

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**



NGUYỄN THỊ LIÊN HƯƠNG

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN
TRONG XUẤT KHẨU HÀNG HOÁ Ở VIỆT NAM**

Chuyên ngành : Kinh doanh thương mại
(Kinh tế và Quản lý thương mại)
Mã số : 62340121

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

1. PGS.TS. Nguyễn Văn Tuấn
2. PGS.TS. Nguyễn Đình Thọ

HÀ NỘI, NĂM 2014

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan bản luận án là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận án là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.

Tác giả luận án

Nguyễn Thị Liên Hương

LỜI CẢM ƠN

Cá nhân tôi sẽ không thể hoàn thành bản luận án này nếu không nhận được sự giúp đỡ tận tình và quý báu của rất nhiều người. Tôi xin được trân trọng bày tỏ lòng biết ơn của tôi về sự giúp đỡ đó.

Lời đầu tiên, tôi xin trân trọng bày tỏ sự biết ơn sâu sắc đến PGS.TS. Nguyễn Văn Tuấn, Trường Đại học Kinh tế quốc dân và PGS.TS. Nguyễn Đình Thọ, Trường Đại học Ngoại thương, những người thầy đã tận tình hướng dẫn, động viên khích lệ, dành nhiều thời gian và công sức hướng dẫn tôi trong suốt quá trình thực hiện luận án.

Tôi xin bày tỏ lời cảm ơn chân thành đến GS.TS. Hoàng Đức Thân, Viện trưởng Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế; TS. Trần Văn Bảo; GS.TS. Đỗ Đức Bình; PGS.TS. Nguyễn Xuân Quang; PGS.TS. Nguyễn Thừa Lộc cùng các thầy cô giáo và các đồng nghiệp công tác tại Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Trường Đại học Kinh tế quốc dân vì sự giúp đỡ nhiệt tình, sự góp ý chân thành và sự chia sẻ kinh nghiệm quý báu dành cho tôi trong suốt quá trình thực hiện luận án.

Tôi xin được trân trọng cảm ơn TS. Nguyễn Minh Ngọc, Viện Nghiên cứu Kinh tế và Phát triển, Trường Đại học Kinh tế quốc dân đã nhiệt tình giúp đỡ tôi trong suốt quá trình thực hiện luận án.

Tôi xin cảm ơn các nhà khoa học, bạn bè, các NHTM, các doanh nghiệp XNK đã giúp tôi hoàn thành các phiếu điều tra cho luận án.

Tôi xin gửi tấm lòng ân tình đến Gia đình của tôi, Gia đình chính là nguồn động viên to lớn, truyền nhiệt huyết cho tôi, giúp tôi hoàn thành luận án của mình.

Ngoài ra, có thể còn có các tổ chức và cá nhân đã dành cho tôi những sự giúp đỡ mà tôi thiếu sót chưa nêu tên ở đây. Tôi xin được trân trọng cảm ơn tất cả.

Hà Nội, ngày 28 tháng 08 năm 2014

Nguyễn Thị Liên Hương

MỤC LỤC

TRANG PHỤ BÌA	
LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC BẢNG.....	vii
DANH MỤC HÌNH.....	viii
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN.....	17
1.1. Tổng quan về dịch vụ bao thanh toán	17
1.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển dịch vụ bao thanh toán	17
1.1.2. Khái niệm và tính chất đặc trưng của dịch vụ bao thanh toán	19
1.1.3. Các hình thức dịch vụ bao thanh toán: Factoring và Forfaiting.....	24
1.1.4. Lợi ích và hạn chế của dịch vụ bao thanh toán	28
1.2. Phát triển dịch vụ bao thanh toán và những điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán.....	35
1.2.1. Khái niệm và nội dung phát triển dịch vụ bao thanh toán.....	35
1.2.2. Những điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán.....	37
1.3. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ bao thanh toán từ một số quốc gia trên thế giới và bài học cho Việt Nam	46
1.3.1. Khái quát về hoạt động bao thanh toán trên thế giới.....	46
1.3.2. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ bao thanh toán từ một số quốc gia trên thế giới.....	52
1.3.3. Những bài học kinh nghiệm cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam.....	57

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN TRONG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA Ở VIỆT NAM (2004 - 2012)	64
2.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hoá và việc sử dụng các phương thức thanh toán quốc tế trong thanh toán xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam	64
2.1.1. Hoạt động thương mại quốc tế của Việt nam thời gian qua.....	64
2.1.2. Thực trạng xuất khẩu hàng hoá của Việt nam những năm gần đây	66
2.1.3. Thực trạng việc sử dụng các phương thức thanh toán quốc tế trong thanh toán xuất khẩu ở Việt nam.....	72
2.2. Điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam	78
2.2.1. Sự cần thiết của việc phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.....	78
2.2.2. Đánh giá thực trạng điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.....	79
2.3. Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam (2004 – 2012)	90
2.3.1. Thực trạng hệ thống luật pháp, chính sách phát triển dịch vụ bao thanh toán	90
2.3.2. Thực trạng cung ứng dịch vụ bao thanh toán.....	93
2.3.3. Thực trạng nhu cầu tiêu dùng/sử dụng dịch vụ bao thanh toán	102
2.4. Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán nói chung và bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam nói riêng (giai đoạn 2004 – 2012)	108
2.4.1. Kết quả đạt được.....	108
2.4.2. Hạn chế.....	110
2.4.3. Nguyên nhân.....	111

CHƯƠNG 3: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN TRONG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA Ở VIỆT NAM (ĐẾN 2020)	118
3.1. Bối cảnh kinh tế tác động đến xu hướng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.....	118
3.1.1. Nhu cầu hội nhập kinh tế.....	118
3.1.2. Kinh tế tăng trưởng.....	119
3.1.3. Kim ngạch xuất nhập khẩu tăng.....	121
3.1.4. Nhu cầu về tài trợ và bảo hiểm rủi ro trong thanh toán quốc tế.....	122
3.2. Định hướng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam	123
3.2.1. Định hướng phát triển chung của ngành ngân hàng.....	123
3.2.2. Định hướng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại các NHTM Việt Nam...	125
3.3. Giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam	127
3.3.1. Nhóm giải pháp vĩ mô	127
3.3.2. Nhóm giải pháp đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán (các NHTM)	135
3.3.3. Nhóm giải pháp đối với người sử dụng dịch vụ bao thanh toán (các doanh nghiệp xuất nhập khẩu).....	150
KẾT LUẬN	153
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ.....	156
TÀI LIỆU THAM KHẢO	157
PHỤ LỤC.....	164

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

TT	Từ viết tắt	Nghĩa tiếng Anh	Nghĩa tiếng Việt
1	APEC	Asia Pacific Economic co-operation	Tổ chức hợp tác kinh tế châu Á - Thái Bình Dương
2	ASEAN	Associations of South East Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
3	CIC	Credit Information Centre	Trung tâm thông tin tín dụng của NHNN
4	D/A	Documentary against Acceptance	Phương thức thanh toán nhờ thu chấp nhận trả tiền đổi chứng từ
5	DN		Doanh nghiệp
6	EUR	Euro	Đồng tiền chung Châu Âu
7	FCI	Factors Chain International	Hiệp hội các nhà bao thanh toán quốc tế (Hiệp hội các Factor quốc tế)
8	IFA	International Forfaiter Association	Hiệp hội các nhà Forfaiter quốc tế
9	IFG	International Factors Group	Nhóm các tổ chức bao thanh toán thế giới
10	L/C	Letter of Credit	Thư Tín dụng
11	NH		Ngân hàng
12	NHNN		Ngân hàng Nhà nước
13	NHNNg		Ngân hàng nước ngoài
14	NHTM		Ngân hàng thương mại
15	NHTMCP		Ngân hàng thương mại cổ phần
16	NK		Nhập khẩu
17	SWIFT	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications	Hiệp hội viễn thông tài chính liên ngân hàng toàn cầu
18	TCTD		Tổ chức tín dụng
19	TTQT		Thanh toán quốc tế
20	XK		Xuất khẩu
21	XNK		Xuất nhập khẩu
22	WTO	World Trade Organisation	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1. Kết quả điều tra về vai trò của dịch vụ bao thanh toán	30
Bảng 1.2. Lợi thế của bao thanh toán so với các hình thức thanh toán khác	31
Bảng 1.3. Doanh số bao thanh toán factoring của các khu vực trên thế giới 6 năm gần đây	47
Bảng 1.4. Số Factor và doanh số factoring thế giới theo khu vực (năm 2012)	48
Bảng 1.5. Mười nước có số Factor nhiều nhất trên thế giới (năm 2012)	49
Bảng 1.6. Doanh số bao thanh toán factoring trong nước và quốc tế của toàn thế giới	49
Bảng 1.7. Mức tăng trưởng doanh số bao thanh toán factoring toàn thế giới năm 2011, 2012	50
Bảng 2.1. Trị giá và cơ cấu xuất khẩu hàng hóa phân theo khu vực kinh tế và phân theo nhóm hàng từ năm 2001 – 2012	67
Bảng 2.2. Số lượng ngân hàng tại Việt Nam qua các năm	85
Bảng 2.3: Số lượng ngân hàng đại lý và phạm vi hoạt động của một số NHTM Việt Nam năm 2011	86
Bảng 2.4. Tác động của việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) đối với doanh nghiệp trong thời gian qua	102
Bảng 2.5. Mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp VN	105
Bảng 2.6. Quan hệ giữa mức độ sử dụng vốn vay và mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp Việt Nam	106
Bảng 2.7. Kiểm định Chi-Square 1 (Chi-Square Tests)	106
Bảng 3.1. So sánh số lượng ngân hàng đại lý của một số NHTM Việt Nam với NH nước ngoài năm 2011	143

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1. Tỷ trọng các Factor và doanh số bao thanh toán factoring thế giới theo khu vực năm 2012.....	48
Hình 2.1. Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại của Việt Nam giai đoạn 2001 – 2012	64
Hình 2.2. Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam theo thị trường.....	69
Hình 2.3. Doanh số TTQT với kim ngạch XNK năm 2007 - 2011	73
Hình 2.4. Thị phần TTQT của một số NHTM ở VN từ 2007 - 2011	74
Hình 2.5. Sản phẩm Thanh toán quốc tế truyền thống của các NHTM VN	75
Hình 2.6. Tỷ trọng các phương thức thanh toán hàng xuất tại các NHTM VN.....	76
Hình 2.7. Đánh giá của các NHTM về điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán.....	80
Hình 2.8. Doanh số bao thanh toán của Việt Nam (2004 – 2012).....	95
Hình 2.9. Cơ cấu doanh số bao thanh toán factoring nội địa và quốc tế của VN	96
Hình 2.10. Đánh giá của các doanh nghiệp Việt Nam về chất lượng dịch vụ bao thanh toán.....	101
Hình 2.11. Đánh giá sự cần thiết của dịch vụ bao thanh toán đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam.....	104
Hình 2.12. Lý do doanh nghiệp không sử dụng dịch vụ bao thanh toán	107

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của luận án

Trong thương mại quốc tế, các nhà xuất khẩu luôn muốn thoả thuận thanh toán bằng những phương thức tương đối an toàn như phương thức tín dụng chứng từ (L/C), nhưng các nhà nhập khẩu lại không thích phương thức này vì thủ tục rườm rà và tốn kém chi phí. Thay vào đó, họ lại muốn thanh toán theo phương thức trả chậm hay còn gọi là trả sau. Điều này khiến các nhà xuất khẩu không có khả năng trường vốn sẽ mất đi những đơn hàng xuất khẩu. Hơn nữa, nếu áp dụng phương thức này, các nhà xuất khẩu sẽ gặp nhiều khó khăn như vốn lưu động bị đọng do chậm trả, khả năng rủi ro trong thanh toán cao. Để khắc phục những nhược điểm này, nhiều NH, công ty tài chính trên thế giới đã triển khai dịch vụ Bao thanh toán.

Dịch vụ bao thanh toán hiện được áp dụng rộng rãi ở nhiều nước và vùng lãnh thổ trên thế giới, đặc biệt là ở Châu Âu và Châu Mỹ. Trong khu vực ASEAN, dịch vụ này cũng đã khá phát triển ở các nước: Singapore, Thái Lan, Indonexia và Malaixia. Lý do để các nước phát triển dịch vụ này là họ muốn có một phương thức thanh toán cởi mở hơn so với phương thức tín dụng chứng từ, ví dụ như phương thức chuyển tiền hay phương thức ghi sổ (mà thực chất là người bán bán chịu hàng hóa cho người mua) để có thể đẩy mạnh xuất khẩu nhưng vẫn phải đảm bảo an toàn và sử dụng vốn có hiệu quả. Vì vậy, bao thanh toán - một phương thức hỗn hợp giữa thanh toán, tín dụng và bảo hiểm đã ra đời và trở thành một xu thế phát triển trong hoạt động thương mại quốc tế.

Ngay từ thế kỷ XIII, bao thanh toán đã xuất hiện ở các nước Châu Âu và Châu Mỹ. Đến nay, dịch vụ này đã xuất hiện ở hơn 70 quốc gia trên thế giới và đang trở thành một công cụ hữu ích trong thanh toán thương mại quốc tế. Tại nhiều nước, các NH, các công ty tài chính đóng vai trò rất tích cực hỗ trợ các DN xuất khẩu trong lĩnh vực này. Ở Việt nam, bao thanh toán bắt đầu được khởi động từ năm 2004, khi NHNN ban hành *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng*. Tuy nhiên, cho đến nay, dịch vụ này vẫn chưa thực sự phát triển ở Việt nam. Doanh số bao thanh toán của Việt Nam vẫn còn rất hạn chế do việc triển khai dịch vụ này không hề đơn giản bởi cả những nguyên nhân mang tính khách quan và

chủ quan. Việt Nam vẫn thiếu một hành lang pháp lý vững chắc để các NH có thể triển khai hoạt động bao thanh toán có hiệu quả nhất. Các NHTM vẫn còn e dè trong việc cung cấp dịch vụ này. Ngoài ra, thực tế là phần lớn các DN Việt Nam vẫn chưa đánh giá được hết vai trò của dịch vụ bao thanh toán, chưa quan tâm, thậm chí là chưa biết đến dịch vụ này. Trong khi đó tiện ích của dịch vụ bao thanh toán là rất quan trọng đối với các nhà sản xuất kinh doanh, nhất là những đơn vị xuất khẩu.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, khi Việt Nam đã là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới, do mức độ cạnh tranh khắc nghiệt, các DN buộc phải chủ động cải thiện điều kiện thanh toán của mình để nâng cao khả năng cạnh tranh và mở rộng thị trường xuất khẩu. Để đáp ứng nhu cầu đó thì việc phát triển dịch vụ bao thanh toán là một tất yếu. Điều này đòi hỏi phải nhận thức rõ vai trò của dịch vụ này cả về lý luận và thực tiễn. Với thực tế hiện nay ở Việt Nam chưa có một đề tài nào đi sâu nghiên cứu về vấn đề này một cách đầy đủ, tác giả đã mạnh dạn chọn đề tài “**Phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hoá ở Việt Nam**” làm luận án tiến sĩ nhằm nghiên cứu về lý luận và thực tiễn phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.

2. Tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến đề tài

Bao thanh toán (thuật ngữ chung bao gồm cả hai dịch vụ, đó là Factoring và Forfaiting) là những sản phẩm tài chính đã được sử dụng phổ biến ở nhiều nước trên thế giới, vì vậy cũng đã có nhiều nghiên cứu về bao thanh toán được thực hiện ở trong và ngoài nước.

Các nghiên cứu ngoài nước

Về lý thuyết: Khái niệm **Bao thanh toán factoring** đã được làm rõ trong nhiều nghiên cứu, văn bản, qui định như trong cuốn “*Marketing Internationnal Factoring*”, 2000, Neitherland của Hiệp hội Factoring quốc tế - FCI; hay trong Từ điển kinh tế “*Dictionary of Economic*” - Christopher Pass & Bryan Lones; và *Từ điển thuật ngữ ngân hàng* – Hans Klaus;...

Để đảm bảo tính thống nhất trong việc cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán, chuẩn mực pháp lý làm cơ sở cho các giao dịch factoring mà các công ty Factoring thế giới thường sử dụng là: Công ước UNIDROIT về bao thanh toán

quốc tế được thông qua ngày 28/5/1988 tại Ottawa – Canada (*UNIDROIT Convention on International Factoring – Ottawa, Canada, 28 May 1988*) và Quy tắc chung về Factoring quốc tế của Hiệp hội Factoring quốc tế (*General Rules For International Factoring – IFG*).

Đối với khái niệm **bao thanh toán Forfaiting** thì đến nay vẫn chưa có một luật lệ quốc tế hay tập quán quốc tế nào định nghĩa cụ thể về forfaiting. Vì vậy, khái niệm về forfaiting thường chỉ được đề cập đến trong các cuốn sách mang tính chất thực hành như cuốn “*Forfaiting - an Introduction*”, Finanz AG Zurich, Switzerland, 2001; hay “*Innovative Export Financing: Factoring and Forfaiting*”, Business America 114 (No.1, January 11), Ring, Mary Ann, 1993; và “*Forfaiting A use’s Guide What is it, Who uses it and Why?*” John F Moran, Jr (Vice President of the British American Forfaiting Company). Ngoài ra còn có các bài viết: “*The ins and outs of forfeiting*”, Global Trade & Transportation, Philadelphia: May 1993, Vol. 113, Iss. 5, p.20 (2 pp.), Ring, Mary Ann, hay “*What is forfaiting?*”, Inc. D& B Reports. New York: Sep/Oct 1993. Vol.42, Iss.5, p.46 (1 pp.), McDermott, Kevin. Dun and Bradstreet;...

Về thực tiễn sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì cũng đã có một số nghiên cứu ở trong nước và nước ngoài đề cập đến, tuy nhiên các nghiên cứu này chưa nhiều, đặc biệt là thực tiễn ứng dụng dịch vụ này trong hoạt động XK hàng hóa.

Ở nước ngoài, đặc biệt là ở các nước châu Âu và châu Mỹ, chính phủ cũng như các NH và các DN đã sớm nhận thức được vai trò của bao thanh toán nên dịch vụ này sớm được quan tâm phát triển. Hiệp hội Factoring quốc tế (Factors Chain International – FCI) được thành lập năm 1968, có trụ sở tại Hà Lan, là Hiệp hội bao thanh toán quốc tế lớn nhất thế giới hiện nay. Hiệp hội hiện có hơn 270 thành viên tại 74 quốc gia trên thế giới. Ngoài ra còn có Nhóm các factor thế giới (International Factors Group - IFG) được thành lập năm 1963, có trụ sở tại Bỉ, hiện có hơn 100 thành viên ở hơn 50 quốc gia trên thế giới, và Hiệp hội các nhà Forfaiteer thế giới (International Forfaiteer Association – IFA) hiện có 142 công ty forfaiting thành viên thuộc 31 quốc gia khác nhau. Các Hiệp hội này là nơi thường xuyên thống kê, theo dõi và phân tích, đánh giá việc ứng dụng dịch vụ bao thanh toán trong thực tế.

Các nghiên cứu ở nước ngoài về bao thanh toán chủ yếu là tập trung vào nghiên cứu lý luận, kỹ thuật nghiệp vụ và kinh nghiệm sử dụng bao thanh toán ở

một số nước hay vùng lãnh thổ. Đặc biệt các công trình nghiên cứu làm rõ tầm quan trọng của bao thanh toán và hướng dẫn thực hành bao thanh toán là khá nhiều. Ví dụ như trong “*Reducing the Cash Gap by Factoring*” của Daniel J. Borgia, Ph.D và Deanna O. Burgess, Ph.D (Assistant Professor of Finance College of Business Florida Gulf Coast University), hay “*Innovative Export Financing: Factoring and Forfaiting*”, Business America 114 (No.1, January 11), Ring, Mary Ann, 1993,...

Trong bài “*Factoring as a financing: Evidence from the UK*”, Khaled Soufani – Assistant Professor, Department of Finance Concordia University, Montreal, Quebec, Canada – đã phát triển và kiểm nghiệm lại giả thiết cho rằng bao thanh toán được lựa chọn như là một nguồn tài chính của các DN và xem xét những loại DN nào thường sử dụng bao thanh toán ở Anh. Nghiên cứu của ông đã khảo sát 3805 công ty, trong đó có 212 công ty đang sử dụng dịch vụ bao thanh toán và kết luận rằng các công ty này đã quyết định chọn bao thanh toán như một nguồn tài chính quan trọng để quay vòng vốn và cải thiện dòng tiền mặt của mình.

Năm 2002, John F Moran, Jr (Vice President of the British American Forfaiting Company), trong bài “*Forfaiting A use's Guide What is it, Who uses it and Why?*” cho rằng: các nhà xuất khẩu Ý và Đức đã quen sử dụng dịch vụ bao thanh toán từ rất lâu rồi, còn các nhà xuất khẩu của Anh, Tây Ban Nha và Pháp,... cũng đã có khả năng ứng dụng kỹ thuật này trong thực tế. Trong khi đó, các nhà xuất khẩu Mỹ và Canada rất chậm bắt kịp với kỹ thuật này. Vì vậy ông đã xuất bản tài liệu này nhằm hướng dẫn việc sử dụng bao thanh toán (đặc biệt là forfaiting) cho các nhà xuất khẩu. Tài liệu đã làm rõ dịch vụ này là gì, khi nào thì nên sử dụng dịch vụ này, cần những thông tin gì, để sử dụng người xuất khẩu cần xuất trình những chứng từ gì, chi phí ra sao,... Đây là một tài liệu hướng dẫn khá chi tiết cho các NH cũng như các DN trong việc cung cấp và sử dụng dịch vụ này.

Tháng 5/2004, Ngân hàng thế giới (World Bank) xuất bản công trình nghiên cứu của 3 nhà kinh tế Marie H.R Bakker, Leora Klapper và Gregory F.Undell “*Financing SMEs with Factoring: Global growth in Factoring and its potential in Eastern Europe*”. Nghiên cứu đã khẳng định vai trò của bao thanh toán trong việc đảm bảo vốn hoạt động cho các DN vừa và nhỏ ở các nước thành viên Đông Âu mới của EU, là Cộng hòa Czech, Estonia, Hungary, Latvia, Lithuania, Poland,

Slovak và Slovenia (được gọi là các nước EU 8) cũng như trên toàn cầu. Nghiên cứu cũng chỉ rõ ưu điểm của việc sử dụng bao thanh toán so với các hình thức cho vay khác đối với các DN vừa và nhỏ, đặc biệt là ở các nước đang phát triển.

Các nghiên cứu trong nước

Ở Việt nam, để đảm bảo hành lang pháp lý và tạo điều kiện cho việc triển khai dịch vụ bao thanh toán, NHNN đã ban hành Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng (*kèm theo Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN ngày 06 tháng 9 năm 2004 của Thống đốc NHNN*), chỉ rõ “Bao thanh toán là một hình thức cấp tín dụng của tổ chức tín dụng cho bên bán hàng thông qua việc mua lại các khoản phải thu phát sinh từ việc mua, bán hàng hoá đã được bên bán hàng và bên mua hàng thoả thuận trong hợp đồng mua, bán hàng”.

Khái niệm bao thanh toán ở Việt Nam thường được xem xét dưới góc độ bao thanh toán Factoring. Còn đối với bao thanh toán Forfaiting, ở Việt nam hiện vẫn chưa có một văn bản pháp lý nào hướng dẫn và cho phép sử dụng dịch vụ này. Tuy nhiên, khái niệm forfaiting cũng đã được đề cập đến trong một số giáo trình như trong giáo trình “*Thanh toán quốc tế trong ngoại thương*” của GS. Đinh Xuân Trinh do NXB Giáo dục phát hành năm 2002 thì “Forfaiting là loại tín dụng trung và dài hạn mà một NHTM hoặc một công ty tài chính ứng trước không hoàn lại cho nhà xuất khẩu một tỷ lệ % nhất định so với tổng giá trị hóa đơn để dành lấy quyền đòi lại tiền từ người nhập khẩu và chịu mọi rủi ro mà người nhập khẩu không thanh toán được nếu có xảy ra. Các Forfaiteer chỉ cấp tín dụng này cho người xuất khẩu khi người nhập khẩu của anh ta đã được một ngân hàng bảo lãnh”. Hay năm 2006, trong cuốn “*Nghiệp vụ bao thanh toán*” của Ths. Nguyễn Quỳnh Lan do NXB Chính trị quốc gia phát hành có định nghĩa “Forfaiting là một dạng tài trợ thương mại quốc tế liên quan tới việc người xuất khẩu bán miễn truy đòi với mức giá chiết khấu cho các đơn vị bao thanh toán (forfaiteer) các khoản phải thu trung và dài hạn có nguồn gốc từ các hợp đồng mua bán hàng hóa với điều kiện các khoản phải thu phải có bảo lãnh thanh toán của một ngân hàng có uy tín”.

Ở Việt nam cũng đã có một số công trình nghiên cứu về bao thanh toán, tuy nhiên là không nhiều nếu so sánh với các lĩnh vực kinh tế và kinh doanh khác. Các nghiên cứu cơ bản về bao thanh toán ở Việt Nam đến nay chỉ dừng lại ở một số đề tài nghiên cứu khoa học và một số sách chuyên khảo, tiếp cận vấn đề nghiên cứu ở

góc độ là một trong số các công cụ tài trợ thương mại và chủ yếu nghiên cứu lý luận về bao thanh toán, như: Đề tài NCKH cấp Bộ - Bộ Giáo dục và Đào tạo, năm 2000, *“Vấn đề phát triển công cụ tài chính trên thị trường tiền tệ và tín dụng ở Việt nam trong thập niên 2000- 2010”* do PGS.TS. Lê Đình Hợp làm chủ nhiệm, hay Đề tài NCKH cấp Bộ - Bộ Bộ thương mại, năm 2005: *“Giải pháp phát triển thị trường thương phiếu nhằm phát triển hoạt động thương mại ở nước ta trong giai đoạn hiện nay”* do GS. Đinh Xuân Trình làm chủ nhiệm. Các đề tài nghiên cứu này cũng có đề cập tới bao thanh toán, tuy nhiên mới chỉ xem bao thanh toán như một trong các hình thức tài trợ thương mại quốc tế và chủ yếu đi vào nghiên cứu lý luận.

Năm 2007, đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ - Bộ Giáo dục và Đào tạo, *“Phát triển nghiệp vụ bao thanh toán trong tài trợ thương mại quốc tế tại các ngân hàng thương mại Việt nam”* do TS. Đặng Thị Nhân làm chủ nhiệm cũng đã làm rõ lý luận về bao thanh toán và thực tiễn ứng dụng bao thanh toán ở một số NHTM Việt nam. Tuy nhiên, đề tài xem xét bao thanh toán ở góc độ một nghiệp vụ của NH, một trong những hình thức tài trợ thương mại quốc tế mà các NHTM Việt nam đã bắt đầu triển khai nhưng chưa thực sự phát triển. Đề tài cũng đã đưa ra một số đề xuất nhằm phát triển bao thanh toán ở Việt nam nhưng chủ yếu là những đề xuất về giải pháp của các NHTM, với tư cách là người cung cấp dịch vụ này và các giải pháp chủ yếu nhấn mạnh về nghiệp vụ bao thanh toán của NH.

Còn trên Tạp chí ngân hàng số 19 + 20/ 2008, trong bài *“Phát triển nghiệp vụ bao thanh toán trong hoạt động tài trợ thương mại và nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt nam”*, ThS. Huỳnh Thị Hương Thảo cho rằng: Bao thanh toán là nghiệp vụ không còn xa lạ gì đối với nhiều quốc gia trên thế giới và nó đã mang lại lợi ích thiết thực cho khách hàng lẫn đơn vị cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên, ở Việt Nam hiện nay, bao thanh toán vẫn chưa được phát triển rộng rãi mà một trong những nguyên nhân là do các NH vẫn còn dè dặt với loại hình này. Mặt khác, bao thanh toán còn là một khái niệm còn lạ lẫm với nhiều DN Việt Nam. Chính vì thế, dù được giới chuyên môn đánh giá cao nhưng bao thanh toán vẫn chưa thực sự phát triển ở Việt Nam. Đây cũng là một thiệt thòi lớn cho các DN Việt Nam khi bán hàng. Tác giả bài báo cũng khẳng định, để tạo điều kiện cho các DN

phát triển, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh của các NH trong xu thế hội nhập với nền tài chính quốc tế, các NH, các tổ chức tài chính của Việt Nam cần mở rộng triển khai dịch vụ bao thanh toán.

Như vậy cũng đã có không ít các công trình cả trong và ngoài nước nghiên cứu về bao thanh toán, tuy nhiên các công trình này thường xem xét bao thanh toán dưới góc độ một công cụ tài trợ thương mại quốc tế và thường tập trung nghiên cứu cơ sở lý luận và kinh nghiệm sử dụng nó ở một số quốc gia trên thế giới mà chưa đi sâu vào việc phân tích vai trò của dịch vụ này trong xuất khẩu đặc biệt là việc ứng dụng dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu ở Việt nam. Vì vậy, đây vẫn là vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu, đặc biệt là trong điều kiện hội nhập, khi Việt nam chính thức tham gia vào Tổ chức thương mại thế giới như hiện nay.

3. Mục tiêu nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu của luận án

Mục tiêu nghiên cứu

Luận án làm rõ vai trò của bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa, đặc biệt là trong điều kiện cạnh tranh gay gắt khi hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán sẽ là điều kiện tốt cho việc đẩy mạnh xuất khẩu, từ đó đề xuất kiến nghị về phương hướng và giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam. Để đạt tới mục tiêu tổng quát đó, các mục tiêu nghiên cứu cụ thể của luận án được đặt ra là:

- Luận giải và hệ thống hoá các vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ bao thanh toán, phát triển dịch vụ bao thanh toán, những điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán. Trong đó đặc biệt nhấn mạnh đến phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu.

- Đánh giá các điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.

- Phân tích và đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.

- Đề xuất phương hướng và giải pháp nhằm phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hoá ở Việt Nam.

Câu hỏi nghiên cứu:

Để đạt tới những mục tiêu trên, luận án tập trung giải quyết các câu hỏi sau:

Câu hỏi quản lý: Làm thế nào để phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam?

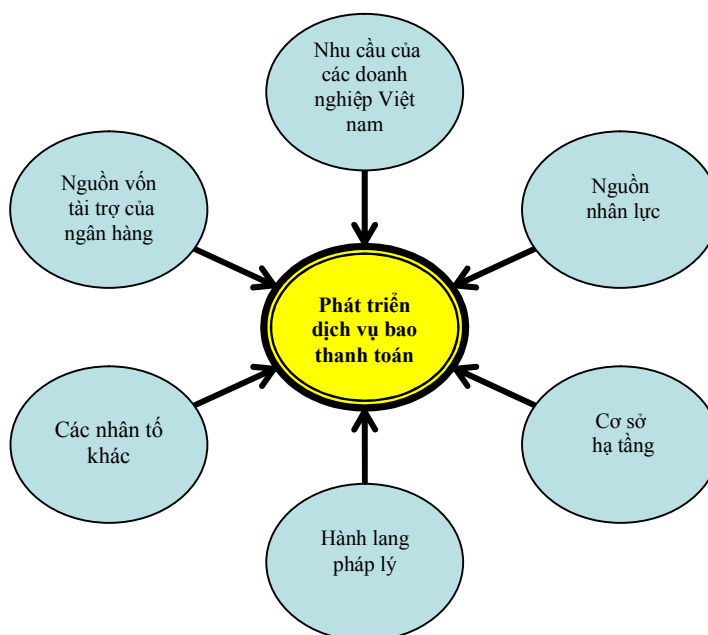
Câu hỏi nghiên cứu:

- Bao thanh toán là gì? Tại sao nên ứng dụng dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam?

- Có những nhân tố nào/điều kiện gì ảnh hưởng đến khả năng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam?

- Tại sao hiện nay dịch vụ bao thanh toán chưa phát triển ở Việt Nam?

- Làm thế nào để dịch vụ bao thanh toán có thể phát triển ở Việt nam?

Mô hình nghiên cứu:

- *Nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt nam:* Các DN xuất khẩu là người sử dụng dịch vụ bao thanh toán, vì vậy khả năng phát triển dịch vụ bao thanh toán phụ thuộc rất nhiều vào nhu cầu sử dụng dịch vụ này của các DN. Bao thanh toán là một dịch vụ tài chính mới, có thể giúp DN vừa xuất khẩu hàng hóa cho khách hàng theo điều kiện thanh toán trả chậm (bán chịu) lại vừa thu được tiền mặt ngay sau khi xuất hàng. Trong điều kiện cạnh tranh trên thị trường xuất khẩu ngày càng gay gắt như hiện nay, việc sử dụng dịch

vụ này sẽ là rất cần thiết đối với các DN xuất khẩu vì nó vừa đảm bảo cho DN tăng khả năng cạnh tranh vừa giúp DN có vốn kịp thời để quay vòng hiệu quả.

- *Điều kiện về nguồn vốn tài trợ của ngân hàng:* Các NHTM là nhà cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Để phát triển dịch vụ này thì mức độ sẵn sàng cung cấp dịch vụ và khả năng về vốn của các NH là yếu tố quyết định. Các NHTM muốn triển khai hoạt động bao thanh toán cần đảm bảo nguồn vốn, bao gồm nguồn vốn ngắn hạn, nguồn vốn trung hạn và dài hạn để tài trợ cho khách hàng của mình.

- *Điều kiện về nguồn nhân lực:* Yếu tố con người luôn là yếu tố có tính chất quyết định, đặc biệt là khi dịch vụ bao thanh toán còn khá mới mẻ ở Việt nam. Nguồn nhân lực phục vụ cho việc triển khai và phát triển dịch vụ bao thanh toán phải có trình độ chuyên môn cao, vững vàng về nghiệp vụ tài chính, tín dụng NH, hoạt động XNK. Điều này đặt ra yêu cầu đối với các nhà cung cấp cũng như những người sử dụng dịch vụ bao thanh toán cần có những phòng ban, cán bộ chuyên trách để thực hiện tốt việc phát triển dịch vụ mới này.

- *Điều kiện về hành lang pháp lý:* Để triển khai cung cấp và sử dụng bất cứ một dịch vụ nào, đặc biệt là dịch vụ còn khá mới mẻ và mang tính quốc tế như bao thanh toán thì một hành lang pháp lý đầy đủ và phù hợp là không thể thiếu. Thực tế hiện nay thì việc triển khai dịch vụ bao thanh toán ở Việt nam đã có “Qui chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng” ban hành kèm theo Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN ngày 06/09/2004 của NHNN. Tuy nhiên, một số qui định trong Qui chế còn có những điểm chưa phù hợp, có những điểm chưa được quy định rõ,... Trong quá trình hội nhập quốc tế, việc triển khai và phát triển dịch vụ bao thanh toán đặt ra yêu cầu cấp bách với Việt nam về việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp lý điều chỉnh hoạt động này cho phù hợp với tiến trình phát triển chung của khu vực và thế giới.

- *Điều kiện về cơ sở hạ tầng:* Dịch vụ bao thanh toán không đòi hỏi quá nhiều về cơ sở hạ tầng. Tuy vậy, tùy theo khả năng và qui mô triển khai áp dụng, các NHTM và các DN xuất khẩu cũng phải quan tâm đầu tư trang thiết bị phù hợp, công nghệ càng hiện đại càng tốt.

- *Các nhân tố khác* như: môi trường kinh tế xã hội, hệ thống thông tin trong nền kinh tế, các dịch vụ hỗ trợ,... cũng ảnh hưởng không nhỏ tới việc phát triển dịch vụ bao thanh toán.

Các nhân tố trên chính là cơ sở để xác định những điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam. Luận án tổng hợp và trình bày thành 3 nhóm điều kiện, đó là:

- Các điều kiện vĩ mô (điều kiện chung)
- Điều kiện đối với các tổ chức bao thanh toán (đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán)
- Điều kiện đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu (đơn vị sử dụng dịch vụ bao thanh toán)

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án

Lý luận và thực tiễn về phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.

Luận án nghiên cứu các nội dung của dịch vụ bao thanh toán với tư cách là một phạm trù liên quan đến một dịch vụ tài chính tổng hợp, gồm các hoạt động như: tài trợ, quản lý sổ sách kế toán, thu nợ và bảo vệ khách hàng trước rủi ro tín dụng. Dịch vụ bao thanh toán được cung cấp bởi các NHTM và các tổ chức tài chính tín dụng nhưng người sử dụng dịch vụ lại là các DN thương mại, gắn liền với các giao dịch thương mại trả chậm.

Luận án tập trung nghiên cứu phát triển dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế từ góc độ của một nhà nghiên cứu độc lập. Vì vậy, trong khuôn khổ luận án dịch vụ bao thanh toán được xem xét dưới góc độ là một loại hình dịch vụ trong nền kinh tế (khác với các nghiên cứu trước đây thường dưới góc độ vĩ mô, tức là coi bao thanh toán là một nghiệp vụ của NH). Do đó, để phát triển loại hình dịch vụ này cần phải nhìn sâu vào cả bên cung và bên cầu cũng như môi trường vĩ mô (các chính sách của Chính phủ) để từ đó tìm ra “khoảng trống” giữa cung của NH và cầu của doanh nghiệp về dịch vụ bao thanh toán, lý giải cho câu hỏi tại sao dịch vụ bao thanh toán chưa thực sự phát triển tại Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu của luận án

Trong khuôn khổ luận án, sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam được nghiên cứu cả về lý luận và thực tiễn ở góc độ vĩ mô (một loại hình dịch

vụ trong nền kinh tế). Dịch vụ này được cung cấp bởi các NHTM và các tổ chức tài chính tín dụng, phục vụ cho nhu cầu thanh toán, đặc biệt là thanh toán XK của các doanh nghiệp thương mại, chịu sự điều chỉnh của pháp luật và chính sách của Nhà nước. Ở góc độ nghiên cứu này, luận án sẽ nghiên cứu sự phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam trong phạm vi cả ba chủ thể, đó là: Nhà nước - người quản lý, điều chỉnh; các NHTM/tổ chức tài chính tín dụng - người cung cấp và doanh nghiệp XNK - người sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

Đặc biệt, luận án không đi sâu vào nghiệp vụ bao thanh toán hướng vào nghiên cứu điều kiện để phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam, gồm: điều kiện vĩ mô, điều kiện đối với các tổ chức bao thanh toán (NHTM) và điều kiện đối với người sử dụng dịch vụ (DN XNK).

Phạm vi không gian: Nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam trên cơ sở các qui định pháp lý hiện hành và hoạt động cung ứng dịch vụ này của các NHTM (tập trung vào các NH đã triển khai dịch vụ này) cũng như đánh giá của các doanh nghiệp thương mại tại Việt Nam (chủ yếu là các doanh nghiệp XNK tại Hà nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Bắc) đã, đang và sẽ sử dụng dịch vụ này.

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam tập trung vào giai đoạn từ năm 2004 đến 2012. Các định hướng và giải pháp đề xuất nhằm phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam trong ngắn hạn và trung hạn (đến năm 2020).

5. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử là phương pháp nghiên cứu cơ bản của luận án. Tùy thuộc vào yêu cầu và điều kiện nghiên cứu, ở các nội dung cụ thể, luận án sử dụng các phương pháp nghiên cứu khác nhau để làm sáng tỏ các vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến nội dung luận án. Các phương pháp tổng hợp, quy nạp, diễn dịch, so sánh... được sử dụng để phân tích các nội dung liên quan đến cơ sở lý luận của luận án cũng như các nội dung phân tích thực trạng triển khai dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam. Các phương pháp toán, thống kê, điều tra chọn mẫu được sử dụng để thu thập, điều tra và xử lý số liệu điều tra phục vụ cho phân tích thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam.

Luận án kết hợp cả 2 hình thức nghiên cứu là: nghiên cứu tài liệu (nghiên cứu tại bàn) và nghiên cứu thực tế (nghiên cứu tại hiện trường) để giải quyết tốt các mục tiêu nghiên cứu đã đặt ra. Nghiên cứu tại bàn được sử dụng để tìm kiếm và phân tích các thông tin liên quan đến: cơ sở lý luận về dịch vụ bao thanh toán và phát triển dịch vụ bao thanh toán, kinh nghiệm phát triển dịch vụ bao thanh toán của một số nước trên thế giới, thực trạng các hình thức thanh toán được sử dụng ở Việt Nam, thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam,... Nghiên cứu tại hiện trường được sử dụng để thu thập các thông tin liên quan đến thực trạng cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam hiện nay. Nghiên cứu tại hiện trường được tiến hành dưới các hình thức như tham dự hội thảo chuyên đề, tham vấn ý kiến chuyên gia, điều tra, khảo sát các NH, các DN.

Thiết kế nghiên cứu:

- **Xác định mẫu nghiên cứu:** Bên cạnh chủ thể có vai trò điều chỉnh dịch vụ bao thanh toán là Nhà nước, mẫu nghiên cứu của luận án tập trung vào hai nhóm đối tượng chính, đó là: người cung cấp dịch vụ (các NHTM) và người sử dụng dịch vụ bao thanh toán (các DN xuất nhập khẩu). Cụ thể:

Số ngân hàng điều tra: một số NHTM đã được cấp phép triển khai dịch vụ bao thanh toán như: NHTMCP Ngoại thương Việt nam - Vietcombank; NHTMCP Á Châu - ACB; NHTMCP Kỹ Thương Việt nam - Techcombank; Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt nam – BIDV,...

Số doanh nghiệp điều tra: khoảng 300 doanh nghiệp có tham gia hoạt động XNK bao gồm các DN Nhà nước, DN tư nhân, DN liên doanh,... Điều tra trực tiếp cán bộ phụ trách hoạt động XNK, đặc biệt là cán bộ thanh toán quốc tế (trưởng phòng XNK, trưởng phòng kinh doanh, Trưởng phòng thanh toán quốc tế).

Trên cơ sở phiếu điều tra (bảng hỏi) thu được sẽ lựa chọn một số DN đang sử dụng dịch vụ bao thanh toán để tiếp tục điều tra phỏng vấn sâu.

- **Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu:** Luận án sử dụng các phương pháp thu thập thông tin chính là: Nghiên cứu tại bàn, kế thừa; Phỏng vấn trực tiếp; Gửi phiếu câu hỏi điều tra.

Đối với dữ liệu thứ cấp: Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ nhiều nguồn, gồm:

- Sách và các tư liệu trong nước và quốc tế về dịch vụ bao thanh toán, chủ yếu từ internet;
- Các bài báo về dịch vụ bao thanh toán từ các báo, tạp chí như: Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Tạp chí Thương mại, Tạp chí Ngân hàng,...
- Các thư viện: Thư viện quốc gia, Thư viện Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Thư viện Trường Đại học Ngoại thương
- Các cổng thông tin điện tử của Chính phủ, Bộ Tài chính, Tổng cục hải quan, Tổng cục Thống kê, NHNN, một số NHTM
- Báo cáo thường niên, website của FCI (Factors Chain International)

Xử lý dữ liệu: Các dữ liệu thu thập được từ các nguồn khác nhau được kiểm tra theo các tiêu chí về tính thích hợp, tính chính xác, tính cập nhật bằng cách so sánh, đối chiếu nhằm đảm bảo tính nhất quán và dữ liệu phản ánh được nội dung phân tích với độ tin cậy cao.

Đối với dữ liệu sơ cấp: Phục vụ cho nghiên cứu của luận án, tác giả đã thu thập các dữ liệu sơ cấp thông qua điều tra về các nội dung liên quan đến đề tài luận án. Điều tra được thực hiện thông qua việc gửi phiếu điều tra (bảng hỏi) kết hợp với phỏng vấn sâu.

· Điều tra sử dụng bảng hỏi: mục tiêu là để thăm dò, thu thập thông tin liên quan đến người sử dụng dịch vụ bao thanh toán, do đó đối tượng điều tra là các DN XNK. Cụ thể, bảng hỏi tập trung làm rõ đặc điểm của các DN, mức độ tiếp cận, mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán và nhu cầu sử dụng dịch vụ này của các DN trong tương lai. Trên cơ sở số liệu điều tra, tìm ra mối liên quan giữa một số đặc điểm của DN (qui mô, lĩnh vực hoạt động, thời gian hoạt động,...) với việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán của DN. Cách thức: trực tiếp gửi bảng hỏi, qua e-mail, qua bưu điện.

· Phỏng vấn sâu: mục tiêu là để làm rõ hiện trạng cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt nam, khả năng cung cấp cũng như nhu cầu sử dụng dịch vụ này trong thời gian tới. Đối tượng phỏng vấn là người phụ trách bộ phận cung cấp dịch vụ bao thanh toán tại NH và một số DN xuất nhập khẩu (DN có sử dụng dịch vụ bao thanh toán, được lựa chọn sau khi điều tra bảng hỏi). Phương pháp phỏng vấn: phỏng vấn trực tiếp, phỏng vấn qua điện thoại, qua internet chat.

Thu thập dữ liệu điều tra: Việc thu thập dữ liệu điều tra được tác giả thực hiện bằng 2 hình thức: gửi phiếu điều tra qua thư điện tử, qua đường link

www.surveymonkey.com/s/lienhuong, qua đường bưu điện và gọi điện/gặp gỡ để phỏng vấn trực tiếp. Thời gian tiến hành thu thập dữ liệu từ tháng 8/2011 đến hết tháng 11/2011 và tiếp tục bổ sung thêm từ tháng 6/2013 đến hết tháng 9/2013.

Đối tượng điều tra chủ yếu là một số NH và các DN XNK trên địa bàn Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và một số tỉnh như Bắc Ninh, Hưng Yên, Hải Dương... Trong số 300 phiếu điều tra được gửi tới đối tượng điều tra là các DN XNK, có khoảng 200 phiếu được gửi lại, trong đó có 174 phiếu hợp lệ (phiếu điền đầy đủ dữ liệu). Tỷ lệ phiếu điều tra hoàn trả hợp lệ (58%) chưa được cao như mong muốn của tác giả, do việc tiếp cận đối tượng điều tra chủ yếu dựa trên mối quan hệ cá nhân của tác giả luận án nên đã gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận và thuyết phục đối tượng điều tra trả lời câu hỏi. Mặc dù vậy, tác giả vẫn sử dụng kết quả điều tra này để phân tích trong luận án như một kênh thông tin nhằm đánh giá nhu cầu và hiện trạng sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các DN Việt Nam.

Về đặc tính của mẫu điều tra:

Đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán: Điều tra được thực hiện với các NH cung cấp dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam, gồm các loại hình NH như: NHTM thuộc sở hữu Nhà nước, NHTMCP mà Nhà nước là cổ đông lớn, NHTMCP,...

Đối với người sử dụng dịch vụ bao thanh toán (DN): Trong quá trình nghiên cứu, tác giả luận án đã thu thập số liệu bằng cách gửi phiếu điều tra đến các DN, đặc biệt là các DN XNK ở Việt Nam. Kết quả là đã thu về được 174 phiếu điều tra hợp lệ từ 174 DN khác nhau. Trong đó có 6,7% là DN Nhà nước; 4,0% là DN tư nhân; 44,4% là DN có vốn đầu tư nước ngoài; 27,5% là công ty cổ phần và 17,4% là công ty trách nhiệm hữu hạn (kết quả tập hợp ở Phụ lục 2).

Các DN này hoạt động trong các lĩnh vực:

Lĩnh vực hoạt động	Tỷ lệ
· Xuất khẩu hàng hóa	6,3%
· Nhập khẩu hàng hóa	10,4%
· Xuất nhập khẩu hàng hóa	31,3%
· Thương mại nội địa	15,6%
· Tất cả các lĩnh vực trên	43,4%

Xử lý dữ liệu điều tra: Sau khi thu thập tất cả các phiếu điều tra, việc rà soát được thực hiện để lựa chọn các phiếu điều tra hợp lệ, dữ liệu của các phiếu điều tra hợp lệ được mã hóa và nhập vào máy tính. Tác giả sử dụng phần mềm Excel để phân tích dữ liệu điều tra.

- **Phương pháp phân tích dữ liệu:** Dữ liệu trong luận án được phân tích bằng các phương pháp: Thống kê mô tả, So sánh tỷ lệ, kiểm định,...

6. Đóng góp mới của luận án

- Luận án có cách tiếp cận mới đối với vấn đề nghiên cứu khi xem xét bao thanh toán dưới góc độ là một loại hình dịch vụ trong nền kinh tế (khác với các nghiên cứu trước đây thường dưới góc độ vi mô, tức là coi bao thanh toán là một nghiệp vụ của NH). Vì vậy, để phát triển loại hình dịch vụ này cần phải có sự phối hợp hành động của cả 3 chủ thể, đó là Nhà nước - người quản lý, các NHTM - người cung cấp và doanh nghiệp XNK - người sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

- Luận án đã lựa chọn và hệ thống lý luận về dịch vụ bao thanh toán, tạo dựng cơ sở lý thuyết xác lập nội dung nghiên cứu phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam. Đặc biệt luận án đánh giá cao vai trò của dịch vụ bao thanh toán đối với các doanh nghiệp xuất khẩu nói riêng và đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam nói chung nên đã đi sâu phân tích, đánh giá sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam.

- Luận án tập trung phân tích các điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán và đánh giá thực trạng các điều kiện này ở Việt Nam hiện nay.

- Luận án đã nghiên cứu các bài học kinh nghiệm trong phát triển dịch vụ bao thanh toán của một số quốc gia trên thế giới để rút ra những gợi ý hữu ích nhằm phát triển dịch vụ bao thanh toán, đặc biệt là bao thanh toán xuất khẩu ở Việt Nam.

- Dịch vụ bao thanh toán được cung cấp bởi các NHTM nhưng người sử dụng lại là các doanh nghiệp thương mại, gắn liền với các giao dịch thương mại trả chậm. Dịch vụ này chỉ có thể phát triển khi các NH sẵn sàng cung cấp và các doanh nghiệp thương mại chấp nhận sử dụng. Một trong những điểm mới của luận án là đánh giá nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán, nghiên cứu bên cầu để hướng dẫn bên cung, hướng vào tăng chất lượng dịch vụ.

- Luận án đánh giá khá đầy đủ và toàn diện về thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam hiện nay ở các khía cạnh: thực trạng điều kiện phát triển, thực trạng hệ thống cung ứng dịch vụ bao thanh toán, thực trạng nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán, thực trạng cơ chế, chính sách, luật pháp cho phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam... dựa trên những dữ liệu đã được công bố và kết quả khảo sát của tác giả luận án.

- Luận án cũng đã xây dựng được hệ thống giải pháp hướng tới mục tiêu phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam, đặc biệt là bao thanh toán cho xuất khẩu. Các giải pháp cũng được đề xuất theo 3 nhóm, xuất phát từ cả 3 phía (ứng với 3 chủ thể có liên quan trực tiếp tới dịch vụ này). Đó là: Chính phủ và các bộ ngành có liên quan (người tạo môi trường, chính sách); Các NHTM (đơn vị cung cấp dịch vụ); Các doanh nghiệp XNK (đơn vị sử dụng dịch vụ). Trong đó có một số giải pháp quan trọng hướng tới:

- Tạo lập môi trường pháp lý an toàn và có các chính sách phù hợp nhằm khuyến khích dịch vụ bao thanh toán phát triển;
- Tăng cường hoạt động Marketing quảng bá cho sản phẩm dịch vụ bao thanh toán;
- Củng cố, tăng cường các nguồn lực tài chính và nhân sự cho phát triển dịch vụ bao thanh toán;
- Nâng cao chất lượng dịch vụ bao thanh toán;
- Thành lập Hiệp hội bao thanh toán Việt Nam;...

7. Kết cấu nội dung luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận và các phụ lục, luận án được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1: Lý luận cơ bản về phát triển dịch vụ bao thanh toán;

Chương 2: Thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam (giai đoạn 2004 – 2012);

Chương 3: Định hướng và giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán trong thanh toán xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam (từ nay đến 2020).

CHƯƠNG 1

LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN

1.1. Tổng quan về dịch vụ bao thanh toán

1.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển dịch vụ bao thanh toán

Hiện nay, có khá nhiều quan điểm khác nhau về sự ra đời của dịch vụ bao thanh toán trên thế giới. Theo các nhà sử học thì bao thanh toán đã ra đời từ cách đây rất lâu, cùng với sự xuất hiện của các đại lý hoa hồng, những người chuyên thực hiện việc mua bán và luân chuyển hàng hoá, vào khoảng 2000 năm trước. Thời kỳ đó do những hạn chế về điều kiện thông tin và vận tải nên các đại lý hoa hồng thường đóng vai trò là trung gian giữa người mua và người bán ở các nước khác nhau. Với vai trò này, họ thực hiện các chức năng vận chuyển, giao nhận hàng, theo dõi, thu đòi nợ, chuyển trả tiền cho bên uỷ nhiệm và thu hoa hồng. Một phần chức năng của họ giống như của các tổ chức bao thanh toán hiện nay. Cùng với sự phát triển kinh tế thế giới, các đại lý này ngày càng lớn mạnh và bắt đầu phân cấp các hoạt động, họ cũng đã có thể đảm bảo khả năng trả nợ thay cho người mua. Từ đầu thế kỷ 13, bao thanh toán đã xuất hiện ở các nước Châu Âu và Châu Mỹ như một phương thức cung cấp cho người bán tiện ích thu nợ và tài trợ ngắn hạn [3]. Tới thế kỷ 16, nền kinh tế Mỹ phát triển vượt bậc đã tạo điều kiện cho dịch vụ bao thanh toán ở nước này phát triển mạnh và có ảnh hưởng rất lớn đến thị trường châu Âu cũng như các thị trường lân cận. Cuối thế kỷ 19 đầu thế kỷ 20 là thời kỳ phát triển mạnh mẽ của các đại lý bao thanh toán tại Mỹ, hoạt động chủ yếu của họ lúc này tập trung vào các hoạt động tín dụng, thu nợ, kế toán và các chức năng tài chính. Các đại lý bao thanh toán cũng mở rộng sang phục vụ các ngành công nghiệp mới phát triển như điện, hoá chất, sợi tổng hợp... Các tổ chức bao thanh toán đã đưa ra hình thức mua lại các khoản phải thu trên cơ sở các hoá đơn, chứng từ. Từ đó đến nay, bao thanh toán đã dần khẳng định vai trò của mình trong thương mại quốc tế.

Tuy nhiên, dịch vụ bao thanh toán chỉ thực sự phát triển và được đánh giá cao trong việc góp phần thúc đẩy sự phát triển các quan hệ thương mại nói chung và thương mại quốc tế nói riêng sau khi chiến tranh thế giới lần thứ II kết thúc. Sau chiến tranh, nền kinh tế của các nước trên thế giới bị suy yếu nghiêm trọng, đặc biệt là các nước trực tiếp tham gia vào cuộc chiến và các nước thuộc địa. Lúc này hầu hết các nước phát triển đều bị rơi vào khủng hoảng kinh tế, nền kinh tế bị ảnh hưởng nghiêm trọng, chỉ có duy nhất một quốc gia được lợi lớn từ chiến tranh thế giới là Mỹ nhờ cung cấp vũ khí cho các nước tham chiến.

Do khủng hoảng kinh tế sau chiến tranh, các DN của các nước lúc này gặp rất nhiều khó khăn về tài chính. Các DN rất cần vốn để phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh, phục hồi nền kinh tế đang bị suy yếu do chiến tranh. Chính vì vậy mà nhu cầu thanh toán trả chậm tăng mạnh và trở thành một xu thế chung trong hệ thống các nước phát triển. Tuy nhiên, khi sử dụng phương thức thanh toán trả chậm, các DN lại phát sinh thêm một vấn đề là quản lý nợ (các khoản phải thu: các khoản tiền thanh toán phát sinh từ việc mua bán hàng hoá, dịch vụ mà người bán phải thu từ người mua). Thêm vào đó, người bán lại thiếu vốn để tiếp tục đầu tư cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, do đó phát sinh ra nhu cầu bán lại các hoá đơn hay hối phiếu phát hành đòi tiền người mua. Do nhu cầu này của các DN ngày càng lớn nên dịch vụ bao thanh toán đã phát triển, đáp ứng nhu cầu về tài trợ vốn cho sản xuất kinh doanh và quản lý các khoản nợ giúp DN.

Dịch vụ bao thanh toán đã nhanh chóng được các DN lựa chọn sử dụng và phát triển rất mạnh, đặc biệt là trong thanh toán nội địa của các nước do có sự quen biết cũng như dễ dàng trong việc thu nợ và giải quyết các tranh chấp phát sinh. Khi đã quen với việc sử dụng dịch vụ này trong các giao dịch trong nước, các DN bắt đầu áp dụng với các giao dịch thương mại quốc tế. Đến nay dịch vụ bao thanh toán đã được áp dụng rộng rãi ở hơn 70 nước và vùng lãnh thổ trên khắp thế giới, đặc biệt là ở Châu Âu và Châu Mỹ.

Nhìn chung, bao thanh toán là một dịch vụ đã xuất hiện từ khá lâu trên thế giới. Dịch vụ này đã được hình thành dựa trên nhu cầu tất yếu của nền kinh tế. Sự

tồn tại và phát triển của dịch vụ bao thanh toán là hoàn toàn phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế toàn cầu. Ngày nay, dịch vụ bao thanh toán đang ngày càng khẳng định tầm quan trọng của nó trong thương mại quốc tế và đang có nhiều cơ hội để phát triển.

