sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng. Công tác này hiện nay hầu như chưa được CN quan tâm đúng mức.

- Ngoài ra, CN có thể đặt thêm các loại báo chí, sổ tay về hoạt động bảo lãnh, các quy định liên quan đến hoạt động bảo lãnh của NHNN tại phòng khách – nơi khách hàng ngồi chờ đợi để tới lượt giao dịch. Trong thời gian chờ đợi, khách hàng có thể xem thông tin trên các cuốn sổ tay để hiểu sâu hơn, tạo tâm lý thoải mái, sẵn sàng chờ giao dịch của khách hàng trong thời gian ngân hàng có quá nhiều khách hàng và cán bộ nhân viên sẽ giảm thiểu được thời gian giải thích cho khách hàng.

- Phát hành tập san theo từng quý trong đó có thông tin về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng, các hoạt động của ngân hàng và gửi tặng cho khách hàng để họ theo dõi, biết thêm thông tin về các sản phẩm của ngân hàng. Tạo cho khách hàng thói quen tìm hiểu các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, như thế sẽ giúp khách hàng trong việc tìm hiểu đặc điểm của sản phẩm, dịch vụ. Khi khách hàng có nhu cầu sử dụng thì ngân hàng cũng đỡ tốn thời gian hơn trong việc tư vấn lại từ đầu về các sản phẩm dịch vụ này.

Đây mạnh hoạt động marketing là giải pháp rất cần thiết để phát triển hoạt động bảo lãnh tại ngân hàng. Đây không phải là một giải pháp khó khăn để thực hiện, chỉ cần CN ý thức được tầm quan trọng của vấn đề và tích cực thực hiện thì sẽ

nhanh chóng phát triển không chỉ bảo lãnh mà phát triển tất cả các nghiệp vụ nói chung.

3.2.2. Giải pháp nhằm hạn chế rủi ro trong hoạt động bảo lãnh

3.2.2.1. Hoàn thiện quy trình, thủ tục bảo lãnh

Quy trình bảo lãnh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội(SHB) có hiệu lực từ ngày 09/05/2008 theo quyết định số 175A/QĐ-TGD, đến nay đã được gần 4 năm. Quy trình bảo lãnh của SHB là văn bản quy định các bước xử lý nghiệp vụ bắt buộc được tổ chức thực hiện đối với cán bộ lãnh đạo và cán bộ nghiệp vụ, quan hệ tác nghiệp giữa các đơn vị trong quá trình bảo lãnh của SHB.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế nói chung và hệ thống ngân hàng nói riêng, CN cần phải hoàn thiện và cải tiến quy trình bảo lãnh theo hướng đơn giản hoá các thủ tục bảo lãnh, rút ngắn thời gian xét duyệt, đặc biệt là đối với các khách hàng truyền thống để tránh gây phiền hà cho khách hàng, nhưng vẫn phải đảm bảo đúng quy trình nghiệp vụ và đúng pháp luật, đảm bảo an toàn cho ngân hàng. Để đạt tới điều này cần lưu ý một số điểm sau:

* Công việc đầu tiên không thể bỏ qua trong quy trình là tìm kiếm và tư vấn hướng dẫn khách hàng thực hiện đúng các yêu cầu bảo lãnh. Điều này thể hiện tính chủ động của ngân hàng khác với trước đây nghiệp vụ bảo lãnh bắt đầu khi khách hàng đến xin bảo lãnh. Hơn nữa việc tư vấn giúp khách hàng đáp ứng yêu cầu giảm bớt thời gian và công sức đi lại. Khâu này còn nằm trong chính sách marketing về tìm kiếm và chọn lựa khách hàng mới cho bảo lãnh.

* CN cần chú ý tới việc nâng cao công tác thẩm định khách hàng trong quá trình thẩm định tư cách pháp nhân, khả năng tài chính, hiệu quả sản xuất kinh doanh... nhằm hạn chế rủi ro, nâng cao chất lượng bảo lãnh. Thông qua thẩm định dự án, các cán bộ tín dụng có thể tư vấn thêm cho khách hàng về các vấn đề tài chính để nâng cao chất lượng công trình nhằm hạn chế rủi ro. Đồng thời qua đó cho thấy trách nhiệm của ngân hàng với cả bên được bảo lãnh và bên yêu cầu bảo lãnh, do vậy nâng cao uy tín ngân hàng.

Nhưng thời gian và chi phí cho thẩm định là không nhỏ. Do vậy ngân hàng có thể kết hợp thông tin về doanh nghiệp qua các hoạt động khác như tín dụng, thanh toán... Và cụ thể hơn về các giải pháp nhằm nâng cao công tác thẩm định như thế nào sẽ được đề cập cụ thể hơn ở giải pháp tiếp theo.

* Trong khâu xét duyệt bảo lãnh cần thực hiện quy trình gọn nhẹ hơn để đảm bảo thuận tiện cho khách hàng. Vấn đề ở chỗ trước khi phát hành thư bảo lãnh ngân hàng phải đảm bảo khách hàng có đủ tiền trong tài khoản để ký quỹ mà qua khâu kế toán kiểm tra thì khách hàng phải đợi lâu. Nên chăng các cán bộ tín dụng đảm nhiệm cả nhiệm vụ kiểm tra này. Trong khi kiểm tra, thẩm định các cán bộ tín dụng nắm thông tin về khách hàng qua phòng kế toán để trình Giám đốc ký thư, sau đó mới qua khâu kế toán đối chiếu hạch toán. Để thực hiện được điều này cần có sự trợ giúp của hệ thống mạng thông tin nội bộ giữa các phòng trong ngân hàng. Áp dụng mạng này vào bảo lãnh giúp cán bộ tín dụng có thể cập nhật thường xuyên tình hình của khách hàng trước khi phát hành thư bảo lãnh.

* Khi phát hành thư bảo lãnh, ngân hàng chỉ phát hành một bản chính duy nhất. Trong thư phải ghi rõ thời gian có hiệu lực vì nếu không nghĩa vụ bảo lãnh của ngân hàng sẽ kéo dài vô tận. Giá trị thời hạn bảo lãnh phải ghi thống nhất trong thư bảo lãnh, hợp đồng bảo lãnh và đơn xin bảo lãnh của đơn vị. Vì thư bảo lãnh ghi không đúng mẫu sẽ có thể thiếu những điều khoản nghĩa vụ của ngân hàng hoặc những điều khoản ngân hàng không thể kiểm soát được.

* CN cần làm tốt việc theo dõi, đôn đốc việc thực hiện của hợp đồng liên quan đến bảo lãnh của doanh nghiệp được bảo lãnh. Các hợp đồng, nhất là hợp đồng thi công hoặc vay vốn dài hạn, việc đôn đốc này sẽ làm giảm rủi ro tiềm ẩn. Các cán bộ ngân hàng phải tới các nơi công trình thi công để giám sát đôn đốc thực hiện tiến độ hợp đồng. Nhưng giải pháp này khó thực hiện với các công trình ở rất xa địa bàn của CN. Khi đó, trong hợp đồng ký kết ngân hàng có thể uỷ quyền giám sát thi công cho chi nhánh SHB trên địa bàn công trình đang thi công nhờ nắm và thông báo thông tin cho ngân hàng.

Với các món bảo đảm bằng tài sản thế chấp, CN cần thường xuyên theo dõi bảo quản tài sản này. Đặc biệt CN phải tính tới khấu hao của tài sản thế chấp với các món bảo lãnh dài hạn. Nếu không sau một thời gian nếu rủi ro xảy ra ngân hàng phát mại tài sản này sẽ không thu được giá trị như ban đầu ước tính.

Việc đánh giá, tổng kết, đúc rút ra kinh nghiệm cần được coi trọng đặc biệt sau khi hoàn tất một món bảo lãnh từ đó tìm ra những giải pháp hoàn thiện cho các món bảo lãnh tiếp theo. Việc hoàn thiện quy trình bảo lãnh là điều kiện để phát triển dịch vụ bảo lãnh, tránh tình trạng lợi dụng những sơ hở trong quản lý để chiếm đoạt, lừa đảo tài sản của ngân hàng; đồng thời góp phần nâng cao trình độ nghiệp vụ và xây dựng tác phong chuyên nghiệp cho đội ngũ cán bộ ngân hàng.

3.2.2.2. Nâng cao chất lượng công tác thẩm định khách hàng

Bảo lãnh là một hình thức nghiệp vụ tín dụng nhưng quan hệ vay mượn chỉ thực sự xảy ra khi ngân hàng buộc phải thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh đã cam kết. Khi khách hàng của ngân hàng vi phạm hợp đồng với bên nhận bảo lãnh, ngân hàng sẽ đứng ra trả thay khoản tiền bồi thường. Lúc này món bảo lãnh sẽ trở thành một khoản nợ quá hạn và rủi ro không thu hồi được nợ là không nhỏ.

Tuy hiện nay tại CN chưa xảy ra rủi ro trong hoạt động bảo lãnh, song hoạt động này vẫn tiềm ẩn nguy cơ xảy ra rủi ro trong tương lai, đây là việc không thể lường trước được. Đồng thời với định hướng “tăng trưởng phải trên cơ sở nâng cao chất lượng để tiến tới phát triển bền vững” thì việc nâng cao chất lượng công tác thẩm định tại ngân hàng phải được thực hiện song song với những giải pháp có tính chất tăng trưởng, mở rộng hoạt động bảo lãnh. Tuy nhiên hiện nay công tác thẩm định chưa được chú ý đúng mức.

Thẩm định tốt chính là nền tảng cơ bản để ngân hàng có sự an toàn trong kinh doanh và giảm thiểu rủi ro. Chính vì vậy, để có được một quyết định bảo lãnh đúng đắn, cán bộ nghiệp vụ tín dụng phải tuân thủ quy trình và nội dung thẩm định theo đúng cơ chế tín dụng hiện hành của ngân hàng. Để nâng cao công tác thẩm định, CN có thể thực hiện các biện pháp sau:

Quá trình thực hiện thẩm định của CN thời gian qua vẫn còn tồn tại một số vướng mắc, nhất là trong khâu thu thập thông tin về khách hàng. Ví thể, khi tiến hành công tác này, để khắc phục tình trạng thông tin không cân xứng, CN nên sử dụng những nguồn thông tin đa chiều không những từ phía doanh nghiệp cung cấp, mà còn có thể lấy thông tin từ phòng vấn trực tiếp khách hàng (thăm quan nhà xưởng, văn phòng, nói chuyện với giám đốc và người lao động...), tìm kiếm thông tin qua các trung gian (qua các cơ quan quản lý, qua các bạn hàng chủ nợ khác của khách hàng, các phương tiện thông tin đại chúng...), trung tâm ICC... nhằm xác định tính chính xác, độ trung thực của mỗi thông tin.

Công tác thẩm định khách hàng ảnh hưởng rất lớn tới mức độ an toàn trong hoạt động bảo lãnh. Vì vậy, CN phải thực hiện quy trình thẩm định một cách chặt chẽ, nghiêm túc. Đồng thời phải xây dựng các chỉ tiêu phân tích và chấm điểm khách hàng một cách chi tiết, cụ thể để áp dụng trong toàn hệ thống. Đối với các khách hàng có quan hệ lâu dài, truyền thống với CN thì có thể giảm đi một số các thủ tục rườm rà gây phiền hà cho khách hàng, nhưng vẫn phải đảm bảo đúng quy trình nghiệp vụ. Đối với những khoản bảo lãnh yêu cầu ký quỹ 100% thì có thể bỏ qua công tác thẩm định năng lực tài chính của khách hàng vì rủi ro xảy ra với CN là rất hiếm.

Một thực tế thường thấy đó là khách hàng thường chỉ muốn ký quỹ với một tỷ lệ thấp nhằm tránh bị ứ đọng vốn tại ngân hàng, phần còn lại thì sử dụng tài sản đảm bảo để thế chấp, cầm cố. Vì vậy, cán bộ tín dụng phải tính toán được chính xác mức độ hao mòn của tài sản dựa trên phương pháp tính hao mòn tại doanh nghiệp đó, đồng thời kết hợp với kinh nghiệm của bản thân. Ngoài ra, các cán bộ tín dụng cần tính đến cả hao mòn vô hình bằng cách đánh giá tình hình thị trường về loại tài sản đó, mức độ lên xuống của giá cả. Nếu tổng giá trị tài sản thế chấp không bằng 70% giá trị bảo lãnh thì phải yêu cầu khách hàng đảm bảo thêm tài sản hoặc thực hiện thêm hình thức đảm bảo khác như ký quỹ.

Hiện nay, CN rất ít khi coi trọng vấn đề thẩm định khả năng quản lý điều hành của chủ doanh nghiệp. Thực ra, chủ doanh nghiệp có ảnh hưởng rất lớn tới

các quyết định kinh doanh và hiệu quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp đó. Do vậy, để ngăn ngừa và hạn chế rủi ro, CN cần đánh giá toàn diện năng lực lãnh đạo, năng lực tổ chức, năng lực chuyên môn và uy tín của chủ doanh nghiệp.

Với công tác thẩm định tính hiệu quả của phương án sản xuất kinh doanh, cán bộ nghiệp vụ cần tránh tình trạng thẩm định mang tính chủ quan kinh nghiệm. Mỗi hợp đồng kinh tế, mỗi dự án lại thuộc rất nhiều loại hình doanh nghiệp khác nhau và chế độ hạch toán kế toán nước ta còn chưa đồng bộ, chưa chặt chẽ nên CN cũng cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu phân tích đánh giá tính hiệu quả của phương án sản xuất kinh doanh trong thực hiện hợp đồng hay dự án. Vì đây là khâu quan trọng góp phần không nhỏ ra quyết định bảo lãnh nên cán bộ thẩm định phải thực sự có năng lực, có kinh nghiệm, đánh giá phương án không những trên phương diện kỹ thuật, tài chính mà còn trên phương diện lợi ích xã hội. Có như vậy, cán bộ mới có thể đưa ra những quyết định phù hợp với bảo lãnh như giá trị bảo lãnh, phí bảo lãnh... Đồng thời, cán bộ cũng nên tư vấn cho khách hàng để nâng cao chất lượng dự án.