1.1.2. Khái niệm và tính chất đặc trưng của dịch vụ bao thanh toán

Bao thanh toán (thuật ngữ chung bao gồm cả hai dịch vụ Factoring và Forfaiting) là những sản phẩm tài chính đã được sử dụng phổ biến ở nhiều nước trên thế giới. Nghiệp vụ này lại có liên quan đến khá nhiều mặt, nhiều khía cạnh của hoạt động kinh doanh như: kế toán, tài trợ, các hoạt động thương mại... nên có thể có nhiều cách hiểu, cách định nghĩa và khái niệm khác nhau về bao thanh toán. Có thể kể đến một số khái niệm về bao thanh toán như sau:

1.1.2.1. Khái niệm theo Công ước quốc tế tại Ottawa về bao thanh toán

Để đưa ra những chuẩn mực làm căn cứ pháp lý cho hoạt động bao thanh toán và đảm bảo lợi ích của các bên liên quan, ngày 28/05/1988, trong cuộc họp tại Ottawa (Canada), Hiệp hội các nhà bao thanh toán quốc tế (FCI) đã chính thức thông qua Công ước quốc tế về bao thanh toán (*UNIDROIT Convention on International Factoring – Ottawa, Canada, 28 May 1988*).

Theo Khoản 2, Điều 1 của Công ước này thì “*Hoạt động bao thanh toán là hoạt động mà đơn vị bao thanh toán mua lại các khoản phải thu của khách hàng, phát sinh từ giao dịch bán hàng hoặc cung cấp dịch vụ nhưng thanh toán chậm, theo đó khách hàng nhận được khoản tiền ứng trước tương ứng với tỷ lệ định trước giá trị của khoản phải thu. Phần giá trị còn lại (sau khi trừ đi các khoản phí) sẽ trả cho khách hàng khi người mua hàng thực hiện việc thanh toán*” [28, tr.1].

Theo Công ước này “*Đơn vị bao thanh toán phải thực hiện ít nhất 2 trong 4 chức năng sau: (i) tài trợ cho bên bán, bao gồm các khoản vay và thanh toán trước, (ii) quản lý các tài khoản liên quan đến các khoản phải thu, (iii) thu hộ các khoản phải thu, (iv) bảo hiểm rủi ro không thanh toán của con nợ*” [28, tr.1]. Như vậy, ngoài việc tài trợ chính, bao thanh toán còn bao gồm cả việc quản lý sổ sách bán hàng, kế toán và tiến hành việc thu nợ một cách chuyên nghiệp nhằm đảm bảo lợi

ích của khách hàng một cách tối đa. Vì vậy, bao thanh toán được xem là một hoạt động tài chính tổng hợp, gồm các hoạt động như: tài trợ, quản lý sổ sách kế toán, thu nợ và bảo vệ khách hàng trước rủi ro tín dụng.

1.1.2.2. Khái niệm theo Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng Việt Nam

Nhận thức được tầm quan trọng và lợi ích của dịch vụ bao thanh toán đối với nền kinh tế nói chung, đối với các đơn vị bao thanh toán và các đơn vị kinh doanh XNK nói riêng, ngày 06/9/2004 Thống đốc NHNN Việt nam đã ban hành Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng, kèm theo quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN. Quy chế này quy định rõ việc thực hiện nghiệp vụ bao thanh toán của các tổ chức tín dụng đối với khách hàng nhằm đa dạng hoá hoạt động tín dụng, bổ sung vốn lưu động cho khách hàng, thúc đẩy hoạt động thương mại trong nước và quốc tế.

Theo Điều 2, Quy chế này thì *“Bao thanh toán là một hình thức cấp tín dụng của tổ chức tín dụng cho bên bán thông qua việc mua lại các khoản phải thu phát sinh từ việc mua, bán hàng hoá đã được bên bán hàng và bên mua hàng thoả thuận trong hợp đồng mua, bán hàng”* [9, tr.2].

Quy chế này quy định rõ:

“Khoản phải thu là khoản tiền bên bán hàng phải thu từ bên mua hàng theo hợp đồng mua, bán hàng”. Theo quy chế này các khoản phải thu sau đây không được bao thanh toán:

- Các khoản phải thu phát sinh từ hợp đồng mua bán hàng hoá bị pháp luật cấm;
- Các khoản phải thu phát sinh từ các giao dịch, thoả thuận bất hợp pháp;
- Các khoản phải thu phát sinh từ các giao dịch, thoả thuận đang có tranh chấp;
- Các khoản phải thu phát sinh từ các hợp đồng bán hàng dưới hình thức ký gửi;
- Các khoản phải thu phát sinh từ hợp đồng mua, bán hàng có thời hạn thanh toán còn lại dài hơn 180 ngày;
- Các khoản phải thu đã được gán nợ hoặc cầm cố, thế chấp;

- Các khoản phải thu đã quá hạn thanh toán theo hợp đồng mua, bán hàng.

“Hợp đồng mua, bán hàng: là thỏa thuận bằng văn bản giữa bên bán hàng và bên mua hàng về việc mua, bán hàng hóa theo quy định của pháp luật, trong đó bên mua hàng chưa đến hạn phải thực hiện nghĩa vụ thanh toán”.

“Số dư bao thanh toán: là số tiền mà đơn vị bao thanh toán ứng trước cho bên bán hàng theo thỏa thuận tại hợp đồng bao thanh toán”.

“Hạn mức bao thanh toán: là tổng số dư tối đa của các khoản phải thu được bao thanh toán trong một khoảng thời gian nhất định theo thỏa thuận của đơn vị bao thanh toán và bên bán hàng trong hợp đồng bao thanh toán”.

“Bên mua hàng: là tổ chức được nhận hàng hóa từ bên bán hàng và có nghĩa vụ thanh toán các khoản phải thu quy định tại hợp đồng mua, bán hàng”.

“Chứng từ bán hàng: là các chứng từ liên quan đến việc giao hàng và việc yêu cầu thanh toán của bên bán hàng đối với bên mua hàng trên cơ sở hợp đồng mua, bán hàng” [9, tr.3].

Tại khoản 2, điều I của Quy chế này cũng quy định rõ tổ chức tín dụng thực hiện nghiệp vụ bao thanh toán là các tổ chức tín dụng thành lập và hoạt động theo Luật các Tổ chức tín dụng, gồm:

- Ngân hàng thương mại nhà nước;
- Ngân hàng thương mại cổ phần;
- Ngân hàng liên doanh;
- Ngân hàng 100% vốn nước ngoài;
- Chi nhánh ngân hàng nước ngoài;
- Công ty tài chính.

“Khách hàng được tổ chức tín dụng bao thanh toán là các tổ chức kinh tế Việt Nam và nước ngoài cung ứng hàng hóa và được thụ hưởng các khoản phải thu phát sinh từ việc mua, bán hàng hóa theo thỏa thuận giữa bên bán hàng và bên mua hàng” [9, tr.2].

Trên đây là khái niệm chính thức về bao thanh toán được đưa ra bởi NHNN Việt nam - cơ quan quản lý cao nhất đối với ngành ngân hàng. Ngoài ra, cũng còn có nhiều khái niệm khác về bao thanh toán đứng trên những quan điểm khác nhau.

Trong Luật các tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12 ngày 16/6/2010, tại Chương 1, Điều 4, trang 3 thì: *“Bao thanh toán là hình thức cấp tín dụng cho bên bán hàng hoặc bên mua hàng thông qua việc mua lại có bảo lưu quyền truy đòi các khoản phải thu hoặc các khoản phải trả phát sinh từ việc mua, bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ theo hợp đồng mua, bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ”*

Như vậy, so với Qui chế 1096/2004 thì Luật các tổ chức tín dụng số 47/2010 đã xác định rõ hơn, coi bao thanh toán là hình thức cấp tín dụng cho cả bên mua và bên bán trên cơ sở các khoản phải thu và các khoản phải trả, Luật này cũng chỉ rõ hình thức bao thanh toán là mua lại có bảo lưu. Luật các tổ chức tín dụng số 47 cũng mở rộng hơn về đối tượng hợp đồng mua bán được bao thanh toán, ngoài hợp đồng mua bán hàng hóa, còn bao gồm cả các hợp đồng cung ứng dịch vụ. Như vậy so với Qui chế 1096/2004, Luật các tổ chức tín dụng số 47/2010 đã đề cập đến khái niệm bao thanh toán rộng hơn, gần với qui định quốc tế về bao thanh toán hơn.

Khái niệm về bao thanh toán còn được đưa ra một cách cụ thể đối với 2 loại hình bao thanh toán là factoring và forfaiting (sẽ được trình bày rõ trong phần sau)

Từ những khái niệm, quan điểm của các tổ chức trong và ngoài nước, theo tác giả luận án thì dịch vụ bao thanh toán có thể được hiểu như sau:

Một là, bao thanh toán là hình thức dịch vụ tài chính tổng hợp của các tổ chức tín dụng. Theo đó, dịch vụ bao thanh toán phải gắn trực tiếp với chức năng tài trợ tín dụng, các nghiệp vụ quản lý sổ sách, quản lý nợ và thu nợ không được coi là một chức năng độc lập trong dịch vụ bao thanh toán.

Hai là, dịch vụ bao thanh toán dựa trên quan hệ về quyền mua bán quyền tài sản và quyền đòi nợ, trong đó quyền đòi nợ là một loại tài sản được xác định từ một giao dịch thương mại cụ thể nên khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán, đơn vị bao thanh toán phải tiến hành phân tích toàn diện và trực tiếp các giao dịch làm phát sinh các khoản phải thu, tình hình tài chính và hoạt động của bên bán hàng và bên mua hàng, bên bán hàng phải chuyển giao toàn bộ giấy tờ liên quan đến giao dịch mua bán để xác lập và chuyển giao quyền đòi nợ cho bên bao thanh toán.

1.1.2.3. Tính chất đặc trưng của dịch vụ bao thanh toán

Bao thanh toán là một dịch vụ khá đặc biệt, nó vừa mang tính chất tín dụng lại vừa mang tính chất nhờ thu.

- *Tính chất tín dụng*: Các DN khi bán hàng trả chậm, đặc biệt là các DN vừa và nhỏ, sẽ đứng trước khó khăn là thiếu vốn lưu động để quay vòng nhưng cũng rất khó có thể tiếp cận với nguồn vốn vay từ phía các NH hay các tổ chức tín dụng khác. Trong khi đó, nếu sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì DN có thể nhận được khoản tiền khi chuyển nhượng khoản phải thu (tổ chức tín dụng chỉ quan tâm tới khoản phải thu thông qua các hóa đơn bán hàng) mà không phải mang tài sản ra thế chấp. Thông thường DN có thể được ứng trước ngay từ 70% đến 90% số tiền trên hóa đơn bán hàng trong vòng 24 giờ, thay vì phải đợi 30 ngày hoặc 60 ngày, thậm chí có thể lâu hơn nhiều (phụ thuộc vào thời hạn trả chậm đã được qui định) mới được thanh toán tiền hàng. Thực tế lúc này DN đem bán quyền đòi tiền của mình cho đơn vị bao thanh toán để lấy tiền ngay và phải trả một khoản chiết khấu hợp lý trên giá trị của hóa đơn bán hàng. Với số tiền ứng trước này, DN sẽ có điều kiện giành được những cơ hội kinh doanh mới, tăng tốc độ chu chuyển vốn, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của DN mình. Như vậy, bao thanh toán rõ ràng không phải một khoản tín dụng nhưng lại có tính chất tín dụng đối với DN bán hàng/xuất khẩu và đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Có thể coi đây là khoản tín dụng được cấp khi đơn vị bao thanh toán ứng trước tiền cho người bán và được hoàn trả khi đơn vị bao thanh toán đòi được tiền từ người mua, khoản chiết khấu trên cơ sở giá trị của hóa đơn bán hàng chính là lãi mà người sử dụng vốn vay (người bán) phải trả cho đơn vị cung cấp vốn (đơn vị bao thanh toán).

- *Tính chất nhờ thu*: Khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán, người bán/người XK chuyển nhượng khoản nợ (khoản phải thu) cho đơn vị bao thanh toán để nhận được khoản tiền ứng trước từ đơn vị bao thanh toán vì vậy họ sẽ không còn phải lo lắng về việc quản lý khoản nợ chưa được thanh toán này. Điều đó sẽ giúp họ giảm được chi phí quản lý nợ và giảm đi các khoản nợ xấu. Đơn vị bao thanh toán sẽ đảm nhiệm toàn bộ công việc này thay cho người bán/người XK. Công việc chính của các đơn vị bao

thanh toán là cấp tín dụng (ứng trước khoản phải thu) và thu nợ nên họ thường đã được trang bị những kiến thức cần thiết cũng như có nhiều kinh nghiệm trong việc thu hồi nợ. Vì vậy họ có nhiều biện pháp để thu hồi khoản nợ một cách hiệu quả, ngay cả trong trường hợp người mua không thanh toán hoặc chậm trễ thanh toán

1.1.3. Các hình thức dịch vụ bao thanh toán: Factoring và Forfaiting

1.1.3.1. Dịch vụ bao thanh toán Factoring

Trong cuốn *Marketing International Factoring, 2000*, FCI, *Neitherland*, factoring được xem là một dịch vụ dựa vào những khoản phải thu được chuyển nhượng. Các khoản phải thu của người bán hàng được chuyển nhượng cho factor, tạo ra sự chuyển đổi chủ nợ. Một factor sẽ trở thành một chủ nợ mới và độc quyền với khoản phải thu, bao gồm cả các phần phụ thuộc vào các khoản phải thu đó [29].

Theo Điều 1, Quy tắc chung về Factoring quốc tế của IFG (*General Rules For International Factoring – IFG*) thì “*Hợp đồng factoring là hợp đồng theo đó người bán có thể hoặc sẽ chuyển nhượng các khoản phải thu cho một đơn vị bao thanh toán (factor), có thể với mục đích nhận tài trợ thương mại hoặc không, để nhận được ít nhất một trong các chức năng sau: theo dõi sổ sách các khoản phải thu; thu hộ các khoản phải thu; bảo hiểm rủi ro nợ xấu*” [41, tr.4]

Còn trong cuốn *Cẩm nang về nghiệp vụ bao thanh toán factoring và forfaiting trong tài trợ thương mại quốc tế* cũng đã trích dẫn 2 khái niệm factoring như sau: Theo *Từ điển kinh tế (Dictionary of Economic – Christopher Pass & Bryan Lones)*: “*Factoring là một sự dàn xếp tài chính, qua đó một công ty tài chính chuyên nghiệp (còn gọi là công ty mua nợ - factor firm) mua lại các khoản nợ của một công ty với số tiền ít hơn giá trị của khoản nợ đó. Lợi nhuận phát sinh từ sự chênh lệch giữa tiền thu được của số nợ đã mua và giá mua thực tế của món nợ đó. Lợi ích của công ty bán nợ là thu được tiền ngay thay vì phải chờ đến lúc con nợ trả nợ, hơn nữa lại tránh được những phiền toái và các chi phí trong việc theo đuổi các con nợ chậm trả*” [2, tr.19]. Và theo *Từ điển thuật ngữ ngân hàng – Hans Klaus* thì: “*factoring là một loại hình tài trợ dưới dạng tín dụng chuyển nhượng nợ. Một công*

ty chuyển nhượng toàn bộ hay một phần khoản nợ cho một công ty tài chính chuyên nghiệp (công ty mua nợ, thông thường là một công ty trực thuộc ngân hàng). Công ty này đảm nhiệm việc thu các khoản nợ và theo dõi các khoản phải thu để hưởng thủ tục phí và có lúc ứng trước các khoản nợ. Thông thường công ty mua nợ phải chịu rủi ro mất khả năng thanh toán của món nợ” [2,tr.20].

Như vậy, có nhiều khái niệm khác nhau về dịch vụ bao thanh toán factoring đã được đưa ra, tuy nhiên thực chất thì tất cả các khái niệm trên chỉ là những cách mô tả dịch vụ bao thanh toán factoring ở nhiều khía cạnh và góc nhìn khác nhau, còn về bản chất thì dịch vụ này vẫn là: sự chuyển nhượng tất cả các quyền và lợi ích liên quan tới các khoản phải thu ngắn hạn của người bán hàng cho một đơn vị bao thanh toán để được ứng trước một khoản tiền. Đơn vị bao thanh toán ứng trước tiền cho người bán hàng và chịu trách nhiệm thu các khoản nợ khi đến hạn.

Bao thanh toán factoring lại gồm nhiều loại hình khác nhau:

Căn cứ theo phạm vi hoạt động địa lý:

- Bao thanh toán trong nước (domestic factoring): là dịch vụ bao thanh toán được cung cấp cho người bán và người mua ở trong cùng một quốc gia, có hoạt động thương mại diễn ra trong phạm vi biên giới của một quốc gia. Các bên tham gia dịch vụ bao thanh toán này có cùng một quốc tịch, hoạt động trong cùng một vùng lãnh thổ.

- Bao thanh toán quốc tế (international factoring): là dịch vụ bao thanh toán cung cấp cho người bán và người mua ở hai quốc gia khác nhau, có hoạt động mua bán hàng hoá, dịch vụ vượt qua biên giới của một quốc gia. Điểm khác biệt nổi bật giữa bao thanh toán trong nước và bao thanh toán quốc tế là trong dịch vụ bao thanh toán quốc tế có khả năng tham gia hệ thống hai đại lý. Các đại lý thường có trụ sở tại nước của người NK và nước của người XK.

Căn cứ theo phạm vi trách nhiệm đối với rủi ro:

- Bao thanh toán có truy đòi (with recourse factoring): dịch vụ bao thanh toán cung cấp tất cả các chức năng bao thanh toán trừ chức năng bảo hiểm rủi ro tín dụng. Nếu đến hạn thanh toán mà người mua hàng (người NK) không thanh toán

hoá đơn thì đơn vị bao thanh toán có quyền đòi lại khoản tiền đã ứng trước cho người bán (người XK) cùng với lãi suất ứng trước.

- Bao thanh toán miễn truy đòi (without recourse factoring): là dịch vụ bao thanh toán đầy đủ, bao gồm tất cả các chức năng của bao thanh toán. Khi đến hạn thanh toán mà người mua hàng (người NK) không thanh toán tiền hàng theo hoá đơn thì đơn vị bao thanh toán không được phép truy đòi lại khoản tiền đã thanh toán cho người bán (người XK) (nếu không có tranh chấp phát sinh giữa người mua và người bán). Đơn vị bao thanh toán phải tự theo dõi, tự làm các thủ tục pháp lý đòi lại khoản tiền trên từ người NK.

Căn cứ theo phạm vi áp dụng nghiệp vụ bao thanh toán đối với số lượng các hoá đơn của một khách hàng cụ thể:

- Bao thanh toán một phần (partial factoring): đơn vị bao thanh toán chỉ thực hiện bao thanh toán đối với một số hóa đơn phát hành của người bán đòi tiền một hoặc một số người mua hàng.

- Bao thanh toán toàn bộ (bulk/whole factoring): đơn vị bao thanh toán áp dụng dịch vụ bao thanh toán đối với toàn bộ các hóa đơn thương mại của người bán hoặc toàn bộ hóa đơn thương mại của người bán phát hành để đòi tiền một người mua hàng hoặc của một hay một số người mua hàng hay thị trường nhất định.

Căn cứ phạm vi giao dịch của đơn vị bao thanh toán với người mua hàng:

- Bao thanh toán kín: đơn vị bao thanh toán cung cấp dịch vụ bao thanh toán cho người bán nhưng người mua không được biết về việc người bán đã chuyển nhượng các khoản phải thu cho đơn vị bao thanh toán. Người mua vẫn thanh toán tiền hàng bình thường cho người bán và sau khi nhận được thanh toán, người bán lại chuyển lại tiền cho đơn vị bao thanh toán.

- Bao thanh toán công khai: đơn vị bao thanh toán cung cấp dịch vụ bao thanh toán cho người bán và người mua cũng được thông báo về việc người bán chuyển nhượng các khoản phải thu cho đơn vị bao thanh toán. Trong phương thức này, người mua thanh toán trực tiếp tiền hàng (hoá đơn) cho đơn vị bao thanh toán.

1.1.3.2. Dịch vụ bao thanh toán Forfaiting

Với dịch vụ Forfaiting thì cho đến nay vẫn chưa có một luật lệ hay tập quán quốc tế nào định nghĩa cụ thể. Khái niệm về forfaiting thường chỉ được đề cập đến trong các nghiên cứu mang tính chất thực hành như: *“Innovative Export Financing: Factoring and Forfaiting”*, Business America 114 (No.1, January 11), Ring, Mary Ann, 1993, hay *“Forfaiting A use’s Guide What is it, Who uses it and Why?”* John F Moran, Jr (Vice President of the British American Forfaiting Company). Ngoài ra còn có: *“What is forfaiting?”*, Inc. D& B Reports. New York: Sep/Oct 1993. Vol.42, Iss.5, p.46 (1 pp.), Mc Dermott, Kevin Dun and Bradstreet; và *“The ins and outs of forfeiting”*, Global Trade & Transportation, Philadelphia: May 1993, Vol. 113, Iss. 5, p. 20 (2 pp.), Ring, Mary Ann; hay *“Forfaiting – an Introduction”*, Finanz AG Zurich, Switzerland, 2001;... Theo đó thì Forfaiting được hiểu là thuật ngữ dùng để chỉ việc mua lại các khoản nợ phải trả trong tương lai, phát sinh từ việc giao hàng hóa hoặc dịch vụ, chủ yếu là từ hoạt động xuất khẩu hàng hóa với điều kiện miễn truy đòi lại nhà xuất khẩu [39].

Ở Việt nam hiện cũng vẫn chưa có một văn bản pháp lý nào hướng dẫn và cho phép sử dụng dịch vụ forfaiting. Tuy nhiên, khái niệm forfaiting cũng đã được đề cập đến trong một số tài liệu như: trong cuốn *“Nghịệp vụ bao thanh toán”* của Ths.Nguyễn Quỳnh Lan do NXB Chính trị quốc gia phát hành năm 2006, Forfaiting được xem là một dạng tài trợ thương mại quốc tế liên quan tới việc người xuất khẩu bán miễn truy đòi với mức giá chiết khấu cho các đơn vị bao thanh toán (forfaiteer) các khoản phải thu trung và dài hạn có nguồn gốc từ các hợp đồng mua bán hàng hóa với điều kiện các khoản phải thu phải có bảo lãnh thanh toán của một ngân hàng có uy tín [14]. Còn trong giáo trình *“Thanh toán quốc tế trong ngoại thương”* của GS.Đình Xuân Trình do NXB Giáo dục phát hành năm 2002 thì forfaiting được định nghĩa như sau: *“Forfaiting là loại tín dụng trung và dài hạn mà một ngân hàng thương mại hoặc một công ty tài chính ứng trước không hoàn lại cho nhà xuất khẩu một tỷ lệ % nhất định so với tổng giá trị hóa đơn để dành lấy quyền đòi lại tiền từ người nhập khẩu và chịu mọi rủi ro mà người nhập khẩu không thanh toán được*

nếu có xảy ra. Các Forfaiter chỉ cấp tín dụng này cho người xuất khẩu khi người nhập khẩu của anh ta đã được một ngân hàng bảo lãnh” [4, tr.343].

1.1.4. Lợi ích và hạn chế của dịch vụ bao thanh toán

1.1.4.1. Lợi ích của dịch vụ bao thanh toán

Giống như các dịch vụ khác, các bên khi tham gia vào dịch vụ bao thanh toán dù với tư cách là người cung cấp hay người sử dụng dịch vụ này cũng đều đạt được những lợi ích nhất định. Xét một cách bao quát, bao thanh toán - một dịch vụ vừa mang tính chất của dịch vụ thanh toán, vừa có đặc trưng của dịch vụ tài trợ thương mại và nhờ thu đã và đang mang lại cho các bên tham gia những lợi ích sau:

Đối với người bán / người xuất khẩu

Với tư cách là khách hàng của các đơn vị bao thanh toán, người bán/người XK có lẽ là người được hưởng nhiều lợi nhất từ dịch vụ bao thanh toán. Cụ thể là:

- Được tài trợ vốn lưu động trên cơ sở doanh thu bán hàng để quay vòng vốn cho sản xuất và tăng trưởng nhanh hơn.

Bao thanh toán là quá trình giúp chuyển hóa các khoản phải thu thành tiền mặt một cách nhanh chóng. Với tính chất tín dụng, bao thanh toán giúp cho người bán giảm bớt những khó khăn về vốn lưu động khi thực hiện các hợp đồng bán hàng trả chậm. Sử dụng dịch vụ bao thanh toán, người bán khi nhường quyền đòi nợ cho đơn vị bao thanh toán sẽ được đơn vị bao thanh toán tài trợ ngay (ứng trước) một khoản vốn tương ứng với một tỷ lệ phần trăm nhất định (khoảng từ 70 đến 90%) của doanh thu bán hàng mà không phải đợi đến thời hạn trả chậm. Với khoản vốn này người bán có điều kiện để trang trải các khoản chi phí phát sinh, như trả lương cho nhân viên, trả chi phí nguyên vật liệu, mua thêm hàng dự trữ,... Họ có điều kiện quay vòng vốn phục vụ cho sản xuất kinh doanh, nâng cao hiệu quả hoạt động và thúc đẩy sự tăng trưởng của DN.

- Duy trì được sức cạnh tranh thông qua việc cho phép người mua thanh toán chậm tiền hàng.

Khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán, người bán được tài trợ vốn nên người bán sẵn sàng bán chịu cho người mua trong một khoảng thời gian nhất định. Vì vậy,

người bán sẽ có sức hấp dẫn hơn với các bạn hàng, dễ dàng cạnh tranh với các đối thủ hơn và có nhiều cơ hội bán hàng hơn.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động nhờ chuyên môn hóa sản xuất.

Khi bán hàng trả chậm thì người bán sẽ phải mất thời gian và công sức để quản lý các khoản phải thu từ người mua. Nếu người bán sử dụng bao thanh toán, công việc này sẽ được chuyển cho đơn vị bao thanh toán. Người bán không còn phải tốn thời gian, sức lực và tiền bạc để duy trì và điều hành một bộ phận chuyên trách trong việc thẩm định xem khách hàng có đủ điều kiện mua chịu hay không, cũng như kiểm tra, theo dõi và thu hồi các khoản nợ này nữa. Người bán sẽ có điều kiện tập trung mọi nguồn lực cho hoạt động sản xuất kinh doanh của mình, nhờ vậy hiệu quả hoạt động sẽ cao hơn. Với kinh nghiệm, nguồn vật lực và nguồn nhân lực được đào tạo bài bản, các tổ chức bao thanh toán có thể thực hiện được một cách nhanh chóng, chuyên nghiệp và hiệu quả mọi vấn đề liên quan đến việc thu hồi các khoản nợ này thay người bán.

- Được bảo hiểm rủi ro tín dụng có thể tới 100% giá trị hoá đơn, tình hình tài chính lành mạnh hơn do không có những khoản nợ xấu trên báo cáo tài chính.

Với hình thức bao thanh toán miễn truy đòi, khi người bán chuyển khoản phải thu cho đơn vị bao thanh toán thì cũng đồng thời chuyển luôn cả rủi ro không đòi được nợ cho đơn vị bao thanh toán, vì vậy các khoản nợ, nhất là các khoản nợ xấu sẽ không còn, điều này làm cho tình hình tài chính được tốt hơn.

Với tất cả lợi ích mà nó mang lại, bao thanh toán trở thành dịch vụ có vai trò quan trọng đối với người bán khi họ đã phải chấp nhận phương thức thanh toán trả chậm để giành giật thị trường và khách hàng trong điều kiện cạnh tranh khắc nghiệt của nền kinh tế thị trường. Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu, vai trò của dịch vụ bao thanh toán càng được đánh giá cao.

Để đánh giá về vai trò của dịch vụ bao thanh toán, năm 2008 trường Đại học SDA Bocconi, Italia đã tiến hành một cuộc điều tra nghiên cứu. Theo đó, khi được hỏi về vai trò của dịch vụ bao thanh toán thì số người được hỏi đã lựa chọn các phương án trả lời với tỷ lệ lựa chọn như trong Bảng 1.1.

Bảng 1.1. Kết quả điều tra về vai trò của dịch vụ bao thanh toán

Câu hỏi: Bao thanh toán nói lên điều gì?	Kết quả khảo sát của ĐH SDA Bocconi
- Một nguồn vốn bổ sung cho khoản vay ngân hàng	26 %
- Một cách đảm bảo để đối phó với việc không trả được nợ của con nợ	25 %
- Một công cụ quản lý tín dụng một cách chuyên nghiệp	19 %
- Một nguồn tài chính, một lựa chọn khác bên cạnh khoản vay ngân hàng	16 %
- Một cách để đòi các khoản nợ xấu	7 %
- Ý kiến khác	6 %
- Không có ý kiến	1 %

Nguồn: [50]

Qua kết quả điều tra này có thể thấy rằng có nhiều câu trả lời đã được đưa ra để lý giải một cách ngắn gọn cho vai trò của dịch vụ bao thanh toán. Các câu trả lời này khá đa dạng, đề cập được tới các lĩnh vực bao hàm trong khái niệm về dịch vụ bao thanh toán.

Như đã đề cập ở trên, bao thanh toán là dịch vụ liên quan đến khá nhiều lĩnh vực: kế toán, các hoạt động thương mại, nghiệp vụ thanh toán và tín dụng. Do đó khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán, các DN XK sẽ giảm bớt được gánh nặng về việc quản lý các khoản phải thu, giảm được các mối lo về việc đốc thúc thu nợ, có được nguồn tài trợ từ các đơn vị bao thanh toán cho hoạt động sản xuất kinh doanh. Hơn nữa, nếu như sử dụng dịch vụ bao thanh toán miễn truy đòi thì các DN XK còn giảm được cả nỗi lo về việc không thanh toán được tiền hàng.

Khi chấp nhận hình thức trả sau, DN XK sẽ khó khăn trong việc quay vòng vốn và có thể gặp nhiều rủi ro. Điều này càng là vấn đề phải xem xét đối với các DN XK có qui mô vừa và nhỏ như các DN XK của Việt nam, những DN mà điều kiện về vốn còn hạn hẹp. Đặc biệt là với những DN XK các mặt hàng có giá cả thường xuyên biến động như gạo, cà phê, hạt tiêu... sẽ khó tránh được thiệt hại một khi giá cả mặt hàng và giá cả đồng ngoại tệ biến đổi. Mặt khác khi DN XK phải sử dụng vốn vay của NH để thực hiện hợp đồng XK thì NH cũng không thể cho DN kéo dài thời gian vay vốn nếu thanh toán theo phương thức trả chậm. Lúc đó, dịch

vụ bao thanh toán XK sẽ có thể giúp DN giải quyết được những khó khăn này. Dịch vụ bao thanh toán XK sẽ giúp DN áp dụng phương thức bán hàng trả chậm nhưng vẫn an toàn và hiệu quả. Từ đó, khả năng cạnh tranh và mối quan hệ của DN XK với các nhà NK sẽ có nhiều triển vọng tốt đẹp hơn.

Nhìn chung, bao thanh toán giúp cho người XK có thêm nguồn tài chính mới và không bị giới hạn bởi thiếu tài sản thế chấp, hỗ trợ việc tăng doanh số bán, giảm rủi ro do NH thực hiện việc kiểm tra tín dụng đối với người NK, nhất là những người NK mới, NH cũng gánh vác rủi ro do người NK không thanh toán được (bao thanh toán miễn truy đòi), đồng thời NH cũng cung cấp dịch vụ theo dõi các khoản phải thu. Bao thanh toán giúp người XK tăng tính cạnh tranh vì có thể bán hàng trả chậm, khuyến khích người NK mua nhiều hơn, có thể bán chịu dài hạn hơn để tăng doanh số, giảm chi phí hành chính do NH quản lý các khoản nợ chưa thanh toán.

Dưới đây là bảng so sánh, phân tích một số phương thức thanh toán bao gồm: chuyển tiền, giao hàng trả tiền ngay, nhờ thu kèm chứng từ (bao gồm nhờ thu chấp nhận thanh toán D/A và nhờ thu trả ngay D/P), tín dụng chứng từ L/C và bao thanh toán theo các khía cạnh xét từ quan điểm của người xuất khẩu.

Bảng 1.2. Lợi thế của bao thanh toán so với các hình thức thanh toán khác

Phương thức thực hiện	Chi phí	Rủi ro tín dụng	Tài trợ vốn lưu động	Khả năng cạnh tranh của người bán
T/T	Thấp nhất	Cao nhất	Không	Cao nhất
CAD	Thấp	Cao	Không	Cao
D/A	Thấp	Cao	Không	Cao
D/P	Thấp	Cao	Không	Thấp
L/C	Cao	Thấp nhất	Có	Thấp nhất
Bao thanh toán	Cao nhất	Thấp	Có	Cao

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả luận án)

Đối với người mua/người nhập khẩu

Người mua/người NK là người tham gia vào dịch vụ bao thanh toán một cách bị động hay gián tiếp. Trong thực tế, khi người bán/người XK và đơn vị bao

thanh toán ký kết hợp đồng bao thanh toán với nhau có thể không cần sự đồng ý của người mua/người NK. Điều này làm cho bao thanh toán có vẻ như chẳng liên quan gì tới người mua/người NK nhưng thực tế thì người mua/người NK cũng được hưởng một số lợi ích nhất định từ dịch vụ bao thanh toán. Đó là các lợi thế bao thanh toán mang lại cho họ so với khi sử dụng các phương thức thanh toán khác.

Nhìn chung, dịch vụ bao thanh toán mang lại cho người mua/người NK những lợi ích sau đây:

- Được mua chịu hàng dễ dàng;
- Không cần phải mở L/C;
- Tăng sức mua hàng mà vẫn không vượt quá hạn mức tín dụng cho phép;
- Có thể nhanh chóng đặt hàng mà không bị trì hoãn, không tốn phí mở L/C, hay phí thương lượng...

Đối với đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán

Khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán, đơn vị bao thanh toán có thể:

- Tăng doanh số và lợi nhuận của mình từ việc thu các loại phí, lệ phí, cung cấp thêm các dịch vụ kèm theo;
- Đồng thời cung cấp dịch vụ này cho nhiều khách hàng nên xét về quy mô sẽ giảm được chi phí cố định liên quan đến các khách hàng đó;
- Đứng ra làm đơn vị cung cấp thông tin về tín dụng, bổ sung vào các dịch vụ tương tự hiện có của các trung tâm dữ liệu tín dụng thương mại tư nhân và quốc doanh. Đơn vị này cũng sẽ hưởng được lợi ích kinh tế theo quy mô nhờ trao đổi thông tin với các trung tâm trên;
- Nếu đơn vị bao thanh toán là một NHTM thì NH càng có nhiều khả năng để đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ cung ứng, giữ chân được khách hàng, thu hút được khách hàng đến với các dịch vụ liên quan..., mở rộng thị phần, nâng cao uy tín thanh toán trong nước và quốc tế;
- Có cơ hội học hỏi kinh nghiệm từ các đơn vị bao thanh toán lớn trong và ngoài nước.

Đối với nền kinh tế

Bao thanh toán là một hình thức tài trợ, thanh toán trước cho các khoản phải thu nên nó có tác dụng làm gia tăng chu kỳ quay vòng tiền, làm cho vòng quay, luân chuyển của tiền trong xã hội tăng lên. Nó có tác dụng bôi trơn, làm cho kinh tế phát triển tốt hơn, việc sử dụng tiền nhàn rỗi và các khoản tài trợ của các NH và tổ chức tín dụng trong xã hội hiệu quả hơn, đưa lại hiệu quả kinh tế xã hội tốt hơn.

Thêm vào đó, nhờ có chức năng bảo hiểm rủi ro tín dụng mà việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán giúp cho các DN tránh được nỗi lo về rủi ro không thu hồi được vốn, rủi ro không được thanh toán trong sản xuất kinh doanh. Điều này giúp tạo ra một môi trường kinh doanh ổn định hơn, tạo tâm lý yên tâm cho các DN.

Bao thanh toán tạo điều kiện cho việc thực hiện các hợp đồng trả chậm (bán chịu hàng hóa), là động lực đẩy mạnh hoạt động thương mại cả trong nước và quốc tế, thúc đẩy sản xuất phát triển.

1.1.4.2. Hạn chế của dịch vụ bao thanh toán

Bên cạnh những lợi ích dễ nhận thấy như đã trình bày ở trên thì bao thanh toán cũng là một dịch vụ có những hạn chế nhất định, đối với cả người cung cấp và cả người sử dụng dịch vụ này. Cụ thể:

Đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu

Bên cạnh những lợi ích người bán/người XK thu được từ dịch vụ bao thanh toán, họ cũng gặp phải một số khó khăn nhất định như:

- Phí bao thanh toán tương đối cao, mà phí này thường do người bán chịu;
- Mỗi quan hệ giữa bên bán với khách hàng của mình có thể bị ảnh hưởng bởi đơn vị bao thanh toán, vì thực tế đơn vị bao thanh toán sẽ tìm mọi cách để thu được nợ từ người mua;
- Trong một số trường hợp khi có tranh chấp xảy ra giữa người mua và người bán, đơn vị bao thanh toán sẽ không thanh toán/tạm ứng hoặc truy đòi lại những khoản đã thanh toán/tạm ứng cho những giao dịch tranh chấp đó.

Cùng với người bán, người mua cũng gặp một số khó khăn khi tham gia vào dịch vụ bao thanh toán vì:

- Giá hàng hoá thanh toán theo hợp đồng có sử dụng dịch vụ bao thanh toán có thể cao hơn so với khi sử dụng các phương thức thanh toán khác như L/C;

- Người mua sẽ bị đơn vị bao thanh toán theo dõi tình hình hoạt động và thu nợ kịp thời...

Đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán

Với tư cách là người cung cấp dịch vụ bao thanh toán, các đơn vị bao thanh toán có thể gặp phải một số rủi ro, như:

- *Rủi ro tín dụng*: Giống như tín dụng NH, rủi ro tín dụng trong bao thanh toán là rủi ro do khách hàng không thực hiện được nghĩa vụ thanh toán, khách hàng ở đây bao gồm cả người bán và người mua. Đơn vị bao thanh toán gặp rủi ro tín dụng khi:

- Người mua phá sản hoặc mất khả năng thanh toán. Trong trường hợp cung cấp dịch vụ bao thanh toán miễn truy đòi, đơn vị bao thanh toán sẽ phải chịu toàn bộ rủi ro không đòi được nợ.

- Có tranh chấp xảy ra giữa người mua và người bán.

- *Rủi ro thu nợ*: là rủi ro mà đơn vị bao thanh toán gặp phải khi không thể thu được nợ đúng hạn và hiệu quả. Nếu hàng hóa được bao thanh toán là các mặt hàng được bán theo phương thức ký gửi, hoặc hàng hoá cần được lắp đặt, hoặc hàng hoá có điều khoản bảo hành cho phép người mua có quyền yêu cầu người bán mua lại hoặc phải giảm giá nếu hàng hoá không đáp ứng được những yêu cầu nhất định...thì đơn vị bao thanh toán rất dễ gặp phải rủi ro này. Bên cạnh đó, nếu đơn vị bao thanh toán cung cấp dịch vụ này cho những hàng hoá thường giao dịch với số lượng nhỏ, giá trị khoản phải thu thấp thì đơn vị bao thanh toán sẽ phải tăng chi phí thu nợ, giảm lợi nhuận và do đó ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của đơn vị.

- *Rủi ro gian lận*: rủi ro xảy ra khi người bán lập và nộp cho đơn vị bao thanh toán (để yêu cầu ứng trước) một hóa đơn không tương ứng với giao dịch thương mại thực tế. Do đó, hoá đơn này không có giá trị pháp lý và đơn vị bao thanh toán không thể thu được khoản nợ từ người mua.

- *Rủi ro ngoại hối*: trường hợp đơn vị bao thanh toán ứng trước cho người bán hoặc thu nợ từ người mua bằng ngoại tệ, nếu tỷ giá hối đoái có sự biến động thì sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận của đơn vị bao thanh toán.

1.2. Phát triển dịch vụ bao thanh toán và những điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán

1.2.1. Khái niệm và nội dung phát triển dịch vụ bao thanh toán

Từ “phát triển” thường xuyên được sử dụng trong mọi lĩnh vực cuộc sống bởi phát triển là xu thế vận động tất yếu của con người, sự vật và cuộc sống. Phát triển phải được xem là quá trình biến đổi cả về lượng và chất, nó là sự kết hợp một cách chặt chẽ quá trình hoàn thiện của cả hai mặt. Quá trình phát triển trải qua nhiều giai đoạn và được đặt trong sự vận động chung với các sự vật khác, chịu sự tác động của các sự vật đó song yếu tố quyết định cho sự phát triển của mỗi sự vật là các yếu tố nội tại trong bản thân sự vật.

Nếu xét ở góc độ các NHTM (người cung cấp dịch vụ) thì sự phát triển được đánh giá không chỉ ở số lượng dịch vụ mà NH cung cấp mà còn ở chất lượng cung cấp các dịch vụ đó, đánh giá không chỉ ở sự hoàn thiện ngày càng tốt hơn các dịch vụ sẵn có mà còn phải phát triển các dịch vụ mới trong trạng thái biến đổi không ngừng của nhu cầu. Việc phát triển một dịch vụ sẵn có nhằm mang lại những tiện ích tốt hơn cho người sử dụng, nâng cao tính cạnh tranh của các dịch vụ là việc làm thường xuyên của mỗi NHTM. Vì vậy, đối với các NHTM thì phát triển dịch vụ bao thanh toán là sự lớn lên, tăng tiến mọi mặt của dịch vụ bao thanh toán. Nó bao gồm sự tăng trưởng về số lượng nhà cung cấp, doanh số, lợi nhuận, sự đa dạng về loại hình bao thanh toán, số lượng và đối tượng khách hàng, đồng thời đảm bảo chất lượng dịch vụ đáp ứng sự hài lòng của khách hàng,...

Xét trên phạm vi rộng hơn, phát triển dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế là quá trình lập kế hoạch, thực hiện, kiểm soát, tạo điều kiện thuận lợi và phối hợp một cách có hiệu quả giữa các chủ thể trong nền kinh tế để làm cho dịch vụ bao thanh toán ngày càng trở nên phổ biến, đem lại những lợi ích thiết thực cho cả các DN và cả hệ thống các NHTM, trở thành một hình thức hỗ trợ tài chính kịp thời và hiệu quả, vừa nâng cao hiệu quả việc sử dụng tiền nhàn rỗi của các NH, đem lại lợi nhuận cho NH, vừa hỗ trợ và tạo điều kiện cho các DN thực hiện các hợp đồng trả chậm, thúc đẩy thương mại và sản xuất phát triển.

Vì vậy, phát triển dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế cần hướng vào một số nội dung chủ yếu, như:

- Phát triển nhận thức về bao thanh toán ở tất cả các đối tượng nghiên cứu và ứng dụng dịch vụ bao thanh toán;

Phát triển nhận thức về bao thanh toán có vai trò quan trọng ảnh hưởng đến việc ứng dụng dịch vụ này trong kinh tế. Bởi lẽ, bao thanh toán là một dịch vụ tổng hợp liên quan đến cả 3 nhóm đối tượng: Nhà nước với vai trò là người quản lý, các NHTM với tư cách là người cung cấp dịch vụ và các DN XNK với tư cách là người sử dụng dịch vụ. Tính khoa học đòi hỏi các nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định chính sách, các nhà quản trị cũng như bất kỳ ai làm việc trong lĩnh vực này cần phải thông thạo, nắm vững để có thể nghiên cứu và ứng dụng dịch vụ bao thanh toán. Phát triển nhận thức về bao thanh toán thể hiện thông qua các khía cạnh sau:

- Phát triển các giác độ tiếp cận, các khái niệm và nội dung tương ứng của bao thanh toán, đặc biệt là các khái niệm mới liên quan đến dịch vụ này
- Phát triển các tổ chức nghiên cứu, ứng dụng, đào tạo... về dịch vụ bao thanh toán như các trường đại học, các viện nghiên cứu, các tổ chức đào tạo...
- Phát triển trình độ ứng dụng và thực hành bao thanh toán đối với nguồn nhân lực hoạt động trong lĩnh vực này.

- Hoàn thiện hệ thống luật pháp, chính sách phát triển dịch vụ bao thanh toán

Các quy định pháp lý, bộ máy tổ chức thực hiện cũng như các chế tài áp dụng hình thành nên môi trường pháp lý điều chỉnh hoạt động cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế. Hoạt động này có thể chịu nhiều tác động của các quy định, tập quán, thông lệ quốc tế, các cam kết quốc tế cũng như hệ thống văn bản luật pháp của một quốc gia. Có thể chia thành: Luật pháp, thông lệ và tập quán quốc tế: bao gồm các công ước, thông lệ, tập quán,... được coi là nguồn luật quan trọng chi phối và điều chỉnh các hoạt động cung ứng dịch vụ bao thanh toán trên phạm vi toàn cầu; Các quy định luật pháp của quốc gia là cơ sở pháp lý điều chỉnh việc cung ứng dịch vụ bao thanh toán trong phạm vi một quốc gia.

- Phát triển hệ thống cung ứng dịch vụ bao thanh toán của nền kinh tế, bao gồm: phát triển về số lượng và loại hình đơn vị cung ứng dịch vụ bao thanh toán; phát triển các loại hình dịch vụ bao thanh toán; nâng cao chất lượng và doanh số dịch vụ bao thanh toán; ...

- *Phát triển cầu dịch vụ bao thanh toán của nền kinh tế*, bao gồm: phát triển thị trường khách hàng sử dụng dịch vụ bao thanh toán cả về số lượng, đối tượng, qui mô, phạm vi không gian, thời gian; phát triển thị trường theo chiều rộng và chiều sâu;...

- *Tạo dựng và hoàn thiện môi trường cạnh tranh thuận lợi cho phát triển dịch vụ bao thanh toán.*

Đối với phát triển kinh tế nói chung và phát triển dịch vụ bao thanh toán nói riêng, một môi trường cạnh tranh thuận lợi sẽ tạo cơ hội để các NHTM tiến hành các hoạt động của mình đồng thời yêu cầu và tạo ra sức ép buộc các NH phải vươn lên vượt qua đối thủ, khiến trình độ cung ứng dịch vụ bao thanh toán và khả năng thỏa mãn nhu cầu của khách hàng được nâng lên. Để tạo dựng và hoàn thiện môi trường cạnh tranh nhằm tạo thuận lợi cho phát triển dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế, cần: Tạo dựng môi trường cạnh tranh (khuyến khích cạnh tranh lành mạnh giữa các đơn vị cung ứng dịch vụ bao thanh toán); Hoàn thiện các quy định luật pháp về cạnh tranh và có các biện pháp, cách thức để các quy định này đi vào thực tiễn một cách hiệu quả; Thực hiện các biện pháp đảm bảo cạnh tranh lành mạnh, xử phạt nghiêm minh những hành vi cạnh tranh không lành mạnh;...

1.2.2. Những điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán

Như tác giả đã nhận định ở phần tổng quan thì có một số nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ bao thanh toán, đó là:

- Nhu cầu sử dụng dịch vụ của các DN XK,
- Nguồn vốn tài trợ của các ngân hàng,
- Nguồn nhân lực,
- Cơ sở hạ tầng,
- Hành lang pháp lý,
- Các nhân tố khác.

Đây chính là cơ sở để xác định rõ cần có những điều kiện gì để có thể phát triển dịch vụ bao thanh toán hiện nay.

Dịch vụ bao thanh toán muốn phát triển đòi hỏi phải thỏa mãn được các điều kiện chung đối với nền kinh tế và cả các điều kiện cụ thể riêng đối với các đơn vị tham gia cung cấp và sử dụng dịch vụ này.

1.2.2.1. Điều kiện vĩ mô

Môi trường pháp lý

Là một dịch vụ được triển khai dựa trên hợp đồng ký kết giữa các bên, dịch vụ bao thanh toán cần được bảo vệ bởi quy định mang tính luật pháp. Hơn nữa, các cơ quan liên quan đến hoạt động của bao thanh toán như tòa án, cơ quan thuế và các cơ quan quản lý khác không phải đã nắm rõ về bao thanh toán nên cần phải có những quy định pháp lý cụ thể để thống nhất trong việc quản lý và xét xử vụ việc.

Bao thanh toán là một hình thức cấp tín dụng của tổ chức tín dụng cho bên bán hàng thông qua việc mua lại các khoản phải thu phát sinh từ việc mua, bán hàng hóa đó được bên bán hàng và bên mua hàng thỏa thuận trong hợp đồng mua, bán hàng. Nội dung quan trọng trong nghiệp vụ bao thanh toán là chuyển giao quyền đòi nợ từ bên bán hàng sang bên cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Quy định mang tính luật pháp sẽ thừa nhận quyền sở hữu đối với các khoản phải thu và là cơ sở để thu hồi được khoản tài trợ mà đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán đã đưa ra. Đồng thời việc pháp luật thừa nhận chuyển quyền sở hữu còn đảm bảo khoản phải thu đã được bao thanh toán sẽ không nằm trong khối tài sản thanh lý khi bên mua bị phá sản, đây chính là sự bảo vệ về tài chính của luật pháp đối với bên cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Trong xã hội phát triển, rủi ro sẽ rất lớn đối với những hành động không được pháp luật bảo vệ. Chính vì vậy, tại những nước chưa có quy định pháp luật về bao thanh toán thì dịch vụ này không có điều kiện để phát triển.

Đặc biệt, với bao thanh toán XNK còn liên quan đến các qui định về quản lý ngoại hối. Những qui định hạn chế giao dịch bằng ngoại tệ sẽ gây ra những khó khăn cho các bên tham gia giao dịch trong việc điều hành và quản trị rủi ro ngoại hối. Điều này sẽ gây ảnh hưởng không nhỏ tới sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán nói chung và bao thanh toán XNK nói riêng.

Môi trường kinh tế xã hội

Môi trường kinh tế xã hội ổn định luôn là một trong những điều kiện nền tảng của mọi sự phát triển. Môi trường kinh tế xã hội ổn định thể hiện ở tỷ lệ lạm

phát trong tầm kiểm soát, lãi suất và tỷ giá ổn định, các công cụ của chính sách tiền tệ của NHNN được thực thi một cách có hiệu quả, thất nghiệp ở mức có thể chấp nhận được. Nếu nền kinh tế tăng trưởng nóng với nguy cơ bùng nổ lạm phát ở mức cao và suy thoái về kinh tế thì sẽ gây rủi ro mất vốn rất lớn cho các tổ chức bao thanh toán. Các tổ chức bao thanh toán luôn đặt mục tiêu an toàn vốn lên hàng đầu, nên trong điều kiện môi trường kinh tế xã hội không ổn định, hoạt động bao thanh toán sẽ không thể phát triển.

Hoạt động kinh doanh nội địa và hoạt động XNK phát triển mạnh

Hoạt động kinh doanh nội địa và hoạt động XNK của một nước đóng vai trò quan trọng trong việc quyết định lượng giao dịch bao thanh toán bởi vì đó là cơ sở để dịch vụ này phát triển. Một nước hoạt động kinh doanh phát triển, có lượng XK lớn, có hệ số XK/GDP cao thì sẽ có nhu cầu cao đối với dịch vụ bao thanh toán và tổng lượng giao dịch bao thanh toán sẽ cao. Tuy nhiên, để hoạt động kinh doanh, bao gồm cả kinh doanh nội địa và XNK tăng trưởng đòi hỏi phải có rất nhiều yếu tố, trong đó phải kể đến sự ổn định kinh tế vĩ mô, sự phát triển của hoạt động sản xuất trong nước, sự mở rộng quan hệ làm ăn với nước ngoài và cả các biện pháp khuyến khích, hỗ trợ của Nhà nước. Nhưng quan trọng nhất và đồng thời cũng có tác động trực tiếp chính là sự ổn định của chính sách thương mại.

Hệ thống tài chính ngân hàng vững mạnh

Một hệ thống tài chính ngân hàng vững mạnh sẽ đảm bảo một môi trường thuận lợi cho sự phát triển của các công cụ tài chính, trong đó có cả bao thanh toán. Kinh nghiệm cho thấy lượng giao dịch bao thanh toán thường rất thấp ở những nền kinh tế đang chuyển đổi, nơi có hệ thống NH phát triển chậm chạp. Còn ở những nước có hệ thống tài chính ngân hàng phát triển, những nước có mức tăng trưởng tín dụng ngân hàng so với GDP cao thì lượng giao dịch bao thanh toán cũng lại rất cao. Điều này cho thấy rõ ràng bao thanh toán không phải là sự thay thế cho hoạt động cho vay của NH mà nó là một nguồn tài trợ bổ sung cho các DN. Mặt khác, hoạt động NH cũng là một kênh cung cấp thông tin tín dụng tài chính quan trọng, làm cơ sở cho các tổ chức bao thanh toán đưa ra các quyết định khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán và

đưa ra mức bảo hiểm hợp lý. Sự phát triển của hoạt động tài chính ngân hàng cũng tạo điều kiện thuận lợi cho công tác thu nợ và thanh toán của các tổ chức bao thanh toán.

Hệ thống thông tin minh bạch

Để tránh rủi ro, trước khi tiến hành bất cứ một hoạt động tài trợ nào, các tổ chức tài chính đều cố gắng tìm hiểu kỹ khách hàng của mình. Công việc này thường được thực hiện bằng việc phân tích các báo cáo tài chính của DN để tính toán các chỉ tiêu nhằm đảm bảo rằng DN có tình hình tài chính lành mạnh, đồng thời cũng tìm kiếm các nguồn thông tin khác. Các báo cáo tài chính này thường phải được kiểm toán để đảm bảo tính chính xác của các kết quả tính toán.

Đối với các tổ chức bao thanh toán, rủi ro gặp phải có thể do nguyên nhân từ cả người mua và người bán. Tuy nhiên, trong khi việc đánh giá người bán có thể thực hiện được thông qua báo cáo tài chính của họ do người bán là khách hàng của tổ chức này thì việc đánh giá người mua lại rất khó khăn. Hơn nữa, những thông tin thu được từ kết quả phân tích tài chính tuy cho thấy rõ nét thực trạng hoạt động của DN nhưng đó là các thông tin quá khứ nên chưa đủ để đảm bảo về khả năng thanh toán của DN. Do đó, các tổ chức bao thanh toán cần phải tìm hiểu các thông tin đối với cả người mua và người bán về: nhân thân của chủ DN, nguồn vốn thực tế và khả năng huy động vốn của DN, chiến lược và mục tiêu kinh doanh thực tế, những nhân tố có thể tác động đến quyết định của DN,... Những thông tin này thường được thu thập từ môi trường nên nếu môi trường không minh bạch thì rất khó đảm bảo tính chính xác của thông tin. Một hệ thống thông tin đầy đủ và minh bạch sẽ là sự hỗ trợ rất lớn cho các tổ chức bao thanh toán trong việc đánh giá khách hàng.

1.2.2.2. Điều kiện đối với các tổ chức bao thanh toán (đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán)

Nguồn vốn

Bao thanh toán là loại hình dịch vụ tài trợ tài chính nên các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán cần phải có nguồn vốn nhất định để thực hiện nghiệp vụ này. Nguồn vốn này có thể là vốn tự có hoặc nguồn vốn huy động. Thông thường các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán phải có khả năng huy động được nguồn vốn

mới đáp ứng được nguồn vốn trong hoạt động. Do đây là khoản tài trợ tài chính trong ngắn hạn nên các đơn vị cung cấp dịch vụ chỉ cần sử dụng nguồn vốn ngắn hạn để giảm bớt chi phí vốn. Đây chính là lợi thế của các NH do khả năng huy động được nguồn vốn ngắn hạn lớn với mức chi phí thấp. Tuy nhiên, sử dụng nguồn vốn huy động đòi hỏi đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán phải có chiến lược quản lý rủi ro thanh khoản để cân đối kỳ hạn của nguồn vốn huy động và kỳ hạn nợ.

Do về bản chất, dịch vụ bao thanh toán là một sản phẩm tín dụng nên các đơn vị bao thanh toán cũng phải tuân thủ các quy định về tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu và đảm bảo các giới hạn dư nợ đối với một khách hàng ở phạm vi có thể kiểm soát được. Tại Việt nam, tỷ lệ này do NHNN quy định. Việc quy định tỷ lệ này nhằm đảm bảo an toàn, ổn định cho hệ thống tiền tệ và hạn chế tình trạng cạnh tranh không bình đẳng giữa các tổ chức tín dụng.

Nguồn nhân lực

Nhân lực luôn là một trong những yếu tố quan trọng nhất cho phát triển hoạt động của các tổ chức cung cấp dịch vụ. Đối với các tổ chức tài chính tín dụng nói chung và các tổ chức bao thanh toán nói riêng thì một trong những nguyên nhân dẫn tới rủi ro là xuất phát từ cán bộ nhân viên của các tổ chức này. Đối với bao thanh toán, các cán bộ nghiệp vụ phải là những người hiểu rõ về dịch vụ để có thể đánh giá được tính chất và khả năng cung cấp sản phẩm, am hiểu về các thông lệ, tập quán, qui định về thanh toán và thương mại quốc tế, có khả năng thẩm định và đánh giá rủi ro tín dụng, có kiến thức pháp luật và trình độ ngoại ngữ tốt. Những cán bộ nghiệp vụ giỏi còn phải có khả năng tư vấn cho khách hàng, tạo được lòng tin với khách hàng, tạo được hình ảnh đẹp và thương hiệu cho tổ chức bao thanh toán.

Nguồn nhân lực có trình độ là điều kiện rất quan trọng để triển khai và phát triển dịch vụ bao thanh toán. Đây cũng là cơ sở để thực hiện chính sách marketing và mở rộng mạng lưới khách hàng của các tổ chức bao thanh toán.

Mạng lưới hoạt động

Mạng lưới hoạt động ở đây được hiểu là mạng lưới cung cấp dịch vụ bao thanh toán - các chi nhánh và văn phòng đại diện (thường được gọi chung là mạng lưới chi nhánh) và mạng lưới các tổ chức có quan hệ đại lý.

Khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán, để giảm thiểu rủi ro, các tổ chức bao thanh toán cần phải tìm hiểu, thẩm định kỹ cả người bán và người mua. Đối với người bán, thông thường họ chính là khách hàng đề nghị được cung cấp dịch vụ bao thanh toán nên tổ chức bao thanh toán có điều kiện và có nhiều thông tin để đánh giá và lựa chọn nhưng với người mua thì mọi chuyện không được dễ dàng như vậy.

Khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán nội địa, trường hợp lý tưởng là người mua cũng là khách hàng của cùng một chi nhánh, một tổ chức cung cấp dịch vụ bao thanh toán, nhưng thực tế thì trường hợp này là không phổ biến. Khi đó, tổ chức bao thanh toán sẽ gặp khó khăn hơn trong việc thẩm định người mua. Tuy nhiên, nếu tổ chức bao thanh toán có nhiều chi nhánh và văn phòng đại diện ở các địa bàn hoạt động khác nhau thì khả năng người mua là khách hàng của chi nhánh hay văn phòng đại diện của tổ chức đó sẽ cao hơn, hoặc nếu không thì ít ra các chi nhánh hay văn phòng tại địa bàn hoạt động của người mua cũng có thể giúp thu thập thông tin về người mua đó và đôn đốc thu hồi nợ sau này. Các tổ chức bao thanh toán sẽ có lợi thế hơn khi có một mạng lưới chi nhánh rộng khắp.

Mạng lưới hoạt động rộng càng đặc biệt quan trọng với bao thanh toán quốc tế. Tuy nhiên, việc phát triển mạng lưới chi nhánh trên phạm vi quốc tế là không dễ dàng do những khó khăn như sự không đồng nhất của luật pháp các nước, sự chênh lệch của môi trường kinh tế, chính trị, xã hội, văn hóa giữa các quốc gia. Chính vì vậy, ở phạm vi quốc tế, các tổ chức bao thanh toán chú trọng nhiều vào các mối quan hệ đại lý. Với mạng lưới đại lý rộng khắp, các tổ chức bao thanh toán sẽ có điều kiện tiếp cận với nhiều thị trường, đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt hơn và tăng được khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Cơ sở vật chất, công nghệ

Trong điều kiện công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin ngày càng phát triển như hiện nay, dịch vụ bao thanh toán cũng cần phải theo sát xu thế thị trường để tạo được tính cạnh tranh với các sản phẩm dịch vụ tài chính khác và đem lại những tiện ích đồng bộ cho khách hàng. Việc thực hiện và quản lý các giao dịch bao thanh toán cũng cần có sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại để đẩy nhanh tốc độ xử lý, tiết kiệm thời gian, nâng cao lợi ích của khách hàng. Công nghệ hiện đại cũng hỗ

trợ cho việc quản lý, truy vấn số dư tài khoản, hỗ trợ cho công tác thống kê và phân tích số liệu, một trong những căn cứ để thẩm định nhằm kiểm soát và hạn chế rủi ro.

Đồng thời để có thể ứng dụng công nghệ hiện đại, các tổ chức bao thanh toán cũng cần phải có các thiết bị và cơ sở vật chất đủ khả năng đáp ứng yêu cầu công nghệ, như hệ thống máy tính, mạng và thiết bị phụ trợ, trụ sở giao dịch, địa điểm tiếp khách. Bên cạnh đó, các tổ chức cũng cần qui định thống nhất qui trình thao tác hướng dẫn sử dụng và qui trình tác nghiệp chặt chẽ, đảm bảo cho việc cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán vừa nhanh gọn, vừa hiệu quả.

Hệ thống quản trị rủi ro

Ngày nay, khái niệm quản trị rủi ro ngày càng được đề cập nhiều và trở nên có ý nghĩa sống còn đối với các DN và cả các NHTM, bởi vì nó có liên quan mật thiết tới khả năng và mức độ tồn thất, ảnh hưởng đến lợi nhuận và có thể ảnh hưởng đến vốn chủ sở hữu của NH.

Hoạt động của các NH, các tổ chức tài chính luôn hàm chứa rủi ro. Các loại rủi ro mà các NH, các tổ chức tài chính thường quan tâm nhiều nhất là rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản, rủi ro lãi suất, rủi ro phá sản và các rủi ro khác như lạm phát, tỷ giá, chính trị,... Có những rủi ro mà nguyên nhân xuất phát trực tiếp từ hoạt động của NH nhưng cũng có những rủi ro xuất phát từ những nguyên nhân gián tiếp. Đối với dịch vụ bao thanh toán thì rủi ro thường được quan tâm là rủi ro tín dụng và rủi ro ngoại hối. Tuy nhiên, rủi ro cao luôn đi kèm với cơ hội cao và khả năng tạo ra lợi nhuận cao. Vì vậy, vấn đề cơ bản đặt ra là các tổ chức bao thanh toán phải kiểm soát được rủi ro. Cần phải xác định một hạn mức rủi ro hợp lý và tăng cường giám sát, sử dụng các biện pháp phòng ngừa để hạn chế tổn thất. Những công việc đó là của bộ phận quản trị rủi ro.

Các dịch vụ hỗ trợ và dịch vụ khác

Bao thanh toán là dịch vụ có liên quan đến việc thanh toán (ứng trước) cho người bán và thu tiền (đòi nợ) từ người mua nên bao thanh toán có liên quan đến nhiều sản phẩm dịch vụ NH khác. Nếu các sản phẩm dịch vụ này phát triển thì chính những tính năng và tiện ích của chúng sẽ giúp nâng cao khả năng cạnh tranh cho dịch vụ bao thanh toán. Những sản phẩm dịch vụ hỗ trợ đắc lực cho bao thanh toán là các dịch vụ thanh toán, đặc biệt là nhờ thu. Ngoài ra, đối với bao thanh toán

quốc tế, còn phải kể đến dịch vụ kinh doanh ngoại hối và chuyển tiền qua SWIFT. Hơn nữa, về bản chất thì bao thanh toán là một loại dịch vụ tài chính, mà các dịch vụ tài chính thì lại thường có liên quan đến nhau. Một DN khi sử dụng một dịch vụ nào đó của NH thì cũng thường quan tâm tới các sản phẩm dịch vụ khác. Vì vậy những khách hàng có giao dịch với NH đều có thể trở thành những khách hàng tiềm năng của dịch vụ bao thanh toán. Bởi từ các giao dịch đó, các DN biết đến NH, biết đến dịch vụ bao thanh toán, từ đó có thể khơi gợi nhu cầu sử dụng dịch vụ của DN.

Mặt khác, việc cung cấp các dịch vụ một cách đa dạng và đạt chất lượng cao thể hiện tầm vóc của các tổ chức tài chính tín dụng, là cách để các tổ chức này khẳng định thương hiệu của mình, từ đó có chiến lược marketing phù hợp nhằm tìm kiếm, thu hút khách hàng, thúc đẩy dịch vụ bao thanh toán phát triển.

Khả năng truy đòi nợ

Đây được coi là một điều kiện mang tính tổng hợp bởi nó liên quan đến các điều kiện khác như hệ thống quản trị rủi ro, nguồn nhân lực, mạng lưới hoạt động, điều kiện công nghệ,... Nếu các điều kiện này được đáp ứng tốt thì sẽ tăng khả năng truy đòi nợ và ngược lại, nếu không tốt thì việc truy đòi nợ sẽ gặp nhiều khó khăn. Chẳng hạn như, khi hệ thống quản trị rủi ro hoạt động tốt thì sẽ kịp thời nhận thấy được những dấu hiệu cảnh báo để có biện pháp xử lý phù hợp, nhờ đó mà khả năng truy đòi nợ sẽ cao. Còn nếu các cán bộ nghiệp vụ có trình độ cao và nhiều kinh nghiệm, kỹ năng tốt thì sẽ tránh mắc sai sót khi tác nghiệp, đồng thời có thể nhận định được tình trạng hiện tại và tương lai của khách hàng, từ đó có thể đưa ra những quyết định hợp lý, tránh được rủi ro. Bên cạnh đó, một mạng lưới hoạt động rộng khắp cũng sẽ là điều kiện lý tưởng để có thể tận dụng được những nguồn nhân lực, cơ sở vật chất, thông tin, kinh nghiệm với mức chi phí thấp phục vụ cho việc đánh giá khách hàng, theo dõi và truy đòi nợ của các tổ chức bao thanh toán.

1.2.2.3. Điều kiện đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu (đơn vị sử dụng dịch vụ bao thanh toán)

Nhu cầu đối với dịch vụ bao thanh toán

Cầu là yếu tố quyết định sự hình thành và phát triển của bất cứ một thị trường nào. Đối với dịch vụ bao thanh toán cũng vậy, dịch vụ bao thanh toán chỉ có

thể phát triển khi cung của các NHTM/các tổ chức tài chính tín dụng gặp được cầu của các DN. Nếu không có cầu về dịch vụ này thì không thể duy trì được thị trường và đương nhiên dịch vụ này không thể tồn tại và phát triển. Vì vậy, để dịch vụ bao thanh toán có thể phát triển thì việc khơi gợi, kích thích nhu cầu của các DN xuất nhập khẩu đối với dịch vụ này là một điều kiện rất quan trọng. Nhu cầu đối với dịch vụ bao thanh toán phát sinh từ tình trạng thiếu vốn hoạt động trong quá trình phát triển của các DN khi mà các hình thức tài trợ tín dụng không đáp ứng được hoặc các DN này không đủ điều kiện để được nhận các khoản tài trợ tín dụng truyền thống đó. Các DN vừa và nhỏ là các đối tượng có nhu cầu nhiều nhất đối với dịch vụ bao thanh toán và là khách hàng chủ yếu của các tổ chức bao thanh toán.

Tuy nhiên, yếu tố quyết định đến khả năng và tốc độ phát triển của bao thanh toán là độ lớn của cầu thị trường đối với dịch vụ này. Chính vì vậy, cần phải có biện pháp khơi gợi nhu cầu, kích cầu thị trường. Để phát triển dịch vụ bao thanh toán cần đặc biệt quan tâm tới vấn đề này bởi bất kỳ DN nào cũng có thể trở thành khách hàng tiềm năng sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

Sử dụng phương thức thanh toán trả chậm trong thanh toán tiền hàng

Bao thanh toán là dịch vụ có liên quan đến việc huy động vốn từ NH/tổ chức tài chính tín dụng. Tuy nhiên, việc huy động vốn ở đây không giống như các thỏa thuận vay nợ khác mà phải dựa vào quyền đòi nợ của người bán đối với người mua làm cơ sở. Vì vậy, DN chỉ nảy sinh nhu cầu và cũng chỉ có thể sử dụng được dịch vụ bao thanh toán khi việc thanh toán tiền bán hàng là thanh toán trả chậm. Do đó, dịch vụ bao thanh toán thường được sử dụng khi các phương thức thanh toán trả chậm được lựa chọn trong hoạt động thanh toán giữa người mua và người bán.

Nguồn nhân lực có trình độ và hiểu biết đầy đủ về dịch vụ bao thanh toán

Các DN XNK chính là người sử dụng dịch vụ bao thanh toán, vì vậy chỉ khi DN hiểu biết đầy đủ về dịch vụ này, đặc biệt là lợi ích mà dịch vụ đem lại cho DN thì họ mới có thể nảy sinh nhu cầu. Trình độ nguồn nhân lực của các DN đặc biệt quan trọng với sự phát triển dịch vụ bao thanh toán factoring và forfaiting do họ chính là những người đầu tiên thực hiện các giao dịch mua bán hàng hoá, là chủ

nợ đầu tiên của các khoản phải thu trước khi chuyển nhượng cho các factor và forfaiter nên chính họ là những người quyết định chất lượng các khoản phải thu và từ đó quyết định đến rủi ro trong tài trợ tín dụng của các factor và forfeiter. Vì vậy, một đội ngũ nhân lực tinh thông về nghiệp vụ, trong sáng về đạo đức ở các DN XNK sẽ góp phần thúc đẩy sự phát triển khai dịch vụ bao thanh toán.

Công khai các thông tin về doanh nghiệp

Việc công khai, minh bạch hóa hệ thống thông tin chính là cơ sở cốt lõi thúc đẩy sự phát triển dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế. Trên cơ sở những thông tin được cung cấp, các tổ chức bao thanh toán mới có thể phân tích và đưa ra quyết định có tài trợ cho DN hay không và mức độ rủi ro như thế nào. Muốn có được một hệ thống thông tin minh bạch đòi hỏi các DN phải thường xuyên và nghiêm túc thực hiện công tác kiểm toán và công bố các báo cáo tài chính của mình. DN cần có nhận thức đúng đắn về vấn đề này và tổ chức thực hiện một cách tự nguyện.

1.3. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ bao thanh toán từ một số quốc gia trên thế giới và bài học cho Việt Nam

1.3.1. Khái quát về hoạt động bao thanh toán trên thế giới

Các nước trên thế giới, đặc biệt là các nước phương Tây do có nền kinh tế phát triển, nhu cầu giao dịch thương mại lớn và hệ thống NH phát triển, các tổ chức tín dụng lại đa dạng nên đã sử dụng bao thanh toán từ khá sớm (giữa thế kỷ XX). Trên cơ sở tìm hiểu cũng như học hỏi kinh nghiệm của các nước đi trước, các nước khác trên thế giới cũng đã dần sử dụng dịch vụ này nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của các DN và thúc đẩy sự phát triển thương mại và phát triển xã hội nói chung.

Sau một thời gian thực hiện, để tạo điều kiện cho dịch vụ này phát triển nhanh chóng và đem lại lợi ích cho tất cả các thành viên tham gia, thúc đẩy thương mại quốc tế phát triển, các Hiệp hội bao thanh toán đã bắt đầu hình thành trên thế giới. Năm 1963, Hiệp hội bao thanh toán quốc tế đầu tiên đã được thành lập với tên gọi là International Factors Group (IFG) có trụ sở đặt tại Bỉ. Ban đầu những thành viên của IFG chủ yếu là các nước thuộc Liên minh Châu Âu và khu vực Bắc Mỹ, gần đây đã có sự tham gia của nhiều thành viên từ các thị trường mới

như Đông Âu hay Châu Á. Đến nay, IFG đã có hơn 100 thành viên ở hơn 50 quốc gia trên thế giới. IFG được đánh giá là tổ chức bao thanh toán có doanh số và tầm ảnh hưởng lớn thứ hai trên thế giới. Năm 1968 một Hiệp hội bao thanh toán quốc tế nữa được thành lập với tên gọi: Factors Chain International (FCI) có trụ sở đặt tại Hà Lan. Đây là Hiệp hội bao thanh toán quốc tế lớn nhất thế giới hiện nay với hơn 270 thành viên ở 74 quốc gia trên khắp thế giới, chiếm tới 80% doanh số factoring quốc tế trên toàn thế giới.

Bao thanh toán factoring ngày càng phát triển mạnh mẽ và mở rộng dần ra các quốc gia và vùng lãnh thổ, đặc biệt là ở những quốc gia châu Á, ở những nền kinh tế đang phát triển nóng. Trong khi doanh số về bao thanh toán có dấu hiệu chững lại ở các quốc gia phát triển như Mỹ và Tây Âu thì doanh số về bao thanh toán tại các quốc gia châu Á như Trung Quốc, Đài Loan, Hàn Quốc lại tăng dần lên rất nhiều dẫn đến kết quả tổng doanh số bao thanh toán của thế giới vẫn tăng đều qua các năm. Mặc dù xét về tốc độ tăng trưởng, doanh số bao thanh toán ở Mỹ và Tây Âu có vẻ chững lại nhưng xét về doanh số thì đây vẫn là những thị trường dẫn đầu vì đây là những thị trường đã có thời gian phát triển khá lâu từ khi dịch vụ bao thanh toán ra đời, đã đến giai đoạn bão hoà. Dẫn đầu về doanh số bao thanh toán là Châu Âu, sau đó là Châu Á, Châu Mỹ, Châu Đại Dương và cuối cùng là Châu Phi.

Bảng 1.3. Doanh số bao thanh toán factoring của các khu vực trên thế giới 7 năm gần đây

(Đơn vị tính: Triệu EUR)

Châu lục	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Châu Âu	932.264	888.528	876.649	1.045.069	1.217.811	1.298.724	1.354.192
Châu Mỹ	149.673	154.195	142.013	185.357	207.172	187.844	191.555
Châu Phi	10.705	13.263	14.796	16.686	23.451	23.927	23.123
Châu Á	174.244	235.418	209.991	355.602	508.888	571.528	599.297
Châu Đại dương	33.780	33.246	40.110	45.515	58.091	50.206	62.312
Tổng	1.300.666	1.325.111	1.283.559	1.648.229	2.015.413	2.132.229	2.230.479

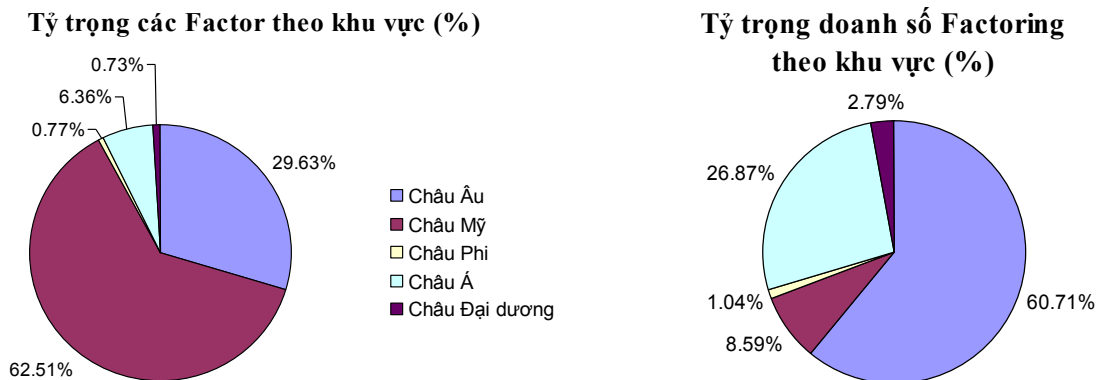
Nguồn: [54]

Vì lợi ích đem lại cho các bên mà Bao thanh toán ngày càng được các DN XNK trên thế giới sử dụng rộng rãi. Với bao thanh toán Factoring, số lượng các đơn vị cung cấp, được gọi là các Tổ chức bao thanh toán (các factor), trên thế giới ngày càng gia tăng. Đến cuối năm 2013, số lượng các Tổ chức bao thanh toán trên thế giới đã lên đến con số 2470 tổ chức và được phân bố ở các châu lục như sau:

Bảng 1.4. Số Factor và doanh số factoring thế giới theo khu vực (năm 2013)

Châu lục	Số factor		Doanh số Factoring	
	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Giá trị (triệu EUR)	Tỷ trọng (%)
Châu Âu	732	29,63	1.354.192	60,71
Châu Mỹ	1.544	62,51	191.555	8,59
Châu Phi	19	0,77	23.123	1,04
Châu Á	157	6,36	599.297	26,87
Châu Đại dương	18	0,73	62.312	2,79
Tổng	2.470	100,00	2.230.479	100,00

Nguồn: [51], [53]



Hình 1.1. Tỷ trọng các Factor và doanh số bao thanh toán factoring thế giới theo khu vực năm 2013.

Nguồn: [51], [53]

Như vậy, châu Mỹ là nơi có số lượng Factor nhiều nhất thế giới nhưng doanh số bao thanh toán của châu Mỹ lại khá khiêm tốn. Điều này cho thấy việc thành lập

hiều tổ chức bao thanh toán không phải là điều kiện quan trọng nhất để phát triển dịch vụ này. Tuy nhiên, với tốc độ phát triển như hiện nay thì châu Mỹ sẽ là khu vực thị trường đầy triển vọng đối với dịch vụ bao thanh toán trong tương lai.

Theo thống kê của FCI, hiện nay các Tổ chức bao thanh toán (các Factor) tập trung chủ yếu ở châu Âu và châu Mỹ, chiếm trên 80% tổng số Factor trên thế giới. Các quốc gia có nhiều Factor nhất phải kể đến Brazil, Mỹ, Chilê, Đức,... (Bảng 1.5)

Bảng 1.5. Mười nước có số Factor nhiều nhất trên thế giới (năm 2013)

STT	Tên nước	Số factor	STT	Tên nước	Số factor
1	Brazil	1.127	6	Thổ Nhĩ Kỳ	79
2	Đức	210	7	Canada	57
3	Chilê	150	8	Nga	40
4	Mỹ	110	9	Italia	40
5	Colombia	98	10	Anh	40

Nguồn: [51]

Như vậy, nhìn vào số liệu doanh số bao thanh toán factoring trên thế giới, có thể thấy rằng hoạt động bao thanh toán factoring ở các khu vực khác nhau là rất khác nhau. Thêm vào đó, xét về doanh số bao thanh toán factoring trong nước và quốc tế cũng thấy có sự khác biệt rõ rệt. Do trong bao thanh toán factoring quốc tế, các bên không có cùng quốc tịch, không có chung tiếng nói và luật pháp các nước cũng khác nhau,... nên rủi ro có thể gặp phải thường cao hơn. Chính vì vậy mà doanh số bao thanh toán factoring quốc tế luôn thấp hơn so với doanh số bao thanh toán factoring trong nước. (Bảng 1.6)

Bảng 1.6. Doanh số bao thanh toán factoring trong nước và quốc tế của toàn thế giới

(Đơn vị tính: Triệu EUR)

Năm	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Trong nước	1.153.131	1.148.943	1.118.100	1.402.331	1.741.137	1.779.784	1.827.681
Quốc tế	145.996	176.168	165.459	245.898	274.276	352.445	402.798
Thế giới	1.299.127	1.325.111	1.283.559	1.648.229	2.015.413	2.132.229	2.230.479

Nguồn: [52]

Chỉ tính riêng năm 2011, mặc dù điều kiện nền kinh tế thế giới đang phải đối mặt với nhiều khó khăn, đặc biệt là những cuộc khủng hoảng tài chính và nợ công ở các nước phát triển nhưng tổng doanh số bao thanh toán factoring của thế giới vẫn tăng 22,28% so với năm 2010, tương ứng với 367.184 triệu EUR. Trong đó, bao thanh toán factoring nội địa tăng mạnh hơn với mức tăng trưởng đạt 24,16%, trong khi bao thanh toán factoring quốc tế chỉ đạt mức tăng trưởng là 11,54%.

Tuy nhiên năm 2012, 2013 mức tăng trưởng doanh số bao thanh toán factoring của thế giới đã giảm đáng kể, cụ thể: Tổng doanh số bao thanh toán factoring của thế giới năm 2012 chỉ tăng 5,79%, năm 2013 chỉ tăng 4,60%, trong đó bao thanh toán factoring nội địa tăng 2,69% nhưng bao thanh toán factoring quốc tế lại có mức độ tăng khá cao (14,28%).

Bảng 1.7. Mức tăng trưởng doanh số bao thanh toán factoring toàn thế giới năm 2011, 2012, 2013

Doanh số bao thanh toán	Năm 2010 (Triệu EUR)	Năm 2011 (Triệu EUR)	Năm 2012 (Triệu EUR)	Năm 2013 (Triệu EUR)	Tăng trưởng năm 2011 so với 2010 (%)	Tăng trưởng năm 2012 so với 2011 (%)	Tăng trưởng năm 2013 so với 2012 (%)
Trong nước	1.402.331	1.741.137	1.779.784	1.827.681	24,16	2,22	2,69
Quốc tế	245.898	274.276	352.445	402.798	11,54	28,50	14,28
Tổng	1.648.229	2.015.413	2.132.229	2.230.479	22,28	5,79	4,60

Nguồn: [52]

Còn với bao thanh toán Forfaiting thì mặc dù đã ra đời từ những năm 50 của thế kỷ trước nhưng phải đến những năm 1980 bao thanh toán forfaiting mới thực sự phát triển trên thế giới. Bao thanh toán forfaiting rất phổ biến ở Châu Âu. Các NH ở các nước Đông Âu và các chi nhánh ngân hàng Thụy Sĩ, Áo, Đức đã từng là những tổ chức cung cấp dịch vụ bao thanh toán forfaiting lớn nhất trên thế giới. Những năm gần đây, dịch vụ bao thanh toán forfaiting phát triển rất mạnh ở Anh do London là trung tâm tài chính lớn nhất trên thế giới lại có những quy định hợp lý về nguyên tắc hoạt động và các khoản lệ phí chứng từ cho các giao dịch mua bán hối

phiếu có thể chuyển nhượng thì ở mức thấp. Hiện nay, một số NH của Mỹ cũng đã tham gia cung cấp dịch vụ forfaiting thông qua các chi nhánh tại Châu Âu.

Từ năm 1982, forfaiting bắt đầu phát triển mạnh trên thế giới với tốc độ tăng trưởng khoảng 20% mỗi năm. Năm 2004, doanh số bao thanh toán forfaiting đạt khoảng 75 - 110 tỷ USD, bằng 2 - 3% giá trị buôn bán trên toàn thế giới. Các trung tâm forfaiting lớn trên thế giới hiện nay phải kể đến London, Frankfurt, New York, Zurich và Singapore. Theo thống kê của Hiệp hội các nhà Forfaiter thế giới (IFA – International Forfeiter Association) thì hiện nay trên thế giới có 142 công ty Forfaiting, thuộc 31 quốc gia khác nhau. Trong đó, Anh là quốc gia có nhiều thành viên nhất (28 thành viên), tiếp đến là Thụy sĩ (18 thành viên), Đức (14 thành viên), Áo (9 thành viên). Ở châu Á cũng có một số thành viên như: 7 thành viên của Trung Quốc, 1 thành viên của Nhật bản, ngoài ra còn có Hồng Kông, Hàn quốc,... Việt nam thì hiện chưa có tổ chức nào tham gia.

Ngoài việc triển khai thực hiện ở từng quốc gia riêng biệt, bao thanh toán forfaiting còn được thực hiện thông qua các dự án liên kết giữa các NH, các công ty tài chính khác nhau trên thế giới. Điển hình như dự án triển khai của Tổ chức Tài chính Quốc tế - IFC (International Finance Corporation). Vào các năm 1999, 2000, IFC đã tiến hành triển khai các dự án phát triển dịch vụ bao thanh toán forfaiting tại Trung Quốc, Hàn Quốc, các nước Trung Đông và Bắc Phi. Nhà tài trợ chính của các dự án này là ngân hàng WestLB của Đức, một NH hàng đầu của Châu Âu. Đây là một trong những NH lớn nhất thế giới cung cấp dịch vụ bao thanh toán forfaiting.

Tại Châu Á, Trung Quốc đang triển khai ứng dụng bao thanh toán forfaiting cho hoạt động XK của nước này sang các nước khu vực Châu Á và các nước đang phát triển. Còn ở Hàn quốc thì NH triển khai dịch vụ forfaiting mạnh nhất là NH xuất nhập khẩu Hàn Quốc (Koreaeximbank). Cách thức thực hiện bao thanh toán forfaiting của Trung Quốc, Hàn Quốc và một số nước Trung Đông và Bắc Phi là liên kết với các NH, công ty tài chính có uy tín và kinh nghiệm trên thế giới để tranh thủ sự hỗ trợ về tài chính, chuyên môn và xây dựng các dự án cho việc triển khai dịch vụ bao thanh toán forfaiting.

1.3.2. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ bao thanh toán từ một số quốc gia trên thế giới

1.3.2.1. Kinh nghiệm của Anh

Anh là một trong số những quốc gia điển hình trong việc phát triển thành công dịch vụ bao thanh toán. Theo thống kê của FCI, Anh là một trong những quốc gia có số lượng các công ty factoring nhiều nhất trên thế giới. Năm 2007, tại Anh có 107 công ty factoring, đứng thứ ba thế giới về số lượng các công ty factoring (chỉ đứng sau Brazil (662 công ty) và Mỹ (110 công ty)). Đến năm 2011, mặc dù nền kinh tế thế giới, đặc biệt là kinh tế châu Âu gặp nhiều khó khăn nhưng Anh vẫn là một trong mười nước có số Factor nhiều nhất thế giới. Điều này đã phần nào phản ánh được sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán factoring tại Anh quốc.

Doanh số bao thanh toán factoring của Anh năm 2007 là 286.496 triệu EUR, chiếm 22,05% tổng doanh số factoring trên thế giới. Với doanh số cao như vậy, Anh là nước có doanh số bao thanh toán cao nhất thế giới liên tục trong 7 năm liền từ năm 2001 đến năm 2007 với mức tăng trưởng khá cao (trung bình đạt 14%/năm). Năm 2011, doanh số bao thanh toán của Anh vẫn cao nhất châu Âu, đạt 268.080 triệu EUR, chiếm 22% tổng doanh số bao thanh toán của toàn châu Âu. Factoring nội địa là bộ phận chính đóng góp vào tổng doanh số factoring với các hình thức cơ bản như factoring truy đòi và miễn truy đòi. Doanh số factoring nội địa luôn chiếm hơn 90% tổng doanh số factoring của Anh. Đây là kết quả của những tác động tích cực từ hoạt động kinh doanh, XNK, ứng dụng khoa học công nghệ, nhận thức đúng đắn về lợi ích của dịch vụ bao thanh toán factoring cũng như sự đầu tư đúng đắn để phát triển nguồn nhân lực trong hoạt động bao thanh toán factoring tại Anh quốc [43].

Đối với bao thanh toán forfaiting thì dịch vụ này cũng rất phát triển tại Anh, đặc biệt trong những năm gần đây. Dịch vụ forfaiting của Anh phát triển rất nhanh chóng không chỉ bởi London là trung tâm tài chính hàng đầu của thế giới mà còn do những quy định hợp lý về nguyên tắc hoạt động, doanh thu và khoản lệ phí chứng từ cho các giao dịch mua bán hối phiếu có thể chuyển nhượng thấp [40].

Năm 1980, hội nghị quốc tế đầu tiên về forfaiting đã được tổ chức tại London, đây là một dấu hiệu chứng tỏ sự phát triển vượt bậc của dịch vụ bao thanh toán, đặc biệt là forfaiting tại Anh. Theo thống kê của IFA – Hiệp hội các Forfaiter thế giới (International Forfaiter Association), Anh là nước có nhiều thành viên tham gia nhất với 28 thành viên, chủ yếu là chi nhánh các NH lớn trên thế giới như HSBC, American Express, Deutsche Bank AG, Mizuho... và công ty Forfaiter rất lớn ở Anh là London Forfaiting Company Plc.

Cũng theo thống kê của IFA, trên thị trường sơ cấp, thị phần của Anh là 10%, đứng sau Đức và Thụy Sĩ nhưng lại chiếm tới 40% thị phần trên thị trường thứ cấp do thị trường factoring tại Anh cũng rất phát triển nên hoạt động mua lại các khoản phải thu giữa các forfaiter và các factor cũng diễn ra hết sức sôi động.

1.3.2.2. Kinh nghiệm của Pháp

Ở Pháp, các đơn vị bao thanh toán là những công ty, chi nhánh của các NH thường có lợi thế lớn trên thị trường. Hiện nay, các công ty con của các tập đoàn ngân hàng và các tổ chức tài chính nước ngoài cũng đang dần dần chiếm lĩnh thị phần. Bao thanh toán ở Pháp đáp ứng nhu cầu trước hết của các tập đoàn lớn, thứ đến các công ty vừa và nhỏ trong kinh doanh với các nước châu Âu khác. Trước đây, bao thanh toán tập trung chủ yếu vào các công ty có số nhân công từ 50 đến 200 người, nhưng bây giờ đã mở rộng áp dụng cho tất cả các phân đoạn khác của thị trường. Khách hàng Pháp thường ưa chuộng loại bao thanh toán kín hơn các loại bao thanh toán khác. Các công ty vừa và nhỏ là khách hàng mục tiêu của bao thanh toán, đặc biệt là bao thanh toán trong nước (Domestic factoring). Tuy nhiên, chiến lược của các đơn vị bao thanh toán Pháp bây giờ chuyển hướng sang những công ty lớn có khối lượng XK lớn. Phí bao thanh toán bao gồm lãi suất tài trợ cộng với phí tính theo phần trăm của giá trị hoá đơn (khoảng từ 0,25% đến 1,5% tùy theo loại hình bao thanh toán áp dụng) [24].

Khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán, các đơn vị bao thanh toán của Pháp thường chiết khấu các loại chứng từ không hủy ngang (bao gồm cả các chứng từ chưa được xác nhận). Hiện nay, một số đơn vị bao thanh toán có xu hướng triển

khai các dịch vụ mới, phức tạp hơn như bao thanh toán cho những hóa đơn chưa được phát hành. Bên cạnh đó, để đảm bảo cho người NK không biết việc người XK đang sử dụng dịch vụ bao thanh toán (bao thanh toán kín), các đơn vị bao thanh toán ở Pháp đang có xu hướng coi các khách hàng của mình (người XK) là đại lý thu tiền (collecting agent). Các đại lý này sẽ đứng ra thu tiền từ người NK khi khoản nợ đáo hạn và chuyển số tiền này lại cho các đơn vị bao thanh toán [44].

1.3.2.3. Kinh nghiệm của Italia

Bao thanh toán bắt đầu xuất hiện ở Italia năm 1963 nhưng không phát triển mạnh bởi nhiều lý do trong đó có sự thiếu vắng các qui định cụ thể về bao thanh toán. Đến năm 1980, luật điều chỉnh hoạt động bao thanh toán lần đầu tiên ra đời đã thúc đẩy thị trường bao thanh toán phát triển mạnh tại Italia. Đến nay, Italia là một trong những thị trường bao thanh toán phát triển nhất châu Âu, với doanh số 175.182 triệu EUR năm 2011, cao thứ 2 ở Châu Âu (chỉ sau Anh), chiếm 14,4% doanh số bao thanh toán toàn Châu Âu. Sự thành công của bao thanh toán tại Italia là nhờ vào nỗ lực của các đơn vị bao thanh toán trong việc thực hiện tốt công tác khách hàng, làm hài lòng khách hàng bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua các biện pháp cụ thể:

- Tạo không khí thân thiện và tin cậy khi giao tiếp với khách hàng,
- Giảm thiểu thời gian làm thủ tục,
- Thực hiện bao thanh toán qua mạng,
- Tăng hiệu quả trong quá trình xử lý công việc.

Hiện nay, thế mạnh này đang được phát huy thông qua việc hiện đại hoá công nghệ thông tin, mạng lưới phân phối dịch vụ và tận dụng sự phát triển của thương mại điện tử.

Có ba nhóm công ty bao thanh toán trên thị trường Italia: nhóm ngân hàng, nhóm công nghiệp và nhóm độc lập. Nhóm công nghiệp được hình thành bởi những tập đoàn công nghiệp lớn, của cả tư nhân và nhà nước. Các công ty bao thanh toán trong nhóm công nghiệp thường đáp ứng nhu cầu cho các nhà cung cấp và các khách hàng của chính các tập đoàn này. Với nhóm ngân hàng, thị phần của các công ty bao thanh toán ngân hàng thường cao hơn so với các đơn vị bao thanh toán công

nghiệp. Sự thành công của các công ty bao thanh toán ngân hàng là do: hiệu quả của mạng lưới phân phối, khả năng kết hợp với các tập đoàn ngân hàng mẹ, tính đa dạng của hệ thống sản phẩm dịch vụ và việc sử dụng hiệu quả công nghệ [24], [44].

Có 4 lý do chính giải thích tại sao các Công ty bao thanh toán (Factor) ở Italia lại phát triển nhanh hơn các công ty khác. Đó là bởi họ có:

- Qui định mới (Basel II, IAS) và Luật 52/1991: tạo điều kiện cho các Factor có được lợi thế trong việc: tính toán hệ số thanh khoản, giới hạn rủi ro, chuyển nhượng chứng từ, thủ tục phá sản.

- Cung cấp dịch vụ rộng rãi: Các công ty bao thanh toán thường cung cấp nhiều dịch vụ hơn các công ty tài chính đơn thuần. Điều đó làm tăng sự trung thành của khách hàng đối với công ty và giúp công ty kiếm được nhiều tiền hơn.

- Mô hình phân phối: các Factor có thể tận dụng các khách hàng hiện có, hệ thống các ngân hàng và có thể sử dụng hình thức bán hàng chéo.

- Các thủ tục đánh giá nợ: các Factor có chi phí rủi ro thấp hơn các ngân hàng nhờ thủ tục đánh giá rủi ro kép (cả bên chuyển nhượng và bên nợ) [59]

1.3.2.4. Kinh nghiệm của Đan Mạch

Môi trường pháp luật của Đan Mạch rất quan tâm tới phát triển dịch vụ bao thanh toán. Một công ty bao thanh toán không cần phải có giấy phép để hoạt động bao thanh toán và cũng không phải chịu sự kiểm soát của bất kỳ một cơ quan chính phủ nào. Luật không yêu cầu cụ thể về vốn tối thiểu và cũng không có các quy tắc điều chỉnh vốn hoạt động bao thanh toán trừ các quy định trong luật công ty nhưng luật pháp điều chỉnh việc chuyển nhượng, thông báo và các thủ tục cần thiết khác để duy trì sự an toàn trong việc chuyển nhượng các khoản phải thu.

Loại hình dịch vụ bao thanh toán chủ yếu trên thị trường Đan Mạch là bao thanh toán truyền thống, bao gồm các chức năng quản lý sổ cái bán hàng, bảo đảm rủi ro và tài trợ trên cơ sở các khoản phải thu có thông báo cho bên nợ. Bao thanh toán ở Đan Mạch chủ yếu phục vụ các DN vừa và nhỏ. Hơn 90% các DN Đan Mạch có doanh thu không quá 1 triệu EUR/năm. Hơn 60% doanh thu của bao thanh toán ở Đan Mạch là của các công ty bao thanh toán độc lập (không phải do NH sở hữu).

Công ty bao thanh toán lớn thứ hai của Đan Mạch là một công ty tư nhân. Đối với các công ty bao thanh toán lớn, bao thanh toán NK là một phần quan trọng trong kinh doanh của họ. Cách định giá của các công ty bao thanh toán Đan Mạch gồm có ba phần: phí quản lý sổ cái bán hàng tính theo một khoản cố định cho mỗi hoá đơn/phiếu ghi có hoặc tính theo phần trăm doanh thu hoá đơn; phí hoa hồng (tính theo phần trăm) cho việc bảo hiểm rủi ro và lãi suất tính trên khoản ứng trước (được tính bằng lãi suất cơ bản cộng thêm lợi nhuận cho công ty bao thanh toán). Các công ty bao thanh toán độc lập với NH có khả năng tiếp cận rộng hơn với bao thanh toán bởi họ có thể cung cấp tất cả các dịch vụ liên quan tới các khoản phải thu [44].

1.3.2.5. Kinh nghiệm của Thái Lan

Hoạt động bao thanh toán ở Thái Lan không được khuyến khích kể từ sau cuộc khủng hoảng tài chính tiền tệ năm 1997. Tuy nhiên, một số NH vẫn duy trì hoạt động một cách khó khăn ở mức độ thấp hơn nhiều so với nhu cầu thị trường. Mới đây, Hiệp hội bao thanh toán Thái Lan (Thai Factor Asssocation) đã đề nghị Bộ tài chính nước này thiết lập các khung pháp lý riêng và các văn bản hướng dẫn thực hiện nghiệp vụ, tạo điều kiện cho các công ty bao thanh toán thực hiện công tác quản lý rủi ro và hạn chế tổn thất. Vì vậy, năm 2006 được coi là năm bao thanh toán của Thái Lan với sự tăng trưởng mạnh của doanh số thực hiện bao thanh toán (đạt 1,925 tỷ EUR), đến năm 2012 doanh số bao thanh toán của Thái Lan đã đạt 4,339 tỷ EUR, tăng 41% so với năm 2011. [54]

Bao thanh toán ở Thái Lan được điều chỉnh bởi Đạo luật bao thanh toán, trong đó qui định cho phép thông báo về việc chuyển nhượng khoản phải thu dưới bất kỳ hình thức nào thay vì phải bằng văn bản như qui định trước đây. Các đơn vị bao thanh toán cũng được tính phí như các tổ chức tài chính khác. Vốn tối thiểu của các đơn vị bao thanh toán của Thái Lan là 30 triệu THB. Thái Lan là nước có nhận thức khá rõ về lợi ích của dịch vụ bao thanh toán, các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Thái Lan luôn coi bao thanh toán như một nguồn tài trợ linh hoạt. Bao thanh toán phát triển ở Thái Lan cũng một phần là do thái độ cần trọng của các NH trong nghiệp vụ cho vay.

Ngân hàng TW Thái Lan mới đây đã cho phép các NH nước này tham gia cung cấp dịch vụ bao thanh toán trực tiếp (qua quyết định số 36/2004 có hiệu lực từ

ngày 30/9/2004). Theo đó, các NH muốn thực hiện dịch vụ bao thanh toán phải làm hồ sơ xin cấp phép thực hiện và phải đảm bảo các điều kiện về tỷ lệ an toàn vốn, chuẩn mực kế toán và tỷ lệ thu thập, chất lượng tài sản, khả năng thanh khoản và phải đệ trình một chính sách bao thanh toán hợp lý. Trước đó, các NH chỉ được thực hiện bao thanh toán nếu tổ chức thành một công ty con cung cấp dịch vụ này.

Hiện tại, Thái Lan có 13 tổ chức cung cấp dịch vụ bao thanh toán, trong đó Kasikorn factoring Co., Ltd là công ty hàng đầu trong lĩnh vực này. Kasikorn factoring là một công ty con trực thuộc NH Kasikorn, được thành lập năm 1990 với số vốn 50 triệu THB. Quá trình tăng vốn để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng bắt đầu từ năm 1993 với số vốn là 10 triệu THB và năm 1995 là 160 triệu THB, đến nay số vốn đã tăng lên trên 300 triệu THB với tổng tài sản trên 3200 triệu THB. Tháng 1/2000, Kasikorn factoring là thành viên của FCI và bắt đầu cung cấp các sản phẩm tài chính bậc cao và sản phẩm kết hợp nhiều tiện ích. Đến nay, Kasikorn factoring đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển bao thanh toán của Thái Lan thông qua việc là nhà đào tạo cho các tổ chức khác trong nền kinh tế về bao thanh toán và cung cấp một danh mục đa dạng nhất các hình thức bao thanh toán.

Như vậy có thể nói rằng bao thanh toán phát triển ở Thái Lan là do sự kết hợp đồng bộ của nhiều yếu tố như: luật pháp phù hợp, sự cân trọng của các ngân hàng, nhận thức đúng đắn về loại hình dịch vụ bao thanh toán,...

1.3.3. Những bài học kinh nghiệm cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam

Trên đây chỉ là 5 trong số các quốc gia trên thế giới phát triển thành công dịch vụ bao thanh toán. Qua nghiên cứu tình hình và kinh nghiệm cụ thể của 5 quốc gia trên và một số quốc gia khác trên thế giới, có thể rút ra các gợi ý hữu ích cho Việt Nam khi phát triển dịch vụ bao thanh toán:

Vấn đề nhận thức

Thực tế từ một số nước trên thế giới như Anh, Hà Lan, Thái Lan, Trung Quốc, Ấn Độ đã cho thấy sự nhận thức của các thành phần kinh tế đối với bao thanh toán là một yếu tố mang tính quyết định đến sự thành bại của việc phát triển dịch vụ

này. Tại Thái Lan, các DN đã thấy được lợi ích của bao thanh toán, họ nhìn nhận bao thanh toán như một nguồn tài trợ linh hoạt. Còn tại Anh và Hà Lan, dịch vụ bao thanh toán factoring đang thực sự khởi sắc và là tâm điểm chú ý trên thị trường factoring thế giới. Nguyên nhân đem lại thành công cho các công ty factoring của các nước này chính là ở chỗ họ có sự hiểu biết sâu sắc về nghiệp vụ và lợi ích mà factoring mang lại. Nhờ sự nhận thức này mà các sản phẩm dịch vụ factoring luôn được đổi mới thường xuyên; mối quan hệ giữa các factor (công ty con thuộc NH) ngày càng được củng cố, tạo đà cho dịch vụ factoring phát triển.

Trái lại, có nhiều quốc gia đã gặp không ít những khó khăn chính từ vấn đề nhận thức chưa đầy đủ của các thành phần kinh tế về dịch vụ này. Trong đó phải kể đến trường hợp của Trung Quốc và Ấn Độ. Bao thanh toán ra đời ở Trung Quốc từ năm 1988 nhưng mãi đến gần đây mới thực sự phát triển. Ở Ấn Độ, khách hàng vẫn chưa biết nhiều về dịch vụ bao thanh toán, các Factor vẫn chưa thành công trong việc tạo ra sự quan tâm của khách hàng về dịch vụ này. Sự khác biệt giữa bao thanh toán và chiết khấu chứng từ vẫn chưa được hiểu rõ. Khách hàng vẫn chưa nhận biết hết về các lợi ích vượt trội và gói dịch vụ mà bao thanh toán mang lại nên họ vẫn chưa có nhu cầu sử dụng dịch vụ này. [60]

Tại Ấn Độ, dịch vụ forfaiting lần đầu tiên được giới thiệu vào năm 1992, tuy nhiên lúc này phần lớn các nhà XK Ấn Độ chẳng mấy quan tâm và nhận thức đầy đủ về dịch vụ này. Số lượng các NH cung cấp dịch vụ bao thanh toán forfaiting cũng rất ít ỏi, gần như chỉ có NH Xuất nhập khẩu (Eximbank) độc quyền cung cấp dịch vụ này.

Về hình thức tổ chức của các đơn vị thực hiện dịch vụ bao thanh toán

Việt Nam có thể tham khảo vấn đề này từ các thị trường như Pháp, Italia,...trong việc đẩy mạnh triển khai dịch vụ factoring và forfaiting tại các NH hoặc các công ty con thuộc NH để có thể phát huy được các lợi thế sẵn có.

Trên thị trường factoring Italia, có ba nhóm các công ty factoring, đó là: nhóm NH (banking), nhóm công nghiệp (captive), nhóm độc lập (independent). Thị phần của các công ty factoring NH cao nhất. Điều này xuất phát từ những yếu tố sau: tính hiệu quả của mạng lưới phân phối, mức độ kết hợp với các tập đoàn NH mẹ, tính đa dạng của hệ thống sản phẩm dịch vụ, sử dụng hiệu quả công nghệ.

Nhóm công nghiệp chiếm thị phần thấp hơn nhóm NH một chút. Nhóm này được hình thành bởi những tập đoàn công nghiệp lớn, thuộc cả tư nhân và nhà nước.

Tại Pháp, các công ty factoring là công ty con của các NH như mô hình của ngân hàng BNP Parisbas thường có lợi thế hơn trên thị trường. Các công ty con của các tập đoàn NH và tổ chức tài chính nước ngoài cũng đang dần dần chiếm lĩnh thị phần. Trong dịch vụ forfaiting tại Pháp, tình hình cũng diễn ra tương tự. Các forfaitier tại Pháp, thường là các công ty trực thuộc một NH nào đó, các công ty này chiếm thị phần lớn hơn so với các công ty hoạt động độc lập.

Tại khu vực châu Á, các quốc gia như Nhật Bản, Singapore, Ấn Độ cũng áp dụng hướng phát triển factoring và forfaiting thông qua các NH là chủ yếu. Trong nhiều năm qua, factoring Nhật Bản luôn được coi là sản phẩm được cung cấp bởi các công ty con của các NH, hoạt động theo các quy định của pháp luật về NH. Qua những cuộc sát nhập thời gian gần đây của các NH lớn ở Nhật Bản, các công ty factoring cũng được tái cơ cấu lại và trở nên tập trung hơn. Một trường hợp khác là Singapore, Factoring cũng đã có một lịch sử lâu dài ở nước này. Ở Singapore, các dịch vụ factoring trước đây vốn do các tổ chức tài chính cung cấp, tuy vậy hiện nay các NHTM đang tham gia mạnh vào thị trường này. Ngoài ra, xu hướng này cũng diễn ra tương tự tại một vài nước khác trên thế giới như Rumania, Malaysia,...

Bên cạnh xu hướng triển khai nói trên, khi phát triển các dịch vụ này đến một trình độ nhất định cũng có thể xem xét, cân nhắc cho phép tư nhân (với đầy đủ năng lực, tiêu chuẩn) được tham gia cung cấp các dịch vụ này, không nhất thiết factoring và forfaiting phải gắn với NH. Tại Đan Mạch, các công ty tư nhân, các công ty độc lập với NH cũng được phép tham gia cung cấp dịch vụ factoring và forfaiting và các công ty này tỏ ra hoạt động khá thành công.

Chú trọng công tác marketing các sản phẩm bao thanh toán

Nhà nước và các đơn vị bao thanh toán cần phải có chiến lược marketing đối với các loại hình bao thanh toán để tất cả các thành phần trong nền kinh tế, đặc biệt là các DN XNK nhận thức và đánh giá được ích lợi của bao thanh toán. Hiện nay số lượng các DN biết tới dịch vụ này còn rất ít, số lượng các DN quan tâm và sử dụng

dịch vụ còn ít hơn nữa. Đây là điều vô cùng đáng tiếc cho các DN nói riêng và cho nền kinh tế của nước ta nói chung.

Cải thiện môi trường pháp lý

Đây là một bài học rất quan trọng cho Việt Nam để nhằm khắc phục những hạn chế về môi trường pháp lý mà một số các nước đi trước đã từng gặp phải, trong số đó có Bulgari, Áo, ... Ngược lại, một số quốc gia khác như Đan Mạch, Thái Lan lại có được những thành công nhất định nhờ môi trường pháp lý phù hợp, vừa chặt chẽ nhưng cũng hết sức thông thoáng. Để bao thanh toán có thể phát triển, các văn bản pháp luật liên quan đến hoạt động bao thanh toán phải được hoàn thiện nhằm tạo ra hành lang pháp lý thông thoáng, phù hợp cho dịch vụ này, trong đó cần chú ý tới việc quy định người mua phải bắt buộc thanh toán cho công ty tài trợ bao thanh toán, chứ không phải là thanh toán cho người bán.

Về nguồn nhân lực

Yếu tố con người luôn là yếu tố có tính chất quyết định, đặc biệt là khi bao thanh toán còn là dịch vụ khá mới mẻ. Việc đầu tư đúng đắn cho phát triển nguồn nhân lực trong hoạt động bao thanh toán là một trong những điều kiện tạo nên thành công của Anh khi phát triển dịch vụ bao thanh toán. Nguồn nhân lực cho phát triển dịch vụ bao thanh toán factoring và forfaiting phải có trình độ chuyên môn cao, vững vàng về nghiệp vụ tài chính, tín dụng ngân hàng và nghiệp vụ XNK. Để tránh những thất bại mà một số nước (như trường hợp Hungari) đã từng gặp, các tổ chức bao thanh toán cũng như các DN XNK cần đặc biệt chú trọng tới việc thường xuyên nâng cao trình độ nguồn nhân lực.

Hiện nay, tại Việt Nam, những nơi đào tạo nguồn nhân lực cho lĩnh vực nói trên là Đại học Kinh tế quốc dân, Đại học Ngoại Thương, Học viện Ngân hàng, Học viện Tài Chính và một số trường đại học khác. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có một chương trình giảng dạy nào tại nước ta chuyên sâu về các dịch vụ bao thanh toán factoring và forfaiting. Các NH khi triển khai dịch vụ bao thanh toán đều phải tổ chức các lớp bồi dưỡng cho cán bộ, nhân viên NH và phải thuê hoặc mua bản

quyền chương trình đào tạo, bồi dưỡng của nước ngoài hoặc của FCI. Thêm vào đó, tình trạng khan hiếm tài liệu, sách tham khảo, nhất là tài liệu bằng tiếng Việt cũng gây không ít khó khăn cho việc nghiên cứu phát triển dịch vụ này.

Về ứng dụng khoa học công nghệ

Thực ra, hoạt động factoring và forfaiting không đòi hỏi quá nhiều về cơ sở hạ tầng. Các NHTM cung cấp dịch vụ này tối thiểu cần có máy vi tính (có nối mạng Internet), một bộ phần mềm liên lạc do FCI cung cấp (để phục vụ trong factoring), các thiết bị liên lạc thông thường khác như điện thoại, máy fax,... Tuy vậy, tùy theo khả năng và quy mô triển khai, các NH và tổ chức tài chính có thể trang bị cho mình công nghệ càng hiện đại càng tốt.

Chẳng hạn, trong triển khai thực hiện factoring, hiện nay có một chuẩn mực báo cáo được xây dựng, gọi là EDIFACTORING (The Electronic Data Interchange of standard messages in the Factoring Industry: Trao đổi thông tin điện tử liên factor dưới dạng các điện giao dịch chuẩn áp dụng trong factoring). Hệ thống này dựa trên cơ sở máy tính cá nhân và được thiết kế để liên lạc giữa factor NK và factor xuất khẩu, giữa người XK và factor xuất khẩu, giữa người NK và factor NK. Do vậy, để triển khai hiệu quả các dịch vụ chuyên môn trên, các NHTM phải quan tâm đầu tư trang thiết bị phù hợp và hiện đại.

Kinh nghiệm từ Anh, Mỹ cho thấy các đơn vị bao thanh toán cần áp dụng công nghệ hiện đại để tăng cường khả năng cạnh tranh, đẩy mạnh hoạt động giao dịch qua mạng (e-factoring, e-forfaiting). Tại Italia, các công ty factoring cũng thường tập trung vào việc làm thoả mãn, hài lòng khách hàng bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ của mình (thân mật hơn, giảm thiểu thời gian làm thủ tục, thực hiện factoring qua mạng, và hiệu quả trong quá trình xử lý công việc).

Tại khu vực châu Á, ngân hàng SinoPac của Đài Loan là một trong những NH sớm áp dụng e-factoring. Thông qua dịch vụ e-factoring tại trang web: <http://www.mmab2b.com>, NH này có thể cung cấp những thông tin cần thiết cho khách hàng, cho phép khách hàng đăng ký dịch vụ factoring trực tuyến. Hơn thế

nữa, nó còn cho phép NH này liên kết với các đối tác toàn cầu trong hiệp hội FCI trong các vấn đề về bảo hiểm tín dụng, ứng trước tiền mặt và quản lý rủi ro.

Về nguồn vốn tài trợ

Vốn là vấn đề mấu chốt, đặc biệt quan trọng. Các NHTM muốn triển khai dịch vụ bao thanh toán thì cần phải đảm bảo được nguồn vốn, bao gồm cả nguồn vốn ngắn hạn, trung hạn và dài hạn để tài trợ cho khách hàng của mình. Thêm vào đó, nếu bản thân các NHTM được sự tài trợ từ một đơn vị khác (chẳng hạn như theo kinh nghiệm của Ấn Độ, các công ty factoring quốc tế được sự tài trợ của Quỹ bảo hiểm tín dụng) thì khả năng cung cấp Bao thanh toán miễn truy đòi sẽ cao hơn và lợi nhuận thu được cũng sẽ đảm bảo hơn. [40]

Xây dựng hiệp hội liên kết tầm cỡ quốc gia

Theo như kinh nghiệm của Italia, Chilê và một số nước khu vực Bắc Mỹ thì việc xây dựng Hiệp hội các công ty bao thanh toán quốc gia sẽ đem lại sự hỗ trợ tích cực cho hoạt động của các công ty thành viên và góp phần đẩy mạnh hoạt động factoring và forfaiting phát triển rộng rãi.

Hiện nay, một số nước đã thành lập Hiệp hội factoring và forfaiting quốc gia nhằm hỗ trợ các NH, DN tham gia vào các dịch vụ này. Tiêu biểu trong số đó là Hiệp hội các công ty factoring Italia (ASSIFACT), Hiệp hội các công ty factoring Chilê (ACHEF). Thậm chí, ở tầm khu vực cũng đã hình thành Hiệp hội Factoring khu vực Bắc Mỹ (AFIA). Tuy vậy, có những hiệp hội được thành lập nhưng hoạt động chưa đem lại hiệu quả cao như hiệp hội Factoring Nhật Bản mới chỉ dừng lại ở trao đổi kinh nghiệm chuyên môn chứ chưa thực sự phát huy hết vai trò của nó.

Trên đây là kinh nghiệm của một số nước, ở đó dịch vụ bao thanh toán đã được ứng dụng từ rất sớm và hiện nay đã rất thành công. Nhiều nước có điều kiện kinh tế khá giống Việt nam khi bắt đầu triển khai dịch vụ bao thanh toán nhưng cũng có nhiều nước đã đạt trình độ rất cao. Để có thể ứng dụng thành công và phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt nam, cần phải nghiên kỹ các kinh nghiệm này và áp dụng một cách linh hoạt sao cho phù hợp với điều kiện cụ thể của nền kinh tế.