Ngoài những kinh nghiệm làm việc của bản thân, cán bộ tín dụng khi tiến hành thẩm định cũng nên phối hợp đồng bộ với các bộ phận liên quan hoặc các cơ quan chuyên môn, cơ quan có thẩm quyền để nâng cao chất lượng và tính pháp lý của quá trình thẩm định. Đối với những dự án vượt quá khả năng và phạm vi của CN thì cần phải có sự phối hợp chặt chẽ của cơ quan có liên quan để cùng tiến hành thẩm định. CN cũng nên cho phép luân chuyển hồ sơ giữa các cán bộ trước khi trình lên giám đốc để kiểm tra lại một cách khách quan. Đôi khi nhận xét chủ quan của một cá nhân chưa chắc đã giúp các cán bộ lãnh đạo ra được quyết định đúng đắn nhưng những ý kiến đóng góp từ các cá nhân sẽ giúp hoàn thiện quá trình thẩm định một cách có hiệu quả nhất.

Chỉ có như vậy, CN mới có thể ngày càng nâng cao chất lượng công tác thẩm định, đảm bảo phương châm an toàn và hiệu quả trong hoạt động bảo lãnh.

3.2.2.3. Linh hoạt các hình thức đảm bảo cho hợp đồng bảo lãnh

Tài sản đảm bảo là điều kiện cần thiết để ngân hàng chấp nhận bất kỳ một khoản bảo lãnh nào. Vì vậy, các quy định về tài sản đảm bảo hợp lý, rõ ràng sẽ không gây thiệt thòi cho khách hàng mà vẫn đảm bảo an toàn trong hoạt động của ngân hàng, góp phần giảm bớt tổn thất cho ngân hàng khi rủi ro xảy ra. Các hình thức bảo đảm cho khoản bảo lãnh thường gồm ký quỹ, cầm cố tài sản, thế chấp tài sản, bảo lãnh bằng tài sản của bên thứ ba.

Với hình thức ký quỹ, đây vừa là nguồn ngân hàng có thể dùng thanh toán trong trường hợp phải thực hiện nghĩa vụ thay cho khách hàng nhưng cũng là một trong những nhân tố quan trọng để thu hút khách hàng. Khách hàng thường có xu hướng xin ký quỹ với mức tỷ lệ thấp nhất, để tránh bị ứ đọng vốn tại ngân hàng và ngân hàng thường quy định một tỷ lệ ký quỹ đảm bảo tránh được rủi ro. Vì vậy, CN nên áp dụng các mức ký quỹ linh hoạt đối với từng đối tượng khách hàng, từng khoản bảo lãnh nhằm vừa đảm bảo an toàn vừa thu hút ngày càng nhiều khách hàng tốt. Đặc biệt, đối với khách hàng tiềm năng, khách hàng truyền thống CN nên giảm mức ký quỹ.

Hình thức cầm cố, thế chấp tài sản cũng là một trong những hình thức bảo đảm phổ biến. Đối với những tài sản đảm bảo là bất động sản hoặc nhà đất, việc xác định chính xác giá trị tài sản đảm bảo của khách hàng thường gặp rất nhiều khó khăn. Để định giá đúng giá trị tài sản đảm bảo của khách hàng cũng như giảm thời gian cấp bảo lãnh, CN có thể thực hiện một số giải pháp sau:

- Thu thập thông tin đa chiều, cập nhật thông tin một cách thường xuyên nhất, chính xác phục vụ cho việc định giá và xử lý tài sản đảm bảo.
- Định kỳ đánh giá lại tài sản và trích khấu hao và yêu cầu doanh nghiệp nộp đủ tài sản thế chấp.
- Mạnh dạn nhận tài sản thế chấp, cầm cố bằng vàng, bạc, đá quý, ngoại tệ, hay những hàng hoá có giá trị.

- CN nên xây dựng kho chứa hàng cầm cố để mở rộng tài sản thế chấp cầm cố và để tạo điều kiện cho cán bộ trong việc kiểm tra và giám sát tài sản thế chấp, cầm cố tránh rủi ro.

- CN có thể thành lập một bộ phận chuyên trách cho việc xử lý tài sản đảm bảo, gồm những người có kinh nghiệm, đánh giá được chất lượng cũng như những hao mòn vô hình, hao mòn hữu hình của tài sản đảm bảo.

- Tìm kiếm thị trường tiêu thụ cho tài sản đảm bảo để dễ dàng phát mại tài sản đó khi cần thiết.

- Chấp hành nghiêm túc các quy định về giao dịch bảo đảm, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan chức năng về những vấn đề liên quan đến giao dịch bảo đảm... để hạn chế được những tổn thất có thể xảy ra.

Ngoài ra, CN cần linh hoạt trong việc áp dụng hình thức tín chấp trong hợp đồng bảo lãnh. Chẳng hạn, đối với các loại bảo lãnh có mức độ rủi ro thấp như bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh tạm ứng... nếu khách hàng ký quỹ dưới 100% thì CN có thể linh hoạt cho khách hàng đảm bảo cho hợp đồng bảo lãnh dưới hình thức tín chấp. Như thế, khách hàng có điều kiện để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh mà không bị ứ đọng vốn do ký quỹ nhiều hoặc sẽ tốt hơn là khách hàng thấy rằng phải có tài sản thế chấp hay cầm cố thì sẽ không tham gia hợp đồng bảo lãnh nữa. Với việc thực hiện hình thức tín chấp này CN cũng sẽ thu được một mức phí cao hơn.

3.2.3. Nhóm giải pháp khác

3.2.3.1. Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng

Cơ sở hạ tầng, trang thiết bị máy móc hiện đại ảnh hưởng một phần tâm lý, sự tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng. Nhất là những khách hàng mới, điều đầu tiên mà khách hàng thấy đó chính là cơ sở hạ tầng. Thông qua đó khách hàng sẽ nhận xét về quy mô của ngân hàng. Vì vậy mà CN cũng cần phải có sự đầu tư thích đáng để nâng cấp, cải tạo lại nơi làm việc, trang thiết bị. Đặc biệt là trong thời đại bùng nổ công nghệ thông tin như hiện nay thì nếu bị lạc hậu so với các ngân hàng khác thì CN sẽ không đủ sức để cạnh tranh được trên thị trường.

Vì vậy, việc đầu tư ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại trong thời kỳ hội nhập hiện nay không những sẽ giúp ngân hàng quản lý nội bộ, trao đổi thông tin và giao dịch với khách hàng một cách có hiệu quả, nhanh chóng, dễ dàng triển khai các loại hình dịch vụ phức tạp mà còn tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường. Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào dịch vụ bảo lãnh sẽ góp phần giảm thiểu rủi ro, nâng cao chất lượng dịch vụ bảo lãnh của ngân hàng; đồng thời góp phần mở rộng việc cung cấp các loại hình bảo lãnh hiện đại, tạo uy tín với khách hàng và ngày càng thu hút nhiều khách hàng tham gia bảo lãnh.

Ý thức được tầm quan trọng của công nghệ ngân hàng, vào tháng 06/2009, SHB đã triển khai chạy thử thành công hệ thống ngân hàng lõi COREBANKING, đây là một sản phẩm mang lại nhiều tiện ích nổi trội và được nhiều NHTM lớn áp dụng. Tuy nhiên, mỗi ngân hàng đều có cấu trúc hoạt động và chính sách hoạt động khác nhau nên hệ thống công nghệ này cần phải được điều chỉnh cho phù hợp với quy trình nghiệp vụ của SHB nói chung và hoạt động bảo lãnh nói riêng.