Tổng kết chương

Bao thanh toán là một hình thức dịch vụ tài chính tổng hợp do các tổ chức tài chính tín dụng (các NHTM) cung cấp cho các DN thương mại nói chung, các DN XNK nói riêng có áp dụng hình thức mua bán trả chậm (bán chịu), dựa trên quan hệ về quyền mua bán quyền tài sản của các bên có liên quan. Bao thanh toán là một loại hình dịch vụ khá đặc biệt, nó có các tính chất đặc trưng và các hình thức dịch vụ cụ thể. Tuy có những hạn chế nhất định nhưng qua đánh giá những lợi ích mà loại hình dịch vụ này đem lại, có thể khẳng định bao thanh toán là một dịch vụ cần thiết để đẩy mạnh hoạt động thương mại nói chung và hoạt động xuất khẩu hàng hóa nói riêng. Dịch vụ bao thanh toán muốn phát triển đòi hỏi phải thỏa mãn được cả các điều kiện chung đối với nền kinh tế và cả các điều kiện cụ thể riêng đối với các đơn vị tham gia cung ứng và sử dụng dịch vụ này. Dịch vụ bao thanh toán đang ngày càng phát triển tại các quốc gia trên thế giới. Kinh nghiệm phát triển của các nước chính là những gợi ý hữu ích cho Việt Nam để phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa.

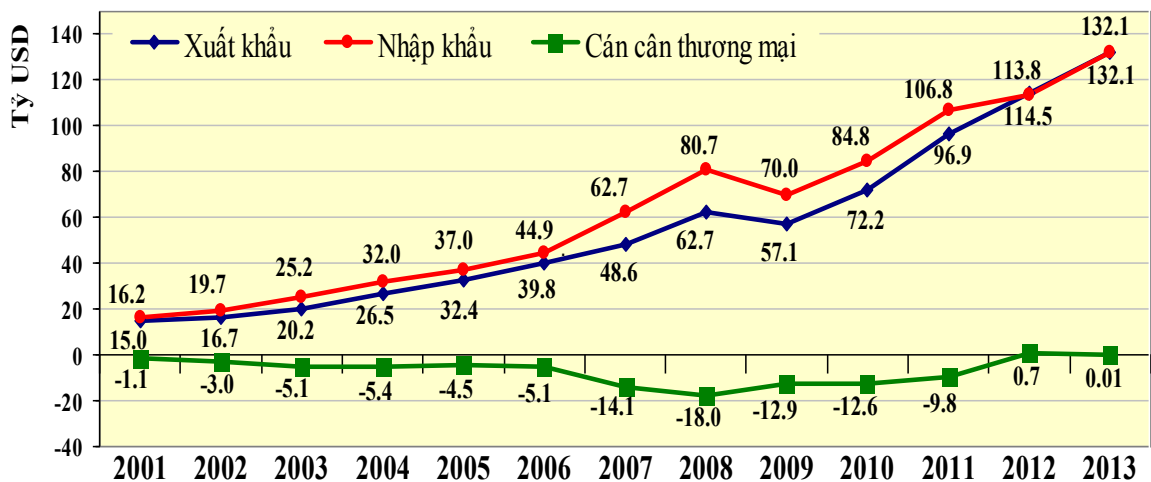
CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BẢO THANH TOÁN TRONG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA Ở VIỆT NAM (2004 - 2012)

2.1. Thực trạng xuất khẩu hàng hoá và việc sử dụng các phương thức thanh toán quốc tế trong thanh toán xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam

2.1.1. Hoạt động thương mại quốc tế của Việt nam thời gian qua

Có thể nói hoạt động thương mại quốc tế của Việt Nam có nhiều chuyển biến trong hơn một thập kỷ vừa qua. Từ xuất phát điểm thấp, với 31,2 tỷ USD trong tổng kim ngạch XNK năm 2001 (với kim ngạch XK là 15 tỷ USD và kim ngạch NK là 16,2 tỷ USD), sau 11 năm, đến năm 2012, con số này tăng gấp 7,3 lần, lên đến 228,3 tỷ USD. Hoạt động giao thương quốc tế phát triển mạnh mẽ cũng là một trong những yếu tố góp phần không nhỏ vào sự tăng trưởng của đất nước, đánh dấu sự hội nhập ngày càng sâu rộng của nền kinh tế Việt Nam vào nền kinh tế thế giới.



Hình 2.1. Kim ngạch xuất khẩu, nhập khẩu và cán cân thương mại của Việt Nam giai đoạn 2001 – 2013

Nguồn: [57], [61]

Có thể thấy rằng, kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt nam tăng dần qua các năm. Tuy nhiên, mức độ tăng và chênh lệch về cán cân thương mại thì có sự khác nhau qua các năm. Giai đoạn năm 2001 – 2006, kim ngạch XK và NK tăng dần đều,

và ổn định, nhưng mức độ tăng thấp hơn so với giai đoạn 2007 – 2012 (bình quân giai đoạn 2001 – 2006 mức tăng đối với NK là 22,7% và 21,71% đối với XK).

Năm 2007 là một mốc khá quan trọng, khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO), thị trường XNK được mở rộng, điều này tạo điều kiện cho các hoạt động XNK của các DN Việt Nam được nở rộ. Chính điều đó làm cho kim ngạch XK và kim ngạch NK của Việt Nam từ năm 2007 cho đến nay có sự biến động mạnh. Năm 2007, kim ngạch XK tăng 22,1%, kim ngạch NK tăng 39,6% so với năm 2006. Năm 2008 so với năm 2007, các con số lần lượt là 29,01% và 28,7%. Nhưng, sự gia nhập WTO đem lại cơ hội, song cũng đem đến những thách thức không nhỏ. Sự phụ thuộc vào thị trường nước ngoài cũng có thể khiến cho hoạt động thương mại quốc tế của Việt Nam trời sập thất thường. Điển hình là năm 2009, các chỉ số về kim ngạch XK và NK đều giảm. Tác động từ cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, làm cho nhu cầu NK hàng hóa của Việt Nam và giá cả quốc tế giảm sút mạnh. Đồng thời, các nước gia tăng các biện pháp bảo hộ mới, đặt ra nhiều hơn các rào cản phi thuế khiến cho hoạt động XK của các DN Việt Nam trở nên khó khăn hơn. Bên cạnh đó, Chính phủ Việt Nam cũng đã áp dụng tăng cường nhiều biện pháp kiểm soát để hạn chế NK những mặt hàng tiêu dùng không cần thiết hoặc trong nước đã sản xuất được.

Sự giảm sút này cũng chỉ diễn ra trong năm 2009, sang các năm 2010, 2011, quy mô và nhịp độ tăng trưởng XK hàng hoá đều vượt mức kế hoạch đề ra. Năm 2010 XK đạt mức tăng trưởng cao (25,5%), nhập siêu đã dần được kiểm soát ở mức 17,27%; nhịp độ tăng trưởng XK đã cao hơn nhịp độ tăng trưởng NK. Năm 2011, tốc độ tăng XK cao hơn tốc độ tăng của NK, nhập siêu đã giảm cả về kim ngạch tuyệt đối, cả về tỷ lệ (Tổng kim ngạch XNK đã vượt mức 200 tỉ USD). Việc hồi sinh này trong hai năm 2010, 2011 xuất phát từ sự phục hồi của nền kinh tế, đặc biệt nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tác có sự tăng trưởng vượt trội, XK khu vực FDI tiếp tục duy trì vị trí dẫn đầu trong việc tạo giá trị XK, nâng cao tỷ trọng XK FDI trong tổng kim ngạch XK. Một nguyên nhân khác dẫn tới sự tăng trưởng này là do giá hàng hoá XK tăng, XK sang thị trường khu vực truyền thống tiếp tục được giữ vững và phát triển, điển hình là Châu Phi, Trung Nam Á, Tây Á.

Tiếp theo đà tăng trưởng của năm 2011, năm 2012 tổng kim ngạch XNK hàng hoá của cả nước đạt 228,31 tỷ USD, tăng 12,1% so với năm trước, trong đó:

XK đạt 114,53 tỷ USD, tăng 18,2% và NK là 113,78 tỷ USD, tăng 6,6%. Kết quả này đã đưa cán cân thương mại của Việt Nam năm 2012 thặng dư 749 triệu USD, xấp xỉ 0,6% tổng kim ngạch XK (trong khi năm 2011 thâm hụt 9,84 tỷ USD). Năm 2013, tổng kim ngạch XNK hàng hoá cả nước đạt 264,26 tỷ USD, tăng 15,7% so với năm 2012, trong đó: xuất khẩu đạt 132,135 tỷ USD, tăng 15,4% và nhập khẩu đạt 132,125 tỷ USD, tăng 16,1%. Cán cân thương mại khá cân bằng trong năm 2013.

Về cán cân thương mại của Việt Nam, trong 10 năm từ 2001 đến 2011, luôn trong tình trạng thâm hụt. Tuy nhiên, mức độ thâm hụt ở từng năm lại có sự khác nhau. Trong những năm 2001 – 2006, thâm hụt cán cân thương mại chỉ dưới 5 tỷ USD/năm, thì giai đoạn 2007 – 2011, thâm hụt cán cân thương mại luôn ở mức 2 con số (thường xuyên trên 10 tỷ USD/năm). Điều này thể hiện sự phụ thuộc ngày càng lớn hơn của nền kinh tế Việt Nam vào nền kinh tế thế giới sau khi gia nhập WTO. Cơ cấu XNK của Việt Nam luôn ở tình trạng bất cân đối và luôn chịu ảnh hưởng từ hiện tượng giá cánh kéo. Các mặt hàng NK như: máy móc, thiết bị, phụ tùng, nguyên liệu ngành may, sắt thép các loại, xăng dầu, phân bón, ô tô... là những mặt hàng có giá trị lớn và giá cả thường ít biến động; trong khi những mặt hàng XK của Việt Nam đa phần là những mặt hàng nông sản như: cà phê, cao su, gạo, các mặt hàng thuỷ sản, các sản phẩm gia công như may mặc, giấy da, các sản phẩm công nghiệp khác như dầu thô, than đá... đều phụ thuộc khá nhiều vào tự nhiên, hàm lượng chế biến thấp, giá thường có xu hướng biến động lớn, gây bất lợi cho hoạt động XK của Việt Nam. Tuy nhiên, sau một khoảng thời gian dài luôn thâm hụt thì đến năm 2012 cán cân thương mại của Việt Nam đã thặng dư mặc dù mức độ còn rất khiêm tốn. Đây là dấu hiệu đáng mừng, song để tiếp tục cải thiện cán cân thương mại, Việt Nam cần có những chính sách cải biến cơ cấu XNK cho phù hợp, hỗ trợ hoạt động XK để đảm bảo tăng XK một cách bền vững.

2.1.2. Thực trạng xuất khẩu hàng hoá của Việt nam những năm gần đây

Cơ cấu XK của Việt Nam trong hơn 10 năm qua cũng đã có những chuyển biến khá tích cực, kim ngạch XK liên tục tăng, tỷ trọng XK đi theo hướng giảm dần tỷ trọng những mặt hàng thô, sơ chế, chú trọng vào đầu tư và XK những mặt hàng có hàm lượng chế biến cao. Sự tăng trưởng của hoạt động XK có sự đóng góp không nhỏ của khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài. Có thể thấy điều này qua bảng 2.1 dưới đây.

**Bảng 2.1. Trị giá và cơ cấu xuất khẩu hàng hóa phân theo khu vực kinh tế
và phân theo nhóm hàng từ năm 2001 – 2013**

Đơn vị: Triệu USD, %

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Sơ bộ 2013
<i>Trị giá (Triệu USD)</i>													
TỔNG SỐ	15029,2	16706,1	20149,3	26485,0	32447,1	39826,2	48561,4	62685,1	57100	72236,7	96905,7	114529,2	132032,9
Phân theo khu vực kinh tế													
K/vực kinh tế trong nước	8230,9	8834,3	9988,1	11997,3	13893,4	16764,9	20786,8	28155,9	32920	38107,8	49032,9	50489,1	43872,7
K/vực có vốn đ/tư nước ngoài ^(*)	6798,3	7871,8	10161,2	14487,7	18553,7	23061,3	27774,6	34529,2	24180	34128,9	47872,8	64040,1	88160,2
Phân theo nhóm hàng													
Hàng CN nặng và khoáng sản	5247,3	5304,3	6485,1	9641,9	11701,4	14428,6	16000,0	19200,0	16663,2	20636,1	28067,1	30751,7	58554,7
Hàng CN nhẹ và TTCN	5368,3	6785,7	8597,3	10870,8	13293,4	16389,6	21598,0	28575,0	26526,5	34941,3	47991,9	60600,8	50278,7
Hàng nông sản	2421,3	2396,6	2672,0	3383,6	4467,4	5352,4	7200,0	10400,0	7061,3	8206	10779	12423,0	16487,3
Hàng lâm sản	176,0	197,8	195,3	180,6	252,5	297,6			2597,7	3435,6	3955,3	4665,2	
Hàng thủy sản	1816,4	2021,7	2199,6	2408,1	2732,5	3358,0	3763,4	4510,1	4251,3	5017,7	6112,4	6088,5	6712,2
Cơ cấu (%)													
TỔNG SỐ	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Phân theo khu vực kinh tế													
K/vực kinh tế trong nước	54,8	52,9	49,6	45,3	42,8	42,1	42,8	44,9	57,7	52,8	50,6	44,1	33,2
K/vực có vốn đ/tư nước ngoài ^(*)	45,2	47,1	50,4	54,7	57,2	57,9	57,2	55,1	42,3	47,2	49,4	55,9	66,8
Phân theo nhóm hàng													
Hàng CN nặng và khoáng sản	34,9	31,8	32,2	36,4	36,1	36,2	32,9	30,6	29,2	28,6	29,0	26,8	44,3
Hàng CN nhẹ và TTCN	35,7	40,6	42,7	41,0	41,0	41,2	44,5	45,6	46,5	48,4	49,5	53,1	38,1
Hàng nông sản	16,1	14,3	13,3	12,8	13,7	13,4	14,8	16,6	12,4	11,4	11,1	10,8	12,5
Hàng lâm sản	1,2	1,2	1,0	0,7	0,8	0,8			4,5	4,7	4,1	4,0	
Hàng thủy sản	12,1	12,1	10,8	9,1	8,4	8,4	7,8	7,2	7,4	6,9	6,3	5,3	5,1
(*) Kể cả dầu thô													

Nguồn: [55], [57], [58], [62]

Khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài đang chiếm giữ một vai trò quan trọng trong sự tăng trưởng kim ngạch XK của cả nước. Năm 2012, khu vực này XK hơn 64 tỷ USD, chiếm 55,9% trong tổng kim ngạch XK của cả nước. Con số này năm 2013 là hơn 88 tỷ USD (chiếm 66,8%). Các doanh nghiệp FDI tham gia XK hầu hết các mặt hàng chủ lực và chiếm tỷ trọng cao trong XK nhiều mặt hàng, đặc biệt là nhóm hàng công nghiệp chế biến. Một số mặt hàng khối FDI chiếm tỷ trọng lớn là: túi xách, va li, mũ, ô dù, hàng dệt may, giày dép, điện tử, máy tính, máy móc, thiết bị, dây cáp điện (không kể dầu thô),

Về mặt hàng, nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiêu thủ công nghiệp luôn chiếm vị trí dẫn đầu và có xu hướng ngày càng tăng tỷ trọng trong tổng kim ngạch XK của cả nước. Trong nhóm hàng này, các mặt hàng chủ lực vẫn là dệt may (kim ngạch XK năm 2011 là 14,04 tỷ USD, năm 2012 là 15,09 tỷ USD), giày dép (năm 2011 - 6,55 tỷ USD, năm 2012 - 7,26 tỷ USD), điện thoại các loại và linh kiện (năm 2011 - 6,89 tỷ USD, năm 2012 - 12,72 tỷ USD), máy vi tính, sản phẩm điện tử và linh kiện (năm 2011 - 4,66 tỷ USD, năm 2012 - 7,84 tỷ USD)..., ngoài ra từ năm 2011 có thêm mặt hàng là túi xách, va li, mũ, ô dù (cùng với sản phẩm từ sắt thép của ngành công nghiệp nặng) lần đầu tiên có kim ngạch trên 1 tỷ USD, đưa các mặt hàng có kim ngạch trên 1 tỷ USD lên con số 23 mặt hàng.

Nhóm hàng công nghiệp nặng và khoáng sản đứng ở vị trí thứ hai với tỷ lệ khoảng 30%/năm trong tỷ trọng kim ngạch XK. Các mặt hàng XK chủ lực trong nhóm này năm 2012 gồm: dầu thô (8,2 tỷ USD), xăng dầu các loại (1,8 tỷ USD), than đá (1,23 tỷ USD), sản phẩm từ sắt thép (1,38 tỷ USD), ...

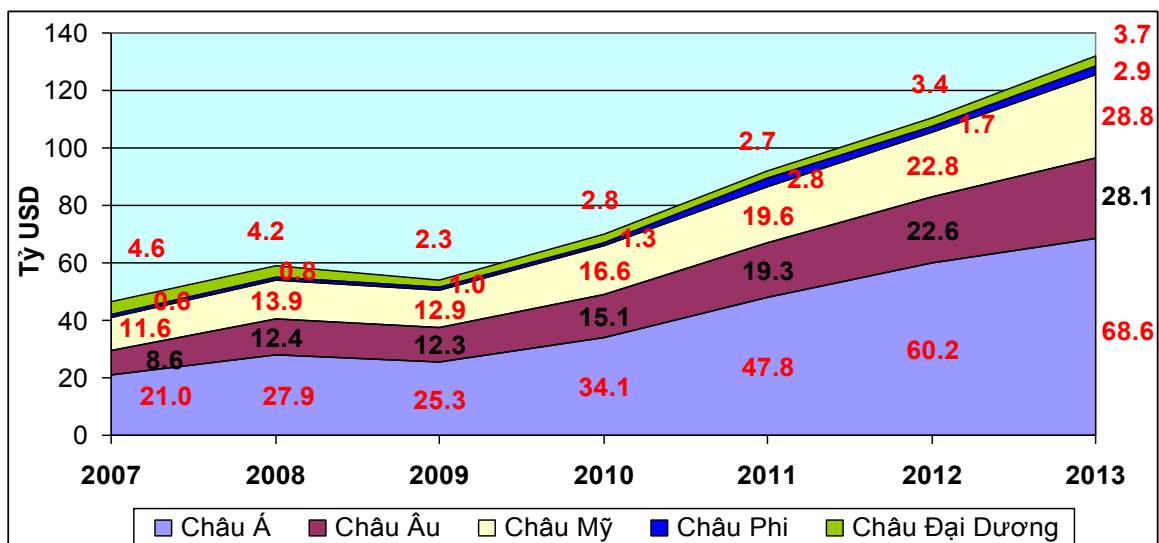
Đứng thứ ba là nhóm hàng nông sản với các mặt hàng XK chủ yếu là: gạo (chiếm 29,5% trong tổng kim ngạch XK hàng nông sản năm 2012), cao su (25,8%), cà phê (29,5%), hạt điều (10,3%), sắn và sản phẩm từ sắn (9,5%), hạt tiêu (5,5%).

Mặt hàng thủy sản, mặc dù liên tục tăng về giá trị kim ngạch XK nhưng về tỷ trọng lại luôn giảm. Điều đó cho thấy, mặt hàng XK của Việt Nam hiện nay đang được đa dạng hoá, không chỉ tập trung nhiều vào một số mặt hàng chủ lực, trong đó có thủy hải sản như trước đây nữa. Các mặt hàng thủy sản XK nhiều nhất vẫn là cá tra, cá basa và tôm.

Kim ngạch XK của mặt hàng lâm sản bao gồm chủ yếu là gỗ và các sản phẩm từ gỗ luôn chiếm một vị trí khiêm tốn trong cơ cấu XK của Việt Nam (trong những năm 2001 – 2006, lâm sản chỉ chiếm khoảng 1% trong cơ cấu XK, song từ năm 2009 đến nay, con số này đã tăng lên đến khoảng 4%/năm). Năm 2011, kim ngạch XK lâm sản của Việt Nam đạt 3,96 tỷ USD và năm 2012 đạt 4,66 tỷ USD, tăng 17,7% so với năm 2011.

Về thị trường, nhìn chung qua các năm, thị trường Châu Á (với kim ngạch bình quân qua các năm 2007 – 2011 khoảng 31,2 tỷ USD/năm) vẫn là thị trường truyền thống đối với các mặt hàng XK của Việt Nam, trong đó, chủ yếu vẫn là thị trường các nước như ASEAN, Nhật Bản. Tiếp theo đó là thị trường Châu Mỹ (bình quân khoảng 15 tỷ USD/năm), Châu Âu (bình quân khoảng 13,8 tỷ USD/năm). Châu Đại Dương (với kim ngạch bình quân 3,3 tỷ USD/năm) và Châu Phi (kim ngạch XK bình quân 1,3 tỷ USD/năm) cũng là những thị trường tiềm năng đầy hứa hẹn với các DN Việt Nam.

Năm 2012, 2013, các khu vực thị trường đều có những tín hiệu khả quan, trong đó, nổi bật nhất vẫn là thị trường Châu Á, với kim ngạch XK năm 2012 đạt 60,2 tỷ USD chiếm 52,5% tổng kim ngạch XK, năm 2013 đạt gần 68,6 tỷ USD chiếm 52% tổng kim ngạch XK. Đây là minh chứng rõ nhất cho thấy Việt Nam ngày càng có vị trí vững chắc hơn trên thị trường Châu Á. (Hình 2.2)



Hình 2.2. Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam theo thị trường

Nguồn: [55], [61]

Trong bảng xếp hạng top 10 quốc gia NK hàng hóa của Việt Nam thì có đến 5 quốc gia ở Châu Á như Nhật Bản (xếp vị trí thứ 2, kim ngạch năm 2011 – 10,8 tỷ USD, năm 2012 – 13,1 tỷ USD), Trung Quốc (xếp ở vị trí thứ 3 với kim ngạch NK từ Việt Nam năm 2011 là 11,1 tỷ USD, năm 2012 là 12,2 tỷ USD), Hàn Quốc (vị trí thứ 4, kim ngạch năm 2011 – 4,7 tỷ USD, năm 2012 – 5,6 tỷ USD), Malaysia (vị trí thứ 5, kim ngạch năm 2011 – 2,8 tỷ USD, năm 2012 – 4,5 tỷ USD), Campuchia (vị trí thứ 10, kim ngạch năm 2011 – 2,4 tỷ USD, năm 2012 – 2,8 tỷ USD).

Tại châu Mỹ, các DN Việt Nam phần lớn vẫn tập trung trên thị trường các nước Bắc Mỹ, như Hoa Kỳ (chiếm 90,8 % kim ngạch XK của Việt Nam năm 2012 trên thị trường Châu Mỹ), Canada (5%). Bên cạnh đó, Nam Mỹ cũng đang là thị trường tiềm năng của Việt Nam với các điểm đến hấp dẫn như Brazil (với kim ngạch NK hàng hoá từ Việt Nam năm 2012 là 719 triệu USD), Argentina (173 triệu USD), Chile (167 triệu USD), Colombia (107 triệu USD). Các mặt hàng được thị trường Nam Mỹ ưa chuộng là các sản phẩm dệt may, giày dép, thủy sản, cao su. Đặc biệt, nhóm hàng mới như túi xách, va li, mũ, ô dù cũng đang được coi là thế mạnh, giúp các DN Việt Nam thâm nhập sâu rộng hơn trên thị trường này.

Thị trường Châu Âu với nhiều đối tác như EU, Nga từ lâu đã trở thành thị trường truyền thống của Việt Nam. Các mặt hàng XK chủ yếu vẫn là giày dép, dệt may, thủy sản, máy tính, sản phẩm điện tử và linh kiện. Trong khối EU, Đức và Anh là những quốc gia NK nhiều nhất hàng hoá của Việt Nam. Hiện nay Đức đang ở vị trí thứ 6 (kim ngạch NK hàng hoá từ Việt Nam năm 2012 là 4,1 tỷ USD) và Anh ở vị trí thứ 9 (kim ngạch NK là 3,0 tỷ USD) trong danh sách 10 bạn hàng lớn nhất của Việt Nam. Ngoài ra, các thị trường khác như Hà Lan, Pháp, Tây Ban Nha, Italia, Nga, Thụy Sĩ, Bỉ cũng là các đối tác lớn với kim ngạch XK của Việt Nam sang các thị trường này trên 1 tỷ USD. Trong năm 2012, EU đã vượt Hoa Kỳ trở thành thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam (20,2 / 19,5 tỷ USD).

Châu Phi và Châu Đại Dương đang là những khu vực thị trường được rất nhiều DN Việt Nam chú trọng và có tham vọng xâm nhập và mở rộng thị phần. Đây là hai khu vực thị trường mới, có nhiều tiềm năng, tuy nhiên vì nhiều lý do như

khoảng cách địa lý, khả năng thanh toán... các giao dịch thương mại hai chiều giữa Việt Nam và các quốc gia ở đây còn khá nhỏ lẻ, cơ cấu mặt hàng còn nghèo nàn. Trong 11 đối tác ở hai khu vực thị trường này thì Australia và Nam Phi là hai đối tác nổi bật nhất của Việt Nam với kim ngạch XK hàng hoá của Việt Nam sang đây năm 2012 lần lượt là 3,2 tỷ USD và 0,62 tỷ USD.

Tóm lại, có thể nhận thấy hoạt động XK của Việt Nam thời gian qua có nhiều thành tựu đáng kể, như:

- Quy mô và nhịp độ tăng trưởng XK hàng hoá đều vượt mức kế hoạch đề ra.
- Trong cơ cấu XK đã có sự thay đổi theo hướng tích cực, tăng nhanh giá trị của các nhóm hàng công nghiệp chế biến, chế tác. Từ chỗ XK thô là nhiều, giờ đây nhóm mặt hàng chế biến tăng lên, từ 36% tỷ trọng trong năm 2006 lên trên 40% trong năm 2012. Đồng thời, XK không còn chỉ phụ thuộc vào một số ít mặt hàng, mà đã trải rộng sang nhiều nhóm mặt hàng khác nhau. Động thái tích cực này đã dẫn tới hiện nay Việt Nam đã có 23 mặt hàng tham gia vào câu lạc bộ tỷ USD, trong khi con số này của năm 2010 là 16 mặt hàng.

- Một số mặt hàng nông sản XK chủ lực như gạo, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, thủy sản (cá tra, cá basa) do nhiều năm có thứ hạng cao trên thị trường thế giới nên đã bắt đầu có tác động tới giá quốc tế. Đây là một tín hiệu vui cho ngành nông thủy sản Việt Nam, bởi nếu chủ động được giá thì chúng ta sẽ tránh được hiện tượng “giá cánh kéo” gây bất lợi cho hoạt động XK của nước ta như hiện nay.

- Cơ cấu thị trường XK tương đối ổn định và cân đối giữa Mỹ, EU và SNG. Ngoài các thị trường truyền thống, các thị trường mới như Châu Phi, Trung Nam Á và Tây Á tiếp tục được khai thác và mở rộng hơn. Điều này là cần thiết để đảm bảo phân tán rủi ro trong hoạt động XK.

Song, bên cạnh các kết quả tích cực nêu trên, hoạt động XK của Việt Nam vẫn còn nhiều rủi ro do gặp phải một số hạn chế như:

- XK tuy tăng trưởng ở mức cao nhưng chưa vững chắc, yếu tố tăng giá dẫn đến tăng kim ngạch XK nhiều hơn yếu tố tăng khối lượng.

- Chưa chủ động được thị trường cung cấp nguyên vật liệu đầu vào, đặc biệt là đối với các ngành gia công như dệt may, giày dép, linh kiện điện tử.. dẫn tới kim ngạch NK các nguyên liệu này tăng, hệ quả của nó là giá trị gia tăng trong gia công các ngành hàng này thấp.

- Thị trường XK vẫn tập trung quá nhiều vào thị trường Châu Á.

- Chưa có một chiến lược XK bền vững, còn phụ thuộc nhiều vào bên ngoài. Có thể thấy ngay rằng, kim ngạch XK tăng qua các năm chủ yếu nhờ vào các DN FDI. Các DN này nắm giữ nhiều mặt hàng XK chủ lực, có kim ngạch XK cao. Nội lực của các DN nội địa vẫn còn mỏng hơn nhiều so với các DN ngoại.

Để tăng trưởng XK, đảm bảo nguồn thu ngoại tệ phục vụ cho hoạt động NK, bên cạnh nỗ lực của bản thân các DN Việt Nam, còn cần đến các chính sách định hướng dài hạn, chính sách hỗ trợ của Chính phủ và đặc biệt là của các tổ chức tín dụng trong việc đảm bảo phòng tránh rủi ro về tài chính, giúp các DN yên tâm mở rộng thị trường, nhất là trên các thị trường mới và tiềm năng như thị trường Châu Phi. Việc phát triển các công cụ đảm bảo tín dụng XK không chỉ làm yên lòng các DN Việt Nam khi cạnh tranh trên thị trường nước ngoài, mà còn là cứu cánh đối với các tổ chức tín dụng trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế như hiện nay. Một trong những phương thức đảm bảo mà các NH và các tổ chức tín dụng ở Việt Nam nên lưu tâm nhiều hơn, đó là dịch vụ bao thanh toán XK.

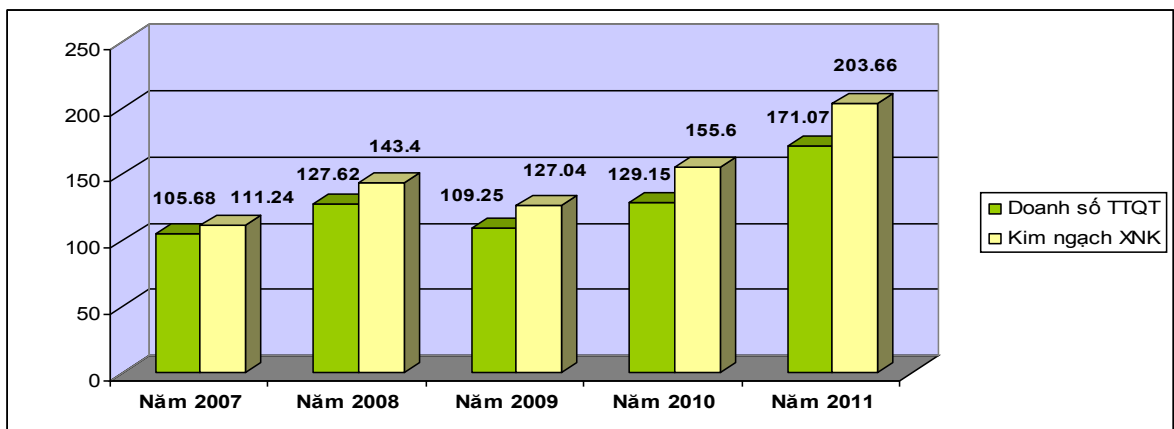
2.1.3. Thực trạng việc sử dụng các phương thức thanh toán quốc tế trong thanh toán xuất khẩu ở Việt nam

2.1.3.1. Hoạt động thanh toán quốc tế tại các NHTM ở Việt Nam

Hiện nay ở Việt Nam có khoảng hơn 100 NHTM đang hoạt động, trong đó hơn một nửa là các NH có vốn nước ngoài. Theo NHNN, tính đến tháng 6/2012, tại Việt Nam có 5 NHTM nhà nước; 1 NH Chính sách Xã hội Việt Nam; 37 NHTM cổ phần tư nhân; 50 Chi nhánh NH nước ngoài tại Việt Nam; 4 NH liên doanh; 5 NH 100% vốn nước ngoài. Ngoài ra ở Việt Nam còn có sự hiện diện của 49 văn phòng đại diện NH nước ngoài; 18 Cty tài chính; 12 Cty cho thuê tài chính và 915 Tổ chức

tín dụng hợp tác [56]. Đây chính là lực lượng tích cực đóng góp vào sự sôi động của ngành NH tài chính và lĩnh vực TTQT nói riêng của Việt Nam trong thời gian qua.

Thanh toán quốc tế được coi là một trong những đòn bẩy làm cho hoạt động thương mại quốc tế ngày càng phát triển. Ngược lại, thương mại quốc tế phát triển cũng sẽ tạo tiền đề cho sự tăng trưởng của các NH. Khi hoạt động thương mại quốc tế suy giảm, hệ quả tất yếu sẽ dẫn tới tác động mạnh đến hoạt động thanh toán quốc tế của các quốc gia, đặc biệt là đối với các quốc gia như Việt Nam, nơi có tổng kim ngạch XNK chiếm tới hơn 160% GDP. Đối tượng đầu tiên chịu ảnh hưởng từ sự suy giảm này là các NH Việt Nam, biểu hiện suy giảm rõ nét nhất là ở *doanh số thanh toán quốc tế*. Giữa kim ngạch XNK và doanh số thanh toán quốc tế thường có quan hệ tỷ lệ thuận với nhau. Có thể thấy điều này qua Hình 2.3 dưới đây.

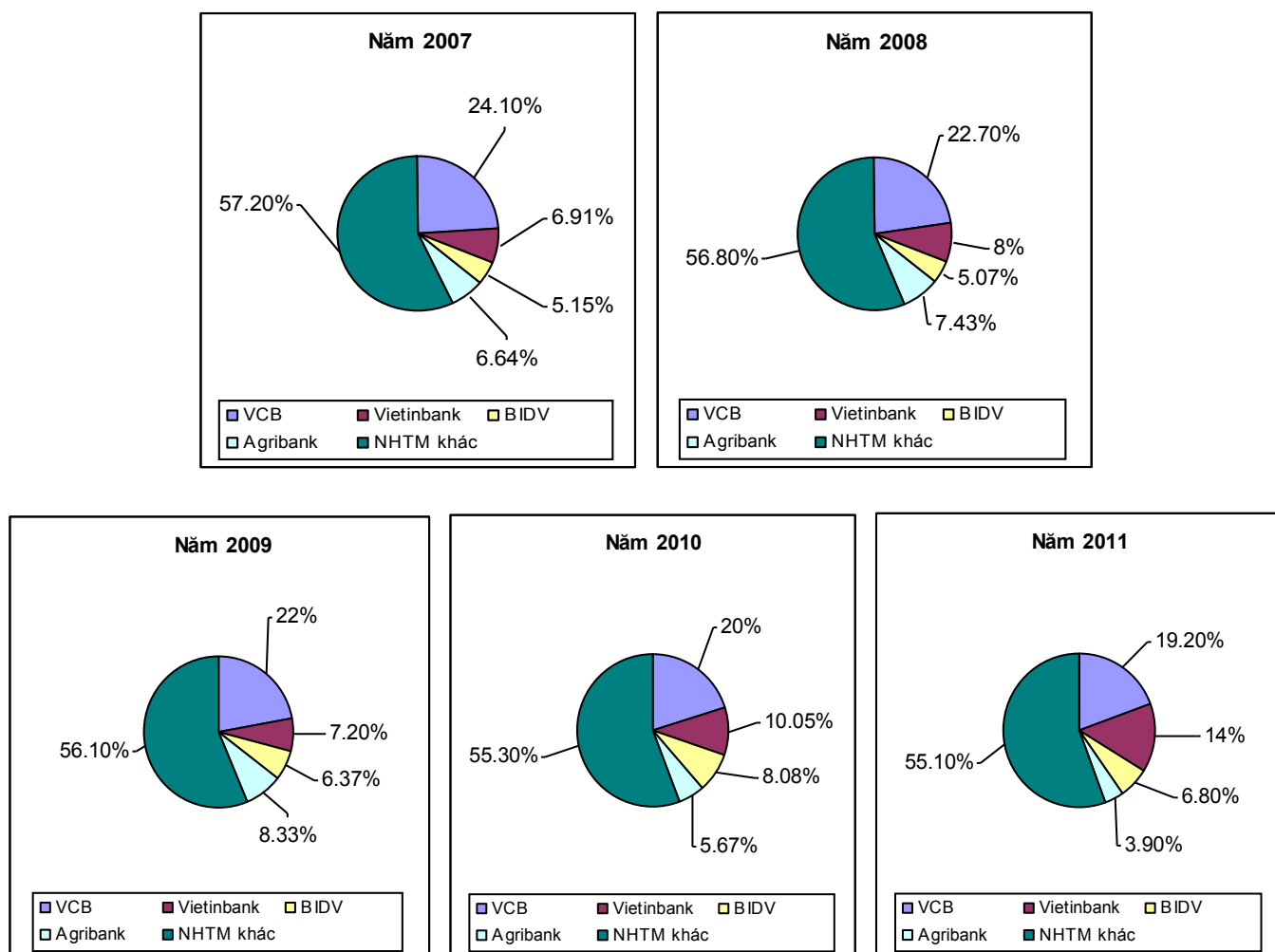


Hình 2.3. Doanh số TTQT với kim ngạch XNK năm 2007 - 2011 (Đ/vị: tỷ USD)

Nguồn: [55], [56]

Trong cơ cấu thanh toán, doanh số thanh toán XK thường chiếm tỷ lệ khoảng 46% trong tổng doanh số TTQT của các NHTM. Điều này cho thấy hoạt động XK có tác động không nhỏ đến doanh số TTQT. Bởi vậy, việc các NH giúp đỡ DN tìm kiếm đối tác, mở rộng thị trường XK vừa giúp DN giải quyết đầu ra, vừa giúp NH tăng được doanh số TTQT.

Về *cơ cấu thị phần TTQT*, hiện nay, đa số các NHTM ở Việt Nam đều cung cấp dịch vụ này, tuy nhiên thị phần chủ yếu vẫn tập trung vào 4 NHTM lớn, có bề dày kinh nghiệm trong cung ứng dịch vụ này như VCB, Agribank, Vietinbank, BIDV.



Hình 2.4. Thị phần TTQT của một số NHTM ở VN từ 2007 - 2011

Nguồn: Báo cáo thường niên của các NHTM (Phụ lục 9)

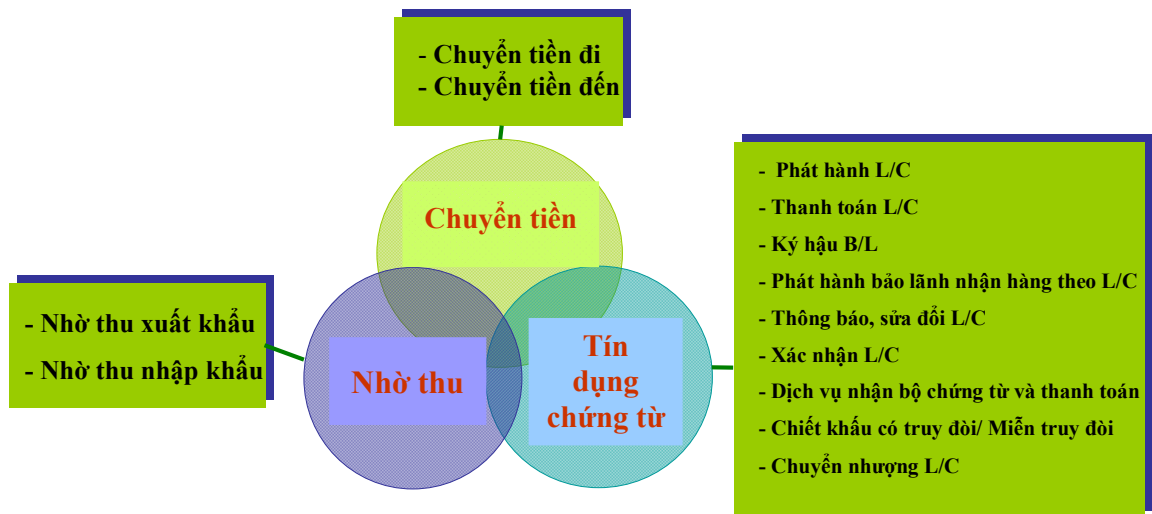
Để nhận thấy, với xu thế hội nhập, các “đại gia” trong ngành như VCB, Agribank không còn giữ được thế độc quyền về TTQT như trước đây. Thị phần của 2 NH lớn này liên tục giảm qua các năm. Thay vào đó là sự vươn lên mạnh mẽ của một số các NH khác như Vietinbank, BIDV, cùng với một số tên tuổi khác như: ACB, Techcombank, VPBank, Eximbank... Các NH này đều tập trung vào việc đầu tư phát triển hệ thống thanh toán điện tử, tỷ lệ điện TTQT được định dạng chuẩn và xử lý tự động (STP) trên 95%, mở rộng hệ thống đại lý với nhiều NH lớn ở nước ngoài và chi nhánh của họ trên khắp thế giới. Bên cạnh đó chiến lược đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ, nhân viên TTQT có chuyên môn nghiệp vụ cao, đáp ứng nhu

cầu ngày càng đa dạng của khách hàng đã góp phần nâng cao uy tín của các NH Việt Nam trong giao dịch TTQT. Sự cố gắng này đã được các NH lớn của nước ngoài như Citibank, HSBC công nhận thông qua việc trao Giải thưởng TTQT chất lượng cao cho 20 NHTM Việt Nam.

Xu hướng chia sẻ thị phần thị trường cũng là một tín hiệu đáng mừng, cho thấy chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế của các NH đều có xu hướng đi lên và đồng đều hơn, đồng thời cũng tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng và cần thiết để nâng cao năng lực chung của toàn bộ hệ thống NH Việt Nam.

2.1.3.2. Tỷ trọng các phương thức thanh toán được sử dụng trong thanh toán xuất khẩu ở Việt Nam

Hiện nay, các phương thức TTQT truyền thống của các NHTM Việt Nam vẫn chủ yếu bao gồm: chuyển tiền, nhờ thu và tín dụng chứng từ (Hình 2.5).

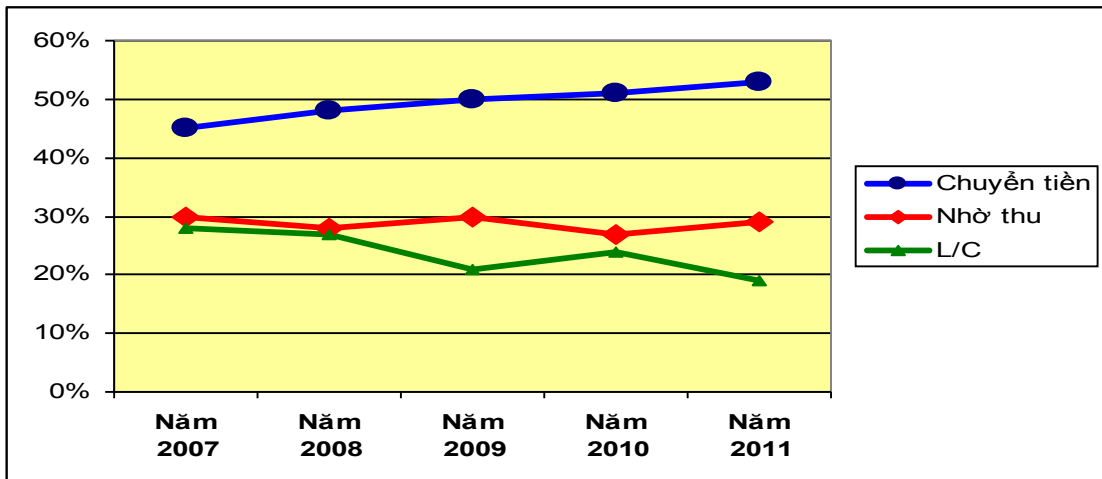


Hình 2.5. Sản phẩm Thanh toán quốc tế truyền thống của các NHTM VN

Nguồn: Thống kê từ website của các NHTM VN (Phụ lục 9)

Đối với thanh toán hàng xuất, các NHTM chủ yếu cung cấp dịch vụ chuyển tiền đến, nhờ thu XK và các dịch vụ thanh toán L/C, xuất trình và thanh toán bộ chứng từ theo L/C, chiết khấu chứng từ hàng xuất, chuyển nhượng L/C.

Có thể nhận thấy các hợp đồng XK hàng hoá của các DN Việt Nam sử dụng ngày càng nhiều phương thức thanh toán chuyển tiền, trong khi thanh toán bằng phương thức tín dụng chứng từ và nhờ thu đều có xu hướng giảm. (Hình 2.6)



Hình 2.6. Tỷ trọng các phương thức thanh toán hàng xuất tại các NHTM VN

Nguồn: [56]

Năm 2007, tỷ lệ thanh toán bằng phương thức chuyển tiền là 45%, nhờ thu là khoảng 30% và phương thức tín dụng chứng từ là 28%. Đến năm 2011, khoảng cách này còn được nới rộng thêm với độ chênh giữa phương thức chuyển tiền và nhờ thu là 24%, giữa phương thức chuyển tiền và tín dụng chứng từ là 34%.

Nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là do hàng hoá XK của Việt Nam có luồng chảy tới những thị trường đã phát triển ở mức độ cao (thị trường EU và Bắc Mỹ), yêu cầu về chất lượng hàng hoá rất khắt khe, vì vậy, phía NK thường nhận được hàng rồi mới quyết định trả tiền (trả tiền sau). Ngoài ra, một số doanh nghiệp XK Việt Nam, do mới tham gia vào thị trường XNK, vốn ít, chưa có uy tín trên thị trường, nên muốn bán được hàng hoá thì phải chấp nhận những yêu cầu của phía nước ngoài, do đó phương thức chuyển tiền được sử dụng nhiều hơn. Các phương thức còn lại, đặc biệt là phương thức tín dụng chứng từ, mặc dù đảm bảo an toàn hơn cho người XK nhưng thủ tục khá rườm rà, phức tạp, hơn nữa, lại bó buộc nhà NK ở nước ngoài trong việc ký quỹ để mở L/C, dẫn tới bị đọng vốn, vì vậy, người NK nước ngoài thường có xu hướng ít lựa chọn phương thức này hơn trong các giao

dịch NK hàng hoá từ các doanh nghiệp Việt Nam. Việc sử dụng phương thức thanh toán chuyển tiền cũng mang đến nhiều rủi ro cho các doanh nghiệp XK của Việt Nam. Chính vì vậy, các NH cũng nên cung cấp nhiều hơn các dịch vụ bảo đảm tín dụng XK, giúp doanh nghiệp yên tâm khi tham gia thị trường nước ngoài.

Dù lựa chọn phương thức chuyển tiền hay bất kỳ phương thức thanh toán nào khác khi chấp nhận cho người nhập khẩu trả chậm, doanh nghiệp XK cũng cần cân nhắc bởi những rủi ro có thể xảy đến trong thanh toán quốc tế. Điều này tạo ra áp lực cho các NHTM Việt Nam trong việc phải nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ, cung cấp các dịch vụ đa dạng, đảm bảo lòng tin của khách hàng. Bên cạnh đó, các NH cần đa dạng hóa các sản phẩm tài trợ thương mại trên cơ sở lập các bộ phận chuyên trách để nghiên cứu, tìm hiểu, nắm bắt nhu cầu khách hàng, phát triển các sản phẩm mới như dịch vụ bao thanh toán nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu của các doanh nghiệp XK.

Từ những phân tích, đánh giá trên về thực trạng XK hàng hóa và việc sử dụng các phương thức thanh toán trong XK hàng hóa ở Việt Nam cho thấy trong điều kiện hội nhập kinh tế như hiện nay, hoạt động XK và thanh toán XK của Việt Nam đã có nhiều khởi sắc, gặp nhiều thuận lợi nhưng cũng còn không ít khó khăn. Một trong số đó là, do điều kiện cạnh tranh gay gắt, các DN XK Việt Nam hiện đang có xu hướng phải chấp nhận hình thức bán hàng trả chậm ngày càng nhiều. Điều này gây ra những khó khăn về vốn cho DN và đặt DN trước nguy cơ gặp rủi ro trong thanh toán tiền hàng. Thực tế đó vừa đòi hỏi cũng vừa là tiền đề tốt cho sự ra đời và phát triển các công cụ tài trợ thương mại, các sản phẩm dịch vụ mới như bao thanh toán.

Từ những đòi hỏi đặt ra trong điều kiện phát triển kinh tế như hiện nay cho thấy nếu dịch vụ bao thanh toán phát triển trong thời gian tới sẽ là công cụ hữu ích giúp đảm bảo hiệu quả cho hoạt động XK không chỉ của từng DN mà của cả nền kinh tế. Tuy nhiên, dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam hiện nay đã hội đủ các điều kiện cần thiết để có thể phát triển hay chưa và thực tế dịch vụ bao thanh toán trong XK hàng hóa ở Việt Nam hiện phát triển như thế nào là câu hỏi đặt ra không chỉ cho các DN XK hay các NH mà cho toàn bộ nền kinh tế. Các câu hỏi này sẽ được trả lời ở các phân tích, đánh giá dưới đây.

2.2. Điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam

2.2.1. Sự cần thiết của việc phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam

Việc ứng dụng và phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam hiện nay là rất cần thiết. Điều này xuất phát từ những lý do sau:

Thứ nhất, bao thanh toán là một dịch vụ tài chính thể hiện những ưu điểm nổi bật, đặc biệt là khi nền kinh tế hội nhập đặt ra những yêu cầu về gia tăng nhu cầu vốn lưu động, các dịch vụ nhờ thu và quản lý rủi ro. Dịch vụ này không chỉ được ứng dụng ở các quốc gia có nền kinh tế phát triển mà ở cả những quốc gia đang phát triển. Dịch vụ này không những đem lại lợi ích cho các công ty lớn mà còn cho cả các DN vừa và nhỏ, những DN chủ yếu kinh doanh dựa trên hình thức ghi sổ, những DN muốn tạo điều kiện thuận lợi để phát triển mạng lưới cung cấp hàng hoá của mình. Những lợi ích này rất thích hợp với các DN Việt nam.

Thứ hai, các DN Việt Nam đang trên đường hội nhập và phát triển còn nhiều hạn chế về vốn, nhân lực, thông tin thị trường, trình độ quản lý rủi ro,... Theo Bộ kế hoạch và đầu tư, hiện nay số DN vừa và nhỏ của Việt Nam chiếm 97% trong tổng số DN đã thành lập trên toàn quốc và có những đóng góp tích cực cho nền kinh tế. Mặc dù vậy, các DN này luôn bị phân biệt đối xử trong vấn đề tiếp cận vốn ngân hàng, đặc biệt là các NH quốc doanh. Với những đặc điểm như: tình hình tài chính DN yếu, hệ thống kế toán không đầy đủ và thiếu minh bạch, tâm lý lo sợ thủ tục rườm rà khó khăn, không có tài sản bảo đảm,... đã cản trở rất nhiều cho các DN này tiếp cận được nguồn vốn NH. Dịch vụ bao thanh toán sẽ giúp cho cả phía NH và DN giải quyết được những vướng mắc, khó khăn mà hình thức tín dụng truyền thống không thể thực hiện được. Khi phát triển dịch vụ này, nguồn vốn của DN sẽ được cải thiện và NH sẽ đa dạng hoá được sản phẩm của mình.

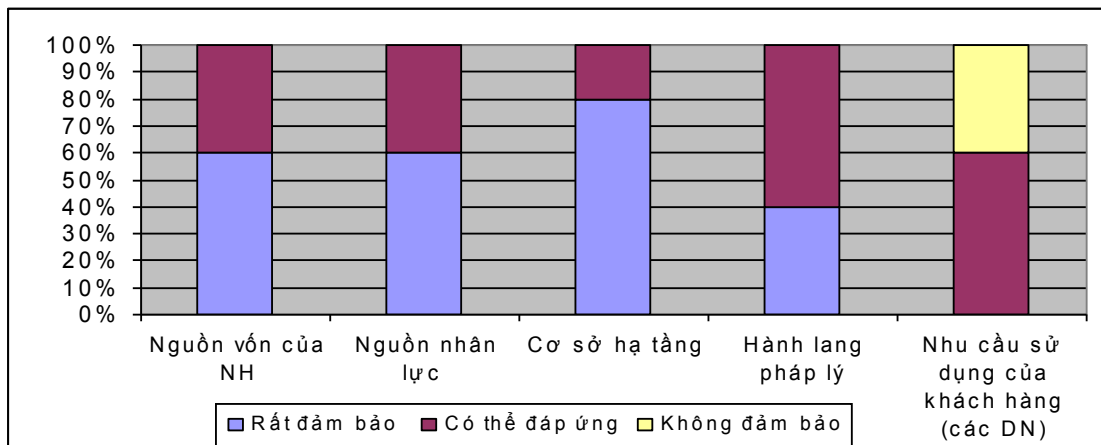
Thứ ba, trong điều kiện cạnh tranh gay gắt của thị trường quốc tế hiện nay, để bán được hàng, người xuất khẩu Việt Nam thường phải chấp nhận những đòi

hỏi của người nhập khẩu nước ngoài trong việc sử dụng các phương thức thanh toán quốc tế thuận lợi cho họ hơn so với các phương thức thanh toán truyền thống, đặc biệt là các phương thức trả chậm. Lúc này, sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán sẽ làm cho nó trở thành một công cụ hữu hiệu giúp DN xuất khẩu có thể áp dụng phương thức bán hàng trả chậm một cách hiệu quả. Mặt khác, vốn lưu động hạn chế cũng là một khó khăn lớn đối với các DN xuất khẩu trong nước, đặc biệt khi họ bán hàng trả chậm. Nếu sử dụng dịch vụ bao thanh toán, các DN sẽ được ứng trước một phần của khoản phải thu (tại các NH đang cung cấp dịch vụ bao thanh toán, mức ứng trước có thể lên tới 90% khoản phải thu) để tiếp tục quay vòng vốn lưu động và kinh doanh hiệu quả hơn. Số còn lại sẽ được thanh toán sau khi các NH hoàn tất khoản phải thu với bên mua. Như vậy sử dụng dịch vụ bao thanh toán là một giải pháp tốt, nhất là đối với DN vừa và nhỏ.

Thứ tư, việc Việt Nam gia nhập WTO cho phép các NHNNg được hoạt động bình đẳng như các NH trong nước. Vì vậy, hàng loạt các sản phẩm, dịch vụ, công nghệ ngân hàng tiên tiến... sẽ theo chân các NHNNg vào Việt Nam. Để có thể đứng vững và phát triển trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, các NH Việt Nam phải không ngừng đa dạng hoá sản phẩm để đáp ứng các nhu cầu tài chính của khách hàng, tạo ra lợi ích cho khách hàng nhằm thu hút khách hàng, tăng cường năng lực cạnh tranh cho NH mình. Bao thanh toán chính là một trong số các dịch vụ đáp ứng được các yêu cầu này nên cần được các NHTM phát triển.

2.2.2. Đánh giá thực trạng điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam

Để phân tích, đánh giá thực trạng điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam, ngoài các dữ liệu thứ cấp thu thập từ nhiều nguồn khác nhau, tác giả luận án cũng đã tiến hành thăm dò ý kiến của một số NHTM ở Việt Nam nhằm có thêm thông tin, đánh giá trực tiếp từ người cung cấp về các điều kiện cơ bản để phát triển dịch vụ bao thanh toán của NH hiện nay (Hình 2.7).



Hình 2.7. Đánh giá của các NHTM về điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án (theo Phụ lục 1)

Việc phân tích kết quả khảo sát được kết hợp sử dụng để đưa ra kết luận đánh giá đối với từng điều kiện cụ thể ở các nhóm điều kiện sau:

2.2.2.1. Điều kiện vĩ mô

· *Môi trường pháp lý*

Về cơ bản, ở Việt Nam đã có khung pháp lý cho hoạt động bao thanh toán, tạo điều kiện cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế. Tuy bắt đầu manh nha ở Việt Nam từ trước năm 2000 nhưng dịch vụ bao thanh toán chưa có điều kiện phát triển. Nhận thấy sự cần thiết của dịch vụ này đối với các DN Việt Nam, ngày 06/09/2004, Thống đốc NHNN Việt Nam đã ký Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN ban hành *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng*. Quy chế này ra đời bước đầu đã tạo dựng một hành lang pháp lý cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán. Đây cũng là cơ sở pháp lý để xem xét, xử lý các vụ việc có liên quan tại các cơ quan chức năng. Sau đó, Quyết định số 30/2008/QĐ-NHNN ngày 16/10/2008 đã sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định 1096. Tuy tiêu đề của Quy chế không nói rõ là bao thanh toán factoring nhưng từ khái niệm và các vấn đề liên quan trong Quy chế, như tại Điều 19 có ghi: Khoản phải thu phát sinh từ hợp đồng mua bán hàng có thời hạn thanh toán dài hơn 180 ngày sẽ không được bao thanh toán [9], cho thấy phạm vi điều chỉnh của Quy chế này không bao gồm bao thanh toán trung và dài hạn (bao thanh toán forfaiting) mà chỉ có bao

thanh toán factoring. Qui chế này cũng còn nhiều bất cập, gây không ít khó khăn cho việc cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam.

Bên cạnh đó, khi thực hiện bao thanh toán quốc tế, Việt Nam cũng cho phép các bên có thể thỏa thuận áp dụng các qui tắc, tập quán, thông lệ quốc tế về bao thanh toán nếu các qui tắc, tập quán, thông lệ này không trái với luật pháp Việt Nam. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam phù hợp với các qui định quốc tế.

Theo đánh giá của các NHTM Việt Nam thì môi trường pháp lý hiện nay về cơ bản là có thể đáp ứng được yêu cầu cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán, tuy nhiên, tỷ lệ khẳng định hành lang pháp lý rất đảm bảo yêu cầu mới chỉ chiếm 40% (Hình 2.7). Điều này chứng tỏ các NHTM chưa đánh giá cao sự hoàn thiện của hành lang pháp lý, nhiều NH vẫn còn chưa hoàn toàn yên tâm với điều kiện pháp lý đảm bảo quyền lợi cho họ khi phát triển dịch vụ bao thanh toán.

Trong “*Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng*”, một số qui định còn có những điểm chưa chính xác hoặc chưa được qui định rõ. Chẳng hạn như, Điều 2, Quy chế này định nghĩa bao thanh toán chỉ thuần túy là một hình thức cấp tín dụng. Như vậy là chưa đầy đủ, bởi vì bao thanh toán thực chất là một gói dịch vụ bao gồm tài trợ, thu nợ, theo dõi khoản phải thu và bảo đảm rủi ro tín dụng. Hay như Điều 13 có qui định không được bao thanh toán kín, tức là việc thực hiện nghiệp vụ bao thanh toán phải được bên bán hàng và bên mua hàng thỏa thuận từ trước trong hợp đồng, là không phù hợp với thực tiễn. Với qui định như vậy sẽ ảnh hưởng đến phạm vi hoạt động của các tổ chức bao thanh toán. Ngoài ra, khi thực hiện bao thanh toán sẽ có một bước rất quan trọng là “chuyển giao quyền đòi nợ” từ người bán sang tổ chức bao thanh toán nhưng Qui chế lại không có qui định nào xác lập mối quan hệ này.

Việc xem xét bao thanh toán là một giao dịch mua bán các khoản phải thu hay một khoản tín dụng chính là điểm cốt yếu của hệ thống luật. Nếu coi bao thanh toán như một giao dịch mua bán các khoản phải thu thì trong trường hợp DN phá sản, những khoản phải thu đã được bán này sẽ không còn là phần tài sản của DN nữa mà trở thành một phần tài sản của các tổ chức bao thanh toán. Điều này giúp

đảm bảo quyền lợi của các tổ chức bao thanh toán khi cung cấp dịch vụ này cho khách hàng. Còn nếu định nghĩa bao thanh toán như một hình thức cấp tín dụng thì sẽ khiến toàn bộ nội dung của nguồn luật chệch khỏi bản chất của dịch vụ bao thanh toán. Và khi không giữ được đúng bản chất thì dịch vụ này khó có thể phát huy được hết vai trò, lợi ích của nó trong nền kinh tế.

Đặc biệt, Việt Nam hiện cũng vẫn chưa có văn bản pháp lý nào qui định về dịch vụ bao thanh toán forfaiting. Đây là trở ngại lớn cho các tổ chức bao thanh toán trong việc triển khai dịch vụ forfaiting.

Mặc dù Quy chế có đề cập đến quyền và nghĩa vụ của các bên và có xử lý vi phạm nhưng các mục còn rất chung chung đặc biệt là điều khoản xử lý vi phạm. Điều quan trọng là khi xảy ra tranh chấp, các bên phải có một chuẩn chung để căn cứ vào đó biết được quyền lợi và nghĩa vụ của mình để có hướng giải quyết tốt nhất.

· ***Môi trường kinh tế - xã hội tương đối ổn định***

Trong điều kiện nền kinh tế thế giới và khu vực có nhiều bất ổn như hiện nay thì môi trường kinh tế xã hội của Việt Nam vẫn luôn ổn định, GDP luôn đạt mức tăng trưởng ấn tượng, tỷ lệ lạm phát được kìm chế, nguồn lao động dồi dào, khả năng sản xuất và nhu cầu tiêu thụ hàng hóa lớn do dân số đông. Đây chính là một thuận lợi lớn đối với Việt Nam trong quá trình hội nhập và tăng trưởng. Môi trường kinh doanh ổn định sẽ tạo được tâm lý yên tâm cho các chủ thể của nền kinh tế trong quá trình hoạt động, nâng cao hiệu quả hoạt động của các DN. Với một môi trường kinh tế - xã hội ổn định, thời gian qua Việt Nam đã thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư ở nhiều lĩnh vực trên thế giới. Trong lĩnh vực dịch vụ bao thanh toán nói riêng, Việt Nam đã gây được sự chú ý của Hiệp hội các nhà bao thanh toán factoring quốc tế - Factors Chain International (FCI). Vì vậy, FCI đã chủ động tiếp cận và có thiện chí giúp Việt Nam phát triển lĩnh vực dịch vụ bao thanh toán. FCI đã tiến hành tổ chức nhiều hội thảo giới thiệu về dịch vụ bao thanh toán và xây dựng các chương trình hỗ trợ, giúp đỡ các Tổ chức tín dụng Việt Nam trong việc triển khai hoạt động này.

· ***Hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp được tạo điều kiện thuận lợi***

Thời gian qua, hoạt động thương mại nói chung và thương mại quốc tế nói riêng đã nhận được nhiều sự quan tâm và hỗ trợ tạo điều kiện của Chính phủ, đặc biệt là hoạt động XK. Cùng ngày hoạt động XK càng được khuyến khích mở rộng, chủ thể tham gia ngày càng nhiều, một phần là nhờ những qui định ngày càng thông thoáng về quyền tham gia vào hoạt động này của các chủ thể trong nền kinh tế. Cụ thể như theo Nghị định 44/2001/NĐ-CP của Chính phủ (Nghị định bổ sung của Nghị định 57/1998/NĐ-CP) thì thương nhân theo qui định của pháp luật có quyền XK tất cả các loại hàng hóa không phụ thuộc ngành nghề, ngành hàng ghi trong giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh (trừ những hàng hóa thuộc danh mục cấm XK) và được NK hàng hóa theo danh mục ngành nghề, ngành hàng đã qui định trong giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

Ngoài ra, Nhà nước cũng đã có nhiều biện pháp, chính sách hỗ trợ cho hoạt động thương mại quốc tế, đặc biệt là hoạt động XK theo hướng bảo hộ hợp lý cho các DN, như: có chính sách hỗ trợ cho công tác tạo nguồn nguyên liệu cho sản xuất hàng hóa XK (qui hoạch, phát triển vùng nguyên liệu, giảm thuế, miễn thuế cho nguyên liệu NK,...); áp dụng mức thuế suất ưu đãi cho XK (hầu hết các mặt hàng XK đều có thuế suất bằng 0; thủ tục hải quan ngày càng được hiện đại hóa và đơn giản hóa, tạo điều kiện thuận lợi cho DN, giúp tiết kiệm thời gian và chi phí, góp phần hạ giá thành sản phẩm, tăng khả năng cạnh tranh.

· *Cơ sở thông tin dữ liệu*

Việt Nam đã có Trung tâm thông tin tín dụng (CIC) do NHNN quản lý. CIC thu thập thông tin về khách hàng vay tại tất cả các TCTD hoạt động theo Luật các TCTD, một số tổ chức khác có hoạt động NH như Quỹ đầu tư và phát triển, Quỹ bảo lãnh tín dụng,... CIC cũng đã ký kết và thực hiện hợp đồng trao đổi thông tin với các hãng thông tin quốc tế để giúp các TCTD, DN Việt Nam có được những thông tin cần thiết khi giao dịch làm ăn với các DN nước ngoài. Dữ liệu thông tin từ CIC hỗ trợ cho việc chấm điểm, xếp hạng tín dụng nội bộ khách hàng vay của các TCTD, góp phần giúp cho các tổ chức này đánh giá khả năng thanh toán của người mua khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán cho khách hàng. Quy mô kho dữ liệu của

CIC được thiết kế và xây dựng trên nền công nghệ tin học hiện đại, có thể truy xuất thông tin tức thời qua website và kho lưu trữ dữ liệu lịch sử duy trì 5 năm, được kiểm soát chất lượng đầu vào chặt chẽ.

2.2.2.2. Điều kiện đối với các tổ chức bao thanh toán (đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán)

· ***Lợi thế của người đi sau***

Việt Nam triển khai hoạt động bao thanh toán khá muộn. Là nước đi sau trong việc ứng dụng dịch vụ này nên Việt Nam sẽ có điều kiện học tập kinh nghiệm của các nước khác trên thế giới và trong khu vực. Thông qua bài học kinh nghiệm từ các nước đi trước, Việt Nam có thể rút ra những bài học riêng cho mình, nhận thấy những mảng còn thiếu, còn yếu trong công tác triển khai dịch vụ bao thanh toán để kịp thời bổ sung hay điều chỉnh cho phù hợp, nhằm hoàn thiện khi tham gia vào lĩnh vực này.

· ***Thị trường còn nhiều tiềm năng***

Đánh giá trong những báo cáo của mình, FCI đã nhận định rằng thị trường Châu Á nói chung là thị trường có nhiều tiềm năng phát triển dịch vụ bao thanh toán. Và điều này cũng đã được kiểm chứng trong thực tế những năm qua bằng sự tăng trưởng liên tục về doanh số bao thanh toán của Châu Á và Châu Á đang chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong tổng doanh số bao thanh toán của toàn thế giới. Trong khu vực Châu Á, Việt Nam là một thị trường còn rất mới, phân khúc thị trường chưa rõ ràng, thị phần của các tổ chức đi trước chưa nhiều, đại đa số các tổ chức vẫn còn đang trong quá trình thăm dò hoặc triển khai thử nghiệm. Do đó, cơ hội cho các NHTM Việt Nam tham gia và chiếm lĩnh thị trường này là rất lớn.

· ***Hoạt động huy động vốn của các ngân hàng ngày càng phát triển***

Hệ thống ngân hàng ngày càng phát triển với số lượng các NH ngày càng đông. Theo số liệu của NHNN thì đến năm 2011 đã có 102 NH tham gia hoạt động trên thị trường Việt Nam, bao gồm tất cả các loại hình NHTM Nhà nước, NHTM cổ phần, Ngân hàng liên doanh, Ngân hàng 100% vốn nước ngoài và Chi nhánh Ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam,.. Đến 30/6/2013 con số này là 100 NH. (Bảng 2.2)

Đối với các NH, đặc biệt là các NHTM Việt Nam thì một trong những hoạt động có vai trò quan trọng là huy động vốn. Những năm gần đây, khi nền kinh tế ngày càng phát triển, đời sống nhân dân ngày càng được nâng cao thì khả năng huy động vốn của các NH ngày càng được mở rộng, tỷ trọng vốn tiền gửi không kỳ hạn và ngắn hạn không ngừng gia tăng. Chính nguồn huy động vốn lớn này là điều kiện tốt cho phép các NH triển khai dịch vụ bao thanh toán nhằm sử dụng tốt hơn nguồn vốn huy động được, tránh tình trạng ứ đọng vốn hay sử dụng vốn kém hiệu quả.

Bảng 2.2. Số lượng ngân hàng tại Việt Nam qua các năm

Số lượng ngân hàng	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Đến 30/6/2013
NHTMNN	5	5	5	4	3	2	2	2
NHTMCP do nhà nước quản lý	0	0	0	1	2	3	3	3
NHTMCP	33	34	35	37	37	37	37	34
NH Phát triển VN	0	1	1	1	1	1	1	1
NH Chính sách XH VN	1	1	1	1	1	1	1	1
NH LD	4	5	5	5	5	5	5	4
NHTM 100% vốn nước ngoài	0	0	0	5	5	5	5	5
CN NHNNg	38	40	40	44	47	48	48	50
Tổng	81	86	87	98	101	102	102	100

Nguồn: [56], [63]

Theo đánh giá chủ quan của các NH (Hình 2.7) thì 60% cho rằng nguồn vốn của NH rất đảm bảo cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán, 40% còn lại cũng đánh giá nguồn vốn của mình có thể đáp ứng cho nhu cầu phát triển này. Như vậy, có thể nói khả năng huy động vốn của các NHTM ở Việt Nam hiện nay khá tốt, điều kiện về nguồn vốn tài trợ của NH đảm bảo yêu cầu cho phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam.

· Hệ thống tài chính ngân hàng đã nhanh chóng biết nắm bắt cơ hội để mở rộng mạng lưới hoạt động

Thời gian trước đây, khi Việt Nam mới có ít DN XNK, hệ thống NH Việt Nam không có điều kiện để phát triển hoạt động của mình ra thị trường thế giới do

nhu cầu TTQT không nhiều và nếu có nhu cầu thì các DN cũng thường tìm đến các NH nước ngoài có uy tín để sử dụng dịch vụ thay vì chọn dịch vụ của các NH trong nước. Nhưng đến nay thì tình hình đã có nhiều thay đổi. Hoạt động XNK được tạo điều kiện phát triển, số lượng DN tham gia XNK ngày càng đông, khối lượng hàng hóa XNK ngày càng lớn, khiến nhu cầu sử dụng dịch vụ TTQT ngày càng cao. Thêm vào đó, tất cả các NH Việt Nam hiện nay đều đã có sự liên kết chặt chẽ với hệ thống tài chính toàn cầu, có quan hệ đại lý với nhiều NH trên khắp thế giới. Điển hình phải kể đến ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam (BIDV) đã có quan hệ đại lý với khoảng 1600 ngân hàng và ngân hàng CP Ngoại thương Việt Nam (VCB) có quan hệ đại lý với 1200 ngân hàng ở khắp các Châu lục trên thế giới. Mạng lưới ngân hàng đại lý rộng khắp trên thế giới giúp cho việc giao dịch ra nước ngoài được thực hiện nhanh chóng hơn, giảm bớt chi phí và giảm thiểu rủi ro.

Bảng 2.3: Số lượng ngân hàng đại lý và phạm vi hoạt động của một số NHTM Việt Nam năm 2011

Số lượng ngân hàng đại lý			Phạm vi hoạt động		
<i>STT</i>	<i>Ngân hàng</i>	<i>Số lượng NHDL</i>	<i>STT</i>	<i>Ngân hàng</i>	<i>Phạm vi hoạt động</i>
1	BIDV	1.600	1	VCB	Pháp, Nga, Singapore
2	VCB	1.200	2	Sacombank	Lào, Campuchia, Trung Quốc
3	Agribank	1.044	3	MB	Campuchia
4	Vietinbank	900	4	BIDV	Campuchia
5	Seabank	200	5	Vietinbank	Đức

Nguồn: Tổng hợp Báo cáo thường niên năm 2011 của các ngân hàng – Phụ lục 9

Bên cạnh việc mở rộng quan hệ đại lý, hiện nay không ít các NHTM Việt Nam đang tìm cách mở rộng thị trường ra nước ngoài bằng cách thành lập các văn phòng đại diện. Trong vấn đề này, tiêu biểu phải kể đến VCB và Sacombank. VCB thành lập văn phòng đại diện ở Pháp và Nga từ năm 1996, đến năm 1997 văn phòng đại diện ở Singapore của VCB cũng đi vào hoạt động. Tháng 9/2009, Sacombank mở chi nhánh tại Phnom Penh (Campuchia). Trước đó, ngân hàng này cũng đã mở chi nhánh tại Lào và văn phòng đại diện tại Trung quốc.

Việc mở rộng quan hệ đại lý hay mở các văn phòng đại diện, chi nhánh ở nước ngoài cho phép các NH thực hiện việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán dễ dàng và hiệu quả hơn, đặc biệt là bao thanh toán quốc tế, giúp đảm bảo phục vụ tốt nhu cầu của khách hàng trên phạm vi rộng khắp.

· ***Nguồn nhân lực***

Bên cạnh sự hỗ trợ của công nghệ, yếu tố con người vẫn luôn được coi là trọng yếu. Để phát triển dịch vụ bao thanh toán đòi hỏi nguồn nhân lực phải có trình độ chuyên môn vững vàng, chắc về nghiệp vụ tài chính, tín dụng. Hiện nay, nguồn nhân lực của các NHTM ở Việt Nam khá dồi dào, có chuyên môn cao, về cơ bản có thể đáp ứng được phần nào yêu cầu cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán.

Theo đánh giá của bản thân các NHTM (Hình 2.7) thì tình hình nhân sự cho phát triển dịch vụ bao thanh toán của các NH là khá khả quan, 60% NH cho rằng nguồn nhân lực của mình rất đảm bảo và 40 % còn lại cũng khẳng định là có thể đáp ứng yêu cầu cho phát triển dịch vụ bao thanh toán.

· ***Hệ thống quản lý và công nghệ đủ điều kiện đáp ứng yêu cầu***

Kể từ năm 2003, được sự giúp đỡ của Ngân hàng thế giới (World Bank), các NHTM Việt Nam đã thực hiện dự án Hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán (INCAS), vận hành hệ thống quản lý, hạch toán kế toán và xử lý nghiệp vụ trên máy tính. Tốc độ đường truyền ổn định và bảo mật, trên 80% giao dịch được xử lý tự động. Các hệ thống xử lý ở hội sở chính của các NHTM lớn đều đã áp dụng tiêu chuẩn hệ thống mở. Các sản phẩm phần mềm mã hóa dữ liệu, các hệ thống quản trị mạng và quản trị hệ thống được sử dụng khá phổ biến và đồng bộ. Một số NHTM đã thiết lập được hệ thống thông tin quản lý tập trung, đặc biệt là hệ thống quản lý khách hàng tại hội sở chính cho phép các NHTM thực hiện điều hành, xử lý giao dịch và quản lý rủi ro tập trung trong toàn hệ thống. Với những điều kiện quản lý và công nghệ hiện tại, các NHTM Việt Nam đủ khả năng để triển khai các giao dịch trong nước và quốc tế, trong đó có dịch vụ bao thanh toán. Điều này đã được thể hiện trong kết quả khảo sát của tác giả luận án (Hình 2.7) khi 80% các NHTM

khẳng định là cơ sở hạ tầng của NH rất đảm bảo cho phát triển dịch vụ bao thanh toán, 20% còn lại cũng có thể đáp ứng được yêu cầu.

Có thể nói rằng những điều kiện trên là những tiền đề quan trọng để các NHTM, các tổ chức tài chính tín dụng khác ở Việt Nam có thể phát triển dịch vụ bao thanh toán, tăng nguồn cung dịch vụ bao thanh toán cho thị trường Việt Nam.

2.2.2.3. Điều kiện đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu (đơn vị sử dụng dịch vụ bao thanh toán)

· *Nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp XNK*

Bao thanh toán được coi là một biện pháp huy động vốn từ bên ngoài không chỉ dành cho những tập đoàn và những DN lớn mà còn cho cả các DN vừa và nhỏ. Hiện nay, Việt Nam có khoảng 500.000 DN vừa và nhỏ, chiếm 97% số lượng DN cả nước, đóng góp tới hơn 40% GDP cả nước. Các DN này thường có vốn chủ sở hữu thấp, lại ít có tài sản thế chấp, cầm cố, không có người bảo lãnh. Nhiều DN không lập được phương án kinh doanh có sức thuyết phục để thu hút vốn đầu tư và rất khó tiếp cận được nguồn vốn của các NHTM theo hình thức tín dụng truyền thống. Các NHTM lại thường đưa ra các điều kiện khắt khe hơn đối với các DN vừa và nhỏ để hạn chế rủi ro không trả được nợ của DN. Vì vậy, các DN này thường có nhu cầu rất cao nhưng lại gặp nhiều khó khăn trong việc huy động vốn từ bên ngoài. Trong khi đó, bao thanh toán là một công cụ hữu hiệu có thể giúp các DN tiếp cận được với nguồn vốn từ bên ngoài, nhất là từ các NHTM. Các DN một khi nhận thấy được đầy đủ lợi ích của dịch vụ bao thanh toán thì chắc chắn nhu cầu sử dụng dịch vụ này sẽ ngày càng tăng ở Việt Nam.

Tuy nhiên, theo đánh giá của các NH (Hình 2.7) thì điều kiện gây khó khăn nhất cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam hiện nay chính là nhu cầu sử dụng dịch vụ của các DN. 60% NH đánh giá điều kiện này có thể đáp ứng yêu cầu cho phát triển dịch vụ bao thanh toán nhưng có tới 40% NH cho rằng nhu cầu sử dụng dịch vụ của DN hiện không đủ để đảm bảo cho phát triển dịch vụ bao thanh toán. Hay nói cách khác là 40% NH cho rằng DN không có nhu cầu sử dụng dịch vụ này. Rõ

ràng đây là một điều kiện đầy tiềm năng ở Việt Nam nhưng hiện tại lại là khó khăn lớn nhất đối với việc phát triển dịch vụ bao thanh toán. Vấn đề là các NH chưa khơi gợi được nhu cầu của DN, DN chưa hiểu rõ về lợi ích của dịch vụ nên nhiều doanh nghiệp thường sử dụng các phương thức thanh toán truyền thống như bằng L/C, T/T.

· ***Hình thức bán hàng trả chậm ngày càng phát triển***

Với những điều kiện môi trường kinh doanh thuận lợi, các DN nói chung và DN XK nói riêng không ngừng xúc tiến các quan hệ thương mại, mở rộng thị trường, tìm kiếm khách hàng. Tuy nhiên, để đạt được mục đích đó thì các DN phải nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường và một trong những biện pháp mà hiện nay các DN thường áp dụng là ưu đãi về giá, về điều kiện thanh toán trả chậm.

Bán hàng trả chậm đang ngày càng trở thành nhu cầu bức xúc của các DN Việt Nam hiện nay. Tuy nhiên, bán hàng trả chậm cũng như “con dao hai lưỡi”, bên cạnh việc giúp DN tăng sức cạnh tranh, tăng doanh số bán và tăng lợi nhuận thì nó cũng đặt các DN đứng trước nguy cơ thiếu vốn và mất khả năng thanh toán, lúc này DN rất cần đến sự tài trợ của các NH thông qua dịch vụ bao thanh toán. Khi mà hình thức bán hàng trả chậm ngày càng phát triển, nhu cầu được tài trợ vốn của các DN ngày càng cao thì việc ứng dụng bao thanh toán vào thời điểm này sẽ đem lại những tiện ích mới, dịch vụ mới, bổ sung cho những dịch vụ truyền thống, góp phần hỗ trợ và khuyến khích hoạt động hiệu quả của các DN.

· ***Nguồn nhân lực của các doanh nghiệp XNK Việt Nam***

Một phần lớn lực lượng lao động ở Việt Nam hiện nay về cơ bản đã được đào tạo. Hàng năm lượng lao động được đào tạo mới và đào tạo lại ngày càng tăng. Số lao động có trình độ đại học trở lên ngày càng nhiều vì vậy các DN Việt Nam, đặc biệt là các DN XNK hiện nay đang có khả năng sở hữu một đội ngũ nhân sự có trình độ chuyên môn đáp ứng được yêu cầu công việc. Tuy nhiên, việc đánh giá năng lực của cán bộ không phải chỉ dựa vào bằng cấp mà cần phải dựa vào khả năng và trình độ thực tế của họ. Đặc biệt, đối với việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì rất cần sự am hiểu của các cán bộ XNK của DN về dịch vụ này. Để sử dụng dịch vụ bao thanh

toán thì DN phải có kế hoạch và tổ chức triển khai thực hiện từ trước khi ký hợp đồng bán chịu hàng hóa cho đối tác chứ không phải chờ đến khi có khoản phải thu phát sinh mới tiến hành. Vì vậy, sự hiểu biết và tinh thông về nghiệp vụ là điều kiện cần thiết để DN có thể sử dụng có hiệu quả dịch vụ bao thanh toán. Liệu các cán bộ kinh doanh ở các DN XNK Việt Nam hiện nay có quan tâm và hiểu rõ về dịch vụ bao thanh toán hay không? Điều này có ý nghĩa quan trọng đối với việc phát triển dịch vụ bao thanh toán, đặc biệt là bao thanh toán trong xuất khẩu ở Việt Nam.

· ***Vấn đề minh bạch hóa thông tin của các doanh nghiệp Việt Nam***

Ở Việt Nam hiện nay, vấn đề kiểm toán đã được các DN quan tâm nhưng vẫn chưa thực sự được coi trọng. Trong khi đó việc phân tích khách hàng để đưa ra quyết định có ký kết hợp đồng bao thanh toán hay không và thỏa thuận mức tài trợ (ứng trước) cho DN lại căn cứ vào các báo cáo tài chính của DN. Các báo cáo tài chính không có chữ ký của kiểm toán viên độc lập sẽ gây khó khăn cho các tổ chức bao thanh toán trong việc xác định tình hình tài chính và hiệu quả kinh doanh của DN. Việc chưa coi trọng vấn đề kiểm toán và công bố thông tin trung thực của các DN là một nguyên nhân khiến môi trường thông tin của Việt Nam thiếu tính minh bạch. Điều này có thể dẫn tới việc NH đưa ra các kết quả đánh giá sai khi tài trợ. Đây là một trở ngại lớn cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam.

2.3. Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam (2004 – 2012)

2.3.1. Thực trạng hệ thống luật pháp, chính sách phát triển dịch vụ bao thanh toán

Có thể nói các yếu tố thuộc thể chế, chính sách của Nhà nước liên quan đến lĩnh vực dịch vụ bao thanh toán chưa rõ ràng, còn nhiều bất cập, chưa tạo điều kiện hỗ trợ tốt cho dịch vụ này phát triển ở Việt Nam. Trước năm 2004, luật pháp Việt Nam chưa có quy định về dịch vụ bao thanh toán và hoạt động cung cấp, sử dụng dịch vụ bao thanh toán. Đến khi *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* được ban hành kèm theo Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN ngày 06/09/2004 của Thống đốc NHNN, thuật ngữ dịch vụ bao thanh toán mới được

quan tâm tới. Sau đó 4 năm, Thống đốc NHNN có ban hành Quyết định số 30/2008/QĐ-NHNN ngày 16/20/2008 sửa đổi, bổ sung một số điều của *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* được ban hành kèm theo Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN.

Ngoài *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng*, hoạt động cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam còn được điều chỉnh bởi nhiều qui định pháp lý khác như:

- Quyết định số 1627/2001/QĐ-NHNN ngày 31/12/2001 của NHNN về việc ban hành quy chế cho vay của các tổ chức tín dụng; Quyết định sửa đổi bổ sung quy chế cho vay số 127/2005/QĐ-NHNN ngày 03/02/2005.

- Quyết định số 493/2005/QĐ-NHNN ngày 22/04/2005 của NHNN về phân loại nợ, trích lập và sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro tín dụng trong hoạt động ngân hàng của tổ chức tín dụng.

- Công văn số 676/NHNN-CSTT ngày 28/06/2005 của NHNN về việc cơ cấu lại thời hạn trả nợ, chuyển nợ quá hạn đối với hoạt động bao thanh toán của tổ chức tín dụng....

- Thông tư số 13/2010/TT-NHNN ngày 20/05/2010 của Thống đốc NHNN ban hành Quy định về các tỷ lệ đảm bảo an toàn trong hoạt động của TCTD.

- Thông tư số 19/2010/TT-NHNN ngày 27/9/2010 của Thống đốc NHNN ban hành về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 13/2010/TT-NHNN.

- Luật các TCTD số 47/2010/QH12 Quốc hội thông qua ngày 16/6/2010.

Bên cạnh đó, các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán là thành viên của các tổ chức/hiệp hội bao thanh toán quốc tế, khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán quốc tế cũng phải tuân theo các Công ước quốc tế như công ước UNIDROIT (UNIDROIT Convention on International Factoring - Ottawa, Canada, 28 May 1988)

Trong số các văn bản pháp lý liên quan thì Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng là văn bản pháp lý quan trọng nhất điều chỉnh toàn bộ hoạt động cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán, xác định quyền lợi và nghĩa vụ của các bên tham gia vào hợp đồng bao thanh toán và các bên liên quan đến

khoản phải thu. Đây chính là cơ sở để các tổ chức bao thanh toán (các NHTM) nắm rõ các qui định cơ bản trong việc cung ứng dịch vụ bao thanh toán - cơ sở cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam. Cụ thể như:

- Điều kiện để được phép cung cấp dịch vụ bao thanh toán;
- Đối tượng khách hàng được cung cấp dịch vụ bao thanh toán;
- Điều kiện của các khoản phải thu;
- Thời hạn áp dụng dịch vụ bao thanh toán;
- Số tiền ứng trước;
- Hình thức bao thanh toán,
- Hồ sơ yêu cầu khi cung ứng dịch vụ bao thanh toán;
- Cơ cấu giá dịch vụ bao thanh toán;
- Giới hạn về an toàn dịch vụ bao thanh toán; ...

Tuy nhiên, về cơ bản, quy chế này còn chưa đầy đủ và đồng bộ, còn có những điểm chưa chính xác hoặc chưa được qui định rõ, một số qui định còn chưa phù hợp với quốc tế.

Về chính sách phát triển, hiện nay ở Việt Nam chưa có một chiến lược hay kế hoạch phát triển dịch vụ bao thanh toán quốc gia gia nào. Trên thực tế, NHNN mới chỉ ban hành Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2011 – 2015, trong đó có đề cập tới phát triển dịch vụ bao thanh toán. Điều này đã thể hiện việc đánh giá đúng mức độ quan trọng cũng như triển vọng phát triển dịch vụ này ở Việt Nam của Chính phủ. Trên cơ sở đó, các NHTM ở Việt Nam cũng đã xây dựng kế hoạch phát triển dịch vụ bao thanh toán tại NH mình. Tuy nhiên, chưa có sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa hai chủ thể này, các định hướng của Chính phủ còn chưa được cụ thể hóa bằng các chiến lược, kế hoạch cụ thể. Việc xây dựng kế hoạch phát triển và triển khai thực hiện của các NHTM còn mang tính đơn lẻ, thiếu sự liên kết chặt chẽ trong hệ thống NH Việt Nam. Tất cả điều này thể hiện sự quan tâm, đầu tư và khuyến khích đối với phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam hiện nay của Chính phủ là chưa thực sự thỏa đáng, chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển dịch vụ này ở Việt Nam hiện nay và trong tương lai.

2.3.2. Thực trạng cung ứng dịch vụ bao thanh toán

Việc đánh giá thực trạng cung ứng dịch vụ bao thanh toán cần dựa trên nhiều khía cạnh, nhiều chỉ tiêu khác nhau. Tuy nhiên, trong giới hạn phân tích của luận án, do những khó khăn trong việc tiếp cận với những số liệu về dịch vụ bao thanh toán của các NHTM (đều được các NHTM đánh giá là số liệu nhạy cảm), tác giả luận án chỉ đi sâu vào phân tích một số chỉ tiêu cơ bản nhất phản ánh thực trạng cung ứng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam. Đó là:

2.3.2.1. Số lượng, loại hình đơn vị cung ứng dịch vụ bao thanh toán

Trước năm 2000, FCI đã chú ý đến thị trường Việt Nam và đã tiếp cận thị trường Việt Nam bằng cách giới thiệu dịch vụ bao thanh toán thông qua các khoá tập huấn cho cán bộ NH Việt Nam. Năm 2002, tại Nghị định số 79/2002/NĐ-CP của Chính phủ về tổ chức và hoạt động của Công ty Tài chính, bao thanh toán đã được đề cập đến như là một trong những hoạt động khác của các Công ty Tài chính và các công ty này chỉ được thực hiện khi có đủ điều kiện theo quy định của NHNN. Vào quý III/2004, NHNN Việt Nam chính thức ban hành *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* với đối tượng áp dụng rộng hơn, bao gồm các tổ chức tín dụng thành lập và hoạt động theo Luật các tổ chức tín dụng (gồm cả các công ty tài chính), các tổ chức kinh tế Việt Nam và nước ngoài. Sự ra đời của văn bản pháp lý này bước đầu đã tạo ra động lực thúc đẩy các tổ chức tín dụng triển khai và phát triển dịch vụ bao thanh toán.

Ngay sau khi có *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* thì trong năm 2005 đã có 9 NHTM được NHNN Việt Nam cấp phép triển khai dịch vụ Bao thanh toán. Trong số đó có 5 NHTM Việt Nam là:

- Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam (VCB)
- Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu (ACB)
- Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam (Techcombank)
- Ngân hàng Sài gòn thương tín (SCB)
- Ngân hàng Phương Đông (OCB)

Và 4 ngân hàng nước ngoài là:

- Deutsche Bank AG, Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh (triển khai từ 01/2005)
- Far East National Bank, Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh – FENB (02/2005)
- Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh UFJ Bank (03/2005)
- Chi nhánh Hà nội Ngân hàng CitiBank (10/2005)

Sau đó một số NH khác cũng đã lần lượt tham gia, như: NH TMCP xuất nhập khẩu (Eximbank), NH quốc tế (VIB), NH Đông Nam Á (Seabank),...

Đến 05/2008, đã có 24 NH được phép cung cấp dịch vụ Bao thanh toán factoring ở Việt nam, trong đó có 17 NHTM Việt nam. Năm 2009, hai NH mới được cấp phép hoạt động bao thanh toán là HSBC Vietnam Limited (09/03/2009) và Vietinbank (31/3/2009). Hiện nay, đã có thêm nhiều NHTM Việt Nam khác được NHNN chấp thuận cho triển khai dịch vụ bao thanh toán (NH Quân đội, NH Đại Á, NH Dầu khí,...) nâng số NHTM Việt Nam được phép cung cấp dịch vụ bao thanh toán lên con số 22 ngân hàng.

Ngoài các NHTM, các công ty tài chính cũng đã tham gia triển khai dịch vụ bao thanh toán. Hiện có 5 công ty tài chính (Công ty Tài chính Điện lực, Công ty Tài chính Dầu khí - PVFC, Công ty Tài chính Công nghiệp Tàu thủy, Công ty Tài chính Handico, Công ty Tài chính Than - Khoáng sản) được phép cung cấp dịch vụ này.

Việt Nam đã bắt đầu tham gia vào hoạt động bao thanh toán từ năm 2004 và hiện là một trong số 74 nước thành viên của FCI - Hiệp hội bao thanh toán quốc tế lớn nhất thế giới hiện nay, với 6 NH/tổ chức tài chính là thành viên chính thức [53].

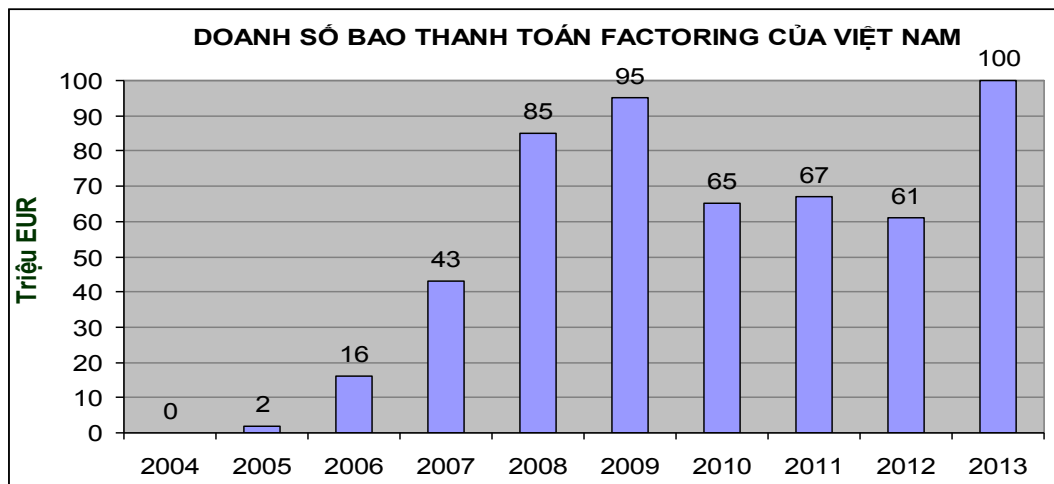
Tuy nhiên, thực tế thì mới chỉ có một số NH ở Việt Nam có giao dịch bao thanh toán thực sự trên thị trường, trong đó có Vietcombank, HSBC Vietnam, UFJ Vietnam, ACB và NHTMCP quốc tế (VIB),... nhưng chủ yếu vẫn là bao thanh toán trong nước và là loại factoring có truy đòi.

Như vậy, ở Việt Nam, các NHTM vẫn là các đơn vị chủ yếu cung cấp dịch vụ bao thanh toán, sự tham gia của các công ty tài chính còn rất hạn chế. Hiện tại, việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán tại các NH thường do một bộ phận nằm trong một phòng nghiệp vụ chuyên ngành có liên quan đảm nhiệm. Ví dụ, nhân viên thực hiện nghiệp vụ bao thanh toán tại Techcombank là một bộ phận thuộc Phòng Quản lý tín dụng, tại Sacombank là một bộ phận thuộc Phòng Nghiệp vụ NH quốc tế.

2.3.2.2. Doanh số dịch vụ bao thanh toán

Ở Việt nam, một số NH đã chính thức triển khai cung cấp dịch vụ bao thanh toán Factoring. Trong đó gồm cả các NHTM nhà nước, NHTM cổ phần, các chi nhánh của NH nước ngoài tại Việt nam. Còn dịch vụ bao thanh toán Forfaiting thì vẫn chưa được các NH triển khai.

Theo số liệu thống kê của FCI, doanh số bao thanh toán của Việt Nam liên tục tăng từ năm 2005 đến 2009. Năm 2005, bao thanh toán bắt đầu được triển khai thực hiện ở Việt Nam và đã đạt được doanh số 2 triệu Euro, đến năm 2009 con số này đã lên tới 95 triệu Euro. Trong đó, năm 2008 được coi là năm tăng trưởng ngoạn mục nhất về doanh số bao thanh toán trong giai đoạn 2005-2009 với mức tăng trưởng là 97,67% so với năm 2007. Tuy nhiên, bước sang năm 2010, do những ảnh hưởng từ sự bất ổn của nền kinh tế thế giới cũng như sự tăng giảm đột biến của giá vàng, giá USD và con số lãi suất của các NHTM, doanh số bao thanh toán của Việt Nam đã giảm xuống chỉ còn 65 triệu Euro. Sang năm 2011, mặc dù điều kiện nền kinh tế vẫn còn rất khó khăn nhưng doanh số bao thanh toán đã có dấu hiệu hồi phục dù là với tốc độ còn khá chậm. Năm 2012 doanh số có giảm nhẹ. Song đến năm 2013, doanh số tăng lại với mức cao nhất từ trước tới nay, đạt 100 triệu EUR.

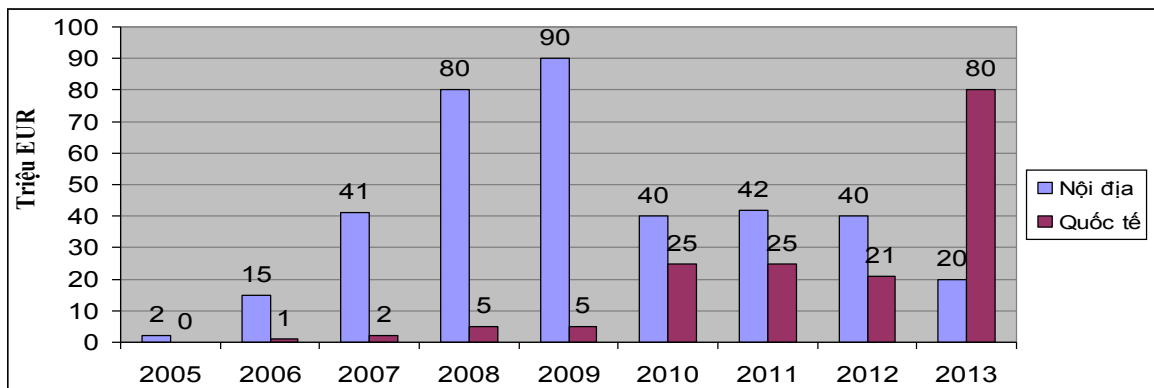


Hình 2.8. Doanh số bao thanh toán của Việt Nam (2004 – 2012)

Nguồn: [54]

Nếu so sánh với thế giới thì doanh số bao thanh toán của Việt Nam chiếm một tỷ trọng rất nhỏ. Chỉ so riêng với các nước Châu Á, doanh số bao thanh toán của

Việt Nam cũng vô cùng khiêm tốn. Theo số liệu thống kê của FCI, doanh số bao thanh toán factoring của Việt Nam năm 2008 chỉ chiếm 0,0064% doanh số bao thanh toán factoring toàn thế giới và 0,036% doanh số bao thanh toán factoring Châu Á, trong đó tỷ trọng bao thanh toán factoring quốc tế của Việt Nam so với Châu Á là 0,01%. Các con số này năm 2009 lần lượt là: 0,0074%; 0,045%; 0,0127% và năm 2010 là: 0,0039%; 0,018%; 0,028%. Mặc dù doanh số bao thanh toán factoring của Việt Nam năm 2010 giảm đi cả về giá trị và tỷ trọng, song doanh số bao thanh toán factoring quốc tế lại tăng đáng kể (cả về giá trị tuyệt đối lẫn tỷ trọng trong tổng doanh số bao thanh toán factoring quốc tế của Châu Á). Điều này chứng tỏ rằng bao thanh toán factoring quốc tế đang dần chiếm ưu thế và có nhiều tiềm năng phát triển tại Việt Nam. Năm 2010 và 2011, mặc dù tổng doanh số bao thanh toán factoring của Việt Nam giảm đi nhưng doanh số bao thanh toán factoring quốc tế lại tăng vọt (gấp 5 lần doanh số bao thanh toán factoring quốc tế năm 2009), chiếm 38,5% tổng doanh số bao thanh toán factoring của Việt Nam năm 2010 và 37,3% năm 2011. Đặc biệt năm 2013, doanh số bao thanh toán quốc tế chiếm 80% tổng doanh số, gấp 4 lần doanh số bao thanh toán factoring nội địa (xem hình 2.9). Điều này cho thấy xu hướng và triển vọng cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các NHTM và các DN Việt Nam đang dần phù hợp với xu thế phát triển của một nền kinh tế mở theo hướng thúc đẩy XK.



Hình 2.9. Cơ cấu doanh số bao thanh toán factoring nội địa và quốc tế của VN

Nguồn: [52]

Hiện nay, các DN sử dụng dịch vụ bao thanh toán factoring quốc tế chủ yếu là các DN XK các mặt hàng được coi là những mặt hàng XK chủ lực của Việt Nam như

hàng dệt may, hóa chất, hàng đông lạnh, giấy, gỗ,... Các thị trường XK đang sử dụng dịch vụ bao thanh toán factoring có: Mỹ, Hồng Kông, Đức,... Đây là những thị trường khá truyền thống của Việt Nam. Tuy nhiên, xét về tổng thể thì doanh số bao thanh toán nói chung cũng như doanh số bao thanh toán quốc tế của Việt Nam vẫn còn rất hạn chế và dịch vụ bao thanh toán chưa thể hiện được đúng vai trò của nó trong nền kinh tế.

Doanh số bao thanh toán quốc tế chưa cao là do nhiều nguyên nhân. Trước hết phải nói tới hoạt động của các NHTM (tổ chức cung cấp dịch vụ bao thanh toán). Để đưa ra quyết định cung cấp dịch vụ bao thanh toán, tổ chức bao thanh toán phải thẩm định khả năng thanh toán của người mua (phải có khả năng tài chính đảm bảo hoặc được NH bảo đảm). Để thẩm định, tổ chức bao thanh toán cần có sự hỗ trợ của một tổ chức bao thanh toán (NH) khác ở nước người mua. Vì vậy, có nhiều chi nhánh, đại lý, có mối quan hệ rộng rãi với nhiều tổ chức bao thanh toán trên thế giới là điều kiện cần thiết để một NH thực hiện tốt việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Tuy nhiên, đối với các NH Việt Nam hiện nay thì quan hệ với thị trường nước ngoài còn hạn chế. Đa phần các NH Việt Nam chưa có điều kiện để mở các chi nhánh ở nước ngoài hoặc chưa tham gia vào các Tổ chức/Hiệp hội bao thanh toán quốc tế, vì vậy việc thẩm định người mua là tương đối khó khăn và có thể đem lại rủi ro cao cho NH. Đây là nguyên nhân khiến các NH Việt Nam chủ yếu thực hiện bao thanh toán có truy đòi và cũng là một trong những nguyên nhân khiến các NH chưa thực sự mặn mà với việc xúc tiến triển khai rộng rãi dịch vụ bao thanh toán.

Một nguyên nhân khác là bao thanh toán vẫn là một dịch vụ còn tương đối mới mẻ và chưa thực sự hấp dẫn đối với khách hàng. Thực tế là bao thanh toán chỉ áp dụng cho các giao dịch mua bán trả chậm, trong khi các DN XK Việt Nam chưa có được những bạn hàng tin cậy và cũng chưa đủ tiềm lực về vốn để có thể bán chịu thường xuyên nên khó có thể tiếp cận dịch vụ này. Hơn nữa, do thói quen, các DN Việt Nam vẫn thường xuyên sử dụng phương thức tín dụng chứng từ và chiết khấu bộ chứng từ để tài trợ vốn mà chưa thấy được lợi ích của dịch vụ bao thanh toán. Bên cạnh đó, các NHTM Việt Nam hiện mới chỉ chú trọng tới việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán cho các DN lớn, kinh doanh có hiệu quả mà chưa quan tâm tới các DN vừa và nhỏ (một lực lượng DN lớn trong nền kinh tế). Thêm vào đó, các

điều kiện mà NH đặt ra là khá cao, dịch vụ bao thanh toán do nhiều NH cung cấp chưa thực sự tiện lợi, hệ thống thông tin lại chưa đầy đủ gây khó khăn cho DN khi sử dụng dịch vụ này. Đặc biệt là để tránh rủi ro và đảm bảo an toàn cho mình, các NH Việt Nam chủ yếu chỉ thực hiện bao thanh toán có truy đòi, trong khi bao thanh toán miễn truy đòi mới thực sự hấp dẫn người XK và rất phổ biến trên thế giới.

Một nguyên nhân nữa là chi phí để sử dụng dịch vụ bao thanh toán là khá cao, trung bình khoảng từ 2% đến 5% doanh thu, gây tâm lý e ngại cho người sử dụng. Chi phí cao trong khi người sử dụng lại chưa thấy được hết vai trò, lợi ích mà dịch vụ đem lại thì sẽ không thể khuyến khích các DN sử dụng dịch vụ này.

Ngoài ra, không thể không nói tới hành lang pháp lý. Tại Việt nam, *Qui chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* đã quy định những vấn đề cơ bản về việc cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán. Tuy nhiên, trên thực tế khi thực hiện thì vẫn còn rất nhiều bất cập nên chưa khuyến khích được các chủ thể mạnh dạn tham gia vào dịch vụ này, đặc biệt là các NH và các công ty tài chính chưa tích cực trong việc triển khai rộng rãi dịch vụ bao thanh toán.

Như vậy có thể nói rằng dịch vụ bao thanh toán đến với Việt Nam khá muộn, vào cuối năm 2004. Hiện nay, ở Việt Nam hoạt động bao thanh toán được đặt dưới sự kiểm soát của NHNN. Dịch vụ bao thanh toán chủ yếu do các NH cung cấp, vì vậy nó được hiểu như là một sản phẩm dịch vụ NH. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, hệ thống các sản phẩm dịch vụ NH ở Việt Nam hiện nay chưa đa dạng, chưa đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của khách hàng. Vì thế, dịch vụ bao thanh toán non trẻ ở Việt Nam đã và đang bước những bước đi đầu tiên trong điều kiện còn không ít khó khăn. Hơn nữa, do nhận thức chưa đầy đủ về sự tồn tại của loại hình dịch vụ mới này nên nhiều DN còn dè dặt trong việc sử dụng dịch vụ. Trong khi đó, tiện ích của dịch vụ này là rất lớn đối với các DN sản xuất, đặc biệt là đối với các DN XK.

Nhìn chung, bao thanh toán là một dịch vụ khá mới mẻ đối với các NH và các DN Việt nam. Hầu hết các NH ở Việt Nam đang trong giai đoạn đầu, giai đoạn triển khai, dịch vụ còn mang tính thử nghiệm. Do đó, việc đánh giá thông qua các số liệu thống kê đầy đủ là điều rất khó khăn.

2.3.2.3. Loại hình dịch vụ bao thanh toán và chất lượng dịch vụ cung ứng

Về loại hình dịch vụ bao thanh toán, như đã trình bày ở trên, các NHTM ở Việt Nam mới chỉ cung ứng loại hình dịch vụ bao thanh toán factoring và đã cung ứng cả 2 loại là factoring nội địa và factoring quốc tế. Ví dụ như:

Sản phẩm dịch vụ bao thanh toán mà *NHTMCP Ngoại thương Việt Nam (VCB)* cung cấp cho khách hàng khá đa dạng, gồm 3 nhóm chính:

- Bao thanh toán trong nước, gồm có:
 - Standard domestic factor (bao thanh toán trong nước miễn truy đòi)
 - Premium domestic factor (Bao thanh toán trong nước có truy đòi)
- Bao thanh toán xuất khẩu, gồm có:
 - Basic Export (bao thanh toán XK thu nợ)
 - Standard Export (bao thanh toán XK miễn truy đòi)
 - Premium Export (bao thanh toán XK có truy đòi)
- Bao thanh toán nhập khẩu, gồm:
 - Basic Import (bao thanh toán NK có truy đòi)
 - Standard Import (bao thanh toán NK miễn truy đòi)

Còn *NHTMCP Á Châu (ACB)*, trong cam kết cung cấp dịch vụ bao thanh toán, ACB cũng cam kết thực hiện 2 loại hình dịch vụ bao thanh toán là: Bao thanh toán trong nước và Bao thanh toán quốc tế

Khác với VCB, *NHTMCP kỹ thương Việt Nam (Techcombank)* chỉ cam kết cung cấp một loại hình bao thanh toán là bao thanh toán XK, không cung cấp dịch vụ bao thanh toán NK và Techcombank cam kết cung cấp 2 loại bao thanh toán XK cho khách hàng là: Bao thanh toán có truy đòi và Bao thanh toán miễn truy đòi.

Tuy nhiên trong thực tế, theo kết quả điều tra của tác giả luận án (qua Phụ lục 1), các NHTM ở Việt Nam hiện nay chủ yếu chỉ cung cấp loại hình bao thanh toán factoring có truy đòi, còn factoring miễn truy đòi thì rất khó được NH chấp nhận cung cấp do khả năng thẩm định và phòng ngừa rủi ro của các NH chưa cao.

Còn theo thăm dò từ phía người sử dụng đối với loại hình dịch vụ bao thanh toán được cung ứng thì trong quá trình nghiên cứu, tác giả luận án đã thu thập số liệu bằng cách gửi phiếu điều tra đến các DN XNK ở Việt Nam. Kết quả là đã thu về được 174

phiếu điều tra hợp lệ từ 174 DN khác nhau (Phụ lục 2). Theo đó, dịch vụ bao thanh toán được các DN sử dụng trong cả thanh toán nội địa và quốc tế, trong đó bao thanh toán được dùng trong thanh toán quốc tế là phổ biến hơn. Theo kết quả thu được từ cuộc điều tra thì với 42 DN đã sử dụng dịch vụ bao thanh toán, có 5 DN chỉ sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong thương mại nội địa (chiếm 11,9 %), 14 DN sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong thương mại quốc tế (chiếm 33,3%), còn 23 DN đã sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong cả thương mại nội địa và thương mại quốc tế (chiếm 54,8%). Cụ thể:

Dịch vụ bao thanh toán thường được DN	Số DN	Tỷ lệ
XNK Việt Nam sử dụng trong:		
- Thương mại nội địa	5	11,9 %
- Thương mại quốc tế	14	33,3 %
- Cả hai	23	54,8 %
Tổng số	42	100%

Còn theo kết quả điều tra về loại hình dịch vụ bao thanh toán mà các DN thường sử dụng thì bao thanh toán nội địa chỉ chiếm 26,2%, còn lại là bao thanh toán quốc tế. Một điều đáng nói là tất cả đều là dịch vụ bao thanh toán có truy đòi, còn loại hình dịch vụ bao thanh toán miễn truy đòi vẫn chưa được sử dụng (Chi tiết trong Phụ lục 2). Đây là một hạn chế lớn trong việc cung ứng và sử dụng dịch vụ này tại Việt Nam. Có lẽ là do hạn chế từ các NHTM chưa sẵn sàng cung ứng loại hình dịch vụ bao thanh toán miễn truy đòi này. Điều đó làm mất đi chức năng bảo hiểm rủi ro của bao thanh toán đối với người sử dụng dịch vụ là các DN xuất khẩu.

Trung bình số lượng hợp đồng có sử dụng dịch vụ bao thanh toán hàng năm của các DN thường xuyên sử dụng dịch vụ này chiếm khoảng 44%. Mức chiết khấu trung bình mà các DN nhận được khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong XK hàng hóa là 72,86% trị giá của hóa đơn bán hàng. Có thể nói đây là mức chiết khấu trung bình thấp.

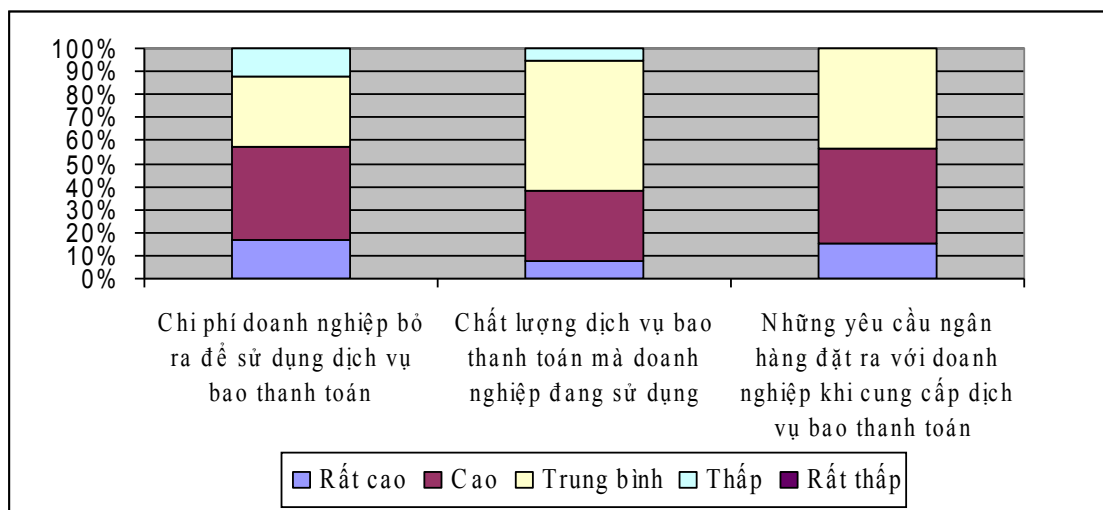
Về chất lượng dịch vụ bao thanh toán, sau một thời gian sử dụng dịch vụ này, các DN Việt Nam đã có một số nhận xét đánh giá nhất định. Về chi phí sử dụng dịch vụ, số các DN cho rằng chi phí ở mức cao và rất cao (chiếm tỷ lệ 57,14%) nhiều hơn số các DN đánh giá chi phí ở mức trung bình và mức thấp

(chiếm tỷ lệ 42,86%). Trong khi đánh giá về chất lượng dịch vụ bao thanh toán thì ngược lại, chất lượng dịch vụ ở mức trung bình và thấp lại được các DN lựa chọn nhiều hơn, chiếm tỷ lệ 62,5% so với chất lượng dịch vụ được đánh giá ở mức cao và rất cao chỉ chiếm tỷ lệ 37,5%. Như vậy, khá nhiều các DN Việt Nam khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán vẫn chưa nhận được dịch vụ có chất lượng tốt trong khi chi phí phải trả cho dịch vụ bao thanh toán lại cao. (Hình 2.10)

Đánh giá về những yêu cầu của NH đặt ra đối với DN khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán, có tới 56,41% DN đánh giá các yêu cầu của NH ở mức cao và rất cao trong khi 43,59% DN đánh giá các yêu cầu này chỉ ở mức trung bình. Không có DN nào đánh giá các yêu cầu của NH ở mức thấp (Hình 2.10). Điều đó có nghĩa, để có thể sử dụng được dịch vụ bao thanh toán, các DN phải đáp ứng những yêu cầu khá cao mà NH đưa ra. Có lẽ đó cũng là một trong những lý do khiến các DN chưa mặn mà trong việc sử dụng dịch vụ này.

Những trở ngại mà các DN gặp phải khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán được các DN nêu ra có thể tổng kết lại là:

- Chất lượng dịch vụ chưa cao
- Chi phí cao
- Thanh toán chậm
- Thủ tục phức tạp



Hình 2.10. Đánh giá của các doanh nghiệp Việt Nam về chất lượng dịch vụ bao thanh toán

(Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án - Phụ lục 2)

Bên cạnh việc đánh giá chất lượng dịch vụ bao thanh toán, kết quả điều tra cũng cho phép đánh giá hiệu quả của việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán đối với các DN trong thời gian qua. Cụ thể như trong Bảng 2.4.

Bảng 2.4. Tác động của việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) đối với doanh nghiệp trong thời gian qua

	Rất tiêu cực	Tiêu cực	Không tác động	Tích cực	Rất tích cực	Số DN đánh giá
Chi phí bao thanh toán	1	3	20	9	3	36
Hiệu quả sử dụng	1	0	9	24	0	34
Dịch vụ khách hàng	2	0	13	19	2	36

(Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án - Phụ lục 2)

Như vậy có thể thấy sự không đồng nhất về quan điểm của các DN trong việc đánh giá hiệu quả sử dụng dịch vụ bao thanh toán. Về chi phí bỏ ra để sử dụng dịch vụ bao thanh toán, chỉ có 4 trong số 36 DN trả lời câu hỏi này cho biết chi phí bao thanh toán ảnh hưởng không tốt (tiêu cực và rất tiêu cực) tới hoạt động của DN. Còn lại, hầu hết các DN đều cho rằng chi phí bao thanh toán không ảnh hưởng gì nhiều, thậm chí ảnh hưởng tích cực tới hoạt động của DN (bỏ chi phí để sử dụng dịch vụ bao thanh toán nhưng DN có thể giảm bớt được rủi ro và các chi phí khác). Như vậy, mặc dù nhiều DN cho rằng chi phí bao thanh toán là cao, thậm chí là rất cao nhưng họ vẫn thấy được ảnh hưởng tích cực của dịch vụ bao thanh toán khi bỏ chi phí cao để sử dụng dịch vụ này. Về dịch vụ khách hàng, có tới 21 DN (chiếm 58,3%) đánh giá tích cực và rất tích cực về vấn đề này.