Để từng bước tiến tới hiện đại hoá thông tin và trang thiết bị thì ngân hàng có thể thực hiện một số giải pháp như:

- Trang bị đầy đủ các thiết bị cần thiết, chú trọng tới yếu tố đồng bộ và kịp thời trong đầu tư công nghệ. Cần chú trọng công tác bảo dưỡng và nâng cấp thường xuyên hệ thống COREBANKING, tạo cơ chế nhằm khai thác hiệu quả công nghệ để có thể luôn đáp ứng được quy mô hoạt động ngày càng gia tăng của ngân hàng và có thể ứng dụng công nghệ tạo ra các sản phẩm dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, trong đó có dịch vụ bảo lãnh.

- Xây dựng mối quan hệ thường xuyên với một số công ty, tổ chức tin học chuyên nghiệp có uy tín để tận dụng sự tư vấn, hỗ trợ trong quá trình ứng dụng công nghệ vào lĩnh vực bảo lãnh.

- Đảm bảo yêu cầu về cơ sở vật chất, con người để có thể tiếp nhận các chương trình phần mềm ứng dụng tiên tiến nhằm đa dạng hoá các loại hình bảo lãnh, đáp ứng được yêu cầu đa dạng của mọi đối tượng khách hàng.

- Thực hiện nối mạng giao dịch với khách hàng, trước mắt là các khách hàng lớn nhằm đáp ứng một cách nhanh chóng các nhu cầu của khách hàng, thông tin về tài chính. Phát triển các chương trình ứng dụng khai thác và xử lý thông tin khách hàng, ứng dụng quản lý các sản phẩm dịch vụ bảo lãnh trên hệ thống COREBANKING.

- Ngoài ra CN cũng luôn phải chú trọng đến khâu bảo mật, bảo vệ tài sản của khách hàng cũng như nguồn vốn của ngân hàng, giúp khách hàng yên tâm và tin tưởng vào hệ thống cung ứng dịch vụ của CN.

3.2.3.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Con người là nhân tố quan trọng nhất tác động đến mọi hoạt động của ngân hàng. Cụ thể, con người ở đây là các cán bộ ngân hàng tham gia trực tiếp vào quá trình cung cấp dịch vụ, giải quyết tất cả các vấn đề liên quan đến ngân hàng. Chính vì vậy, năng lực nghiệp vụ, trình độ hiểu biết, thái độ phục vụ và tác phong làm việc của cán bộ ngân hàng sẽ là điều kiện để ngân hàng tăng sức cạnh tranh trên thị trường. Chất lượng của đội ngũ cán bộ sẽ giúp khách hàng thấy thuận tiện và tin tưởng khi sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Tuy nhiên, hiện nay đội ngũ cán bộ bảo lãnh của CN chủ yếu còn trẻ, thiếu kinh nghiệm và chưa thực sự gắn bó lâu dài với ngân hàng. Do đó, CN cần phải nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ cả về trình độ nghiệp vụ và phẩm chất đạo đức để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng và giảm thiểu rủi ro trong quá trình bảo lãnh, đem lại lợi nhuận cao cho ngân hàng. Để đạt được điều đó, CN cần có những giải pháp cụ thể trong từng công tác như sau:

** Thứ nhất: nâng cao trình độ nghiệp vụ*

+ Đối với các cán bộ trẻ mới vào CN nên được huấn luyện một cách liên tục, tập trung trong khoảng thời gian ngắn từ 2-3 tuần, và được các cán bộ có kinh nghiệm chỉ bảo hướng dẫn để giúp họ dễ hiểu, không bị bỡ ngỡ khi gặp những tình huống thực tế.

+ Đào tạo bài bản và có hệ thống các vấn đề cơ bản cho cán bộ đặc biệt là nhân viên mới để cán bộ hiểu đúng bản chất, vai trò và tính chất rủi ro của bảo

lãnh. CN nên tiến hành đào tạo chuyên sâu cho cán bộ nghiệp vụ, khuyến khích các cán bộ tiếp tục nâng cao bậc học trong ngành nghề đồng thời cam kết hoàn trả học phí sau khi kết thúc khoá học và có bằng hoặc chứng chỉ. Việc đào tạo cần tập trung theo trọng điểm một cách toàn diện để tránh đào tạo tràn lan, lãng phí. Phương thức đào tạo có thể là mở lớp học ngay tại Ngân hàng hoặc cử cán bộ đi học bên ngoài hoặc tổ chức phong trào thi đua, các buổi thảo luận hoặc hội thảo trong ngân hàng và giữa các ngân hàng bạn để cán bộ trao đổi thông tin với nhau và rút kinh nghiệm cho bản thân.

+ CN cần chú trọng tới việc nâng cao trình độ ngoại ngữ, tin học cho các cán bộ tín dụng. Bởi vì, với những món bảo lãnh mà có liên quan đến phía nước ngoài như bảo lãnh vay vốn nước ngoài, bảo lãnh thanh toán...thì việc am hiểu và nắm rõ các điều khoản ghi bằng ngoại ngữ trên hợp đồng là rất quan trọng. Để từ đó đưa ra các điều khoản khi ký kết hợp đồng bảo lãnh và phát hành thư bảo lãnh phải chính xác. Nếu không việc tranh chấp là khó tránh khỏi khi có vi phạm xảy ra. Bên cạnh đó, một vấn đề nữa đặt ra với các cán bộ tín dụng là phải nắm rõ và thường xuyên cập nhật các thông tin về luật, quy tắc và thông lệ trong giao dịch bảo lãnh.

** Thứ hai: đào tạo kỹ năng giao tiếp cho nhân viên*

Nhân viên giao dịch là những người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, là bộ mặt của ngân hàng, chỉ cần một cử chỉ thiếu nhã nhặn hay thái độ làm việc thiếu nghiêm túc cũng sẽ tạo ấn tượng xấu cho SHB. Việc nhân viên giao dịch phải luôn mỉm cười, nhiệt tình, có khả năng giao tiếp tốt, tư vấn sản phẩm phù hợp với nhu cầu khách hàng... là những yếu tố không thể thiếu đối với bất kỳ một nhân viên nào. Vì vậy, trong công tác đào tạo nguồn nhân lực, CN phải thường xuyên đào tạo nhận thức về công tác khách hàng đối với toàn thể cán bộ CN, có chính sách tuyển chọn công khai, rõ ràng những cán bộ có năng lực chuyên môn, phẩm chất đạo đức, tận tâm với khách hàng và có khả năng giao tiếp tốt; có chính sách phân phối thu nhập hợp lý, phù hợp với hiệu quả công việc, thỏa mãn nhu cầu chính đáng của nhân viên. CN nên bố trí những nhân viên có năng lực tốt phục vụ những khách

hàng lớn, thường xuyên tổ chức những lớp nghiệp vụ gắn với chuyên môn, bổ sung lý luận và kinh nghiệm nghề nghiệp cho nhân viên.

** Thứ ba: luôn tạo niềm tin đối với nhân viên*

Niềm tin của nhân viên đối với ngân hàng là một điều quan trọng, đảm bảo cho nhân viên an tâm về công việc, để có thể gắn bó lâu dài, cống hiến sức mình cho công việc, như vậy sẽ tạo ra sức mạnh cho ngân hàng, góp phần mang lại những kết quả kinh doanh tốt đẹp. Để làm được điều này CN cần có những chính sách khen thưởng và kỷ luật rõ ràng, đúng người và đúng lúc để tạo khích lệ trong công việc. Những người có nhiều đóng góp phải được khen thưởng xứng đáng, còn những người vi phạm kỷ luật, gây thiệt hại cho ngân hàng thì phải có hình thức kỷ luật thích đáng.