Thêm vào đó, một điều đáng mừng là có tới 70,6% DN đã có đánh giá tích cực về hiệu quả sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong thời gian qua. Đây là dấu hiệu tốt cho sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán trong thời gian tới.

2.3.3. Thực trạng nhu cầu tiêu dùng/sử dụng dịch vụ bao thanh toán

Việc tham gia sâu hơn vào thị trường quốc tế cũng đồng nghĩa với việc các DN Việt Nam phải đối đầu với nhiều thách thức hơn, với nhiều đối thủ cạnh tranh mạnh hơn. Để tăng tiềm lực tài chính, ngoài sự cố gắng nỗ lực của bản thân, các DN luôn cố gắng tìm kiếm các nguồn tài trợ từ phía các bạn hàng, các tổ chức tín dụng,

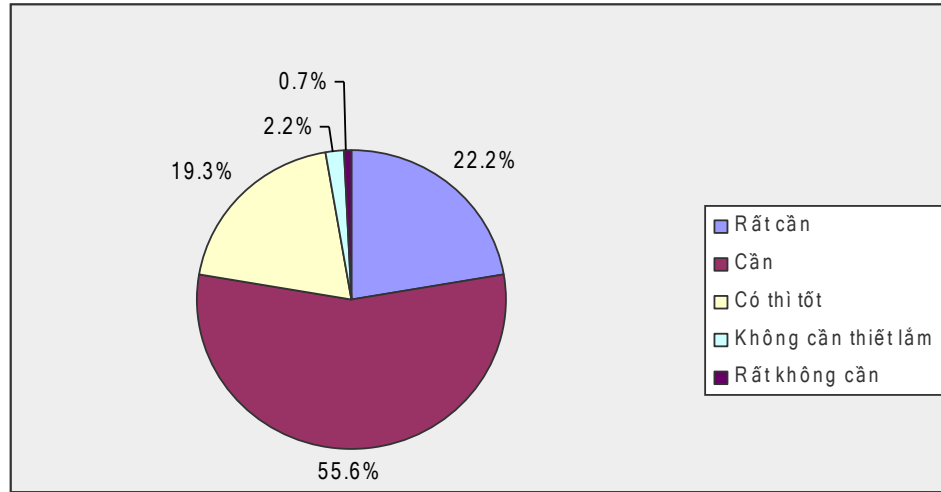
các NH và từ dân chúng (thông qua việc phát hành cổ phiếu và trái phiếu) để phục vụ hiệu quả nhất cho hoạt động sản xuất, kinh doanh của mình.

Hơn nữa, trong điều kiện nền kinh tế thị trường cạnh tranh như hiện nay, khi thị trường thuộc về người mua thì phương thức thanh toán được chọn sẽ bảo vệ quyền của người mua nhiều hơn, người mua được phép lựa chọn các phương thức tốt nhất cho mình. Lúc này, thanh toán sau (trả chậm) sẽ là yêu cầu của người mua vì họ muốn chắc chắn rằng người bán phải thực hiện đúng và tốt các nghĩa vụ của mình thì họ mới thanh toán. Khi thanh toán trả sau, rủi ro không được thanh toán sẽ phát sinh đối với người bán. Lúc này người bán cần có biện pháp để đảm bảo việc mình sẽ được thanh toán khi thực hiện nghĩa vụ giao hàng theo đúng hợp đồng. Khi đó, dịch vụ bao thanh toán có thể giúp ích cho các DN rất nhiều. Thông qua việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán, các DN có thể tránh được rủi ro không được thanh toán, thêm vào đó còn có thể nhận được tài trợ từ đơn vị bao thanh toán (tùy thuộc vào loại hình dịch vụ bao thanh toán mà hai bên ký kết). Do đó, có thể nói đây là một nhu cầu tiềm tàng trong các DN.

Để đánh giá thực tế nhu cầu này tại thị trường Việt Nam, trong quá trình nghiên cứu, tác giả luận án đã thu thập số liệu bằng cách gửi phiếu điều tra đến các DN, đặc biệt là các DN XNK ở Việt Nam. Kết quả thu được từ 174 DN khác nhau, hoạt động trong các lĩnh vực: xuất khẩu hàng hóa (6,3%), nhập khẩu hàng hóa (10,4%), cả xuất và nhập khẩu (31,3%), thương mại nội địa (15,6%), tất cả các lĩnh vực (43,4%). Các mặt hàng kinh doanh chủ yếu của các DN này là hàng điện tử (chiếm 13,3%), hàng gia dụng (11,9%), hàng may mặc (10,3%), hàng nông sản (4,4%), thực phẩm chế biến (4,4%),... Khách hàng của các DN này thuộc các thành phần kinh tế khác nhau, chiếm tỷ lệ cao nhất là DN có vốn đầu tư nước ngoài 62,2%, tiếp đến là các công ty cổ phần 39,6%, công ty trách nhiệm hữu hạn 37,8%, DN tư nhân 28,7%, DN nhà nước 18,0% và các hình thức khác chiếm 11,7% (phụ lục 2).

Khi được hỏi về sự cần thiết của dịch vụ bao thanh toán đối với hoạt động XK của các DN Việt Nam, phần lớn các DN được điều tra đánh giá rằng bao thanh

toán là cần thiết. Tỷ lệ này đạt 77,8%, trong đó 22,2% cho rằng rất cần và 55,6% đánh giá là cần thiết. Chỉ có 4 DN được hỏi là cho rằng không cần thiết (Hình 2.11).



Hình 2.11. Đánh giá sự cần thiết của dịch vụ bao thanh toán đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam

(Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án – Phụ lục 2))

Như vậy, phần lớn các DN, đặc biệt là các DN XK Việt Nam đã nhận thấy và đánh giá cao vai trò của dịch vụ bao thanh toán trong việc thúc đẩy hoạt động thương mại nói chung và thương mại quốc tế nói riêng trong điều kiện nền kinh tế thị trường cạnh tranh như hiện nay.

Còn đối với chính các DN được điều tra thì họ có vẻ như vẫn đang nằm ngoài xu hướng chung và còn rụt rè khi đưa ra đánh giá của mình. Vì vậy, theo kết quả điều tra chỉ có 33,3% DN được điều tra cho rằng DN mình có nhu cầu cao và rất cao đối với dịch vụ bao thanh toán nhưng có tới 42,2% DN chỉ đánh giá nhu cầu đối với dịch vụ này trong tương lai của DN mình ở mức trung bình (phụ lục 2).

Và khi được hỏi: “Doanh nghiệp mong muốn có thể sử dụng dịch vụ bao thanh toán đối với bao nhiêu % giá trị các hợp đồng xuất khẩu trả chậm?” thì kết quả cho thấy tỷ lệ trung bình là 54,06%. Trong đó, chỉ có 33 DN có nhu cầu từ 70% trở lên và có tới 31 DN là có nhu cầu dưới 50% đối với giá trị hợp đồng XK trả chậm (Tỷ lệ này chỉ khoảng 20% - 30%). Như vậy, mặc dù đã nhận thức được vai trò của bao thanh toán nhưng các DN XK Việt Nam vẫn chưa đánh giá được hết sự cần thiết của dịch vụ bao thanh toán đối với thực tế hoạt động của mình.

Đối với thực tế sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở các DN, đặc biệt là các DN XK Việt Nam thì có thể nói là chưa mấy khả quan.

Theo số liệu điều tra thực tế thì các DN đã quan tâm tới việc sử dụng vốn vay, tuy rằng con số thường xuyên sử dụng vốn vay chỉ là 44,4%, trong khi tỷ lệ sử dụng không thường xuyên là 47,3% và số không sử dụng chiếm 8,3%. Vốn vay của các DN được điều tra chủ yếu là được huy động từ NH (80,2% DN được hỏi trả lời là sử dụng vốn vay NH), trong khi chỉ có 31,6% các DN được hỏi là huy động từ các đối tác kinh doanh (người mua hoặc người bán) (phụ lục 2).

Hình thức tài trợ thương mại của NH mà các DN thường sử dụng nhiều nhất là tín dụng thương mại và bảo lãnh NH. Trong khi đó, bao thanh toán lại chưa được các DN quan tâm nhiều. Có tới 74,6% các DN chưa bao giờ sử dụng dịch vụ bao thanh toán, trong khi số DN có sử dụng dịch vụ này thường xuyên chỉ có 13,3%.

Bảng 2.5. Mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp VN

Mức độ sử dụng	Số DN	Tỷ lệ lựa chọn
Thường xuyên	22	13,3%
Có nhưng không thường xuyên	20	12,1%
Chưa bao giờ sử dụng	123	74,6%
Tổng	165	100%

(Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả luận án – Phụ lục 2)

Để đánh giá mức độ ảnh hưởng của việc thường xuyên sử dụng vốn vay đối với mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán của doanh nghiệp, tác giả luận án đã sử dụng mô hình *Kiểm định Chi-Square*.

Xây dựng mô hình:

Xét cả về mặt lý thuyết và thực tế thì có rất nhiều yếu tố khác nhau ảnh hưởng đến việc DN có thường xuyên sử dụng dịch vụ bao thanh toán hay không. Tuy nhiên, do nhiều khó khăn trong việc điều tra thực tế làm cho mẫu nghiên cứu không đủ lớn nên tác giả luận án chỉ xây dựng mô hình đơn giản để đánh giá mối quan hệ giữa mức độ sử dụng vốn vay và mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các DN Việt Nam. (Bảng 2.6)

Bảng 2.6. Quan hệ giữa mức độ sử dụng vốn vay và mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp Việt Nam

			Mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) do ngân hàng cung cấp của các doanh nghiệp Việt Nam			Total
			<i>Chưa bao giờ sử dụng</i>	<i>Có nhưng không thường xuyên</i>	<i>Thường xuyên</i>	
Mức độ thường xuyên sử dụng vốn vay (vốn huy động từ các nguồn bên ngoài) của các DN Việt Nam	<i>Thường xuyên</i>	Count	48	6	20	74
		Expected Count	53.7	9.7	10.6	74.0
		Std. Residual	-8	-1.2	2.9	
	<i>Thỉnh thoảng</i>	Count	63	14	2	79
		Expected Count	57.3	10.3	11.4	79.0
		Std. Residual	.8	1.1	-2.8	
Total		Count	111	20	22	153
		Expected Count	111.0	20.0	22.0	153.0

(Nguồn: Kết quả khảo sát của tác giả luận án)

Kết quả kiểm định:

Tác giả luận án đã sử dụng Kiểm định Chi-Square để đánh giá mô hình.

Bảng 2.7. Kiểm định Chi-Square 1 (Chi-Square Tests)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19.812 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	22.256	2	.000
N of Valid Cases	153		

(a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9.67.)

(Nguồn: Kết quả tính toán của tác giả luận án)

Thực hiện kiểm định ta có: Std. Residual > 1.96
Và **Asymp. Sig. (2-sided)** của Pearson Chi-Square < 0.05

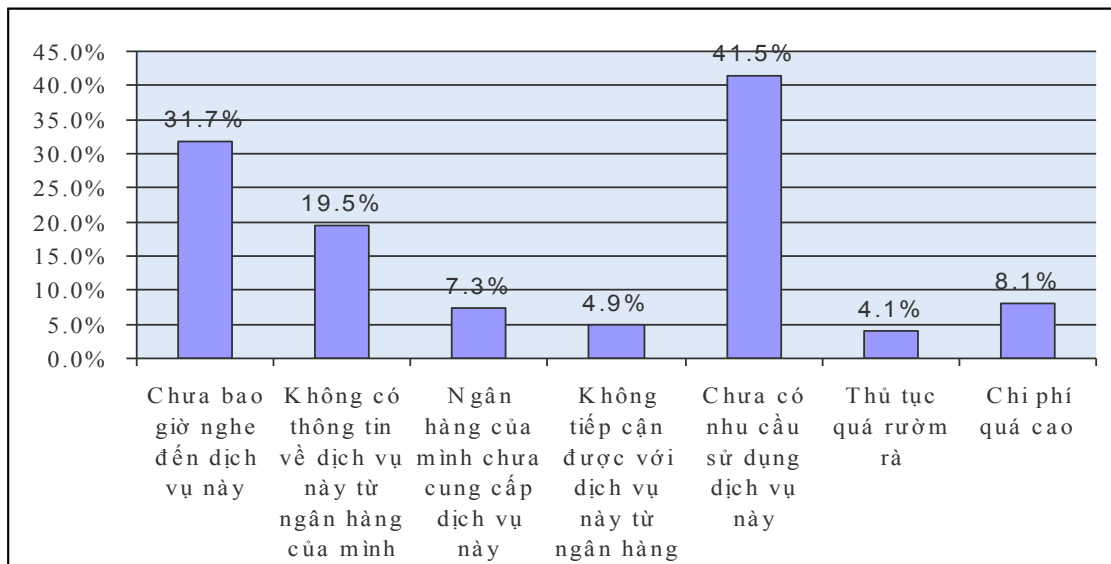
Kết luận:

Vì hai biến “Mức độ thường xuyên sử dụng vốn vay” và biến “Mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán” là hai biến hoàn toàn độc lập, do vậy, tác giả đã sử

dụng kiểm định Chi-Square. Kiểm định Chi-Square giúp kiểm định mối quan hệ giữa mức độ thường xuyên sử dụng vốn vay và mức độ sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các DN Việt Nam. Kết quả kiểm định được thể hiện trong Bảng trên. Với giá trị p value là 0.000 (< 0.05), do đó, tác giả hoàn toàn có thể kết luận rằng, hai biến này có mối quan hệ rất chặt chẽ với nhau. Nếu DN có sử dụng vốn vay, bất kể là nguồn vay nào, thì đều có liên quan tới việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

Hơn nữa, kết quả kiểm định ở bảng 2.6 và bảng 2.7 cho thấy mức độ thường xuyên trong việc sử dụng vốn vay (vốn huy động từ các nguồn bên ngoài) và mức độ thường xuyên trong việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán có quan hệ chặt chẽ với nhau. Cụ thể, các DN thường xuyên sử dụng vốn vay từ bên ngoài có xu hướng sử dụng dịch vụ bao thanh toán thường xuyên hơn, trong khi đó các DN thỉnh thoảng sử dụng vốn vay có xu hướng sử dụng dịch vụ bao thanh toán ít hơn (giá trị tuyệt đối **Std. Residual** > 1.96).

Đối với các DN chưa bao giờ sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì lý do các DN đưa ra để lý giải cho việc không sử dụng dịch vụ này được thống kê qua Hình 2.12 như sau:



Hình 2.12. Lý do doanh nghiệp không sử dụng dịch vụ bao thanh toán

(Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án – Phụ lục 2)

Trong số các DN chưa bao giờ sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì chỉ có 41,5% là vì chưa có nhu cầu, còn lại đều là vì những lý do khác nhau cản trở DN sử

dụng dịch vụ này. Trong đó, có tới 31,7% DN không biết gì về dịch vụ này. Điều đáng nói là mong muốn sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong tương lai của các DN này cũng không cao. Chỉ có 18,2% số DN này trả lời là trong tương lai muốn và rất muốn sử dụng dịch vụ này, còn lại đa phần (72,7%) trả lời nước đôi là nếu thuận tiện và chi phí không quá cao thì có thể sẽ sử dụng, còn 9,1% thì dứt khoát là không sử dụng. Như vậy, sức thu hút của dịch vụ bao thanh toán đối với các DN XK Việt Nam là chưa cao hoặc có thể là các NHTM chưa khơi gợi được nhu cầu từ các DN.

Còn đối với các DN sử dụng dịch vụ bao thanh toán không thường xuyên thì 2 lý do được chỉ ra nhiều nhất là: Đối tác không yêu cầu (chiếm tỷ lệ 61,7%) và không được NH cung cấp thường xuyên (chiếm tỷ lệ 19,1%). Ngoài ra, vấn đề chi phí cao (10,6%) và thủ tục không thuận tiện (17%) cũng khiến DN không thường xuyên sử dụng dịch vụ này (phụ lục 2). Như vậy là cách tổ chức thực hiện việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán của các NH cũng đã gây trở ngại cho các DN trong việc sử dụng dịch vụ này.

Về thời gian sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì các DN Việt Nam cũng chỉ mới sử dụng dịch vụ này trong những năm gần đây. Cụ thể là các DN được điều tra bắt đầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán từ 2007 đến nay. Và các DN sử dụng dịch vụ bao thanh toán nhiều nhất là từ nhóm các NH liên doanh chiếm 38,1%, sau đó mới tới nhóm các NHTM Nhà nước chiếm 28,6% và nhóm các NH cổ phần chiếm 28,6%, nhóm các NH nước ngoài chỉ chiếm 19,0%. (phụ lục 2).

2.4. Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán nói chung và bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam nói riêng (giai đoạn 2004 – 2012)

2.4.1. Kết quả đạt được

- Đã có một hành lang pháp lý cơ bản làm cơ sở cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam. *Qui chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* được ban hành kèm theo Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN ngày 06/09/2004 của thống đốc NHNN có hiệu lực từ ngày 01/10/2004 gồm 6 chương, 28 điều đã đề cập đến những vấn đề cơ bản trong hoạt động bao thanh toán Factoring ở Việt Nam. Qui chế này bước đầu đã tạo được cơ sở pháp lý cho việc

cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán theo một chuẩn mực chung. Hơn nữa, các văn bản pháp lý khác liên quan đến lĩnh vực này cũng được ban hành, tạo điều kiện cho bao thanh toán phát triển trong một khuôn khổ nhất định.

Mặt khác, một số NHTM Việt Nam đã là thành viên của FCI nên mặc dù Việt Nam chưa tham gia vào Công ước quốc tế UNIDROIT nhưng hoạt động bao thanh toán factoring quốc tế của các NH này cũng sẽ được điều chỉnh bởi các quy tắc của FCI và luật quốc gia của các đại lý bao thanh toán. Về nguyên tắc, Việt Nam cũng cho phép các bên có thể thỏa thuận áp dụng các quy tắc, tập quán và thông lệ quốc tế về bao thanh toán nếu chúng không trái với luật pháp Việt Nam.

- Doanh số cung cấp dịch vụ bao thanh toán tăng đáng kể từ khi bắt đầu triển khai, song mấy năm gần đây do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế toàn cầu nên theo xu hướng chung của thế giới, doanh số bao thanh toán của Việt Nam cũng bị sụt giảm. Tuy nhiên, điều đáng mừng là doanh số bao thanh toán quốc tế vẫn giữ được sự ổn định ở mức độ nhất định, thể hiện sự nhận thức của các DN Việt Nam cũng như các NHTM về sự cần thiết của dịch vụ này trong thanh toán xuất khẩu ngày càng được nâng cao. Điều đó là hoàn toàn phù hợp và có lợi cho Việt Nam vì chúng ta đang theo đuổi chính sách khuyến khích xuất khẩu.

- Số lượng các tổ chức cung cấp dịch vụ bao thanh toán ngày càng tăng. Điều này cho thấy các NHTM và các tổ chức tài chính ở Việt Nam đã quan tâm ngày càng nhiều tới dịch vụ này. Đây là một trong những điều kiện quan trọng cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán vì nó sẽ tạo điều kiện tăng nguồn cung dịch vụ.

- Loại hình dịch vụ bao thanh toán được các NHTM ở Việt Nam cung cấp ngày càng đa dạng. Mặc dù so với các nước phát triển trên thế giới thì dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam còn khá đơn điệu nhưng các tổ chức bao thanh toán ở Việt Nam cũng đã có nhiều cố gắng trong việc cung cấp các loại hình bao thanh toán đa dạng để tăng khả năng cạnh tranh. Điển hình như VCB đã cung cấp cả 3 nhóm sản phẩm dịch vụ bao thanh toán, gồm: Dịch vụ bao thanh toán xuất khẩu; Dịch vụ bao thanh toán nhập khẩu; Dịch vụ bao thanh toán trong nước. Hay các loại dịch vụ bao thanh toán mà Techcombank cung cấp bao gồm cả bao thanh toán quốc tế và bao thanh toán nội địa. Techcombank cũng triển khai cung cấp cả loại hình bao thanh toán có truy đòi và miễn truy đòi.

- Nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các DN, nhất là các DN XK Việt Nam ngày càng tăng. Ngày càng có nhiều DN ở Việt Nam, nhất là các DN xuất khẩu quan tâm tới dịch vụ bao thanh toán. Các DN đã thấy được lợi ích mà dịch vụ bao thanh toán đem lại cho mình, đặc biệt là trong điều kiện cạnh tranh ngày càng khốc liệt khi Việt Nam thực sự hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Chính vì vậy nhu cầu đối với dịch vụ này của các DN ngày càng cao. Đây là điều kiện tốt cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán, nhất là bao thanh toán xuất khẩu ở Việt Nam.

2.4.2. Hạn chế

- Số các tổ chức bao thanh toán có giao dịch bao thanh toán thực sự chưa nhiều. Theo số liệu đã phân tích ở phần trên thì số lượng các tổ chức được cấp phép cung cấp dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam ngày càng tăng nhưng thực tế việc cung cấp dịch vụ này ra thị trường mới được một số ít NHTM và công ty tài chính thực hiện. Phần lớn các tổ chức được cấp phép vẫn còn trong quá trình nghiên cứu, chuẩn bị. Điều này hạn chế lượng cung dịch vụ bao thanh toán ra thị trường.

- Doanh số giao dịch bao thanh toán còn hạn chế. Đặc biệt mấy năm gần đây do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới, doanh số này của Việt Nam có sự sụt giảm rõ rệt. Doanh số bao thanh toán của các NHTM rất khiêm tốn, nhiều NH gần như chưa có số liệu thống kê về dịch vụ này. Bên cạnh đó, đối tượng khách hàng được NH cung cấp dịch vụ này cũng còn hạn chế. Các NH chủ yếu chỉ cung cấp dịch vụ này cho các khách hàng quen thuộc của mình. Có lẽ vì vậy mà mức độ phổ biến của dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế còn bị giới hạn.

- Sản phẩm dịch vụ bao thanh toán còn nghèo nàn, thiếu sức hấp dẫn đối với các DN Việt Nam. Các NH mới chủ yếu cung cấp dịch vụ bao thanh toán có truy đòi. Trong khi đó, trên thế giới bao thanh toán thường là miễn truy đòi. Với loại hình bao thanh toán này, bên bán (người XK) không còn phải lo lắng về việc quản lý, theo dõi các khoản phải thu nữa. Đây chính là một trong những ưu điểm vượt trội làm cho dịch vụ bao thanh toán trở nên hấp dẫn đối với các DN. Bên cạnh đó, khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán, hầu hết các NH thường chỉ chú trọng tới các DN lớn, các DN hoạt động kinh doanh có hiệu quả và ổn định mà chưa quan tâm tới

các DN vừa và nhỏ. Hơn nữa, để tránh rủi ro, các NH thường đưa ra những đòi hỏi cao đối với khách hàng như các khoản phải thu phải thực sự an toàn, phải chứng minh được uy tín của bên mua,..., thậm chí là phải có tài sản đảm bảo. Đây thực sự là những điều kiện khó khăn, cản trở việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán của DN.

- Chất lượng dịch vụ bao thanh toán chưa được các DN đánh giá cao, thủ tục còn rườm rà, thời gian thẩm định của NH còn chậm, gây khó khăn cho DN.

2.4.3. Nguyên nhân

2.4.3.1. Các nguyên nhân thuộc điều kiện vĩ mô

- Môi trường pháp lý chưa đầy đủ và đồng bộ, một số qui định còn chưa phù hợp với quốc tế.

Quyết định 1096/QĐ- NHNN ra đời đã khuyến khích và tạo hành lang pháp lý cho dịch vụ bao thanh toán phát triển. Tuy nhiên, quan niệm về bao thanh toán được đưa ra trong Quyết định này (chỉ là “một hình thức cấp tín dụng”) là chưa thống nhất với quan niệm phổ biến về bao thanh toán trên thế giới. Bên cạnh đó, trong các hình thức bao thanh toán thì bao thanh toán miễn truy đòi là hình thức có thể lôi cuốn nhiều khách hàng dù họ phải chấp nhận chi phí khá cao. Tuy nhiên, để có thể cung cấp dịch vụ này một cách có hiệu quả là điều không hề đơn giản trong điều kiện hiện nay do hành lang pháp lý của ta còn quá hẹp.

Việc chuyển sở hữu đối với các khoản phải thu là một trong những điều kiện cơ bản để thực hiện bao thanh toán. Tuy nhiên, ở Việt Nam hiện vẫn chưa có luật thương phiếu và luật chuyển nhượng các khoản phải thu, vì vậy thiếu đi các qui chế, qui định, thể lệ cần thiết cho việc thực hiện hoạt động bao thanh toán do nó làm các đơn vị bao thanh toán không đủ thẩm quyền đòi nợ và có những biện pháp chế tài đối với các đơn vị không trả nợ đúng hạn.

Mặt khác, thẩm quyền và trách nhiệm trong quan hệ giữa NH và các cơ quan pháp luật chưa được qui định rõ ràng. Chẳng hạn như, NH có nghĩa vụ như thế nào trong việc chấp hành các quyết định của cơ quan pháp luật? Trách nhiệm của các cơ quan pháp luật trong việc ra các quyết định đó như thế nào? Những vấn đề này cần

được qui định rõ để tạo ra một hành lang pháp lý thuận tiện và thông thoáng cho các hoạt động NH nói chung và hoạt động bao thanh toán nói riêng.

- *Thông tin không đầy đủ và thiếu minh bạch.* Thiếu thông tin là một vấn đề bức xúc đặt ra cho các NH cũng như các DN hiện nay. Đây cũng là một trong những nguyên nhân gây ra tình trạng dư nợ quá hạn cao tại các NHTM cũng như việc chiếm dụng vốn không có khả năng hoàn trả giữa các DN trong nền kinh tế. Trong khi ở các nước trên thế giới, hàng năm, DN phải nộp cho NHNN các bảng tổng kết tài sản đã được kiểm toán, bảng cân đối thu chi và các báo biểu để các NHTM tham khảo khi cần xét duyệt tài trợ hoặc bảo lãnh thì ở Việt Nam, NH không được quyền yêu cầu các DN không phải là khách hàng của mình nộp các báo cáo tài chính. Điều này đã hạn chế phần nào chức năng bao thanh toán miễn truy đòi và cung cấp thông tin về người mua cho khách hàng của NH. Mỗi lần xét cho vay các trường hợp mua bán chịu hàng hóa, NH thường yêu cầu người bán phải thế chấp tài sản thay vì nộp báo cáo tài chính có kiểm toán cho NH. Điều này làm giảm đi sức hấp dẫn của dịch vụ bao thanh toán và gây khó khăn cho cả DN và NH.

Mặt khác, các số liệu báo cáo của các DN còn thiếu trung thực, một bộ phận lớn các DN cố tình che đậy tình trạng tài chính thực tế để trục lợi hoặc trốn thuế. Trong khi đó, Trung tâm thông tin tín dụng của NHNN (CIC) chỉ có thể cung cấp được thông tin về các DN có quan hệ vay vốn hoặc gửi tiền tại các NH và cũng chỉ là các thông tin liên quan đến báo cáo tài chính đã được công bố mà không bao gồm các thông tin đa dạng khác. Thông tin từ CIC cũng chưa phản ánh đúng mức độ an toàn tín dụng của DN. Việc cập nhật thông tin của CIC chỉ mang tính hình thức, sơ sài, thông tin lại thường cập nhật theo thời điểm, không liên tục nên các thông tin thường khá cũ và hạn chế. Vì vậy, để tự bảo vệ mình, hiện nay, nhiều NH đã phải tự tổ chức thu thập thông để phục vụ hoạt động của mình thay vì trông cậy vào bất cứ một tổ chức nào khác. Điều này làm tăng chi phí, mất nhiều thời gian và tiêu tốn nguồn nhân lực, gây khó khăn và làm giảm sức cạnh tranh của dịch vụ.

Ở Việt Nam, vấn đề kiểm toán của DN chưa được coi trọng chính là nguyên nhân khiến môi trường thông tin của Việt Nam thiếu tính minh bạch. Đây là một trở

ngại lớn cho việc thực hiện các hoạt động tín dụng của NH nói chung và hoạt động bao thanh toán nói riêng.

Thêm vào đó, tới nay vẫn chưa có thông tin hay số liệu thống kê cụ thể nào từ phía Nhà nước về số lượng đơn vị cung cấp cũng như doanh số bao thanh toán hàng năm. Vì vậy, DN cũng khó có thể đánh giá được mức độ hiệu quả mà dịch vụ này đem lại, dẫn đến sự e ngại trong việc tiếp cận với sản phẩm dịch vụ này.

2.4.3.2. Nguyên nhân thuộc về các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán

- *Nhiều NHTM chưa nhận thức hết được mức độ quan trọng và lợi ích của việc phát triển dịch vụ bao thanh toán.* Vì bao thanh toán còn khá mới mẻ ở Việt Nam nên chưa có nhiều nghiên cứu của các NHTM và các công ty tài chính về dịch vụ này được tiến hành, đội ngũ nhân lực tham gia nghiên cứu phát triển cũng còn hạn chế nên lợi ích và sự cần thiết của việc phát triển dịch vụ bao thanh toán chưa được các tổ chức này nhận thức một cách sâu sắc. Công tác tuyên truyền, quảng bá cho các sản phẩm dịch vụ mới như bao thanh toán cũng chưa được các tổ chức này triển khai một cách có hiệu quả, chi phí cho quảng cáo chiếm tỷ trọng thấp trong tổng số chi phí của các NH. Điều đó đã hạn chế việc phát triển dịch vụ này.

Tại một số NHTM, dịch vụ bao thanh toán chưa nhận được sự quan tâm chỉ đạo đúng mức của Ban lãnh đạo, chưa có chiến lược phát triển riêng. Ngay cả cán bộ NH cũng còn nhiều người chưa thực sự am hiểu về dịch vụ này nên sẽ gây ra những hạn chế nhất định trong việc tiếp thị, giới thiệu dịch vụ tới khách hàng.

- *Tiềm lực tài chính của các NH Việt Nam còn kém, thiếu kinh nghiệm quản lý.* Mức vốn tự có của các NHTM Việt Nam nhỏ hơn nhiều so với các NH trong khu vực cũng như trên thế giới. Quy mô vốn yếu kém làm giảm khả năng mở rộng hoạt động tín dụng và phát triển dịch vụ bao thanh toán của các NH. Do lượng vốn hạn hẹp mà việc đáp ứng các nhu cầu về vốn cho khách hàng khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán của các NH gặp nhiều khó khăn. Các NHTM thường có tâm lý lựa chọn các khách hàng là DN lớn hoặc khách hàng lâu năm mà bỏ qua nhiều DN vừa và nhỏ - loại hình DN phổ biến trong nền kinh tế Việt Nam hiện nay. Bên cạnh đó, dịch vụ bao thanh toán còn khá mới mẻ đối với các NHTM Việt Nam nên dẫn đến

việc thiếu kinh nghiệm quản lý. Điều này có thể gây thiệt hại cho NH trong quá trình hoạt động và gia tăng rủi ro khi thực hiện việc cung cấp dịch vụ này.

- *Năng lực quản lý tín dụng của các NHTM còn yếu, hệ thống quản lý rủi ro chưa đạt trình độ cao, nguồn vốn, nguồn thông tin chưa đầy đủ* khiến các NHTM vẫn còn rụt rè trong việc phát triển dịch vụ bao thanh toán, nhất là bao thanh toán miễn truy đòi. Các nguyên tắc kiểm tra, giám sát của NH còn yếu, việc phân loại các khoản tín dụng cũng chưa thực sự hợp lý vì chủ yếu vẫn dựa trên thời gian phát sinh nợ quá hạn mà chưa dựa trên cơ sở rủi ro của các khoản tín dụng. Việc quản lý các rủi ro tín dụng ở các NHTM còn thiếu qui trình, qui chế cụ thể, các rủi ro khác như rủi ro hoạt động kinh doanh, rủi ro ngoại hối, rủi ro thanh khoản chưa được đo lường kịp thời, chính xác. Nguy cơ rủi ro lớn cùng với chỉ số nợ quá hạn trên tổng dư nợ cho vay cao là một trong những nguyên nhân cản trở việc phát triển dịch vụ bao thanh toán tại các NHTM.

- *Thiếu sự phối hợp giữa các ngân hàng, quan hệ với thị trường nước ngoài của các NHTM Việt Nam còn hạn chế.* Đối với bao thanh toán trong nước thì về nguyên tắc chỉ cần một đơn vị bao thanh toán tham gia nhưng trong thực tế các đơn vị bao thanh toán có thể phối hợp với nhau để cung cấp dịch vụ bao thanh toán cho khách hàng trong trường hợp giá trị của khoản phải thu quá lớn hoặc các đơn vị bao thanh toán cũng có thể mua bán các khoản phải thu cho nhau. Tuy nhiên, ở Việt Nam hoạt động này còn rất hạn chế do các NH chưa có nhiều sự phối hợp với nhau.

Còn đối với bao thanh toán quốc tế thì do người mua và đơn vị bao thanh toán XK ở hai quốc gia khác nhau nên việc thẩm định người mua là rất khó khăn. Vì vậy, một NH muốn thực hiện tốt hoạt động bao thanh toán quốc tế thì cần phải có mối quan hệ rộng rãi với các tổ chức bao thanh toán khác trên thế giới. Trên thực tế, hiện nay có rất ít NHTM Việt Nam đủ điều kiện để mở chi nhánh ở nước ngoài, mối quan hệ với các NH, các tổ chức bao thanh toán nước ngoài còn nhiều hạn chế. Đây là một khó khăn lớn đối với các NHTM Việt Nam trong quá trình phát triển dịch vụ bao thanh toán, nhất là bao thanh toán quốc tế.

- *Chưa có quỹ bảo hiểm tín dụng cho các ngân hàng.* Quỹ bảo hiểm tín dụng không tham gia vào quá trình tài trợ của NH nhưng hoạt động của nó nhằm bồi

thường cho các khoản phải thu không thu hồi được, giúp các NH giảm thiểu rủi ro. Nó có vai trò then chốt trong việc phát triển bao thanh toán miễn truy đòi và là chỗ dựa cho các NH khi cung ứng dịch vụ này. Nhất là khi hệ thống quản trị rủi ro chưa hiệu quả thì việc mua bảo hiểm tín dụng sẽ là cách đảm bảo an toàn về vốn cho các NHTM. Ở Việt Nam hiện chưa có quỹ bảo hiểm tín dụng nào được thành lập, đây là một khó khăn không nhỏ cho việc khuyến khích phát triển dịch vụ bao thanh toán.

- *Phí bao thanh toán còn cao* gây cản trở cho việc phát triển dịch vụ này. Chi phí để sử dụng dịch vụ bao thanh toán trung bình từ 2% đến 5% doanh thu bán hàng của DN. Chi phí bỏ ra không nhỏ trong khi DN chưa nhận thấy hết được lợi ích từ việc sử dụng dịch vụ, gây tâm lý e ngại cho DN khi lựa chọn sử dụng dịch vụ này.

- *Dịch vụ bao thanh toán chưa thực sự tiện lợi cho các doanh nghiệp* vì NH thường đưa ra những đòi hỏi quá cao đối với khách hàng khi cung cấp dịch vụ này. Ngoài những yêu cầu như tài sản thế chấp, hạn mức tín dụng, các DN XK khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán còn phải chứng minh được với NH về uy tín của bên mua. Đây thực sự là khó khăn lớn đối với các DN XK Việt Nam. Trong khi đó, chi phí để sử dụng dịch vụ bao thanh toán là khá cao đối với nhà XK. Chi phí này phụ thuộc rất nhiều vào mức độ rủi ro mà NH có thể gặp phải, các rủi ro này lại phụ thuộc vào khả năng trả nợ của người mua, năng lực kinh doanh của người bán và cả môi trường kinh doanh. Các yếu tố trên làm cho chi phí sử dụng dịch vụ bao thanh toán khá cao, gây khó khăn cho các DN Việt Nam khi sử dụng dịch vụ này.

2.3.4.3. Nguyên nhân thuộc về các đơn vị sử dụng dịch vụ bao thanh toán

- *Vấn đề bán hàng trả chậm chưa được thừa nhận như một hình thức phổ biến.* Mặc dù theo như đánh giá ở phần trên thì hiện nay bán hàng trả chậm đang có xu hướng ngày càng phát triển xuất phát từ khó khăn chung là thiếu vốn. Tuy nhiên, các nhà sản xuất và cung ứng hàng hóa lại rất ngại bán hàng theo hình thức này do lo ngại về khả năng thu hồi vốn. Trong khi ở nhiều nước trên thế giới, Luật Thương mại qui định nếu quá hạn trả nợ 7 ngày, người thiếu nợ có thể bị tịch biên tài sản, đem đồ đạc ra bán đấu giá để thu hồi nợ cho người bán chịu hàng hóa thì ở Việt Nam hiện nay chưa có qui định cụ thể gì về hình phạt đối với những trường hợp

chây ỳ không trả tiền, nếu có đưa ra tòa thì cũng phải chờ đợi rất lâu mới được tòa xét xử. Vì vậy, ở Việt Nam, việc bán chịu có thể mang đến rủi ro rất lớn cho người bán. Chính tâm lý này đã ảnh hưởng rất nhiều đến việc mua bán chịu một cách chính thức giữa các DN. Mà bao thanh toán là dịch vụ tài trợ vốn trên cơ sở tín dụng thương mại nên nếu điều khoản trả chậm không được qui định trong hợp đồng thì sẽ rất khó khăn cho NH trong việc thẩm định, thu hồi nợ và xác định quyền sở hữu khoản nợ. Đây là một trở ngại cho phát triển dịch vụ bao thanh toán ở VN.

- *Sự hiểu biết, quan tâm của các doanh nghiệp về bao thanh toán còn hạn chế.* Các DN Việt Nam vẫn quen dùng các phương thức thanh toán truyền thống nên chưa thực sự quan tâm đến việc mình có thể tìm được nguồn tài trợ khác, trong khi bao thanh toán với các chức năng của mình có thể đem lại cho DN rất nhiều tiện ích. Do nhận thức và thói quen của phần lớn các DN Việt Nam, cộng với môi trường kinh tế chưa ổn định khiến NH gặp khó khăn trong việc thuyết phục DN về lợi ích mà bao thanh toán đem lại. Tâm lý dè dặt trước sản phẩm mới của các DN đã làm thui chột sự năng động, sáng tạo tìm kiếm các sản phẩm mới của các NH.

Mặt khác, bao thanh toán không chỉ tham gia vào công đoạn cho vay đối với người bán mà còn đi sâu vào các quá trình tiếp theo nhằm mục đích kiểm soát được cả bên mua, bên bán và nhất là kiểm soát mục đích sử dụng vốn vay của DN. Đặc điểm này đã tạo ra rào cản ngăn các đơn vị bao thanh toán tiếp xúc với các DN, bởi tâm lý của hầu hết các DN Việt Nam là vẫn chưa muốn công khai tình hình hoạt động, tình hình tài chính và càng không muốn một tổ chức nào can thiệp vào quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Vì vậy các đơn vị bao thanh toán gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp thị dịch vụ này với khách hàng.

Trên đây là một số đánh giá về tình hình phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam thời gian qua. Biết phát huy những thành tựu đã đạt được và khắc phục những hạn chế tồn tại sẽ giúp Việt Nam ứng dụng tốt và phát triển được dịch vụ này. Hy vọng trong tương lai, dịch vụ này sẽ phát triển tại Việt Nam nhằm tạo ra thêm sản phẩm tài chính cho các tổ chức tài chính ở Việt Nam cũng như tạo thêm một công cụ hữu ích cho lựa chọn của các DN Việt Nam trong quá trình hoạt động kinh doanh trên thị trường.

Tổng kết chương

Hoạt động thương mại quốc tế nói chung và xuất khẩu nói riêng của Việt Nam thời gian qua khá phát triển, tình hình hoạt động thanh toán xuất khẩu cũng rất thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán. Năm bắt được thời cơ, lại có đủ điều kiện, một số NHTM ở Việt Nam đã triển khai cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Mặc dù ba năm gần đây, do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính thế giới, dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam không được phát triển như những năm trước nhưng nhìn chung từ khi bắt đầu triển khai cung cấp dịch vụ này (2004) đến nay, về cơ bản, dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam đã có được những kết quả đáng kể: doanh số bao thanh toán quốc tế tăng, số đơn vị được cấp phép cung cấp dịch vụ ngày càng nhiều, không chỉ có các NHTM mà các công ty tài chính cũng đã tham gia vào thị trường này,... Tuy nhiên, trên thực tế hiện nay sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, chưa phát huy hết vai trò của nó trong nền kinh tế, đặc biệt là đối với hoạt động xuất khẩu hàng hóa. Điều đó là do nhiều nguyên nhân cụ thể: điều kiện để phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam chưa thực sự hoàn hảo; nhận thức về bao thanh toán của các chủ thể, từ người cung ứng, người sử dụng đến các cơ quan quản lý nhà nước còn đơn giản, chưa đầy đủ; nguồn nhân lực cho phát triển dịch vụ bao thanh toán còn thiếu và chưa được đào tạo bài bản; môi trường pháp lý còn nhiều bất cập; các đơn vị cung ứng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam chưa mặn mà với dịch vụ này, tiềm lực tài chính còn hạn chế, thiếu kinh nghiệm, thiếu sự liên kết; dịch vụ bao thanh toán được cung ứng còn đơn giản, chưa đủ đa dạng để đáp ứng yêu cầu của khách hàng, lại được cung cấp với chất lượng thấp và chi phí cao; chưa khơi gợi được nhu cầu sử dụng dịch vụ của các DN XNK; ...

Thực tế đó đặt ra đòi hỏi cấp bách cần tiến hành đồng bộ các giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam nói chung và đem lại những lợi ích thiết thực cho các chủ thể tham gia cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán nói riêng. Các giải pháp cần phải đồng bộ từ cả 3 phía: cơ quan quản lý (Nhà nước), đơn vị cung cấp dịch vụ (các NHTM) và đơn vị sử dụng dịch vụ (DN XNK).

CHƯƠNG 3

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN TRONG XUẤT KHẨU HÀNG HÓA Ở VIỆT NAM (ĐẾN 2020)

3.1. Bối cảnh kinh tế tác động đến xu hướng phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam

Không phải ngẫu nhiên NHNN Việt Nam mà đại diện tối cao là Thống đốc NHNN lại đưa ra *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* làm cơ sở pháp lý để các NHTM và tổ chức tín dụng ở Việt Nam có thể cung cấp dịch vụ bao thanh toán cho khách hàng của mình. Điều này cho chúng ta thấy rằng Đảng và Nhà nước đã nhìn nhận được nhu cầu về dịch vụ này.

Có thể nói, nhu cầu về bao thanh toán ở Việt Nam là rất lớn. Nhu cầu về dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam sẽ được phát triển mạnh xuất phát từ các yếu tố sau:

3.1.1. Nhu cầu hội nhập kinh tế

Chúng ta đều biết rằng, Việt Nam càng ngày càng tham gia sâu vào các hoạt động kinh tế của thế giới. Từ sau khi đổi mới kinh tế, Việt Nam đã từng bước tham gia hội nhập vào nền kinh tế thế giới thông qua việc gia nhập các tổ chức kinh tế trên thế giới từ quy mô nhỏ trong khu vực và trên toàn thế giới. Để có thể có vốn và các nguồn lực khác phục vụ cho việc phát triển kinh tế xã hội, Việt Nam đã thay đổi đường lối phát triển kinh tế, chính trị, từng bước tham gia vào nền kinh tế thế giới với chính sách mở cửa nền kinh tế, Việt Nam làm bạn với tất cả các nước trên thế giới, phát triển các mối quan hệ song phương và đa phương dựa trên nguyên tắc bình đẳng đôi bên cùng có lợi, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau.

Có thể nói, Việt Nam bắt đầu quá trình hội nhập kinh tế sau thời kỳ đổi mới là năm 1995 thông qua việc gia nhập Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á ASEAN (28/7/1995), tiếp đó là gia nhập tổ chức Hợp tác kinh tế Châu Á Thái Bình Dương APEC (1998) và sau một thời gian dài đàm phán, Việt Nam đã chính thức gia nhập tổ chức thương mại quốc tế WTO vào đầu năm 2007 này. Như vậy, Việt Nam đã

từng bước hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới và chịu ảnh hưởng bởi các tác nhân do quá trình hội nhập kinh tế quốc tế gây ra.

Việc hội nhập kinh tế đem đến những cơ hội và thách thức cho các DN và nền kinh tế Việt Nam. Các DN Việt Nam có cơ hội mở rộng thị trường nhưng bên cạnh đó cũng phải chịu áp lực cạnh tranh lớn hơn. Thêm vào đó, các DN Việt Nam phải chấp nhận các thói quen, tập quán thị trường ở những thị trường mới gia nhập, đặc biệt là các thị trường mà ở đó, các đối tác chiếm ưu thế hơn. Chúng ta là những người đi sau nên phải tuân thủ theo những tập quán, thói quen và những quy định của các thị trường mới. Điều này không dễ dàng nhưng với quyết tâm phát triển kinh tế, tránh không bị tụt hậu so với thế giới, đặc biệt là các nước phát triển, chúng ta phải nỗ lực để vượt qua các khó khăn trước mắt, tạo những tiền đề tốt để có được các kết quả khả quan trong tương lai.

Do các nước trên thế giới đã quen với việc thanh toán ghi sổ và sử dụng phương thức bao thanh toán để tài trợ cho các giao dịch mua bán của mình, các DN Việt Nam cũng phải làm quen với hình thức thanh toán mới này. Có như vậy, chúng ta mới thích nghi được với những đòi hỏi của các bạn hàng quốc tế, đáp ứng được các mẫu chuẩn của các nước và có cơ hội để mở rộng thị trường, đáp ứng được tốt hơn các nhu cầu của bạn hàng quốc tế. Có thể nói, để mở rộng thị trường, mở rộng các mối quan hệ đối tác, các DN Việt Nam không thể thờ ơ với dịch vụ này.

3.1.2. Kinh tế tăng trưởng

Trong thời gian qua, kinh tế Việt Nam đã có những bước phát triển mạnh mẽ, có thể nói là có những bước tăng trưởng đáng kể và đã có những thời điểm, Việt Nam được thế giới đánh giá như là “con hổ” mới của châu Á. Mặc dù các nước châu Á Thái Bình Dương bị ảnh hưởng rất lớn bởi cuộc khủng hoảng kinh tế năm 1997 nhưng có thể nói Việt Nam không bị cơn khủng hoảng này làm cho nền kinh tế trong nước bị rơi vào khủng hoảng như các nước trong khu vực tuy là tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam giai đoạn này cũng có bị chững lại.

Thời gian 10 năm trở lại đây nền kinh tế Việt Nam đã có nhiều khởi sắc, tốc độ tăng trưởng kinh tế khá cao, với mức bình quân 10 năm gần đây (2002 – 2011)

đạt 7,15%. Nhờ đó, thu nhập bình quân đầu người cũng được cải thiện đáng kể. Năm 1995 GDP bình quân đầu người mới chỉ đạt 289 USD thì đến năm 2011 con số này đã là 1385 USD, cao gấp 5 lần so với năm 1995. [1]

Kinh tế tăng trưởng, các nguồn cung ứng cho đầu vào của các ngành sẽ phát triển theo và điều tất yếu là cung sẽ tăng. Điều này sẽ dẫn đến nhu cầu tăng doanh số bán hàng cho các bạn hàng hiện tại, tăng thị phần của mình ở những thị trường hiện tại đồng thời cũng làm tăng nhu cầu tìm kiếm các bạn hàng mới, tìm kiếm các thị trường mới tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ. Để tăng doanh số bán hàng, các DN sẽ phải chiều theo những yêu cầu về phương thức thanh toán của bạn hàng và nếu thấy khả năng sử dụng phương thức thanh toán đó không có nhiều ảnh hưởng đến tình hình hoạt động kinh doanh và có thể có tiềm năng phát triển trong tương lai thì việc chấp nhận các phương thức mới cũng không có gì đáng ngại.

Chính vì sự gia tăng cung nói chung của nền kinh tế, nhu cầu sử dụng các phương thức thanh toán mới có lợi hơn cho người mua hàng cũng phát sinh. Có thể nói, trong thế kỷ XX vừa qua, các cuộc khủng hoảng kinh tế diễn ra trên quy mô quốc tế đều là khủng hoảng thừa trừ việc khủng hoảng thiếu nguồn nhiên liệu (dầu mỏ). Đặc biệt là trong thời kỳ khoa học công nghệ phát triển, việc ứng dụng khoa học công nghệ vào trong sản xuất, các công nghệ mới, dây chuyền sản xuất hàng hóa đồng loạt thì việc cung tăng nhanh hơn cầu là điều khó tránh khỏi. Để phục vụ cho mục đích tiêu thụ hàng hoá sản phẩm, các DN buộc phải làm quen và sử dụng phương thức thanh toán mới có lợi hơn cho khách hàng. Thêm vào đó, các DN vẫn cần vốn để đầu tư nghiên cứu, triển khai cải tiến nâng cấp dây chuyền công nghệ đổi mới sản phẩm vì hiện tại, vòng đời của sản phẩm ngày càng bị rút ngắn. Chính vì vậy, mặc dù phải đưa ra ưu tiên cho các khách hàng nhưng các DN vẫn có nhu cầu được tài trợ vốn cho hoạt động của mình. Việc sử dụng bao thanh toán sẽ đem lại hiệu quả tốt hơn cho DN, đáp ứng được các nhu cầu của DN tốt hơn. Có thể nói, khi các DN giao hàng cho các đại lý bán hàng của mình, không thu tiền ngay cũng là một hình thức tài trợ, bán chịu hàng hoá. Có thể nói, đây là phương thức bán hàng có thể đưa nghiệp vụ bao thanh toán vào sử dụng rất có hiệu quả.

3.1.3. Kim ngạch xuất nhập khẩu tăng

Việc Việt Nam hội nhập kinh tế ngày càng sâu vào nền kinh tế thế giới giúp ích các DN nước ta rất nhiều trong việc mở rộng thị trường, tìm kiếm các bạn hàng. Càng hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế thế giới, càng làm bạn với nhiều quốc gia, Việt Nam càng có nhiều cơ hội để mở rộng thị trường, càng có nhiều cơ hội để gia tăng các giao dịch thương mại, buôn bán song phương và đa phương với các nước, lựa chọn bạn hàng tốt hơn và điều tất yếu là kim ngạch XNK của Việt Nam sẽ không ngừng gia tăng.

Kim ngạch XNK gia tăng sẽ dẫn đến doanh số TTQT tăng theo. Sau khi trở thành thành viên chính thức của tổ chức thương mại thế giới WTO, hàng hoá của Việt Nam có cơ hội thâm nhập vào nhiều thị trường hơn, không phải chịu các rào cản riêng biệt về thương mại, được hưởng đối xử ngang bằng với hàng hoá của các nước khác trong tổ chức. Thêm vào đó, trong giai đoạn đầu mới gia nhập, Việt Nam được hưởng một số ưu tiên do là thành viên thuộc khối các nước đang phát triển. Điều này đem lại khả năng cạnh tranh tốt hơn, lợi thế tốt hơn cho các DN Việt Nam. Các DN Việt Nam cần tận dụng tối đa các lợi thế mà hội nhập đem lại để có cơ hội phát triển, gia nhập các thị trường mới. Như vậy, kim ngạch XNK của Việt Nam sẽ càng ngày càng tăng do cơ hội của việc tham gia hội nhập ngày càng sâu vào thị trường quốc tế đem lại.

Tuy nhiên, các DN Việt Nam khi tham gia vào thị trường mới thường phải tuân thủ theo thói quen, tập quán giao dịch, các yêu cầu đòi hỏi về chất lượng, mẫu mã, bao bì đóng gói,... và đặc biệt là thói quen thanh toán của thị trường đó. Trong khi các DN ở Mỹ, Tây Âu đã quen với hình thức thanh toán ghi sổ, quen với việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong hoạt động kinh doanh của mình nên các DN Việt Nam cũng phải làm quen dần với các phương thức thanh toán này, đặc biệt là bao thanh toán để có thể thu hút thêm được nhiều bạn hàng mới, phát triển các thị trường đa dạng hơn nữa. Có như vậy, việc tham gia sâu vào các hoạt động kinh tế thế giới mới đem lại được những hiệu ứng tích cực cho nền kinh tế nói chung và cho các DN Việt Nam nói riêng.

3.1.4. Nhu cầu về tài trợ và bảo hiểm rủi ro trong thanh toán quốc tế

Việc tham gia sâu hơn vào thị trường quốc tế cũng đồng nghĩa với việc các DN Việt Nam phải đối đầu với nhiều thách thức hơn, với nhiều đối thủ cạnh tranh mạnh hơn. Chính vì vậy, vấn đề tích lũy, gia tăng sức mạnh tài chính để tài trợ cho các hoạt động kinh doanh là điều tất yếu không thể tránh khỏi. Đặc biệt là việc gia tăng sức mạnh về tài chính là rất quan trọng. Để tăng tiềm lực về tài chính, ngoài sự cố gắng nỗ lực của bản thân các DN thì cũng rất cần có sự hỗ trợ của các tác nhân bên ngoài như NH và các tổ chức tài chính tín dụng...

Nhu cầu tài trợ về vốn là nhu cầu luôn tồn tại, không bao giờ kết thúc từ khi DN hình thành cho đến khi ngừng hoạt động. Việc tài trợ các nguồn vốn lưu động, nhất là vốn ngắn hạn là rất quan trọng vì nó có thể giúp DN giải quyết được các vấn đề bất thường hoặc duy trì nguồn vốn lưu động, sử dụng các luồng tiền được tốt và có hiệu quả. Đặc biệt, việc nhận được nguồn tài trợ cho các khoản phải thu lại càng quan trọng vì một phần nó giúp cho các DN tăng được vòng quay của vốn, tránh được nguy cơ đọng vốn, tăng được hiệu suất sử dụng các khoản phải thu, giảm được chi phí quản lý và nhân sự cho việc theo dõi các khoản phải thu nếu các DN sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

Trong kinh doanh, người ta khó mà có thể lường trước được các sự việc có thể xảy ra. Thêm vào đó, ở đâu lợi nhuận càng cao thì rủi ro sẽ càng lớn. Chính vì vậy, việc giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh là rất quan trọng. Trong hoạt động thương mại thì rủi ro không được thanh toán là rủi ro các DN luôn đặt lên hàng đầu. Chính vì vậy, các DN thường lựa chọn các phương thức thanh toán an toàn để bảo hiểm rủi ro trong thanh toán. Ngay cả trong phương thức thanh toán tín dụng chứng từ, một phương thức thanh toán được đánh giá là khá an toàn cho người bán, đôi khi người ta vẫn cần lựa chọn các loại thư tín dụng đặc biệt như thư tín dụng dự phòng, thư tín dụng có xác nhận để có thể có những đảm bảo chắc chắn cho người bán về khả năng thanh toán. Họ sẽ chắc chắn nhận được tiền hàng thanh toán khi thực hiện đúng các nghĩa vụ của mình theo hợp đồng mua bán đã ký và theo L/C. Tuy nhiên, không phải lúc nào cũng có thể lựa chọn được phương thức thanh toán và loại thư tín dụng này. Khi thị trường thuộc về người bán và khi người bán chiếm ưu thế thì

mới có thể sử dụng các phương thức thanh toán này còn khi thị trường thuộc về người mua hoặc người mua có ưu thế hơn so với người bán thì phương thức thanh toán được chọn sẽ bảo vệ quyền của người mua nhiều hơn, người mua được phép lựa chọn các phương thức tốt nhất cho mình. Lúc này, thanh toán sau (trả chậm) sẽ là yêu cầu của người mua vì họ muốn chắc chắn rằng người bán phải thực hiện đúng và tốt các nghĩa vụ của mình thì họ mới thanh toán.

Khi thanh toán trả sau, rủi ro không được thanh toán sẽ phát sinh đối với người bán. Lúc này người bán cần có biện pháp để đảm bảo việc mình sẽ được thanh toán khi thực hiện nghĩa vụ giao hàng theo đúng hợp đồng. Hơn nữa, không phải lúc nào DN cũng có thể chắc chắn rằng mình có đủ tiềm lực tài chính, có đủ tiền nhàn rỗi, nguồn vốn lưu động để cho phép đối tác trả chậm. Khi đó, dịch vụ bao thanh toán có thể giúp ích cho các DN rất nhiều. Thông qua việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán, các DN có thể tránh được rủi ro không được thanh toán, thêm vào đó còn có thể nhận được tài trợ từ đơn vị bao thanh toán (tùy thuộc vào loại hình dịch vụ mà DN và đơn vị bao thanh toán ký kết). Do đó, có thể nói đây là một nhu cầu tiềm tàng trong các DN.

Nhìn nhận được nhu cầu về dịch vụ bao thanh toán đã là một bước quan trọng nhưng làm thế nào để có thể biến những nhu cầu này thành nhu cầu thực tế và kích thích được các DN thường xuyên sử dụng trong các giao dịch thương mại là điều các NH, tổ chức tín dụng cũng như các cơ quan quản lý nhà nước cần quan tâm. Các NH và tổ chức tín dụng cũng như Đảng và Chính phủ cần đưa ra các giải pháp để đưa dịch vụ này vào đời sống, vào trong các giao dịch của DN để có thể mang lại lợi ích cho các bên có liên quan và cho toàn xã hội.

3.2. Định hướng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam

3.2.1. Định hướng phát triển chung của ngành ngân hàng

Trong điều kiện hội nhập kinh tế thế giới và khu vực, bao thanh toán đang trở thành một phương thức mang lại hiệu quả kinh tế đáng kể. Việc phát triển sản phẩm dịch vụ này tại Việt Nam cũng đang được đặt ra trong định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2011- 2015. Định hướng phát triển này cụ thể như sau:

- Tập trung xây dựng, ban hành đồng bộ và kịp thời hệ thống văn bản hướng dẫn Luật NHNN và Luật các tổ chức tín dụng nhằm tạo hành lang pháp lý vững chắc cho hoạt động ngân hàng;

- Điều hành tỷ giá và quản lý ngoại hối theo tín hiệu thị trường, phù hợp với diễn biến lãi suất, cân đối hài hoà cung – cầu ngoại tệ, tăng tính thanh khoản cho thị trường và thúc đẩy XK, hạn chế nhập siêu, giảm dần tình trạng đô la hoá trong nền kinh tế. Phối hợp với các bộ, ngành liên quan theo dõi, quản lý chặt chẽ thị trường vàng và thị trường ngoại tệ;

- Tiếp tục nâng cao chất lượng tín dụng, đánh giá thực trạng chất lượng tín dụng của các TCTD để áp dụng các biện pháp thích hợp nhằm kiểm soát chặt chẽ quy mô, chất lượng và cơ cấu tín dụng;

- Tăng cường khả năng phát hiện, cảnh báo sớm rủi ro trong hoạt động ngân hàng. Kết hợp có hiệu quả giữa thanh tra, giám sát việc chấp hành chính sách pháp luật với thanh tra, giám sát rủi ro trong hoạt động của đối tượng thanh tra, giám sát ngân hàng. [13]

Trên cơ sở định hướng chung của ngành ngân hàng, việc phát triển loại hình dịch vụ bao thanh toán phải đảm bảo một số yếu tố sau:

- Đáp ứng những yêu cầu chuẩn mực của quốc tế, quốc gia quy định với phương thức bao thanh toán.

- Phát triển loại hình dịch vụ này trên diện rộng: ngoài hệ thống các NHTM, khuyến khích các TCTD khác như công ty tài chính ở Việt Nam tham gia tích cực vào loại hình dịch vụ này.

- Phát triển loại hình dịch vụ theo chiều sâu: xây dựng một đội ngũ cán bộ có trình độ và kinh nghiệm, đa dạng hoá các loại hình bao thanh toán cho phù hợp với từng đối tượng khách hàng.

- Giảm thiểu các chi phí và rủi ro khi bao thanh toán được áp dụng

- Khi nghiệp vụ bao thanh toán của NH đã đủ mạnh, có thể tiến hành thành lập công ty Factoring riêng trực thuộc NH, việc hạch toán độc lập sẽ đem lại hiệu quả nhất định cho công ty.

- Các ngân hàng phần đầu trở thành thành viên của các hiệp hội lớn trên thế giới về Bao thanh toán.

- Phương thức bao thanh toán sẽ dần thay thế phương thức tín dụng chứng từ một cách hiệu quả và tối ưu.

3.2.2. Định hướng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại các NHTM Việt Nam

Từ thực tế hoạt động bao thanh toán tại Việt Nam và tình hình phát triển bao thanh toán trên thế giới thời gian qua, đồng thời để đảm bảo phù hợp với định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng Việt Nam đến năm 2015, việc phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam cần có định hướng rõ ràng, vừa tạo điều kiện phát triển về lượng vừa chú trọng việc nâng cao yêu cầu cho phát triển về chất, cụ thể là:

Về số lượng các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán

Hiện nay tại Việt Nam đã có không ít NHTM trong nước và chi nhánh NHNNg được cấp phép cung cấp dịch vụ bao thanh toán factoring, tuy nhiên, trên thực tế số NH đã thực sự triển khai cung cấp dịch vụ này ra thị trường lại chưa nhiều. Điều đó cho thấy các NHTM tại Việt Nam vẫn chưa thực sự quan tâm tới việc phát triển dịch vụ này. Vì vậy, để dịch vụ bao thanh toán có thể phát triển tại Việt Nam trong thời gian tới, các NHTM đã được cấp phép, đặc biệt là các NHTM có thế mạnh trong lĩnh vực thanh toán quốc tế và lĩnh vực tài trợ thương mại quốc tế cần nhanh chóng triển khai cung cấp dịch vụ này, cần coi đây là một dịch vụ không thiếu của một NH hiện đại. NHNN cũng cần khuyến khích và tạo điều kiện cho phép các NHTM và các tổ chức tài chính tín dụng khác tại Việt Nam tham gia vào thị trường dịch vụ bao thanh toán nhằm tăng số lượng các đơn vị cung cấp, kích thích sự phát triển về lượng đối với dịch vụ này tại Việt Nam.

Về mô hình tổ chức

- Đối với đơn vị cung ứng dịch vụ bao thanh toán thì nên thành lập riêng một phòng bao thanh toán trong khuôn khổ tổ chức của mình, phòng độc lập sẽ có điều kiện chủ động về hoạt động marketing và công tác đánh giá tín dụng khách hàng.

- NHNN cũng có thể cho phép các tập đoàn kinh tế lớn thành lập các công ty bao thanh toán trực thuộc nhằm mở rộng thị trường dịch vụ bao thanh toán.

- Thành lập các Quỹ hỗ trợ các đơn vị bao thanh toán, xây dựng Hiệp hội bao thanh toán quốc gia.

Về doanh số bao thanh toán

- Định hướng đến năm 2015 phục hồi lại và từng bước đưa doanh số bao thanh toán lên 100 triệu EUR. Trong đó: Bao thanh toán quốc tế tiếp tục tăng, thường xuyên chiếm trên 20% tổng doanh số bao thanh toán (theo kinh nghiệm của các nước).

- Tốc độ tăng trưởng doanh số bao thanh toán bình quân những năm tiếp theo là từ 30 đến 40%.

Về loại hình dịch vụ bao thanh toán cung cấp

Hiện các NHTM bước đầu đang triển khai cung cấp dịch vụ bao thanh toán Factoring có truy đòi. Khi đã triển khai thành thạo thì nên áp dụng tất cả các loại hình bao thanh toán Factoring, đặc biệt là bao thanh toán Factoring đầy đủ (Full – factoring), tiến tới năm 2015 sẽ triển khai áp dụng Forfaiting. Ban đầu, các NHTM có thể nhận làm đại lý Forfaiter nhập khẩu cho các NHNNg nhằm phục vụ cho các DN nhập khẩu máy móc thiết bị ở Việt Nam với doanh số lớn, thời hạn dài.

Về chất lượng dịch vụ bao thanh toán

Nâng cao chất lượng dịch vụ bao thanh toán, đặc biệt cần phát triển loại hình bao thanh toán miễn truy đòi, đồng thời mở rộng ứng dụng bao thanh toán quốc tế trong toàn bộ hệ thống NHTM Việt Nam.

Về đối tượng khách hàng

- Dịch vụ bao thanh toán Factoring tập trung vào nhóm khách hàng là các DN vừa và nhỏ, nhưng vẫn cần quan tâm đúng mức đến nhu cầu của các DN có khối lượng hàng hóa, dịch vụ XNK lớn.

- Ưu tiên đáp ứng nhu cầu của các DN xuất khẩu các mặt hàng chủ lực, nhưng đồng thời phải thận trọng với các loại hình kinh doanh, ngành nghề nhiều rủi ro, phụ thuộc nhiều vào thị trường xuất khẩu.

- Có chính sách ưu đãi đối với các khách hàng truyền thống.

- Đẩy mạnh các chương trình quảng bá hình ảnh của NH, giới thiệu sản phẩm tới khách hàng, tập trung chào bán sản phẩm tới đối tượng khách hàng trọng yếu.

- Triển khai ứng dụng bao thanh toán đối với các sản phẩm dịch vụ.

Về vấn đề hợp tác quốc tế

Tăng cường quan hệ hợp tác với các NH, các đại lý bao thanh toán trên thế giới, tạo thuận lợi cho việc thu thập thông tin và đánh giá khách hàng. Bên cạnh đó, cần không ngừng củng cố và nâng cao uy tín của các NHTM Việt Nam trên thị trường bao thanh toán quốc tế. [2]

3.3. Giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam

3.3.1. Nhóm giải pháp vĩ mô

3.3.1.1. Hoàn thiện hệ thống pháp luật, chính sách phát triển dịch vụ bao thanh toán

Mọi hoạt động kinh doanh chỉ có thể phát triển và đạt hiệu quả cao trong điều kiện môi trường pháp lý hoàn thiện. Hoạt động bao thanh toán cũng không ngoại lệ. Từ bài học kinh nghiệm rút ra từ trường hợp của Italia, Đan Mạch hay Thái Lan (Chương 1) và thực trạng hệ thống pháp luật, chính sách phát triển dịch vụ bao thanh toán của Việt Nam ở Chương 2 cũng như kết quả phỏng vấn/khảo sát các NHTM (theo nội dung Phụ lục 1) có thể khẳng định để phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam thì giải pháp cần chú trọng đầu tiên có lẽ là hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý liên quan nhằm tạo ra một hành lang pháp lý phù hợp, vừa đầy đủ, chặt chẽ nhưng cũng vừa thông thoáng.

Cho đến thời điểm hiện nay, văn bản pháp lý về hoạt động bao thanh toán tại Việt nam mới chỉ có Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN vào năm 2004 ban hành *Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng* và quyết định số 30/2008/QĐ-NHNN sửa đổi, bổ sung một số điều của quyết định 1096/2004/QĐ-NHNN. Mặc dù đã được sửa đổi bổ sung song quyết định này vẫn còn bộc lộ nhiều thiếu sót, hạn chế, chưa đề cập đến mọi khía cạnh và các vấn đề có liên quan đến dịch vụ bao thanh toán. Tuy là văn bản có tính pháp lý duy nhất về bao thanh toán song đây mới chỉ là văn bản khung cho phép các NH và tổ chức tín dụng được hoạt động cung cấp dịch vụ bao thanh toán.

Như được biết, thông thường các văn bản pháp luật, để đầy đủ một bộ hoàn chỉnh thường bao gồm các văn bản như sau: luật, các nghị định và thông tư hướng

dẫn thi hành luật (các văn bản dưới luật hướng dẫn chi tiết việc thực hiện luật). Trong bất cứ lĩnh vực nào, người ta cần phải có được một bộ luật đầy đủ thì mọi hoạt động liên quan đến lĩnh vực đó mới có thể được giải quyết ổn thỏa, gỡ bỏ được các vướng mắc và mới có thể phát triển một cách tốt nhất.

Vì vậy, để dịch vụ bao thanh toán có thể phát triển, NHNN cần tiếp tục rà soát lại, ban hành một hệ thống văn bản pháp lý đồng bộ, đầy đủ, khắc phục những vấn đề chưa hoàn thiện trong Quy chế cũ và thống nhất với thông lệ, công ước quốc tế về bao thanh toán. Có như vậy, dịch vụ này mới có được khung pháp lý đầy đủ để hoàn thiện các cách thức thực hiện và bảo vệ lợi ích của cả DN sử dụng lẫn đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán.

Văn bản pháp lý mới cần phải lưu ý đến một số vấn đề cơ bản sau:

- Có định nghĩa rõ ràng về dịch vụ bao thanh toán: trong văn bản mới cần có sự phân biệt rõ giữa hai thuật ngữ “cấp tín dụng” và “mua bán nợ”. Tách bạch hoạt động bao thanh toán và cho vay, có quy chế quản lý và kiểm soát riêng cho hai nghiệp vụ này, tạo khung pháp lý cơ bản bảo vệ quyền lợi cho các bên tham gia.

- Có quy định rõ các điều kiện cho đối tượng tham gia cung ứng dịch vụ bao thanh toán. Trong quy định hiện hành, việc giới hạn đối tượng cung cấp dịch vụ này trong phạm vi các tổ chức tín dụng cũng làm hạn chế sự phát triển của dịch vụ. Do vậy, trong văn bản mới, NHNN cần mở rộng thêm đối tượng cung ứng dịch vụ này, tiến tới việc thành lập các công ty bao thanh toán độc lập.

- Bỏ quy định về việc người mua hàng phải gửi văn bản xác nhận và cam kết thanh toán cho đơn vị bao thanh toán (điều 25 khoản 2 quy định hiện hành). Điều khoản này làm hạn chế phạm vi cũng như quyền lợi của người sử dụng. Hơn nữa, về nguyên tắc, việc bên bán chuyển giao quyền đòi nợ cho bên cung ứng dịch vụ bao thanh toán không cần thiết phải có sự đồng ý của bên mua vì dù phải thanh toán cho bên nào đi chăng nữa, bên mua cũng phải có trách nhiệm thanh toán theo hợp đồng thương mại đã ký kết.

- Nên có qui định về quyền của chủ nợ đối với khoản phải thu để hạn chế rủi ro cho đơn vị cung ứng dịch vụ. Đối với bao thanh toán có truy đòi, cần có qui định về quyền của đơn vị bao thanh toán đối với tài sản của người bán. Khi đơn vị bao

thanh toán có quyền truy đòi lại số tiền đã tạm ứng/thanh toán cho người bán, người XK thì người này phải có nghĩa vụ hoàn trả số tiền đó ngay, không chậm trễ. Còn nếu người bán, người XK mất khả năng hoàn trả thì đơn vị bao thanh toán có quyền đối với tài sản của người này tương ứng với số tiền mà họ chưa hoàn trả.

- Nên xem xét lại qui định về điều kiện hạn mức bao thanh toán. Theo Điều 20, mục 2, Quyết định 1096/2004/QĐ-NHNN thì tổng số dư bao thanh toán cho một khách hàng không vượt quá số 15% vốn tự có của đơn vị bao thanh toán [9]. Điều này là chưa hợp lý bởi rủi ro của đơn vị bao thanh toán không phải chỉ xuất phát từ phía người bán mà còn nằm ở khả năng thanh toán của người mua.

- Cần bổ sung những qui định cụ thể, trực tiếp điều tiết dịch vụ bao thanh toán forfaiting, làm cơ sở cho các tổ chức bao thanh toán triển khai dịch vụ này.

Về chính sách phát triển, Chính phủ cần sớm xây dựng một chiến lược/kế hoạch phát triển dịch vụ bao thanh toán một cách toàn diện và lâu dài. Chiến lược/kế hoạch phát triển đúng đắn sẽ giúp cho nhà nước có những bước đi thích hợp trong việc hoàn thiện khung khổ cơ sở luật pháp; cũng như giúp cho các NHTM, các doanh nghiệp có các quyết sách đúng đắn trong quá trình cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

Nhìn chung, các văn bản pháp lý, chính sách điều chỉnh hoạt động bao thanh toán nên được xem xét và ban hành theo hướng xuất phát từ tình hình thực tiễn của Việt Nam và có sự kết hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành liên quan, như NHNN, Bộ Công thương, Tổng cục hải quan,... nhằm tạo ra được sự đồng bộ, nhất quán trong việc thực thi pháp luật.

3.3.1.2. Xây dựng hệ thống chính sách khuyến khích, hỗ trợ dịch vụ bao thanh toán

Từ khi thực hiện chính sách đổi mới, mở cửa nền kinh tế đến nay, các chính sách của Đảng và Nhà nước đã có nhiều thay đổi theo chiều hướng tích cực, hỗ trợ đắc lực cho sự phát triển các ngành nghề, lĩnh vực trong nền kinh tế. Tuy nhiên, đối với lĩnh vực ngân hàng tài chính, trong tiến trình đàm phán để gia nhập WTO, Việt Nam phải nhượng bộ rất nhiều để có được thành công, trong đó có việc phải chấp nhận mở cửa thị trường tài chính, ngân hàng, bảo hiểm. Điều này buộc các NH Việt

Nam phải đối mặt với các tổ chức tài chính lớn trên thị trường quốc tế. Để ngành tài chính ngân hàng có thể phát triển trong điều kiện hội nhập và không bị các nước phát triển thu tóm, Nhà nước và các NH phải tìm ra hướng đi, cách thức phát triển một cách toàn diện, làm cho dịch vụ tài chính ngân hàng của Việt Nam đủ sức cạnh tranh trên thị trường, đem lại lợi ích tối đa cho người sử dụng dịch vụ và hiệu quả cao nhất cho chính các NH (người cung cấp dịch vụ). Những năm gần đây, được sự chỉ đạo và hỗ trợ của Nhà nước, ngành tài chính ngân hàng đã có nhiều thay đổi. Việc ứng dụng các công nghệ tiên tiến tạo điều kiện cho các NH đưa đến các dịch vụ ngày càng tiện ích hơn cho khách hàng của mình. Đặc biệt là các dịch vụ liên quan đến thanh toán được các NHTM Việt Nam rất chú trọng và càng ngày càng có nhiều dịch vụ tiện ích hơn trong lĩnh vực thanh toán. Các NH Việt Nam cũng tìm kiếm học hỏi các phương thức thanh toán mới để đa dạng các dịch vụ và làm tăng các tiện ích cho các khách hàng của mình.

Đối với dịch vụ bao thanh toán, hiện Nhà nước chỉ mới đưa ra khung pháp luật chung cho phép các tổ chức tín dụng cung cấp dịch vụ này cho các DN, còn hướng dẫn cụ thể cho hoạt động này vẫn chưa có. Điều này cũng có thể một phần do đây là một loại hình dịch vụ mới mẻ, một phần Nhà nước vẫn chưa thực sự có định hướng cho việc phát triển dịch vụ mới này. Vì vậy, để có thể nhanh chóng đưa dịch vụ bao thanh toán vào đời sống hàng ngày của DN cũng như NH, Nhà nước nên có chính sách, định hướng cụ thể cho sự phát triển mảng dịch vụ này cũng như xây dựng những chính sách, biện pháp hợp lý nhằm khuyến khích, hỗ trợ dịch vụ bao thanh toán. Đó có thể là: nới lỏng từng bước và cải thiện dần các chính sách về quản lý tài chính tín dụng, các chính sách về phân biệt đối xử đối với các loại hình DN có vốn đầu tư nước ngoài, các DN tư nhân và các DN Nhà nước; các chính sách của nhà nước về quản lý ngoại hối, các rào cản về mặt hành chính như thủ tục hành chính, giấy phép, hạn ngạch,...

3.3.1.3. Ổn định và hoàn thiện chính sách thương mại

Hoạt động thương mại, đặc biệt là xuất khẩu đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành nhu cầu và là một trong những điều kiện quan trọng cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán. Một chính sách thương mại phù hợp và ổn định sẽ là

nền tảng và động lực tốt, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho sự phát triển hoạt động thương mại nói chung và xuất khẩu nói riêng. Hoạt động thương mại chịu ảnh hưởng rất lớn từ các chính sách thương mại của nhà nước. Hoạt động bao thanh toán cũng không nằm ngoài quy luật đó. Trong những năm qua, việc thường xuyên thay đổi của các văn bản quy định về chính sách thương mại trong hoạt động XNK, thuế quan,... đã làm ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động của các DN thương mại nói chung và DN XNK nói riêng. Vì vậy hoạt động của các NH (phục vụ nhu cầu thanh toán, tín dụng,... của các DN) cũng bị ảnh hưởng lớn, trong đó có cả hoạt động bao thanh toán. Do vậy, để phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa thì ổn định chính sách thương mại là yêu cầu không thể thiếu. Cùng với việc ổn định, chính sách thương mại cũng cần được hoàn thiện dần theo hướng khuyến khích XK theo đúng định hướng phát triển kinh tế đất nước.

Bên cạnh việc chịu tác động của các chính sách thương mại, sự phát triển của các NH nói chung và hoạt động bao thanh toán nói riêng còn chịu tác động của sự cân bằng trong cán cân thương mại của Việt nam. Trong thời gian qua, cán cân thương mại của Việt nam luôn trong tình trạng thâm hụt dẫn đến sự thâm hụt trong cán cân thanh toán quốc tế, gây ra tình trạng khan hiếm ngoại tệ làm ảnh hưởng không nhỏ đến các hoạt động của các NH trong đó có hoạt động bao thanh toán. Như vậy, việc ổn định và hoàn thiện chính sách thương mại cũng như cải thiện cán cân thương mại theo hướng khuyến khích XK và quản lý chặt chẽ NK là hết sức cần thiết nhằm tạo điều kiện cho dịch vụ bao thanh toán phát triển. Muốn vậy, trong thời gian tới, Nhà nước cần chú trọng tới các biện pháp như:

- Khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tham gia XK, đơn giản hóa các thủ tục hành chính, có biện pháp hỗ trợ về vốn và thông tin thị trường cho DN.

- Hoạt động đối ngoại, nhất là hoạt động thương mại với các thị trường lớn như: Mỹ, Nhật, Trung quốc, các nước ASEAN, EU,... cần được đẩy mạnh.

- Tăng sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường khu vực và thế giới bằng việc giảm giá thành thông qua việc khai thác hiệu quả các lợi thế về tài nguyên, đất đai, con người,...

- Đổi mới công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, đẩy mạnh XK những mặt hàng đã qua chế biến,... thông qua việc thực hiện các chính sách đầu tư hợp lý cho các doanh nghiệp XK.

- Thực hiện các chính sách khuyến khích XK thông qua các công cụ quản lý vĩ mô như: thuế, trợ giá ...

- Hạn chế NK các mặt hàng tiêu dùng và các mặt hàng trong nước đã sản xuất được như: hàng điện tử, ô tô,...

- Tiếp tục duy trì chính sách tỷ giá linh hoạt nhằm đảm bảo sự ổn định của nền kinh tế vĩ mô, đồng thời khuyến khích XK, hạn chế NK.

3.3.1.4. Nâng cao chất lượng hoạt động của Trung tâm thông tin tín dụng

Hiện nay, ở Việt Nam, Trung tâm thông tin tín dụng (CIC) do NHNN quản lý là cơ quan duy nhất có chức năng cung cấp thông tin cho các NHTM và thu thập thông tin từ các NH. Hoạt động của CIC sẽ giúp cho các NHTM, các DN và cá nhân có được những thông tin cần thiết và chính xác. Thông tin minh bạch sẽ tạo điều kiện thúc đẩy sự phát triển của thị trường tài chính nói chung và dịch vụ bao thanh toán nói riêng. Tuy nhiên, do những hạn chế về qui mô kho cơ sở dữ liệu, thời gian cung cấp thông tin,... nên hiện CIC vẫn chưa trở thành nơi tin cậy cung cấp những thông tin đầy đủ và chính xác giúp các NH phòng ngừa rủi ro trong hoạt động của mình. Vì vậy, thời gian tới cần phải nâng cao chất lượng hoạt động, hoàn thiện các dịch vụ của CIC bằng các biện pháp cụ thể, như:

- NHNN cần tăng cường đầu tư cơ sở vật chất, máy móc thiết bị cũng như đào tạo đội ngũ cán bộ để nâng cao chất lượng hoạt động của CIC.

- Cần có qui định cụ thể về việc các NHTM phải thông báo đầy đủ về tình hình tài chính, tình hình vay vốn và trả nợ của các DN cho CIC theo từng thời kỳ để CIC theo dõi và cập nhật số liệu.

- Các DN có đăng ký kinh doanh theo thời hạn phải nộp cho CIC bảng tổng kết tài sản đã được kiểm toán, báo cáo thu chi và các báo cáo khác để CIC tổng hợp, phân tích nhằm có một cơ sở dữ liệu đầy đủ, chuẩn xác cung cấp cho các NH và các DN khi cần.

- Cần thống nhất qui định CIC là nơi phải đăng ký theo pháp định tài sản thế chấp các khoản cho vay/tài trợ của các NH để tránh trường hợp một tài sản được đem thế chấp ở nhiều nơi.

- Ngoài các biện pháp mang tính chất hành chính như trên thì CIC cần phải chứng minh cho các NHTM và các DN thấy được lợi ích mà CIC đem lại cho nền kinh tế nói chung và cho các NHTM, các DN nói riêng để họ nghiêm chỉnh chấp hành việc thông tin và nộp các báo cáo thường xuyên, đầy đủ một cách tự nguyện.

- Cần có cơ chế khuyến khích lợi ích vật chất rõ ràng để tăng hiệu quả hoạt động của CIC. Tùy theo dịch vụ cung cấp, CIC có quyền được hưởng một mức phí thỏa đáng, nhưng ngược lại nếu thông tin chậm trễ hay sai lệch, gây rủi ro cho người sử dụng thì CIC phải chịu trách nhiệm và phải chia sẻ một phần rủi ro đó bằng cách bồi thường một tỷ lệ nhất định trên khoản vay/tài trợ. Bởi khi là cơ quan thu thập và cung cấp thông tin, CIC phải chịu trách nhiệm về những thông tin do mình cung cấp.

3.3.1.5. Thành lập công ty định mức tín nhiệm

Hệ số tín nhiệm chính là một chỉ tiêu để các factor và forfaiter có thể đánh giá được khả năng tài chính thực tế của DN. Hệ số tín nhiệm của các DN ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định có thực hiện bao thanh toán cho các DN hay không, chính vì vậy đây là một nhân tố quan trọng quyết định đến sự phát triển dịch vụ bao thanh toán. Đặc biệt trong bao thanh toán quốc tế, có sự tham gia của các đại lý bao thanh toán nước ngoài thì hệ số tín nhiệm là một chỉ số quan trọng trong việc đánh giá mức độ rủi ro khi tài trợ và mua bán các khoản phải thu.

Trong giai đoạn đầu triển khai dịch vụ bao thanh toán factoring và forfaiting, các DN có thể thuê các công ty định mức tín nhiệm quốc tế như Moody's, S&P, Fitch Rating... Nhưng nếu muốn dịch vụ bao thanh toán thực sự phát triển, đặc biệt là bao thanh toán quốc tế - một hoạt động tiềm ẩn rất nhiều rủi ro khi đánh giá khả năng tài chính của đối tác thì rất cần thành lập các công ty định mức tín nhiệm để có thể giảm thiểu các rủi ro này.

Để thành lập các công ty định mức tín nhiệm cần có sự trợ giúp kỹ thuật từ các công ty định mức tín nhiệm nổi tiếng quốc tế để có thể đảm bảo kỹ thuật xác định hệ số tín nhiệm, đảm bảo chất lượng của hệ số tín nhiệm khi công bố và từ đó

có thể xây dựng được uy tín của công ty định mức tín dụng tại Việt Nam. Để đảm bảo được tính độc lập, cộng đồng cao, các công ty định mức tín nhiệm ở Việt Nam cần được thành lập dưới dạng các công ty cổ phần và thiết lập một tỷ lệ sở hữu vốn điều lệ hợp lý với các cổ đông. Để giảm bớt sự can thiệp của nhà nước nhằm đảm bảo tính khách quan khi xác định hệ số tín nhiệm cần giữ tỉ lệ sở hữu vốn điều lệ nhà nước ở một tỷ lệ nhất định, không để nhà nước nắm quyền chi phối, với các công ty nước ngoài chỉ nên hạn chế tỷ lệ sở hữu ở một tỷ lệ hợp lý để vừa có thể nhận chuyển giao công nghệ, chuyển giao vốn vừa có thể tránh công ty nước ngoài nắm quyền chi phối các công ty định mức tín nhiệm của Việt Nam.

3.3.1.6. Tăng cường công tác đào tạo về bao thanh toán tại các trường đại học, cao đẳng

Để dịch vụ bao thanh toán có thể phát triển và được sử dụng phổ biến trong giao dịch thanh toán của các DN Việt Nam thì vấn đề cần làm trước hết là giới thiệu, phổ biến được dịch vụ này một cách chi tiết đến với người sử dụng để họ thấy được lợi ích to lớn mà dịch vụ này mang lại và lựa chọn sử dụng nó. Việc giới thiệu về bao thanh toán không chỉ là nhiệm vụ của các NH mà cần làm sớm hơn, ngay trong chương trình đào tạo cho sinh viên của các trường đại học, cao đẳng khối kinh tế. Bởi chính họ sẽ là chủ các DN trong tương lai. Để các DN có hứng thú và lựa chọn sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì ngay từ bây giờ các sinh viên kinh tế phải hiểu được giá trị đích thực của việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán. Tuy nhiên, hiện nay chỉ có một số trường đại học Việt Nam là trong chương trình giảng dạy có giới thiệu về bao thanh toán nhưng khối lượng còn rất hạn chế. Trong khi các NH khi muốn tổ chức đào tạo bồi dưỡng kiến thức về bao thanh toán cho cán bộ nhân viên của NH mình thì thường phải mua bản quyền chương trình đào tạo, thuê chuyên gia của nước ngoài và của các hiệp hội bao thanh toán quốc tế.

Thời gian tới, các trường đại học, cao đẳng cần đưa lý thuyết về bao thanh toán vào chương trình giảng dạy để chuẩn bị cho sinh viên một nền tảng kiến thức cơ bản về vấn đề này khi ra trường. Các trường cần đổi mới, hoàn thiện nội dung các giáo trình, chương trình đào tạo, nâng cao chất lượng và số lượng đội ngũ giáo viên, xây dựng thêm các giáo trình, chương trình mới phù hợp với yêu cầu của thị

trường và cho mọi đối tượng người học. Bên cạnh đó, các trường cũng cần cập nhật hệ thống giáo trình cho phù hợp với sự thay đổi của thị trường quốc tế nhằm giúp sinh viên thích ứng tốt hơn với điều kiện môi trường làm việc sau này.

3.3.2. Nhóm giải pháp đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán (các NHTM)

3.3.2.1. Nhận thức rõ sự cần thiết của việc phát triển dịch vụ bao thanh toán và có mô hình tổ chức phù hợp để phát triển dịch vụ này

Vấn đề nhận thức mang tính quyết định đến sự thành bại của việc phát triển dịch vụ bao thanh toán. Đó là bài học đã được rút ra từ kinh nghiệm của các quốc gia như Anh, Hà Lan,... Các NHTM cần có nhận thức đúng đắn về dịch vụ bao thanh toán, hiểu được những lợi ích mà nó đem lại, coi nó như một cơ hội đem lại lợi nhuận cho NH. Có như vậy mới ý thức được sự cần thiết và có những biện pháp hợp lý cho phát triển loại hình dịch vụ này.

Các NHTM cần có kế hoạch và chương trình cụ thể để giới thiệu, phổ biến kiến thức về bao thanh toán ở NH mình hoặc cũng có thể liên kết với các NH, các tổ chức, đơn vị khác để tổ chức giới thiệu về dịch vụ này đến các đối tượng liên quan như đã tổ chức một lần vào năm 2006 với sự phối hợp của FCI.

Bên cạnh việc nâng cao nhận thức về sự cần thiết, để bao thanh toán có thể phát triển, các NH còn cần phải xây dựng cho mình một mô hình tổ chức thật phù hợp và hiệu quả.

Về *mô hình tổ chức*, có thể tham khảo kinh nghiệm từ các quốc gia như Italia, Pháp, Đan Mạch. Nên để bộ phận phụ trách dịch vụ bao thanh toán độc lập với các bộ phận cung cấp các dịch vụ khác của NH, nhất là bộ phận tín dụng để có thể áp dụng các tiêu chuẩn thẩm định riêng vì nghiệp vụ cho vay và nghiệp vụ bao thanh toán không phải là một và không thể chịu chung sự kiểm soát theo cùng một kiểu. Trên tinh thần đó, các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán có thể xây dựng mô hình tổ chức theo một số hình thức như:

- Một bộ phận nằm trong Phòng nghiệp vụ có liên quan của NH hoặc công ty tài chính tùy theo cơ cấu sẵn có của các đơn vị (chẳng hạn như Bộ phận bao thanh toán trong Phòng thanh toán quốc tế, Phòng nghiệp vụ ngân hàng quốc tế, Phòng quản lý tín dụng,...)

- Một Phòng bao thanh toán thuộc ngân hàng/công ty tài chính.
- Một công ty con trực thuộc ngân hàng
- Một công ty con của một Tập đoàn công nghiệp hoặc tài chính
- Một công ty hoàn toàn độc lập (có thể là công ty nhà nước, công ty liên doanh, công ty có vốn nước ngoài, cũng có thể là công ty tư nhân nếu đủ năng lực)

Song, trong giai đoạn hiện nay, có lẽ mô hình tổ chức hiệu quả và khả thi nhất là mô hình một Phòng bao thanh toán thuộc ngân hàng/công ty tài chính hoặc một Công ty con thuộc ngân hàng/công ty tài chính.

Về *cơ cấu tổ chức*, vì bao thanh toán là một dịch vụ khá phức tạp nên để thực hiện tốt cần có sự phân chia thành các bộ phận chịu trách nhiệm cụ thể nhưng cũng cần có sự phối hợp và hỗ trợ lẫn nhau giữa các bộ phận này. Với mô hình tổ chức một Phòng bao thanh toán thuộc ngân hàng/công ty tài chính hoặc một Công ty con thuộc ngân hàng/công ty tài chính, cơ cấu tổ chức có thể gồm các bộ phận như:

- Bộ phận tổ chức
- Bộ phận thực hiện nghiệp vụ bao thanh toán: Đây là bộ phận chịu trách nhiệm xét duyệt và thực hiện các nghiệp vụ chuyên môn về bao thanh toán
- Bộ phận Marketing: là bộ phận chịu trách nhiệm giới thiệu, quảng bá dịch vụ bao thanh toán tới các đối tượng khách hàng, đồng thời giải đáp thắc mắc, tư vấn cho khách hàng và tiếp nhận hồ sơ đề nghị cung cấp dịch vụ của khách hàng,...
- Bộ phận kế toán: là bộ phận thực hiện các nghiệp vụ liên quan trong lĩnh vực kế toán trong đó có nghiệp vụ quan trọng là quản lý nợ.
- Bộ phận tham vấn pháp luật: Bộ phận này chịu trách nhiệm tư vấn các qui định pháp lý, các thủ tục cần thiết trong giao dịch, đặc biệt là khi giao dịch với các đối tác nước ngoài.

Về *phạm vi cung cấp dịch vụ*, trong điều kiện hiện nay ở Việt Nam, các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán vẫn nên chủ yếu tập trung vào cung cấp dịch vụ bao thanh toán factoring. Trong thời gian tới, khi các điều kiện cần thiết đã được hội đủ thì mới nên triển khai dịch vụ bao thanh toán forfaiting. Tuy nhiên, ngay từ bây giờ vẫn cần phải tích cực quảng bá, giới thiệu về bao thanh toán forfaiting để thu hút sự quan tâm của các đối tượng trong nền kinh tế đối với loại hình dịch vụ này.

3.3.2.2. Tăng cường hoạt động Marketing cho dịch vụ bao thanh toán

Trong thời đại hiện nay, một trong những con đường đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng nhanh và hiệu quả nhất là marketing sản phẩm, đặc biệt là đối với những sản phẩm mới. Kinh nghiệm của các nước đã thực hiện bao thanh toán thành công cho thấy marketing có vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển dịch vụ này. Ở Việt nam, bao thanh toán là dịch vụ mới, chưa được phổ biến rộng rãi nên các DN còn chưa hiểu đúng bản chất, chưa thấy rõ được lợi ích mà dịch vụ này đem lại. Do vậy, để có thể phát triển dịch vụ bao thanh toán, các NH và tổ chức tín dụng cần phải có chiến lược quảng bá, marketing sản phẩm bao thanh toán một cách có hiệu quả. Tuy nhiên, các NHTM cung cấp dịch vụ này ở nước ta hiện nay vẫn chưa thực sự chú trọng tới vấn đề này. Các NHTM Việt Nam đã giới thiệu sản phẩm bao thanh toán tới các DN nhưng vẫn chưa có các chương trình, chiến lược cụ thể. Hoạt động quảng cáo, giới thiệu về dịch vụ này phần lớn mới chỉ được thực hiện qua các website của NHTM và nội dung cũng còn khá khiêm tốn. Trong thời gian tới, việc cấp thiết đặt ra đối với các NHTM là xây dựng được một chiến lược marketing cụ thể cho dịch vụ bao thanh toán; chiến lược này phải được quán triệt sâu rộng đến từng cán bộ, nhân viên triển khai nghiệp vụ. Một chiến lược marketing hiệu quả cần chú trọng đến một số vấn đề sau:

- Nghiên cứu thị trường để nắm bắt được tập quán, thái độ và động cơ lựa chọn NH của khách hàng. Các nghiên cứu đã chỉ ra rằng sự lựa chọn NH của khách hàng thường được dựa trên cơ sở so sánh các tiêu chuẩn ngân hàng như địa điểm, chất lượng, thái độ phục vụ, sự thuận tiện và dễ dàng khi giao dịch, hình ảnh về sức mạnh và an toàn của NH.

- Nghiên cứu khả năng cạnh tranh của NH hiện tại và trong tương lai để tìm ra được các điểm mạnh cần được phát huy và các điểm yếu cần được khắc phục.

- Dự đoán và phân tích hướng phát triển của thị trường, lựa chọn nhóm khách hàng mục tiêu.

- Xây dựng và thực hiện các chính sách khách hàng linh hoạt – bộ phận quan trọng nhất trong hoạt động marketing của NH. Cụ thể:

- + Nắm bắt nhu cầu của khách hàng để cung cấp những sản phẩm, dịch vụ phù hợp với nhu cầu và yêu cầu của khách hàng.

+ Duy trì, củng cố quan hệ với khách hàng truyền thống; phát triển thêm khách hàng mới

+ Nâng cao chất lượng, thái độ phục vụ khách hàng của các nhân viên giao dịch - lực lượng trực tiếp tiếp xúc với khách hàng. Đây là cách quảng cáo tốt nhất, gây ấn tượng và có sức thu hút khách hàng nhất nhưng lại có chi phí thấp nhất.

Chiến lược marketing có hiệu quả sẽ giúp các NH phổ biến một cách sâu rộng dịch vụ này cho các DN để họ thấy được những lợi ích và cơ hội kinh doanh hiệu quả mà bao thanh toán mang lại. Để quảng bá sản phẩm, các NH có thể thông qua các hình thức quảng cáo đa dạng trên các phương tiện thông tin đại chúng, phát tờ rơi, gửi thư giới thiệu nhằm phổ biến đến các DN XNK những lợi ích mà dịch vụ bao thanh toán đem lại. Các NH cũng cần đưa ra được các số liệu chứng minh số nợ khó đòi ở các DN không sử dụng dịch vụ bao thanh toán cao hơn so với các DN sử dụng dịch vụ này, đặc biệt là những khoản tiền mà bao thanh toán tiết kiệm cho DN qua các dịch vụ cung ứng. Bên cạnh đó, mức lãi suất và phí dịch vụ cũng cần phải được cân nhắc đối với từng đối tượng nhằm tăng tính cạnh tranh. Thêm vào đó, việc đào tạo cho các nhân viên trực tiếp giao dịch với khách hàng (như kế toán viên, chuyên viên khách hàng) trong NH về những đặc điểm, loại hình bao thanh toán mà NH mình cung cấp cho khách hàng là rất cần thiết vì đây là những người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng và có ảnh hưởng rất lớn đối với nhận thức của khách hàng về các sản phẩm dịch vụ của NH.

Ngoài ra, các hội thảo về chuyên đề “Bao thanh toán” cũng cần phải tăng cường nhằm tuyên truyền thêm về sản phẩm, dịch vụ mới này. Khi tổ chức hội thảo, các NH nên quảng cáo việc tổ chức này trên các phương tiện thông tin đại chúng để có thể thu hút được tất cả những người có liên quan. Có như vậy mới thu hút được sự quan tâm của các DN, có thể lúc đầu họ chưa có nhu cầu, chưa mấy quan tâm nhưng cũng có thể biết về dịch vụ mới này, họ cũng có thể sẽ tìm hiểu thêm về dịch vụ mới, tạo nên được cầu tiềm năng cho sản phẩm dịch vụ này.

3.3.2.3. Phát triển nguồn nhân lực phục vụ cho dịch vụ bao thanh toán

Việc đầu tư đúng đắn để phát triển nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động bao thanh toán đã đem lại cho Anh quốc những thành công lớn trong phát triển dịch

vụ này. Đây là bài học cho tất cả các quốc gia muốn phát triển dịch vụ này, trong đó có Việt Nam. Đối với loại hình dịch vụ mới như bao thanh toán, phát triển nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu công việc mang tính quyết định cho sự tồn tại và phát triển dịch vụ. Bao thanh toán là một dịch vụ mới trên thị trường Việt Nam, bao thanh toán lại liên quan đến khá nhiều các lĩnh vực: kế toán, tin dụng, thanh toán và kỹ năng sử dụng phần mềm quản lý, kỹ năng sử dụng máy vi tính và mạng... Do đặc thù đó nhân sự cho phát triển dịch vụ bao thanh toán đòi hỏi phải có nhiều kỹ năng và hiểu biết chung về các nghiệp vụ nói trên, có như vậy mới có thể đáp ứng được những nhu cầu để phát triển dịch vụ mới mẻ này. Nguồn nhân lực phải đảm bảo được việc giải quyết tốt các nhu cầu, các thắc mắc về sản phẩm, phải làm sao để cho các DN biết đến và sử dụng dịch vụ. Để làm được như vậy, các NH cần xây dựng một chiến lược nhân sự cụ thể từ khâu tuyển chọn tới khâu đào tạo, bồi dưỡng và sử dụng. Muốn vậy, các NH cần quan tâm đến một số vấn đề sau:

- Xây dựng hệ thống chuẩn mực trong công tác tuyển chọn cán bộ: đội ngũ cán bộ thiếu năng lực chuyên môn, thiếu đạo đức sẽ gây nhiều rủi ro trong hoạt động kinh doanh sau này. Nhân sự đã được tuyển chọn cần được bố trí theo đúng năng lực chuyên môn, nghiệp vụ đã được đào tạo để có thể phát huy được khả năng. Trong quá trình sắp xếp nhân sự cũng cần cân nhắc giữa tính năng động, dám mạo hiểm của đội ngũ cán bộ trẻ với kinh nghiệm trong hoạt động thực tiễn của đội ngũ cán bộ đã có thâm niên công tác.

- Xây dựng chế độ đãi ngộ hợp lý: xây dựng chính sách khuyến khích về lương thưởng đối với cán bộ có nhiều thành tích trong công tác, đồng thời xử phạt nghiêm minh đối với những cán bộ không hoàn thành nhiệm vụ, có những biểu hiện làm ảnh hưởng đến uy tín của NH.

- Xây dựng kế hoạch thường xuyên đào tạo, nâng cao nghiệp vụ cho nguồn nhân lực: do là nghiệp vụ mới lại có liên quan đến nhiều lĩnh vực, nguồn nhân lực phục vụ cho nghiệp vụ bao thanh toán cần được trang bị kiến thức không chỉ về nghiệp vụ bao thanh toán, mà còn cần được trang bị kiến thức về thông lệ và tập quán quốc tế, các điều kiện thương mại quốc tế, kiến thức về mặt luật pháp quốc

gia, nhất là một trình độ ngoại ngữ nhất định. Do đó, trong công tác đào tạo, các NH cần tiến hành các công việc cụ thể sau:

+ Thường xuyên cử nhân viên đi đào tạo về chuyên môn và ngoại ngữ trong và ngoài nước, đưa cán bộ đi khảo sát thực tế ở các nước có dịch vụ bao thanh toán phát triển để học hỏi kinh nghiệm và các kỹ thuật chuyên môn, tham gia thường xuyên các cuộc hội thảo của FCI để trao đổi và học hỏi kinh nghiệm quốc tế.

+ Tổ chức các lớp tập huấn nội bộ, định kỳ mở các lớp đào tạo nghiệp vụ mới, công nghệ mới cho cán bộ NH nói chung và cán bộ bao thanh toán nói riêng.

+ Tổ chức các khóa đào tạo tại chỗ nhằm trang bị kiến thức chuyên môn và kiến thức pháp luật cho đội ngũ nhân viên dưới hình thức mời các chuyên gia giàu kinh nghiệm giảng dạy.

- Xây dựng quy chế sát hạch về chất lượng đội ngũ nhân sự định kỳ nhằm đánh giá trình độ cán bộ để có những điều chỉnh sắp xếp công việc phù hợp, đồng thời khuyến khích cán bộ không ngừng nâng cao trình độ để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của công việc. Đồng thời, các NHTM cũng cần chú trọng việc xây dựng đội ngũ các nhà quản trị, đội ngũ lãnh đạo có năng lực điều hành, có trình độ chuyên môn, đạo đức trong sáng, vừa có khả năng điều hành tốt mọi hoạt động của NH vừa biết cách khuyến khích các cán bộ cấp dưới làm việc một cách hiệu quả.

3.3.2.4. Nâng cao năng lực tài chính của các NHTM

Hiện nay, mức vốn tự có của các NHTM Việt Nam nhỏ hơn nhiều so với các NH trong khu vực cũng như trên thế giới. Theo Nghị định 141/2006/NĐ-CP ban hành ngày 22/11/2006 về Ban hành danh mục mức vốn pháp định của các tổ chức tín dụng thì đến 31/12/2010, các NHTM phải đạt mức vốn pháp định tối thiểu là 3.000 tỷ đồng. Trong khi các NH thuộc khối NHTMNN đã đạt mức vốn pháp định tối thiểu thì nhiều NHTMCP vẫn chưa đạt được yêu cầu này. Thị trường vốn Việt Nam chịu tác động từ cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới và suy thoái kinh tế trong nước nên vẫn luôn trong tình trạng căng thẳng về vốn, khiến việc huy động vốn nhằm đạt mức vốn pháp định của các NHTMCP gặp nhiều khó khăn. Vì vậy, theo Báo cáo thường niên của NHNN thì đến tháng 12/2010 vẫn còn 9 NHTMCP chưa đáp ứng được qui định về vốn và NHNN đã hoãn thời hạn này đến 31/12/2011. Tuy

nhiên, năm 2011 vẫn là một năm đầy biến động đối với hoạt động NH với nhiều qui định mới của NHNN. Do đó, dù đã hết sức nỗ lực nhưng đến cuối năm 2011 vẫn còn 3 NHTMCP Việt Nam chưa đáp ứng được yêu cầu về vốn tối thiểu, đó là các NH: NH Sài Gòn, NH xăng dầu Petrolimex và NH Bảo Việt.

Qui mô vốn yếu kém sẽ làm giảm khả năng mở rộng hoạt động tín dụng và phát triển dịch vụ bao thanh toán của các NH.

Chính vì vậy, để phát triển dịch vụ bao thanh toán thì cần phải xây dựng được một hệ thống các định chế tài chính trung gian đa dạng và đủ mạnh, trên cơ sở một hệ thống các NHTM ngang tầm khu vực và quốc tế, hướng tới việc hình thành các tập đoàn tài chính ngân hàng đa năng có khả năng chi phối thị trường cả trong và ngoài nước. Điều này buộc chúng ta phải cơ cấu lại hệ thống các NHTM.

Với mục tiêu có thể có một số tập đoàn tài chính ngân hàng đa năng đứng thứ hạng từ 50 đến 70 trong khu vực trong giai đoạn 2015-2020, các NHTM Việt Nam cần phải tiếp tục nâng cao năng lực tài chính của mình. Để tăng cường tiềm lực tài chính, các NHTM có thể:

- Cổ phần hóa, phát hành cổ phiếu ra công chúng nhằm huy động nguồn vốn khổng lồ từ xã hội

- Mua và sáp nhập một số NH trong nước để nhanh chóng mở rộng phạm vi hoạt động, tăng cường tiềm lực và qui mô ảnh hưởng. Đây là kinh nghiệm và xu thế hình thành của các tập đoàn tài chính lớn trên thế giới. Cách này có thể giúp các tập đoàn nhanh chóng có được một tiềm lực tài chính mạnh, đồng thời kết hợp và phát triển được mạng lưới các chi nhánh của mình với chi phí có thể giảm thiểu đáng kể.

3.3.2.5. Nâng cao chất lượng dịch vụ bao thanh toán

Thực trạng cung ứng và sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam (đã phân tích ở Chương 2) cho thấy chất lượng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam thời gian qua chưa được các doanh nghiệp đánh giá cao. Vì vậy, để có thể phát triển dịch vụ này thì vấn đề nâng cao chất lượng dịch vụ là hết sức cần thiết. Nâng cao chất lượng dịch vụ bao thanh toán được thể hiện cụ thể qua các chỉ tiêu như: *đa dạng hóa các loại hình bao thanh toán, tăng tỷ lệ ứng trước, giảm phí bao thanh toán, ...*

Tại Việt nam hiện nay, sản phẩm bao thanh toán chỉ có một hình thức duy nhất là bao thanh toán factoring và thường là loại có truy đòi. Vấn đề đặt ra trong thời gian tới là cần nghiên cứu phát triển thêm nhiều sản phẩm mới như: bao thanh toán đầy đủ, chiết khấu hóa đơn, bao thanh toán toàn bộ, bao thanh toán một phần, bao thanh toán công khai. Bên cạnh đó, để đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng, có thể cung cấp nhiều hình thức khác. Chẳng hạn, bên cạnh việc mua lại các khoản phải thu dưới hình thức có truy đòi, có thể thực hiện bao thanh toán miễn truy đòi đối với bên mua có uy tín cao trên thị trường. Trong hoạt động thương mại quốc tế, bao thanh toán miễn truy đòi sản phẩm được nhiều nhà XK lựa chọn. Bởi do thiếu thông tin, không nắm rõ về đối tác, để đảm bảo an toàn, nhà XK trong nước sẽ sẵn sàng chấp nhận trả cho NH mức phí cao hơn. Hình thức này vừa có tác dụng đa dạng hóa sản phẩm bao thanh toán vừa tăng thêm nguồn thu cho NH.

Hiện nay, mức phí dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam được đánh giá là quá cao, cản trở các DN sử dụng dịch vụ này. Vì vậy, bên cạnh việc đa dạng hóa các loại hình dịch vụ bao thanh toán, thì để nâng cao chất lượng dịch vụ, các NH cũng cần nghiên cứu, tính toán lại mức phí bao thanh toán theo hướng giảm dần để thu hút khách hàng. Đồng thời, đơn giản hóa các thủ tục, tạo điều kiện thuận lợi cho DN khi sử dụng dịch vụ này cũng là biện pháp các NH cần làm để góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ bao thanh toán, thúc đẩy dịch vụ bao thanh toán phát triển.

3.3.2.6. Tăng cường mối quan hệ giữa các đơn vị bao thanh toán

Một NH muốn thực hiện tốt hoạt động bao thanh toán, đặc biệt là bao thanh toán quốc tế thì cần phải có mối quan hệ rộng rãi với các tổ chức bao thanh toán khác trên thế giới. Trên thực tế, hiện nay có rất ít NH Việt Nam đủ điều kiện để mở chi nhánh ở nước ngoài, mối quan hệ với các NH, các tổ chức bao thanh toán nước ngoài còn nhiều hạn chế. Đây là một khó khăn lớn đối với các NH Việt Nam trong quá trình phát triển dịch vụ bao thanh toán, nhất là bao thanh toán quốc tế. Nếu so với các NH trong khu vực và trên thế giới thì số lượng đại lý của các NHTM Việt Nam cũng còn rất khiêm tốn.

**Bảng 3.1. So sánh số lượng ngân hàng đại lý
của một số NHTM Việt Nam với NH nước ngoài năm 2011**

NHTMVN			NHNNg		
<i>STT</i>	<i>Ngân hàng</i>	<i>Số lượng NHĐL</i>	<i>STT</i>	<i>Ngân hàng</i>	<i>Số lượng NHĐL</i>
1	BIDV	1.600	1	Korea ExchangeBank	3.000
2	VCB	1.200	2	HSBC	4.000
3	Agribank	1.044	3	Standard Chatered	2.700
4	Vietinbank	900	4	Citibank	3.600
5	Seabank	200	5	ANZbank	3.500

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo thường niên năm 2011 của các ngân hàng (Phụ lục 9)

Để tăng thêm hiệu quả trong hoạt động, các đơn vị bao thanh toán có thể nhận làm đại lý cho nhau trên cơ sở hai bên cùng có lợi. Quan hệ bao thanh toán đại lý càng được mở rộng thì việc thu hồi nợ càng trở nên dễ dàng, nhanh chóng và tiết kiệm hơn. Thực tế đã chỉ ra đơn vị bao thanh toán có mạng lưới đại lý rộng lớn thì hoạt động bao thanh toán càng phát triển. Do đó, để hoạt động bao thanh toán ngày càng phát triển tại Việt nam, các NH cần tích cực chủ động trong việc mở rộng quan hệ với các tổ chức bao thanh toán trong và ngoài nước, xây dựng một chiến lược về quan hệ đại lý. Một chiến lược hiệu quả cần:

- + Có sự gắn kết quan hệ đại lý với quan hệ khách hàng
- + Chủ động mở rộng quan hệ đại lý với các tổ chức bao thanh toán.
- + Thường xuyên thu thập số liệu về hiệu quả kinh doanh và khả năng giải quyết tranh chấp của các đại lý bao thanh toán; đồng thời thường xuyên theo dõi đánh giá mối quan hệ với các đại lý bao thanh toán trên các mặt giao dịch, thanh toán, thu nợ, bảo hiểm, để lựa chọn đơn vị đại lý bao thanh toán hiệu quả.

Việc mở rộng hệ thống đại lý là rất cần thiết vì nó tạo dựng thêm rất nhiều lợi ích không chỉ trong việc mở rộng các thị trường mà giúp cho việc tra soát các khoản thanh toán cũng dễ dàng hơn. Thêm vào đó, nhờ vào các mối quan hệ đại lý, các vấn đề sẽ được theo dõi, tra soát và giải quyết tốt hơn, đỡ tốn thời gian và chi phí, đem lại hiệu quả công việc chung tốt hơn rất nhiều.

Tuy nhiên, để có thể có được một hệ thống đại lý bao thanh toán tốt, các NH Việt Nam cũng cần phải nâng cao uy tín của mình. Không phải ngẫu nhiên mà một

đơn vị bao thanh toán lại được một đơn vị bao thanh toán khác đề nghị làm đại lý cho mình. Thông thường trong TTQT, đơn vị bao thanh toán đại lý được chọn có thể chính là NH mà người XK hay người NK có tài khoản tại đó hoặc là một NH đại lý tại nước của người XK, người NK. Chính vì vậy, để có thể có được sự tin tưởng của các tổ chức tín dụng trên thế giới, các NH Việt Nam phải xây dựng hình ảnh và uy tín của mình trên trường quốc tế. Có như vậy thì việc lựa chọn các tổ chức tín dụng trên thế giới làm đại lý bao thanh toán cho mình sẽ thuận lợi hơn rất nhiều, đem lại lợi ích cho chính bản thân NH và cả cho các khách hàng.

Để có được sự tin nhiệm của các tổ chức tín dụng trên trường quốc tế, các NH phải nâng cao uy tín tín dụng của mình trong các hoạt động về thanh toán quốc tế và các nghiệp vụ liên quan đến tín dụng. Chỉ có như vậy, các NH Việt Nam mới có thể tạo dựng được hình ảnh tốt trên thị trường quốc tế.

3.3.2.7. Áp dụng hiệu quả các biện pháp phòng ngừa rủi ro

Rủi ro trong hoạt động bao thanh toán không chỉ ảnh hưởng đến doanh thu của NH mà còn có tác động xấu tới nền kinh tế nói chung. Vì vậy, để nâng cao hiệu quả và phát triển dịch vụ bao thanh toán thì một trong những giải pháp quan trọng hàng đầu đối với bên cung cấp dịch vụ bao thanh toán là phải xây dựng được các công cụ, biện pháp phòng ngừa rủi ro thích hợp.

- Tăng cường chất lượng khâu thẩm định: đây là nghiệp vụ quan trọng đối với mọi loại hình tín dụng. Các kết luận của khâu thẩm định là cơ sở để đánh giá chất lượng khoản phải thu. Việc thẩm định phải tiến hành theo đúng và đầy đủ quy trình từ việc đánh giá tình hình sản xuất kinh doanh, tình hình tài chính và tổ chức hoạt động của khách hàng. Để có những kết luận xác thực, khâu thẩm định phải thu thập đầy đủ thông tin cần thiết về mọi hoạt động của khách hàng, phân tích có đối chiếu và so sánh với các số liệu báo cáo.

- Có kế hoạch giám sát thường xuyên: việc giám sát thường xuyên sẽ kịp thời cung cấp thông tin về những biến động của khách hàng có thể gây rủi ro cho đơn vị bao thanh toán. Khi giám sát cần đặt trọng tâm vào các tiêu chí sau:

- + Tổng các loại phải thu, đánh giá năng lực của người bán
- + Thời gian thực hiện thanh toán (số ngày quá hạn tính trung bình)

- + Bảng kê thời gian các khoản phải thu
- + Phân tích tín dụng với người mua lớn nhất

Các thông tin này được cung cấp từ bộ phận kế toán, báo cáo kiểm toán, tham khảo từ các nguồn thương mại, quá trình lịch sử thanh toán nợ,... Cần phải xác minh tính chân thực của các giao dịch giữa bên bán và bên mua, nắm bắt tốt các quy trình giao dịch, thanh toán để đánh giá về khoản thu được bao thanh toán.