Phát triển nguồn nhân lực là một quá trình thường xuyên và lâu dài xuyên suốt trong quá trình hoạt động của CN. Vì vậy, giải pháp phát triển nguồn nhân lực tại CN không chỉ là giải pháp trước mắt mà là một giải pháp lâu dài đòi hỏi sự quan tâm rất lớn của ban lãnh đạo ngân hàng cùng với sự nỗ lực đoàn kết của toàn thể cán bộ nhân viên SHB

3.2.3.3. Nâng cao vị thế và uy tín của Chi nhánh trên địa bàn

Thương hiệu không phải là tài sản hữu hình của doanh nghiệp nhưng đó là tài sản vô giá mà một doanh nghiệp phải mất nhiều công sức để gây dựng nên. Trong môi trường kinh doanh ngày nay thì một doanh nghiệp có thương hiệu nổi tiếng sẽ gây sự chú ý của khách hàng, thu hút khách hàng đến với doanh nghiệp mình. Đối với các NHTM cũng không phải là ngoại lệ bởi đây là một trong những tài sản vô hình có giá trị vô cùng lớn, lớn hơn bất cứ tài sản nào khác trong ngân hàng. Vì vậy việc xây dựng thương hiệu để nâng cao vị thế và uy tín của CN là rất cần thiết và phải thực hiện ngay từ bây giờ bởi cần phải mất một thời gian dài mới có thể đạt được. Sau đây là một số giải pháp CN có thể áp dụng:

- Đầu tư hệ thống marketing vào ngân hàng để tiến hành nghiên cứu nhu cầu thị trường, hiểu rõ nhu cầu khách hàng hiện tại và tương lai họ mong muốn cái gì, để vạch ra các chiến lược ngắn và dài hạn để có thể tiếp cận khách hàng. CN có thể

thành lập một phòng marketing chuyên phụ trách công việc nghiên cứu, phát triển thương hiệu, quảng bá hình ảnh cho ngân hàng.

- CN nên tích cực hơn nữa trong việc tham gia các hoạt động mang tính chất xã hội để thể hiện sự gắn kết cộng đồng như: tài trợ, tặng quà cho các trẻ em làng SOS Đà Nẵng, xây dựng nhà tình thương cho những phụ nữ nghèo nuôi con một mình, tài trợ cho cuộc thi bắn pháo hoa sắp tới... để có thể quảng bá thương hiệu SHB đến với mọi người.

Trên đây là một số giải pháp chính để hoàn thiện và phát triển hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng. Bên cạnh sự nỗ lực, cố gắng của bản thân CN, nếu được sự giúp đỡ của Hội sở chính, NHNN và các cấp các ngành có liên quan thì chắc chắn CN sẽ thực hiện được thành công kế hoạch của mình đối với việc phát triển hoạt động bảo lãnh.

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Kiến nghị đối với Chính phủ

Trong hoạt động bảo lãnh của các ngân hàng, các TCTD Việt Nam mới chỉ được điều chỉnh chủ yếu bởi các văn bản pháp quy và các văn bản dưới luật của NHNN và các ngành có liên quan. Điều đó đã làm xuất hiện tình trạng nhiều khía cạnh của nghiệp vụ bảo lãnh không được quy định một cách đầy đủ. Mặt khác, hàng loạt các vấn đề phức tạp của nghiệp vụ bảo lãnh cũng không được các văn bản pháp quy hướng dẫn như: vấn đề tư cách chủ thể bảo lãnh của bên thứ ba, giải quyết khi tranh chấp, các mẫu biểu của bảo lãnh chưa thống nhất... Mặc dù các văn bản, qui định thường xuyên sửa đổi song vẫn bộc lộ những điểm bất hợp lý và đôi khi là quá chặt chẽ. Do đó, khi thực hiện các văn bản này, các ngân hàng đã gặp phải không ít những khó khăn. Chính vì vậy, nhà nước cần sớm tạo hành lang pháp lý đầy đủ đồng bộ, thuận lợi cho hoạt động bảo lãnh phát triển. Cụ thể cần sớm ban hành luật bảo lãnh, thế chấp, cầm cố tài sản...

Ngoài ra, bảo lãnh còn liên quan tới việc thực hiện luật pháp, quy định trong một số ngành khác. Việc tháo gỡ khó khăn phải được sự giúp đỡ của các ngành này. Cụ thể như sau:

- Trong thủ tục công chứng: Bộ tư pháp có trách nhiệm hướng dẫn về các mẫu giấy tờ để công chứng thì đến nay vẫn chưa có mẫu về cầm cố, thế chấp bảo lãnh. Trong khi đó, theo hướng dẫn của ngân hàng thì phòng công chứng không xác nhận. Hơn nữa, mức lệ phí công chứng 0,2% trên số tiền công chứng là chưa hợp lý vì trong khi công chứng phải chịu trách nhiệm về rủi ro và những sai phạm trong hợp đồng thế chấp thì ngân hàng phải gánh chịu mọi rủi ro mà mức phí tối đa của ngân hàng là 2% trên số tiền bảo lãnh. Do vậy, Bộ tư pháp nên quy định mức lệ phí công chứng hợp lý và ban hành mẫu giấy tờ công chứng. Điều này sẽ làm giảm phiền toái cho doanh nghiệp và thuận tiện cho ngân hàng phát triển nghiệp vụ bảo lãnh.

- Về thế chấp tài sản: Hiện nay, Bộ tài chính đã chấp thuận cho các doanh nghiệp được sử dụng các tài sản thuộc sở hữu Nhà nước để thế chấp vay vốn ngân hàng. Nếu DNNN bị phá sản thì phần tài sản cũng được xử lý theo luật phá sản của DNNN hiện hành. Thế nhưng, việc thế chấp tài sản của các DNNN chỉ mang tính hình thức, thực tế ngân hàng không phát mại tài sản được vì Tổng cục quản lý vốn và tài sản không xác nhận “ chấp nhận cho các doanh nghiệp dùng tài sản này để thế chấp “ mà chỉ xác nhận “ tài sản này thuộc quyền quản lý và sử dụng “. Chính vì vậy, nếu rủi ro xảy ra, doanh nghiệp không trả được nợ thì ngân hàng cũng không thể thu hồi được nợ thông qua việc phát mại tài sản trên, dẫn đến ngân hàng phải gánh chịu mọi hậu quả. Trước tình hình đó các cơ quan hữu quan cần xem xét và giải quyết theo các hướng dẫn sau:

+ Tiếp tục duy trì chế độ thế chấp, cầm cố tài sản đối với DNNN nhưng trong đó Tổng cục quản lý vốn và tài sản của Nhà nước đồng ý cho phép ngân hàng có thể phát mại tài sản trên để thu hồi nợ. Nếu không các cơ quan này phải có trách nhiệm đền bù thay cho các doanh nghiệp.

+ Đơn giản hoá tối đa các thủ tục hành chính, pháp lý (các thủ tục hành chính để phát mại tài sản, giải quyết việc chuyển quyền sở hữu tài sản, quyền sử dụng đất cho người mua lại tài sản) tạo điều kiện cho tài sản được mua bán chuyển nhượng dễ dàng, nhanh chóng.

Bên cạnh đó, Nhà nước ta chú trọng phát triển nền kinh tế nhiều thành phần từ nhiều năm nay song trong chính sách với các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh tuy không còn bị phân biệt đối xử nhưng vẫn chưa thực sự được bình đẳng, đặc biệt trong lĩnh vực tín dụng, bảo lãnh. Vấn đề này Nhà nước nên tạo một sân chơi bình đẳng cho mọi thành phần kinh tế và nhanh chóng hoàn thành quá trình cổ phần hoá doanh nghiệp.

- Về môi trường kinh doanh: Tiếp tục xây dựng một cơ chế thị trường đồng bộ, hoàn chỉnh hệ thống tín dụng – tiền tệ và giá cả. Củng cố thị trường vốn và thị trường tài chính hiện có, đồng thời không ngừng đẩy mạnh hoạt động của thị trường chứng khoán. Hơn nữa, cải cách các chính sách kinh tế đối ngoại, thực hiện chính sách mở cửa và hợp tác kinh tế với nước ngoài. Khẩn trương thực hiện môi trường đầu tư trong nước và ngoài nước, sớm tiến tới thống nhất cơ chế và chế độ đầu tư trong nước và ngoài nước.

3.3.2. Kiến nghị đối với NHNN

- Về điều kiện được bảo lãnh.

NHNN quy định tổng dư nợ bảo lãnh tối đa cho một khách hàng không được vượt quá 15% vốn tự có của ngân hàng. Quy định này là chưa phù hợp vì cơ chế quy định mức dư nợ cho vay và mức bảo lãnh riêng đã làm hạn chế mức bảo lãnh của ngân hàng trong trường hợp khách hàng có nhu cầu bảo lãnh tại ngân hàng nhưng không vay vốn tại ngân hàng. Hướng xử lý trong thời gian tới cần quy định chung đối với tổng số dư bảo lãnh và tổng dư nợ cho vay của tổ chức tín dụng đối với một khách hàng không được vượt quá tỷ lệ so với vốn tự có của tổ chức tín dụng do Thống đốc Ngân hàng Nhà nước quy định.

- Về mức phí bảo lãnh.

Mức phí bảo lãnh tối đa hiện nay là 2% tăng hơn so với quy chế trước đây. Tuy nhiên, tại ngân hàng có những loại bảo lãnh mức phí này vẫn chưa chắc đã đủ để bù đắp chi phí và rủi ro có thể xảy ra cho ngân hàng. Mức độ rủi ro của nghiệp vụ bảo lãnh phụ thuộc vào nhiều yếu tố, mỗi loại bảo lãnh được đánh giá với mức rủi ro khác nhau. Do vậy trong trường hợp doanh nghiệp có nhu cầu thực hiện nhiều

loại bảo lãnh tại ngân hàng việc xác định mức độ rủi ro cho từng loại bảo lãnh để làm căn cứ xác định mức bảo lãnh là rất cần thiết. NHNN không nên quy định mức phí trần mà nên để ngân hàng tự thỏa thuận với khách hàng dựa trên loại bảo lãnh, đối tượng khách hàng, mức độ rủi ro... vì để cạnh tranh với nhau, các ngân hàng cũng không thể đặt mức phí quá cao vì sẽ không thu hút được khách hàng. Vì vậy, NHNN cần sớm ban hành quy định mới về mức phí bảo lãnh đó là chỉ quy định mức phí tối thiểu, việc quy định cụ thể cần giao quyền cho các NHTM để tạo quyền tự chủ cho các NHTM trong việc kinh doanh.

- Về điều kiện để các liên doanh được xem xét bảo lãnh:

Trong thực tế, để có thể tham gia dự thầu, đã có nhiều nhà thầu liên doanh với nhau và yêu cầu các ngân hàng xem xét cấp bảo lãnh. Tuy nhiên, trong quyết định số 26/2006/QĐ-NHNN của Thống đốc NHNN chưa có hướng dẫn loại hình bảo lãnh cho các liên doanh, điều kiện để các liên doanh được ngân hàng xem xét bảo lãnh, địa vị pháp lý của các liên doanh để xin ngân hàng bảo lãnh... Do đó rất khó cho ngân hàng trong việc đáp ứng nhu cầu này. Vì vậy, NHNN cần phải ban hành văn bản, quy chế hướng dẫn để các ngân hàng thực hiện.

Bên cạnh đó, NHNN cần thường xuyên tổ chức các cuộc thanh tra, kiểm tra việc thực hiện nghiệp vụ bảo lãnh tại các NHTM một cách trung thực và khách quan nhằm đánh giá đúng tình hình cũng như khả năng xảy ra rủi ro của các ngân hàng. Và để công tác thanh tra, kiểm tra đạt kết quả tốt, NHNN cần có một đội ngũ nhân viên giỏi, có năng lực, trình độ chuyên môn đảm bảo đánh giá chính xác và có chất lượng. Đồng thời NHNN cũng cần phải nghiên cứu và trả lời một cách chính xác, đầy đủ, kịp thời những vướng mắc, kiến nghị của NHTM. Có như vậy hoạt động bảo lãnh sẽ có điều kiện để phát triển hơn nữa nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu hiện nay của các doanh nghiệp cũng như các thành phần kinh tế khác.

3.3.3. Kiến nghị đối với SHB

Để hoạt động bảo lãnh tại các chi nhánh diễn ra một cách thuận lợi đem lại lợi nhuận cao cho ngân hàng. Thì SHB cần quan tâm tới những vấn đề sau:

- Xây dựng một quy trình nghiệp vụ cho hoạt động bảo lãnh tại các chi nhánh thống nhất cho cả hệ thống. Quy trình này vừa đảm bảo phù hợp với tình hình thực tế của các chi nhánh vừa mang tính linh hoạt nhằm phục vụ tốt hơn cho khách hàng và đem lại lợi nhuận cho ngân hàng.

- Thường xuyên thực hiện công tác cải cách và phát triển hệ thống trên nhiều lĩnh vực như: nhân lực, công nghệ, chính sách khách hàng.

- Đơn giản hoá các thủ tục nhằm tạo điều kiện cho khách hàng trong quá trình giao dịch với ngân hàng.

- Đầu tư cho công tác hiện đại hoá toàn bộ hệ thống, ứng dụng công nghệ hiện đại tạo điều kiện cho công tác truyền tin và cập nhật thông tin cần thiết.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trên cơ sở đưa ra những lý luận liên quan đến lĩnh vực nghiên cứu tại chương 1, phân tích thực trạng hoạt động bảo lãnh tại chương 2, chương 3 của luận văn đề xuất một số giải pháp và kiến nghị để phát triển hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng. Những giải pháp nêu trong luận văn sẽ có ý nghĩa thiết thực đối với Ngân hàng để mở rộng, phát triển hoạt động bảo lãnh của mình hiện nay và trong tương lai.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh của nền kinh tế thế giới, các quan hệ kinh tế đối ngoại nói chung và các quan hệ kinh tế nói riêng của nước ta đang ngày càng trở nên phong phú, hoạt động ngày càng đầy đủ hơn, khẳng định vị trí và vai trò của nước ta trong mối quan hệ với cộng đồng thế giới. Việc mở ra các quan hệ kinh tế ngày càng rộng rãi đòi hỏi phải mở rộng và hoàn thiện không ngừng các hoạt động bảo lãnh nhằm tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế thông suốt quá trình hoạt động kinh doanh. Tuy chỉ mới phát triển gần đây ở Việt Nam, nhưng bảo lãnh ngân hàng ngày càng đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế. Do đó, các nỗ lực phát triển hoạt động bảo lãnh là vô cùng cần thiết cho một nền kinh tế đang trên đà đi lên như nền kinh tế Việt Nam.