- Thiết lập mối quan hệ với các tổ chức tín dụng nhằm tăng cường việc trao đổi thông tin từ đó phát hiện ra các điểm bất thường, đặc biệt loại trừ việc đảo nợ của khách hàng, dùng lập các chứng từ hóa đơn và các hợp đồng vay vốn.

- Ràng buộc các yếu tố đảm bảo: nhằm tăng thêm trách nhiệm của khách hàng trong việc thanh toán nợ. Các hình thức ràng buộc có thể là ký quỹ, cầm cố, thế chấp tài sản, bảo lãnh bằng tài sản của bên thứ ba, các hình thức đảm bảo khác.

- Quy định rõ phương thức thu nợ: nhằm kịp thời thu nợ các khoản vay đáo hạn từ bên mua mà đơn vị bao thanh toán đã ứng trước. Phương thức thu nợ cần được xây dựng cùng với phương thức bao thanh toán trong đó phải tính đến phương thức xử lý tài sản khi cần thiết.

- Bảo hiểm cho khoản phải thu đã tiến hành ứng trước: đơn vị bao thanh toán cần mua bảo hiểm với từng danh mục cho vay với công ty bảo hiểm nhằm giảm thiểu rủi ro cho hoạt động.

3.3.2.8. Lựa chọn khách hàng mục tiêu

Không phải tất cả các DN và tất cả các sản phẩm hàng hóa đều phù hợp với dịch vụ bao thanh toán. Vì vậy, tổ chức bao thanh toán muốn thực hiện thành công và có hiệu quả các giao dịch bao thanh toán thì trước hết phải lựa chọn đúng sản phẩm hàng hóa, lựa chọn đúng khách hàng. Có một số tiêu chuẩn cần được xem xét đánh giá khi lựa chọn sản phẩm và khách hàng bao thanh toán:

- *Tiêu chuẩn đối với sản phẩm:*

· Các khoản nợ phát sinh từ việc bán các sản phẩm có thể thu hồi từ người mua một cách vô điều kiện mà không cần sự tham gia của người bán. Vì vậy, sản phẩm phù hợp nhất với dịch vụ bao thanh toán là nguyên vật liệu, linh kiện và hàng tiêu dùng. Các sản phẩm này không yêu cầu dịch vụ hậu mãi hoặc bảo trì, bảo hành.

· Hóa đơn của các sản phẩm này cũng phải đáp ứng được những điều kiện nhất định như: các hóa đơn phải chuyển nhượng được, thu nợ được một cách vô điều kiện. Hóa đơn phải đại diện cho một giao dịch bán hàng thực sự của một sản phẩm hàng hóa/dịch vụ hoàn chỉnh. Trường hợp người bán bị phá sản, những hóa đơn đến hạn phải giữ được giá trị của chúng, nghĩa là chúng sẽ không có tranh chấp.

- *Tiêu chuẩn đối với doanh nghiệp:*

Đối với doanh nghiệp bán hàng:

· Đang bán hàng hoặc đang bị người mua yêu cầu bán hàng theo phương thức thanh toán ghi sổ hoặc D/A (phương thức trả chậm)

· Tình hình tài chính, kinh doanh tốt, trình độ quản lý tốt

· Có kinh nghiệm trong sản xuất kinh doanh và XK sản phẩm

· Có mối quan hệ truyền thống tốt đẹp với các bên mua hàng

· Có truyền thống giao dịch tốt với NH, các tổ chức bao thanh toán, các đơn

vị bảo hiểm rủi ro

Đối với doanh nghiệp mua hàng:

· Tình hình tài chính, kinh doanh và uy tín tốt

· Có uy tín và kinh nghiệm trên thị trường về sản phẩm được bao thanh toán

· Có trình độ quản lý tốt

3.3.2.9. Chú trọng công tác tư vấn cho khách hàng

Trước tình hình thực tế hiện nay là rất nhiều DN XNK Việt Nam chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc thương lượng và ký kết hợp đồng XNK do còn hạn chế về trình độ ngoại ngữ cũng như trình độ chuyên môn về TTQT, lại hiểu biết chưa đầy đủ và toàn diện về các qui tắc, các thông lệ, điều kiện thương mại quốc tế. Tình trạng này càng phổ biến đối với các DN nhỏ, mới tham gia vào thị trường quốc tế. Vì vậy, các DN này rất cần sự tư vấn, hỗ trợ từ phía các NH. NH có thể tư vấn cho khách hàng các vấn đề liên quan đến XNK, TTQT, đặc biệt là bao thanh toán.

Đối với các DN XK, NH có thể tư vấn cho khách hàng về thị trường XK, giúp tìm hiểu, đánh giá uy tín của đối tác thương mại, tư vấn cách thức giao dịch nhằm tránh những rủi ro ảnh hưởng đến việc thanh toán tiền hàng,... Đặc biệt là có thể gợi ý, tư vấn cho các DN XK khi lựa chọn hình thức thanh toán trả chậm cần có

những biện pháp đảm bảo an toàn hoặc đơn giản là có thể nhận được sự hỗ trợ từ các tổ chức bao thanh toán/các NH thông qua dịch vụ bao thanh toán. Còn đối với khách hàng là các DN NK, NH có thể tư vấn cho họ lựa chọn những cách thức thanh toán phù hợp, vừa đảm bảo tiết kiệm, vừa hiệu quả và an toàn, đặc biệt là các phương thức thanh toán trả chậm, nhất là phương thức thanh toán ghi sổ.

Việc chú trọng phát triển dịch vụ tư vấn một mặt làm tăng được nguồn thu phí dịch vụ cho NH, mặt khác góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cho DN, tạo được niềm tin từ khách hàng, tạo điều kiện cho hoạt động bao thanh toán được tiến hành một cách thuận lợi, thu hút ngày càng nhiều khách hàng đến với NH. Khi tư vấn, các NH nên hướng các khách hàng tiềm năng thay đổi thói quen chuyển sang sử dụng dịch vụ mới - bao thanh toán.

Các chuyên viên khách hàng là những người có ảnh hưởng rất lớn đối với việc tư vấn, giúp DN lựa chọn các phương thức thanh toán thích hợp cho các giao dịch mua bán của mình. Vì vậy, để có thể phát triển dịch vụ bao thanh toán, các chuyên viên khách hàng cần phải am hiểu về dịch vụ này, đặc biệt là phải nắm vững, hiểu rõ về những lợi ích của loại hình dịch vụ này để có thể tư vấn, giải thích cặn kẽ cho khách hàng lý do tại sao nên sử dụng phương thức này thay vì sử dụng các phương thức khác.

3.3.2.10. Cải tiến công nghệ ngân hàng, hiện đại hóa hệ thống ngân hàng theo mặt bằng trình độ quốc tế

Để có thể đứng vững và phát triển trong điều kiện nền kinh tế thị trường hiện nay thì yêu cầu cấp thiết đặt ra cho các NHTM Việt Nam là phải cải tiến, đổi mới công nghệ, ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động ngân hàng, đặc biệt là hoạt động ngân hàng đối ngoại, trong đó có hoạt động bao thanh toán. Với một hệ thống máy móc, công nghệ hiện đại, đạt trình độ tự động hóa cao, ngang bằng với trình độ công nghệ của thế giới, các NHTM sẽ có điều kiện để thực hiện qui trình bao thanh toán một cách trôi chảy, nhanh chóng, an toàn, chính xác, tiết kiệm được chi phí và thời gian cho khách hàng, đồng thời đảm bảo hiệu quả hoạt động của NH mình. Tuy nhiên, hiện nay công nghệ thanh toán của hệ thống các NHTM Việt Nam đã được hiện đại hóa nhưng nói chung vẫn còn manh mún, chưa đáp ứng được đòi hỏi của

nền kinh tế thị trường phát triển và chưa đạt tới mặt bằng công nghệ của hệ thống NH thế giới. Vì vậy, để thúc đẩy hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động bao thanh toán nói riêng, các NHTM cần tiếp tục đổi mới, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng để đảm bảo liên lạc thông suốt với hệ thống ngân hàng thế giới, đảm bảo được an toàn trong hoạt động kinh doanh của NH và đặc biệt là đáp ứng được yêu cầu thực hiện các nghiệp vụ ngân hàng hiện đại trong tài trợ thương mại quốc tế. Các NH cần củng cố, xây dựng hệ thống máy móc, kỹ thuật và phần mềm hiện đại, bao gồm hệ thống máy tính nối mạng quốc tế như mạng SWIFT, mạng Reuter, hệ thống máy Fax, Telex,... Chỉ khi có cơ sở kỹ thuật, công nghệ hiện đại, các NHTM Việt Nam mới có thể ứng dụng và khai thác hết được các chức năng của các phần mềm đang được sử dụng rộng rãi trong dịch vụ bao thanh toán trên thế giới như phần mềm EDIFACTORING hay các hệ thống LTP trade.net, tradesurface. Việc ứng dụng các phần mềm hiện đại trong quy trình xử lý nghiệp vụ bao thanh toán sẽ giúp giảm thiểu các hoạt động trên giấy tờ, giúp các giao dịch bao thanh toán được chuẩn hóa, được thực hiện một cách nhanh chóng và chính xác. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho các NHTM Việt Nam trong các giao dịch với các NH quốc tế, giảm thiểu thời gian và chi phí giao dịch. Đặc biệt, khi đạt tới trình độ nhất định, các NH có thể triển khai dịch vụ bao thanh toán điện tử (e-factoring và e-forfaiting).

Tuy nhiên cải tiến công nghệ, hiện đại hóa hệ thống ngân hàng không phải là công việc đơn giản mà đòi hỏi phải có sự đầu tư trong cả một quá trình liên tục và lâu dài. Để thực hiện, các NH cần tập trung vào thực hiện các giải pháp:

- Tăng cường liên doanh liên kết và hợp tác với các tổ chức trong và ngoài nước trong các lĩnh vực: kinh doanh, nghiên cứu và phát triển công nghệ ngân hàng để nhanh chóng tiếp cận với các công nghệ, kỹ năng quản trị và dịch vụ NH mới phù hợp với thông lệ, chuẩn mực quốc tế. Đây có lẽ vẫn là một trong những hướng giải quyết cho vấn đề công nghệ của các NH Việt Nam trong thời gian trước mắt.

- Hoàn thiện công nghệ thanh toán và hệ thống thông tin ngân hàng: tăng cường hoạt động trao đổi thông tin với khách hàng qua mạng kết nối, qua các trang web,... Hệ thống thông tin phải được xây dựng và hoàn thiện theo hướng phát triển thành hệ thống thông tin đa năng: thông tin về nghiệp vụ ngân hàng, thông tin về

khách hàng, thông tin về quản lý ngân hàng,... Bên cạnh đó, các NH cũng nên bắt đầu chuẩn bị và mạnh dạn triển khai các giao dịch bao thanh toán điện tử và nâng cao hiệu quả hoạt động của các website điện tử;

– Tích lũy và tập trung vốn cho đầu tư phát triển công nghệ ngân hàng hiện đại: là một quá trình liên tục và lâu dài, việc phát triển công nghệ ngân hàng đòi hỏi lượng vốn không nhỏ. Do vậy, nâng cao vốn tự có là giải pháp có tính cấp bách đối với các NH Việt nam.

3.3.2.11. Xây dựng hiệp hội bao thanh toán quốc gia

Từ kinh nghiệm của các nước cho thấy, việc xây dựng một hiệp hội liên kết giữa các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán là hết sức cần thiết trong quá trình phát triển dịch vụ này. Các NH cần hợp tác để chủ động đứng ra thành lập một Hiệp hội bao thanh toán quốc gia (do tại Việt Nam các đơn vị bao thanh toán chủ yếu là các NHTM). Hiệp hội này sẽ là đầu mối đứng ra thống kê hoạt động bao thanh toán của các đơn vị bao thanh toán tại Việt Nam, đồng thời nó cũng sẽ trở thành đầu mối để tổ chức các khóa tập huấn nghiệp vụ cho nhân viên NH, liên kết với các tổ chức bao thanh toán quốc tế để mời chuyên gia đào tạo cũng như gửi nhân viên đi đào tạo tại các tổ chức bao thanh toán đã có kinh nghiệm phát triển lâu đời. Bên cạnh đó, Hiệp hội này cũng sẽ là tổ chức cung cấp thông tin cho các DN và các thành phần kinh tế muốn tìm hiểu về dịch vụ bao thanh toán, đồng thời cũng cung cấp cho các khách hàng biết những thông tin đầy đủ, chính xác và cả nguồn tra cứu thông tin về các đơn vị bao thanh toán tại Việt Nam.

Với Hiệp hội liên kết này, các NH Việt Nam sẽ có tiếng nói chung trên trường quốc tế để bảo vệ quyền lợi của các đơn vị bao thanh toán cũng như giúp cho các đơn vị bao thanh toán dễ dàng gia nhập các tổ chức bao thanh toán quốc tế như FCI, IFG, IFA hay thiết lập mối quan hệ đại lý với các tổ chức cung cấp dịch vụ bao thanh toán lớn trên thế giới. Bên cạnh đó, khi là thành viên của Hiệp hội, các NH Việt Nam có thể chia sẻ sự am hiểu về khách hàng Việt Nam và về từng đối tượng khách hàng cho nhau. Các NH Việt Nam nên tận dụng lợi thế này để hợp tác kinh doanh, chia sẻ thông tin, chia sẻ mạng lưới, chia sẻ kinh nghiệm.

3.3.3. Nhóm giải pháp đối với người sử dụng dịch vụ bao thanh toán (các doanh nghiệp xuất nhập khẩu)

3.3.3.1. Xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường, nhất là khi các quan hệ thương mại quốc tế không ngừng được mở rộng như hiện nay, các DN rất cần phải xây dựng cho mình một chiến lược sản xuất kinh doanh phù hợp, nếu không sẽ ảnh hưởng rất lớn tới khả năng chinh phục thị trường, đặc biệt là khả năng xuất khẩu của DN.

Chiến lược sản xuất kinh doanh tốt sẽ giúp DN chủ động trong công việc, hoạt động có hiệu quả, khả năng tài chính ổn định, nâng cao uy tín với đối tác và với các NH. Đây cũng chính là cơ sở giúp DN có thể dễ dàng huy động được các khoản tài trợ từ các NH, dễ dàng được NH cung cấp dịch vụ bao thanh toán khi đã chấp nhận bán hàng trả chậm cho khách hàng của mình.

Chiến lược sản xuất kinh doanh của DN phải là một chiến lược tổng thể, bao gồm các chiến lược về sản xuất, chiến lược sản phẩm, chiến lược thị trường,... Bên cạnh đó, việc hoạch định các chiến lược phải dựa trên cơ sở đánh giá các khả năng bên trong và khả năng bên ngoài chứ không được đánh giá một cách chủ quan, đặc biệt các DN phải thực hiện các nghiên cứu thị trường, nghiên cứu về đối tác kinh doanh trong và ngoài nước, hoạt động và xu hướng của những đối tác cạnh tranh chủ yếu trên trường quốc tế.

3.3.3.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong doanh nghiệp

Hiện nay, trình độ của lao động Việt Nam còn thấp, trình độ quản lý chưa cao, người lao động chưa được đào tạo bài bản và chuyên sâu về tác phong lao động công nghiệp, đặc biệt là về tinh thần làm việc tập thể. Chính vì vậy, việc xây dựng các chiến lược về bồi dưỡng và nâng cao trình độ quản lý, trình độ tay nghề cho người lao động là vấn đề hết sức cần thiết. Đặc biệt, cần xây dựng đội ngũ quản lý mới, đội ngũ quản lý kế cận để có thể kết hợp cùng kinh nghiệm sâu sắc của những người đi trước tạo ra những thành tựu đột phá trong quá trình hội nhập ngày càng sâu sắc như hiện nay.

Trình độ nguồn nhân lực của các DN đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển dịch vụ bao thanh toán do họ chính là những người đầu tiên thực hiện các giao dịch mua bán hàng hoá, là chủ nợ đầu tiên của các khoản phải thu trước khi chuyển

nhượng cho các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán nên chính họ là những người quyết định chất lượng các khoản phải thu và từ đó quyết định đến rủi ro của các đơn vị bao thanh toán. Vì vậy, đào tạo được một đội ngũ nhân lực tinh thông về nghiệp vụ, trong sáng về đạo đức ở các DN XNK sẽ góp phần đẩy nhanh quá trình phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam. Trên cơ sở tuyển chọn nhân sự có trình độ chuyên môn phù hợp với yêu cầu công việc, các DN phải thường xuyên đào tạo, bồi dưỡng trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ cho họ để không ngừng nâng cao hiệu quả công việc của đội ngũ nhân sự này.

3.3.3.3. Đa dạng hoá việc sử dụng các phương thức thanh toán

Nâng cao trình độ hiểu biết trong việc lựa chọn các hình thức thanh toán trong giao dịch thương mại, đặc biệt cần nghiên cứu kỹ về dịch vụ bao thanh toán trong nước và quốc tế để có thêm một sự lựa chọn mới đem lại nhiều lợi ích cho hoạt động của DN, vì bao thanh toán là hỗn hợp của các dịch vụ: thanh toán, tín dụng và bảo hiểm rủi ro. Ngoài ra, đối với các DN thì trong thanh toán việc sử dụng thường xuyên các phương thức thanh toán trả chậm chính là cơ sở để ứng dụng bao thanh toán vào thực tế. Các DN cần bỏ dần thói quen chỉ sử dụng các phương thức thanh toán truyền thống như T/T hay L/C. Việc đa dạng hóa các phương thức thanh toán sẽ tạo điều kiện cho DN có nhiều lựa chọn phù hợp với từng đối tác kinh doanh, với từng hoàn cảnh cụ thể.

3.3.3.4. Nâng cao nhận thức của các doanh nghiệp về việc công khai hoá thông tin

Thực hiện công khai, minh bạch hoá thông tin là cơ sở cốt lõi thúc đẩy việc phát triển dịch vụ bao thanh toán. Trên cơ sở những thông tin DN cung cấp, các đơn vị bao thanh toán mới có thể tiến hành phân tích tình hình tài chính của DN và quyết định có tài trợ hay không đối với các DN. Thông tin không đầy đủ, không chính xác sẽ cản trở việc NH cung cấp dịch vụ bao thanh toán do không thẩm định được khách hàng. Điều đó có nghĩa là DN khó có thể tiếp cận được với dịch vụ này. Và như thế thì dịch vụ bao thanh toán khó có thể phát triển.

Các DN cần nhận thức rõ các lợi ích của việc công khai hoá thông tin, khắc phục tình trạng che giấu sự thật về bản thân, khuếch trương những điểm tốt, che giấu

thông tin tài chính thực sự. Để làm được điều này cần nâng cao hơn nữa hiệu quả của công tác kiểm toán và ban hành các quy định bắt buộc phải kiểm toán và công bố các báo cáo tài chính.

Tổng kết chương

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng nhất là từ khi Việt Nam chính thức gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO), sự tăng trưởng ổn định, bền vững của nền kinh tế phụ thuộc phần lớn vào sự tồn tại, phát triển của các doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam, ngoài việc giữ uy tín, đa dạng hoá chủng loại, chất lượng sản phẩm đáp ứng yêu cầu thị trường, mở rộng quan hệ bạn hàng thì nhu cầu về tài trợ và bảo hiểm rủi ro trong thanh toán quốc tế ngày càng lớn để đảm bảo duy trì hoạt động sản xuất, tăng trưởng trong điều kiện nền kinh tế thế giới vẫn còn tiềm ẩn nhiều khả năng dẫn đến khủng hoảng. Vì vậy, phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hoá vẫn đang là yêu cầu cấp thiết đặt ra đối với Việt Nam hiện nay.

Phát triển dịch vụ bao thanh toán trong nền kinh tế là mục tiêu, nhiệm vụ không phải của riêng một tổ chức, cơ quan nào, mà đòi hỏi sự nỗ lực của toàn bộ hệ thống. Để có thể phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam, đặc biệt là bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa một cách có hiệu quả, đem lại lợi ích cho các bên tham gia và cho toàn xã hội nói chung, cần phải có sự phối hợp đồng bộ của cả 3 chủ thể liên quan đến việc cung ứng và sử dụng dịch vụ này. Đó là Nhà nước với các giải pháp mang tính vĩ mô, các NHTM với các giải pháp của người cung cấp dịch vụ và các DN XNK với các giải pháp của người sử dụng dịch vụ.

Bao thanh toán có khá nhiều chức năng, một dịch vụ bao gồm trong đó rất nhiều dịch vụ cụ thể khác như: kế toán, tín dụng, thanh toán, bảo hiểm rủi ro nên dịch vụ này có thể tận dụng được rất nhiều lợi thế của những lĩnh vực khác nhau. Vì vậy, nếu dịch vụ bao thanh toán phát triển thì sẽ đem lại những hiệu quả tích cực cho nền kinh tế. Chính vì vậy, việc phối hợp đồng bộ giữa các giải pháp vĩ mô và vi mô là rất quan trọng, góp phần đẩy nhanh sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán trong XK hàng hóa ở Việt Nam.

KẾT LUẬN

Tuy bao thanh toán là một dịch vụ đã xuất hiện từ khá lâu trên thế giới nhưng vẫn còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Dịch vụ này đã được hình thành dựa trên nhu cầu tất yếu của nền kinh tế. Sự tồn tại và phát triển của bao thanh toán là hoàn toàn phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế toàn cầu. Ngày nay, bao thanh toán đang ngày càng khẳng định tầm quan trọng của nó trong thương mại quốc tế và đang có nhiều cơ hội để phát triển ngày càng mạnh hơn.

Trong điều kiện mở cửa, hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay, nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các DN Việt Nam là rất cao, đặc biệt là đối với các DN xuất khẩu. Bên cạnh đó, với nội lực sẵn có, các NHTM Việt Nam cũng hoàn toàn có thể đáp ứng được nhu cầu này. Như vậy, Việt Nam rất có triển vọng phát triển loại hình dịch vụ này. Vấn đề là cần phải có những giải pháp tổng thể để khuyến khích và tạo điều kiện cho việc ứng dụng dịch vụ bao thanh toán vào thực tế, đồng thời giảm thiểu đi những hiểu lầm, những tranh chấp và thiệt hại trong quá trình triển khai dịch vụ này.

Với mục tiêu phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam, luận án đã tập trung giải quyết những vấn đề như sau:

Luận án đã cố gắng hệ thống hóa các vấn đề lý luận liên quan đến bao thanh toán như: Lịch sử hình thành và phát triển, khái niệm và các tính chất đặc trưng của bao thanh toán, những lợi ích cũng như hạn chế của bao thanh toán, các hình thức bao thanh toán, qui trình thực hiện bao thanh toán và các chứng từ, công cụ tài chính được sử dụng trong bao thanh toán. Luận án cũng tiến hành so sánh bao thanh toán với một số phương thức thanh toán quốc tế có tài trợ thương mại, từ đó làm rõ vai trò của bao thanh toán đối với các DN xuất nhập khẩu nói chung và các DN xuất khẩu Việt Nam nói riêng. Bên cạnh đó luận án cũng phân tích các điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ bao thanh toán và tổng kết một số kinh nghiệm của các nước trên thế giới nhằm tìm ra những bài học cho Việt Nam trong quá trình phát triển dịch vụ này.

Luận án đã phân tích thực trạng việc sử dụng các phương thức thanh toán quốc tế trong thanh toán xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam làm cơ sở cho việc phân tích, đánh giá sự cần thiết và thực trạng triển khai dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam. Đặc biệt, luận án cũng tiến hành đánh giá nhu cầu và hiện trạng sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong thanh toán xuất khẩu của các DN Việt Nam. Những phân tích và đánh giá này cho thấy Việt Nam mới chỉ đang trong giai đoạn bắt đầu triển khai dịch vụ mới mẻ này. Mặc dù có nhiều tiềm năng phát triển nhưng trên thực tế hiện nay, bao thanh toán vẫn chưa thực sự phát triển tại Việt Nam bởi nhiều lý do, bao gồm cả những lý do chủ quan và những lý do khách quan.

Luận án cũng chỉ rõ những yếu tố tác động của nền kinh tế ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ bao thanh toán và định hướng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam trong thời gian tới. Trên cơ sở đó, luận án cũng đã đề xuất những giải pháp chủ yếu nhằm phát triển dịch vụ bao thanh toán trong thanh toán xuất khẩu hàng hoá tại Việt Nam. Các giải pháp được đề xuất ở cả 3 góc độ, đó là: các giải pháp vĩ mô từ phía Nhà nước với tư cách là người quản lý, các giải pháp cụ thể từ phía các NHTM với tư cách là đơn vị cung cấp dịch vụ và các giải pháp từ phía các DN xuất nhập khẩu với tư cách là người sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

Xét một cách khái quát thì bao thanh toán là một dịch vụ không hẳn là hoàn toàn mới mẻ nhưng được sử dụng chưa nhiều ở Việt nam vì vậy việc nghiên cứu vấn đề này là khá mới và tính cấp thiết của việc nghiên cứu là rất rõ ràng. Đây chính là điểm mạnh trong nghiên cứu của luận án. Đặc biệt là việc đánh giá điều kiện và đề xuất giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt nam xuất phát từ cả ba phía, đó là Nhà nước, người cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ. Tuy nhiên, cũng vì dịch vụ này chưa được phổ biến ở Việt nam nên việc điều tra, thu thập số liệu thực tế gặp nhiều khó khăn, mẫu điều tra không lớn, tính đại diện có thể chưa được thuyết phục lắm. Đó là điểm yếu của nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cũng sẽ có tính thuyết phục cao hơn nếu tác giả có điều kiện đi sâu điều tra, nghiên cứu kỹ hơn các ngân hàng (bao gồm cả các NHTM Việt nam, các NH nước ngoài và các NH liên doanh) và các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt nam

ở nhiều địa bàn khác nhau trên cả nước (chứ không phải chủ yếu trên địa bàn Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và một số tỉnh phía Bắc), đặc biệt là có điều kiện tiến hành phỏng vấn và quan sát, đánh giá hoạt động của các NH, các doanh nghiệp XNK theo thời gian.

Luận án nghiên cứu phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa ở Việt Nam dưới góc độ vĩ mô, coi bao thanh toán là một loại hình dịch vụ hữu dụng trong nền kinh tế mà không đi quá sâu vào nghiệp vụ bao thanh toán dưới góc độ của người cung cấp hay việc sử dụng dịch vụ này kèm theo các phương thức thanh toán trả chậm dưới góc độ của người sử dụng nên trong tương lai các góc độ này vẫn có thể là những hướng gợi mở cho việc nghiên cứu về bao thanh toán. Hơn nữa, trong phạm vi nghiên cứu của mình, luận án nhấn mạnh vào nghiên cứu điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán. Vì vậy, đối với dịch vụ này vẫn còn rất nhiều hướng khác nhau để có thể tiếp tục nghiên cứu trong tương lai, ví dụ như: nghiên cứu đánh giá các chỉ tiêu phát triển dịch vụ bao thanh toán; nội dung phát triển dịch vụ bao thanh toán; ...

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ

1. ThS. Nguyễn Thị Liên Hương (2008), “Nghịệp vụ Bao thanh toán trong thanh toán xuất nhập khẩu”, *Tạp chí Thương mại*, (số 13/2008), trang 41 – 43.
2. ThS. Nguyễn Thị Liên Hương, TS. Nguyễn Minh Ngọc (2011), “Phát triển bao thanh toán trong thanh toán xuất nhập khẩu ở Việt nam”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (Số 171 (II) tháng 9/2011), trang 48 – 54.
3. ThS. Nguyễn Thị Liên Hương (2011), “Vai trò của bao thanh toán trong thanh toán xuất nhập khẩu và vấn đề phát triển bao thanh toán ở Việt Nam”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học “Kinh tế và kinh doanh sau khủng hoảng kinh tế toàn cầu”*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, trang 222 – 231.
4. ThS. Nguyễn Thị Liên Hương, TS. Nguyễn Minh Ngọc (2012), “Triển vọng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt nam”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (Số 186 (II) tháng 12/2012), trang 117 – 128.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo tiếng Việt:

1. Đặng Đình Đào, Nguyễn Thị Diệu Chi, Nguyễn Đình Hiền (2012), “Về tăng trưởng kinh tế Việt Nam sau 5 năm gia nhập WTO (2007–2011) và một số vấn đề đặt ra”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (số 184 tháng 10/2012), trang 17–23.
2. Đặng Thị Nhân (2007), *Cẩm nang về nghiệp vụ bao thanh toán factoring và forfeiting trong tài trợ thương mại quốc tế*, Sách chuyên khảo, NXB Thống kê, Hà Nội.
3. Đặng Thị Nhân (2007), *Phát triển nghiệp vụ bao thanh toán trong tài trợ thương mại quốc tế tại các ngân hàng thương mại Việt nam*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hà Nội.
4. Đinh Xuân Trình (2002), *Thanh toán quốc tế trong ngoại thương*, NXB Giáo dục, Hà Nội.
5. Đinh Xuân Trình (2005), *Giải pháp phát triển thị trường thương phiếu nhằm phát triển hoạt động thương mại ở nước ta trong giai đoạn hiện nay*, Đề tài NCKH cấp bộ, Bộ thương mại, Hà Nội.
6. Huỳnh Thị Hương Thảo (2008), “Phát triển nghiệp vụ bao thanh toán trong hoạt động tài trợ thương mại và nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt nam”, *Tạp chí Ngân hàng*, (số 19 + 20/ 2008).
7. Lê Đình Hợp (2000), *Vấn đề phát triển công cụ tài chính trên thị trường tiền tệ và tín dụng ở Việt nam trong thập niên 2000- 2010*, Đề tài NCKH cấp Bộ, Bộ Giáo dục và Đào tạo, Hà Nội.
8. Lê Văn Tư (2003), *Tín dụng tài trợ xuất, nhập khẩu, thanh toán quốc tế và kinh doanh ngoại tệ*, NXB Thống kê, Hà Nội.
9. Ngân hàng Nhà nước Việt nam (2004), *Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN ngày 06 tháng 9 năm 2004 ban hành Quy chế hoạt động bao thanh toán của các tổ chức tín dụng*, Hà Nội.

10. Ngân hàng Nhà nước Việt nam (2005), *Công văn số 676/ NHNN-CSTT ngày 28/06/2005 về việc cơ cấu lại thời hạn trả nợ, chuyển nợ quá hạn đối với hoạt động bao thanh toán của tổ chức tín dụng*, Hà Nội.
11. Ngân hàng Nhà nước Việt nam (2006), *Quyết định số 26/2006/NHNN ngày 26/06/2006 về bảo lãnh ngân hàng*, Hà Nội.
12. Ngân hàng Nhà nước Việt nam (2008), *Quyết định số 30/2008/QĐ-NHNN ngày 16/20/2008 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN*, Hà Nội.
13. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2011), *Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2011 – 2015*, Hà Nội.
14. Nguyễn Quỳnh Lan (2006), *Nghiệp vụ bao thanh toán*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
15. Nguyễn Thị Liên Hương (2008), “Nghiệp vụ Bao thanh toán trong thanh toán xuất nhập khẩu”, *Tạp chí Thương mại*, (số 13/2008), trang 41 – 43.
16. Nguyễn Thị Liên Hương, Nguyễn Minh Ngọc (2011), “Phát triển bao thanh toán trong thanh toán xuất nhập khẩu ở Việt nam”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (Số 171 (II) tháng 9/2011), trang 48 – 54.
17. Nguyễn Thị Liên Hương, Nguyễn Minh Ngọc (2012), “Triển vọng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt nam”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (Số 186 (II) tháng 12/2012), trang 117 – 128.
18. Nguyễn Thị Thanh Hương (2011), “Bao thanh toán: Thực trạng và giải pháp phát triển”, *Tạp chí Ngân hàng*, (số 7 tháng 4/2011), trang 30 – 34.
19. Nguyễn Văn Tiến (2005), *Thanh toán quốc tế và tài trợ ngoại thương*, NXB Thống kê, Hà Nội.
20. Viện nghiên cứu khoa học ngân hàng (2003), *Hoàn thiện cơ chế chính sách nhằm đổi mới hoạt động ngân hàng trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Tài chính, Hà Nội.

21. Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) và Chương trình phát triển của Liên hiệp quốc (UNDP) (2004), *Thị trường tài chính Việt nam – Thực trạng, vấn đề và giải pháp chính sách*, NXB Tài chính, Hà Nội.
22. Vũ Hữu Tửu (2002), *Giáo trình Kỹ thuật nghiệp vụ ngoại thương*, NXB Giáo dục, Hà Nội.

Tài liệu tham khảo tiếng Anh:

23. Barbara Summers, Nicolas Wilson (1998), “Why do firms use factoring?”, *Credit Management*, ABI/INFORM Research, p.26-28.
24. Bakker, Klapper and Udell (2004), “The Role of Factoring in Commercial Finance and the Case of Eastern Europe”, *World Bank*, Working Paper (No. 3342).
25. Beroiza, Ricardo (1997), “Forfaiting in the Emerging Markets: A Financial Alternative for American Exporters”, *Business American* 118 (No.10, October).
26. Carole Lustig (Nov/Dec 1998), “Forfaiting: A European customer finance technique comes to the U.S”, *Business Credit*, New York, Vol. 100, (Iss.10), p.26-29 (4 pp.)
27. Cooper, Peter (Feb 1996), “Factoring turns to exports”, *Project & Trade Finance*, London, (Iss. 154), p.38.
28. Factors Chain International (1988), *UNIDROIT Convention on International Factoring* – Ottawa, Canada.
29. Factors Chain International (2000), *Marketing International Factoring*, Netherlands.
30. Factors Chain International (2003), *International Factoring mitigating risk, gaining competitive advantage*, Newsdesk Communications Ltd, UK.
31. Factors Chain International (2005), *World Factoring Yearbook*, BCR Publishing, Holland.

32. Factors Chain International (Revision: July 2006), *An Introduction to Factoring and Factors Chain International*, Copyright ©, Amsterdam.
33. FCI (Revision: June 2002), *Seller Selection and Control Manual*, Copyright © Factors Chain International, Amsterdam.
34. FCI (Revision: July 2004), *Dispute Prevention and Handling Manual*, Copyright © Factors Chain International, Amsterdam.
35. FCI (Revision: July 2006), *Buyer Risk Control Manual*, Copyright © Factors Chain International, Amsterdam.
36. FCI (2009), *Annual Review 2009*, Factors Chain International, Amsterdam, Netherlands.
37. FCI (2010), *Annual Review 2010*, Factors Chain International, Amsterdam, Netherlands.
38. FCI (2011), *Annual Review 2011*, Factors Chain International, Amsterdam, Netherlands.
39. Finanz AG Zurich (2001), *Forfaiting – an Introduction*, Switzerland.
40. Institute for Technology and Management (1995-1997), *Project Report on Forfaiting – An alternative in Export Finance*, Newbombay, India.
41. International Factors Group (2011), *GRIF – General Rules for International Factoring*, IFG, Belgium.
42. John F Moran, Jr - Vice President of the British American Forfaiting Company (2002), *Forfaiting A use's Guide What is it, Who uses it and Why?*, Copyright 2002 by the Credit Research Foundation, USA.
43. Khaled Soufani – Assitant Professor, Department of Finance Concordia University (2000), *Factoring as a Financing Option: Evidence from the UK*, Montreal, Quebec, Canada.
44. Marie H.R Bakker, Leora Klapper, Gregory F. Undell (5/2004), *Financing SMEs with Factoring: Global growth in Factoring and its potential in Eastern Europe*, the World Bank, Edition I, Poland.

45. McDermott, Kevin. Dun and Bradstreet (Sep/Oct 1993), “What is forfaiting”, *Inc. D& B Reports*, New York, Vol. 42, (Iss. 5), p.46.
46. Ring, Mary Ann (1993), “Innovative Export Financing: Factoring and Forfaiting”, *Business America 114* (No.1, January 11).
47. Ring, Mary Ann (May 1993), “The ins and outs of forfaiting”, *Global Trade & Transportation*, Philadelphia, Vol. 113, (Iss. 5), p. 20 (2 pp.)
48. Trade Finance (Sep 2005), *Forfaiting in a users' world*, London.
49. Worthy, R.G (2003), “Factoring: Modern American style”, *Paper presented by the World Bank Conference on the Factoring Industry as a Key Tool for SME development in EU Accession Countries*, 23-24 October, Warsaw, Poland.

Một số trang web:

50. Ernst & Young. June 2009, *Factoring & Forfaiting – A business and regulatory perspective* [Trực tuyến]. Địa chỉ: http://www.ernst_and%20_young_factoring_paper_151209.pdf. [Truy cập: 18/10/2011].
51. FCI. 2013. *Accumulative Turnover Figures for All FCI Members* [Trực tuyến]. Địa chỉ: <http://www.fci.nl/about-fci/statistics/accumulative-factoring-turnover-fci-members>. [Truy cập: 11/5/2013]; [Truy cập: 18/10/2014].
52. FCI. 2013. *Factoring turnover by country in 2012* [Trực tuyến]. Địa chỉ: <http://www.fci.nl/about-fci/statistics/current-factoring-turnover-by-country> [Truy cập: 11/5/2013]; [Truy cập: 18/10/2014].
53. FCI. 2013. *FCI Members* [Trực tuyến]. Địa chỉ: <http://www.fci.nl/about-fci> [Truy cập: 11/5/2013]; [Truy cập: 18/10/2014].
54. FCI. 2013. *Total Factoring Volume by Country in the last 7 years* [Trực tuyến]. Địa chỉ: <http://www.fci.nl/about-fci/statistics/total-factoring-volume-by-country-last-7-years>. [Truy cập: 11/5/2013]; [Truy cập: 18/10/2014].
55. Bộ công thương. 2013. *Số liệu thống kê*. [Trực tuyến]. Hà Nội: Bộ công thương. Địa chỉ: <http://www.moit.gov.vn/vn/Pages/Thongke.aspx?Machuyende=TK &ChudeID=16>. [Truy cập: 25/10/2013].

62. Tổng cục Thống kê. 2014. *Trị giá xuất khẩu hàng hóa phân theo khu vực kinh tế và phân theo nhóm hàng*. [Trực tuyến]. Hà Nội: Tổng cục Thống kê. Địa chỉ: <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=393&idmid=3&ItemID=15845> [Truy cập: 18/10/2014].
63. VPBS. 2014. *Báo cáo ngành Ngân hàng Việt Nam, tháng 1 năm 2014*. [Trực tuyến]. Hà Nội: VPBS. Địa chỉ: http://vfpress.vn/files/ACB,CTG,EIB,MBB,NVB,PVF,SHB,STB,VCB/BCPT/NganHang_020114_VPBS.pdf. [Truy cập: 18/10/2014].

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1
CÂU HỎI PHÒNG VẤN DÀNH CHO CÁC NGÂN HÀNG (NGƯỜI
CUNG CẤP DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN FACTORING)

Giới thiệu về đề tài nghiên cứu:

- Tên tôi là ..., hiện đang công tác tại ..., trường Đại học kinh tế quốc dân. Tôi đang làm nghiên cứu về đề tài: *Phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hoá ở Việt Nam*

- Mục đích nghiên cứu của đề tài:

Bao thanh toán - một phương thức hỗn hợp giữa thanh toán, tín dụng và bảo hiểm đã ra đời từ khá lâu và được sử dụng khá phổ biến trên thế giới, trở thành một xu thế phát triển trong hoạt động thương mại quốc tế.

Tại nhiều nước, các ngân hàng, các công ty tài chính đóng vai trò rất tích cực hỗ trợ các DN xuất khẩu trong lĩnh vực này. Ở Việt nam, bao thanh toán bắt đầu được khởi động từ năm 2004, khi Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế về Bao thanh toán. Đến nay, một số ngân hàng đã chính thức triển khai nghiệp vụ bao thanh toán. Tuy nhiên, doanh số bao thanh toán của các ngân hàng này vẫn còn rất hạn chế và dịch vụ này vẫn chưa thực sự phát triển ở Việt nam.

Trước thực tế đó, đề tài được thực hiện với mục đích làm rõ vai trò của bao thanh toán trong thanh toán xuất khẩu, đặc biệt là trong điều kiện cạnh tranh gay gắt khi hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay, phân tích thực trạng và đánh giá khả năng phát triển, từ đó đề xuất kiến nghị về phương hướng và giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt nam. Ngân hàng của ông/ bà là một trong những ngân hàng đã triển khai hoạt động này. Vì vậy chúng tôi mong muốn được lắng nghe ý kiến của ông/ bà về vấn đề này. Kết quả điều tra này sẽ chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu của đề tài. Rất mong nhận được sự hợp tác giúp đỡ của Quý cơ quan và các ông/ bà.

Xin trân trọng cảm ơn!

Ông/ bà vui lòng trả lời các câu hỏi sau bằng cách đánh dấu vào ô thích hợp hoặc điền vào chỗ trống.

Thông tin cá nhân của người được phỏng vấn:

- Họ và Tên:
- Đơn vị công tác:
- Chức vụ:
- Thời gian công tác tại vị trí hiện tại:

I. Đánh giá việc triển khai cung cấp dịch vụ bao thanh toán tại ngân hàng:

1. Ngân hàng của ông/bà được NHNN cấp phép triển khai hoạt động bao thanh toán từ khi nào?
2. Ngân hàng của ông/bà bắt đầu thực hiện việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán từ khi nào?
3. Ông bà vui lòng cho biết Doanh số tương đối hoạt động thanh toán quốc tế tại ngân hàng của ông/bà theo các phương thức?
 - Tín dụng chứng từ: Năm 2012:
 Năm 2013:
 - Chuyển tiền: Năm 2012:
 Năm 2013:
 - Nhờ thu: Năm 2012:
 Năm 2013:
4. Ngân hàng của ông/ bà đang thực hiện (hoặc dự định) cung cấp loại hình bao thanh toán nào? Nếu có, xin vui lòng cho biết doanh số tương đối năm 2012.

<input type="checkbox"/> Nội địa (Doanh số: _____) hay	<input type="checkbox"/> Quốc tế (Doanh số: _____)
<input type="checkbox"/> Có truy đòi (D/số: _____) hay	<input type="checkbox"/> Miễn truy đòi (D/số: _____)
<input type="checkbox"/> Kín (D/số: _____) hay	<input type="checkbox"/> Công khai (D/số: _____)
5. Loại hình khách hàng doanh nghiệp đang sử dụng dịch vụ bao thanh toán tại ngân hàng? Tỷ lệ tương đối?

<input type="checkbox"/> Doanh nghiệp Nhà nước	Tỷ lệ:%
--	---------------

- Doanh nghiệp tư nhân Tỷ lệ:%
- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài Tỷ lệ:%
- Công ty cổ phần Tỷ lệ:%
- Công ty trách nhiệm hữu hạn Tỷ lệ:%
- Hình thức khác Tỷ lệ:%

6. Khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán, ngân hàng thường áp dụng:

- Mức ứng trước/Giá trị khoản phải thu:%
- Mức phí bao thanh toán:
- Lãi suất:

II. Đánh giá điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán tại ngân hàng

1. Đánh giá của Ông/Bà về lợi ích và rủi ro mà ngân hàng của Ông/ Bà đã có được từ việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán thời gian qua?

<i>Nội dung đánh giá</i>	<i>Rất cao</i>	<i>Cao</i>	<i>Trung bình</i>	<i>Thấp</i>	<i>Rất thấp</i>
Lợi ích đạt được	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rủi ro gặp phải	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Trong quá trình cung cấp dịch vụ bao thanh toán, ngân hàng của ông/bà đã gặp:

- Thuận lợi nhiều hơn

Lý do:.....

- Khó khăn nhiều hơn

Lý do:

3. Đánh giá của Ông/ Bà về điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán tại ngân hàng mình?

Các điều kiện để phát triển dịch vụ bao thanh toán của NH	Rất đảm bảo	Có thể đáp ứng	Không đảm bảo
Nguồn vốn của NH			
Nguồn nhân lực			
Cơ sở hạ tầng			
Hành lang pháp lý			
Nhu cầu sử dụng của khách hàng (các DN)			

III. Đánh giá triển vọng phát triển dịch vụ bao thanh toán

1. Ông/bà đánh giá thế nào về triển vọng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt nam trong thời gian tới?

- Rất có triển vọng
- Có triển vọng
- Không có triển vọng

2. Triển vọng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam, theo ông/bà đánh giá là thuận lợi nhiều hơn hay khó khăn thách thức nhiều hơn?

.....
 Tại sao?

3. Về khả năng phát triển hoạt động này tại ngân hàng của ông/bà?

- Cao
- Trung bình
- Thấp

IV. Định hướng phát triển bao thanh toán tại ngân hàng trong thời gian tới

1. Trong thời gian tới ngân hàng có dự định đẩy mạnh việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán Factoring không?

- Có
- Không

Nếu có, Ngân hàng sẽ tập trung vào phát triển loại Factoring nào?

.....

Nếu không, lý do là gì?

.....

2. Thời gian tới, Ngân hàng có đề án triển khai dịch vụ bao thanh toán Forfaiting không?

Có

Không

3. Kế hoạch phát triển bao thanh toán của ngân hàng trong thời gian tới?

Đến năm 2015 đạt doanh số:

Đến năm 2020 đạt doanh số:

4. Nhóm khách hàng tiềm năng sử dụng dịch vụ bao thanh toán mà ngân hàng hướng tới là:

- Doanh nghiệp thuộc loại hình:

Doanh nghiệp Nhà nước

Doanh nghiệp tư nhân

Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài

Công ty cổ phần

Công ty trách nhiệm hữu hạn

Hình thức khác

- Doanh nghiệp kinh doanh:

Hàng nông sản

Thủy hải sản

Thực phẩm chế biến

Hàng may mặc

Gỗ và các sản phẩm gỗ

- Hàng điện tử
- Phương tiện giao thông
- Hóa chất
- Hàng gia dụng
- Khác (xin Ông/Bà vui lòng chỉ rõ):

V. Những đề xuất để phát triển dịch vụ bao thanh toán

Ông/bà có kiến nghị đề xuất giải pháp, điều kiện gì để phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam nói chung và tại ngân hàng của ông/ bà nói riêng?

1. Đối với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước?

- Về môi trường pháp lý (có góp ý gì cho Quy chế 1096/2004 của NHNN không? Cho các văn bản luật khác?)

.....
.....

- Các đề xuất khác?

.....

2. Đối với các NHTM và ngân hàng của ông/bà?

.....
.....

3. Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam?

.....
.....

Xin trân trọng cảm ơn sự hợp tác giúp đỡ của Ông/ Bà!

PHỤ LỤC 2A

PHIẾU THĂM DÒ Ý KIẾN DÀNH CHO CÁC DOANH NGHIỆP (NGƯỜI SỬ DỤNG DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN FACTORING)

Giới thiệu:

- Tên tôi là ..., hiện đang công tác tại ..., trường Đại học kinh tế quốc dân. Tôi đang làm nghiên cứu về đề tài: *Phát triển dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hoá ở Việt Nam*

- Mục đích nghiên cứu của đề tài:

Bao thanh toán - một phương thức hỗn hợp giữa thanh toán, tín dụng và bảo hiểm đã ra đời từ khá lâu và được sử dụng khá phổ biến trên thế giới, trở thành một xu thế phát triển trong hoạt động thương mại quốc tế.

Tại nhiều nước, các ngân hàng, các công ty tài chính đóng vai trò rất tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp xuất khẩu trong lĩnh vực này. Ở Việt nam, bao thanh toán bắt đầu được khởi động từ năm 2004, khi Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế về Bao thanh toán. Đến nay, một số ngân hàng đã chính thức triển khai nghiệp vụ bao thanh toán. Tuy nhiên, doanh số bao thanh toán của các ngân hàng này vẫn còn rất hạn chế và dịch vụ này vẫn chưa thực sự phát triển ở Việt nam.

Trước thực tế đó, đề tài nghiên cứu được thực hiện với mục đích làm rõ vai trò của bao thanh toán trong thanh toán xuất khẩu, đặc biệt là trong điều kiện cạnh tranh gay gắt khi hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay; đánh giá thực trạng và khả năng phát triển; từ đó đề xuất kiến nghị về phương hướng và giải pháp phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt nam.

Ông/bà là người đại diện cho doanh nghiệp xuất khẩu - người sử dụng dịch vụ bao thanh toán. Ý kiến của ông/ bà sẽ là cơ sở quan trọng, giúp tôi có thể đánh giá một cách xác thực thực trạng và nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán của doanh nghiệp mà ông/ bà đang công tác nói riêng và của các doanh nghiệp xuất khẩu Việt nam nói chung. Kết quả điều tra này sẽ được sử dụng với nguyên tắc khuyết danh và chỉ phục vụ cho việc nghiên cứu của đề tài. Các ý kiến của ông/bà sẽ được kết hợp trong các phân tích của đề tài. Rất mong nhận được sự hợp tác giúp đỡ của Quý cơ quan và ông/ bà.

Xin trân trọng cảm ơn!

1. Xin Ông/Bà vui lòng cho biết hoạt động thương mại và dịch vụ của doanh nghiệp là: (tích ✓ vào câu trả lời phù hợp)

- Xuất khẩu hàng hóa
- Nhập khẩu hàng hóa
- Xuất nhập khẩu hàng hóa
- Thương mại nội địa
- Tất cả các hoạt động trên

2. Những khách hàng chủ yếu của doanh nghiệp là: (tích ✓ vào câu trả lời phù hợp)

- Doanh nghiệp Nhà nước
- Doanh nghiệp tư nhân
- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài
- Công ty cổ phần
- Công ty trách nhiệm hữu hạn
- Hình thức khác

3. Các phương thức thanh toán quốc tế mà doanh nghiệp thường sử dụng trong thanh toán xuất nhập khẩu là các phương thức nào sau đây và tỷ trọng của các phương thức đó trong tổng doanh số thanh toán xuất nhập khẩu của doanh nghiệp?

- Tín dụng chứng từ (L/C), khoảng%
- Nhờ thu (D/P, D/A), khoảng%
- Chuyển tiền (T/T), khoảng%
- Trả chậm, khoảng%
- Hình thức khác (xin Ông/Bà vui lòng ghi rõ) :.....

4. Trong hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp có thường xuyên sử dụng vốn vay (vốn huy động từ các nguồn bên ngoài) không?

- Thường xuyên
- thỉnh thoảng
- Không sử dụng

5. Mức độ sử dụng vốn vay khi thực hiện các thương vụ của doanh nghiệp:

- Trên 50%
- Khoảng 50%
- Dưới 50%

6. Vốn vay của doanh nghiệp chủ yếu được huy động từ các nguồn nào?

- Từ ngân hàng
- Từ đối tác kinh doanh (người mua hoặc người bán của mình)
- Từ các nguồn khác (xin Ông/Bà vui lòng chỉ rõ):.....

7. Các hình thức tài trợ thương mại của ngân hàng mà doanh nghiệp thường sử dụng là:

- Tín dụng thương mại
- Tín dụng chứng từ
- Bảo lãnh ngân hàng
- Chiết khấu hối phiếu
- Chấp nhận hối phiếu
- Các hình thức khác

8. Trong kinh doanh, doanh nghiệp đã sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) do ngân hàng cung cấp?

- Thường xuyên → (bỏ qua câu 9,10,11, trả lời tiếp từ câu 12)
- Có nhưng không thường xuyên → (bỏ qua câu 9,10, trả lời tiếp từ câu 11)
- Chưa bao giờ sử dụng

9. Lý do doanh nghiệp không sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) là:

- Chưa bao giờ nghe đến dịch vụ này
- Không có thông tin về dịch vụ này từ ngân hàng của mình
- Ngân hàng của mình chưa cung cấp dịch vụ này
- Không tiếp cận được với dịch vụ này từ ngân hàng
- Chưa có nhu cầu sử dụng dịch vụ này
- Thủ tục quá rườm rà
- Chi phí quá cao

10. Trong tương lai, doanh nghiệp có muốn sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) không ?

- Rất muốn → (trả lời tiếp từ câu 23)
- Muốn → (trả lời tiếp từ câu 23)
- Có thể nếu thuận tiện và chi phí không quá cao →(trả lời tiếp từ câu 23)
- Không →(trả lời tiếp từ câu 25)

11. Doanh nghiệp không thường xuyên sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) do:

- Đối tác không yêu cầu
- Không có nhu cầu về vốn
- Không được ngân hàng cung cấp thường xuyên
- Chi phí dịch vụ cao
- Thủ tục không thuận tiện

12. Doanh nghiệp thường xuyên sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) là do:

- Nhu cầu về vốn do thường xuyên bán hàng trả chậm
- Có mối quan hệ tốt với ngân hàng
- Thủ tục đơn giản
- Chi phí hợp lý
- Tất cả các lý do trên

13. Doanh nghiệp đã sử dụng dịch vụ bao thanh toán từ năm nào?

.....

14. Doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) của ngân hàng thuộc loại hình:

- Ngân hàng thương mại Nhà nước
- Ngân hàng cổ phần
- Ngân hàng liên doanh
- Ngân hàng nước ngoài

Nếu được thì Ông/Bà vui lòng cho biết doanh nghiệp của Ông/Bà đang sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) của ngân hàng cụ thể nào?

.....

15. Doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ bao thanh toán khi:

- Bán hàng hóa, dịch vụ
- Mua hàng hóa, dịch vụ
- Cả mua và bán hàng hóa, dịch vụ

16. Doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong:

- Thương mại nội địa
- Thương mại quốc tế
- Cả hai

17. Doanh số bao thanh toán (factoring) bình quân/năm của doanh nghiệp khoảng:.....

Số lượng hợp đồng có sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) hàng năm chiếm khoảng :..... % doanh số thanh toán của doanh nghiệp

18. Sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) khi bán hàng/ xuất khẩu, doanh nghiệp thường được chiết khấu bao nhiêu % trị giá hóa đơn bán hàng?.....%

19. Loại hình bao thanh toán (factoring) mà doanh nghiệp thường sử dụng là:

- Factoring nội địa
- Factoring quốc tế
- Factoring có truy đòi
- Factoring miễn truy đòi
- Factoring công khai
- Factoring kín

20. Ý kiến đánh giá của Ông/Bà về các nội dung sau khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) ở Việt nam hiện nay là:

<i>Nội dung đánh giá</i>	<i>Rất cao</i>	<i>Cao</i>	<i>Trung bình</i>	<i>Thấp</i>	<i>Rất thấp</i>
Chi phí doanh nghiệp bỏ ra để sử dụng dịch vụ bao thanh toán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Chất lượng dịch vụ bao thanh toán mà doanh nghiệp đang sử dụng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Những yêu cầu của ngân hàng đặt ra đối với doanh nghiệp khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Doanh nghiệp của Ông/Bà hiện gặp những trở ngại gì khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring):

.....

.....

.....

.....

.....

22. Xin Ông/Bà cho biết tác động của việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) đối với doanh nghiệp của Ông/Bà qua các tiêu chí dưới đây trong thời gian qua bằng cách đánh dấu vào ô thích hợp ở bảng dưới đây:

Tiêu chí	Rất tiêu cực	Tiêu cực	Không tác động	Tích cực	Rất tích cực
Chi phí bao thanh toán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hiệu quả sử dụng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dịch vụ khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Đối với hoạt động xuất khẩu trong thời gian tới, doanh nghiệp của ông/bà có nhu cầu như thế nào đối với dịch vụ bao thanh toán (factoring)?

- Rất cao
- Cao
- Trung bình
- Thấp
- Rất thấp

24. Doanh nghiệp mong muốn có thể sử dụng dịch vụ bao thanh toán đối với bao nhiêu % giá trị các hợp đồng xuất khẩu trả chậm?

.....%

25. Theo ông/ bà dịch vụ bao thanh toán có cần thiết cho hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt nam không?

- Rất cần
- Cần
- Có thì tốt
- Không cần thiết lắm
- Rất không cần

26. Theo Ông/Bà, khó khăn lớn nhất của doanh nghiệp thương mại Việt nam khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) là gì?

.....

27. Theo Ông/Bà, để dịch vụ bao thanh toán có thể phát triển mạnh ở Việt nam phù hợp với điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, cần chú ý nhiều nhất đến những vấn đề gì và vì sao?

.....

28. Xin Ông/Bà vui lòng cho biết doanh nghiệp của Ông/ Bà thuộc loại hình doanh nghiệp nào sau đây: (tích ✓ vào câu trả lời phù hợp)

- Doanh nghiệp Nhà nước
- Doanh nghiệp tư nhân
- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài
- Công ty cổ phần
- Công ty trách nhiệm hữu hạn
- Hình thức khác

29. Nhóm hàng nào trong danh sách dưới đây phản ánh đúng nhất mặt hàng và lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp:

- Hàng nông sản
- Thủy hải sản
- Thực phẩm chế biến
- Hàng may mặc
- Gỗ và các sản phẩm gỗ
- Hàng điện tử
- Phương tiện giao thông
- Hóa chất
- Hàng gia dụng
- Khác (xin Ông/Bà vui lòng chỉ rõ):.....

30. Nếu được xin Ông/ Bà vui lòng cho biết thêm một số thông tin liên quan đến doanh nghiệp của Ông/ Bà:

- Tên doanh nghiệp:.....
- Địa chỉ:.....
- Điện thoại:.....
- Năm thành lập:.....
- Vị trí công tác của Ông/ Bà tại doanh nghiệp:.....
- Thời gian công tác của Ông/