Trên cơ sở nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động bảo lãnh của NHTM, ta có thể thấy rõ hơn đặc điểm, chức năng, vai trò, các loại bảo lãnh chủ yếu và các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển hoạt động bảo lãnh. Qua tìm hiểu thực trạng hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng, ta đã thấy được những thành tựu mà CN đã đạt được cũng như tìm ra những hạn chế trong quá trình phát triển hoạt động bảo lãnh tại CN. Từ đó đã đề ra những giải pháp và kiến nghị để phát triển và hoàn thiện hoạt động bảo lãnh tại SHB Chi nhánh Đà Nẵng. Với những phát hiện trong đề tài, hoạt động bảo lãnh được mở ra những hướng nghiên cứu mới về các vấn đề như hệ thống văn bản pháp lý, các sản phẩm bảo lãnh, quy trình thẩm định hay các biện pháp quản lý rủi ro...

Mặc dù đề tài còn nhiều thiếu sót do những nguyên nhân nhất định, tuy nhiên tác giả hy vọng rằng với những nghiên cứu của mình có thể đóng góp cho Ngân hàng những giải pháp để tham khảo trong quá trình phát triển và hoàn thiện hoạt động bảo lãnh. Đồng thời tác giả cũng rất mong nhận được sự góp ý của Quý thầy cô và những đọc giả quan tâm đến lĩnh vực này để đề tài được hoàn thiện hơn.

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả luận văn

Phạm Thị Uyên Thi

MỤC LỤC

TRANG BÌA PHỤ

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC CÁC BẢNG

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

Căn cứ vào những quyết định của NHNN và các hướng dẫn, quyết định của SHB Hội sở, SHB Chi nhánh Đà Nẵng tuân thủ thực hiện các vấn đề chung có liên quan đến hoạt động bảo lãnh như sau: [9].....41
Theo quyết định số 120/QĐ-HĐQT ngày 04/06/2010 của Hội đồng Quản trị SHB về Quy chế bảo lãnh của Ngân hàng thì: Khách hàng được SHB bảo lãnh là các tổ chức và cá nhân trong nước và nước ngoài đáp ứng đầy đủ các điều kiện bảo lãnh của Ngân hàng. SHB không bảo lãnh đối với những người sau đây:.....41

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN (BẢN SAO)

PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ACB	:	Ngân hàng TMCP Á Châu
CN	:	Chi nhánh
Cty	:	Công ty
DNNN	:	Doanh nghiệp nhà nước
DSBL	:	Doanh số báo lãnh
ĐAB	:	Ngân hàng TMCP Đông Á
EXIM	:	Ngân hàng TMCP Xuất nhập khẩu Việt Nam
GP	:	Ngân hàng TMCP Dầu khí Việt Nam
GTCG	:	Giấy tờ có giá
QĐ	:	Quyết định
NH	:	Ngân hàng
NHNN	:	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	:	Ngân hàng thương mại
SHB	:	Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội
ST	:	Số tiền
TCKT	:	Tổ chức kinh tế
TCTD	:	Tổ chức tín dụng
TK	:	Tiết kiệm
TMCP	:	Thương mại cổ phần
TNHH	:	Trách nhiệm hữu hạn

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
2.1	Tình hình huy động vốn của CN giai đoạn 2008-2010	33
2.2	Hoạt động cho vay của CN giai đoạn 2008-2010	36
2.3	Kết quả kinh doanh của CN giai đoạn 2008-2010	39
2.4	Tình hình thực hiện hoạt động bảo lãnh tại CN từ 2008-2010	44
2.5	Tình hình thực hiện bảo lãnh theo loại hình bảo lãnh	46
2.6	Tình hình thực hiện bảo lãnh theo hình thức đảm bảo	50
2.7	Tình hình thực hiện bảo lãnh theo thành phần kinh tế	51
2.8	Tình hình thực hiện bảo lãnh theo lĩnh vực hoạt động	53
2.9	Tình hình thu phí bảo lãnh	54
2.10	Tình hình thực hiện nghĩa vụ thay cho khách hàng	56
2.11	Thị phần bảo lãnh của các NHTM trên địa bàn	57
2.12	Số lượng giao dịch theo từng loại hình	59
2.13	Biểu phí phát hành bảo lãnh trong nước của SHB	61
2.14	Mức phí bảo lãnh tại một số NHTM trên địa bàn	62
2.15	Trình độ cán bộ nhân viên	65

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

Số hiệu hình vẽ	Tên hình vẽ	Trang
2.1	Cơ cấu nguồn vốn huy động của CN trong năm 2010	35
2.2	Cơ cấu dư nợ tại CN giai đoạn 2008-2010	37
2.3	Lợi nhuận trước thuế của CN giai đoạn 2008-2010	40
2.4	Doanh số bảo lãnh tại CN từ 2008-2010	45
2.5	Doanh số bảo lãnh thực hiện hợp đồng	47
2.6	Doanh số bảo lãnh thanh toán	47
2.7	Doanh số bảo lãnh dự thầu	48
2.8	Doanh số bảo lãnh khác	49
2.9	Tình hình bảo lãnh theo hình thức đảm bảo	51
2.10	Tình hình bảo lãnh theo thành phần kinh tế	52
2.11	Tình hình bảo lãnh theo lĩnh vực hoạt động	54
2.12	Tỷ trọng phí bảo lãnh so với phí hoạt động dịch vụ	55
2.13	Tỷ trọng phí bảo lãnh so với tổng thu nhập	56
2.14	Số lượng giao dịch theo từng loại hình	60

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] TS. Hồ Diệu (2001), *Tin dụng ngân hàng*, NXB Thống Kê
- [2] TS. Trần Huy Hoàng (2004), *Các loại bảo lãnh ngân hàng trong xây dựng cơ bản hạn chế và kiến nghị*, Tạp chí phát triển kinh tế số 164
- [3] TS. Nguyễn Minh Kiều (2007), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, NXB Thống Kê
- [4] TS. Nguyễn Trọng Thùy (2000), *Bảo lãnh – Tin dụng dự phòng và những điều luật áp dụng*, NXB Thống Kê
- [5] TS. Trịnh Quốc Trung (2010), *Marketing ngân hàng*, NXB Thống Kê
- [6] Luật NHNN, luật các TCTD.
- [7] Nghị quyết 01/NQ-ĐHĐCĐ của Đại hội đồng cổ đông lần thứ 19 ngày 21/04/2011
- [8] Quyết định số 26/2006/QĐ-NHNN ngày 26/06/2006 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về Quy chế bảo lãnh
- [9] Quyết định số 120/QĐ-HĐQT ngày 04/06/2010 của Hội đồng Quản trị Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội về Quy chế bảo lãnh của Ngân hàng
- [10] Quyết định số 175A/QĐ-TGD ngày 09/05/2008 của Tổng Giám Đốc Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội về Quy trình bảo lãnh.
- [11] Tạp chí ngân hàng các năm 2008, 2009, 2010 và các số đầu năm 2011
- [12] Các website:
<http://www.sbv.gov.vn/wps/portal/vn>
<http://www.shb.com.vn/>
<http://dddn.com.vn/15203cat78/vai-tro-cua-bao-lanh-ngan-hang-trong-kinh-doanh-ky-1.htm>
<http://www.tienphong.vn/Kinh-Te/578382/Lo-hong-chung-thu-bao-lanh-ngan-hang-tpp.html>

PHỤ LỤC 1
PHIẾU THU THẬP Ý KIẾN KHÁCH HÀNG
SỬ DỤNG DỊCH VỤ BẢO LÃNH TẠI SHB ĐÀ NẴNG

Xin chào Anh/Chị !

Tôi tên là: Phạm Thị Uyên Thi, hiện là học viên cao học khóa 20 (2009-2011), chuyên ngành Tài chính Ngân hàng – Trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng. Hiện nay tôi đang nghiên cứu đề tài: ***“Giải pháp phát triển hoạt động bảo lãnh tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội (SHB) Chi nhánh Đà Nẵng”***

Để hoàn thành tốt đề tài này, tôi cần một số thông tin đánh giá của khách hàng về dịch vụ bảo lãnh của Ngân hàng. Tôi cam kết chỉ sử dụng những thông tin này cho mục đích nghiên cứu đề tài.

Xin cảm ơn sự giúp đỡ của các Anh/Chị !

Tên doanh nghiệp/cá nhân:.....

Địa chỉ:.....

Phần 1: Thông tin chung

Câu 1: Lĩnh vực hoạt động của DN Anh/Chị là:

Xây dựng

Công nghiệp

Thương mại, dịch vụ

Khác

Câu 2: Loại hình DN của Anh/Chị là:

DNNN

Công ty TNHH, công ty cổ phần

Khác

Câu 3: Loại hình dịch vụ bảo lãnh mà Anh/Chị đã hoặc đang sử dụng (có thể chọn nhiều mục):

BL thanh toán

BL dự thầu

BL thực hiện hợp đồng

BL khác

Phần 2: Đánh giá của khách hàng về dịch vụ bảo lãnh

Câu 4: Theo Anh/Chị, thời gian hoàn thành việc phát hành thư bảo lãnh tại SHB Đà Nẵng như thế nào:

Rất nhanh

Nhanh

Bình thường

Chậm

Rất chậm

Câu 5: Anh/Chị đánh giá quy trình, thủ tục bảo lãnh tại SHB ĐN như thế nào?

Rất đơn giản

Đơn giản

Bình thường

Phức tạp

Rất phức tạp

Câu 6: Anh/Chị đánh giá mức phí bảo lãnh tại SHB ĐN như thế nào?

Rất hài lòng

Hài lòng

Bình thường

Không hài lòng

Câu 7: Anh/Chị đánh giá như thế nào về tỷ lệ ký quỹ để thực hiện dịch vụ bảo lãnh tại SHB ĐN?

Rất hài lòng

Hài lòng

Bình thường

Không hài lòng

Câu 8: Anh/Chị có hài lòng về thái độ phục vụ của nhân viên tác nghiệp tại SHB DN không?

Rất hài lòng

Hài lòng

Bình thường

Không hài lòng

Câu 9: Nhân viên tác nghiệp có tư vấn cho Anh/Chị về các sản phẩm bảo lãnh trong quá trình giao dịch không?

Thường xuyên

Thỉnh thoảng

Hiếm khi

Chưa

Câu 10: Anh/Chị đánh giá như thế nào về những loại hình dịch vụ bảo lãnh SHB DN đã cung cấp?

Rất đa dạng

Đa dạng

Bình thường

Đơn điệu

Rất đơn điệu

Câu 11: Anh/Chị biết đến dịch vụ bảo lãnh SHB DN thông qua nguồn nào?

Website NH

Nhân viên NH giới thiệu

Doanh nghiệp, bạn bè giới thiệu

Khác

Câu 12: Đánh giá chung của Anh/Chị về chất lượng dịch vụ bảo lãnh tại SHB ĐN

Rất tốt

Tốt

Bình thường

Kém

Rất kém

Câu 13: Ý kiến khác (nếu có)

.....
.....

Một lần nữa xin chân thành cảm ơn Anh/Chị đã dành thời gian cho cuộc khảo sát này và hy vọng sẽ cung cấp đến Anh/Chị những sản phẩm dịch vụ tốt nhất và cạnh tranh nhất, góp phần đồng hành cùng sự thành công của Anh/Chị.

PHỤ LỤC 2
KẾT QUẢ XỬ LÝ SPSS

Linh vực hoạt động

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Xay dựng	21	26.2	26.2	26.2
Công nghiệp	13	16.2	16.2	42.5
Thương mại, dịch vụ	35	43.8	43.8	86.2
Khác	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Loại hình DN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid DNNN	3	3.8	3.8	3.8
Công ty TNHH, công ty cổ phần	65	81.2	81.2	85.0
Khác	12	15.0	15.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Loại hình DV bảo lãnh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BL thanh toán	24	30.0	30.0	30.0
BL du thâu	9	11.2	11.2	41.2
BL thực hiện hợp đồng	34	42.5	42.5	83.8
BL khác	13	16.2	16.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Thời gian phát hành

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat nhanh	7	8.8	8.8	8.8
Nhanh	19	23.8	23.8	32.5
Binh thuong	26	32.5	32.5	65.0
Cham	20	25.0	25.0	90.0
Rat cham	8	10.0	10.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Quy trình, thu tục

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat don gian	4	5.0	5.0	5.0
Don gian	11	13.8	13.8	18.8
Binh thuong	38	47.5	47.5	66.2
Phuc tap	21	26.2	26.2	92.5
Rat phuc tap	6	7.5	7.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Muc phi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat hai long	1	1.2	1.2	1.2
Hai long	14	17.5	17.5	18.8
Binh thuong	47	58.8	58.8	77.5
Khong hai long	18	22.5	22.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Ty le ky quy

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat hai long	2	2.5	2.5	2.5
Hai long	13	16.2	16.2	18.8
Binh thuong	53	66.2	66.2	85.0
Khong hai long	12	15.0	15.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Thai do nhan vien

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat hai long	11	13.8	13.8	13.8
Hai long	30	37.5	37.5	51.2
Binh thuong	32	40.0	40.0	91.2
Khong hai long	7	8.8	8.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Tu van cua nhan vien

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Thuong xuyen	3	3.8	3.8	3.8
Thinh thoang	28	35.0	35.0	38.8
Hiem khi	38	47.5	47.5	86.2
Chua	11	13.8	13.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Dich vu bao lanh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat da dang	1	1.2	1.2	1.2
Da dang	3	3.8	3.8	5.0
Binh thuong	35	43.8	43.8	48.8
Don dieu	34	42.5	42.5	91.2
Rat don dieu	7	8.8	8.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Chat luong DV

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rat tot	4	5.0	5.0	5.0
Tot	36	45.0	45.0	50.0
Binh thuong	37	46.2	46.2	96.2
Kem	3	3.8	3.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Nguon thong tin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid website NH	3	3.8	3.8	3.8
Nhan vien NH gioi thieu	9	11.2	11.2	15.0
Doanh nghiep, ban be gioi thieu	63	78.8	78.8	93.8
Khac	5	6.2	6.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

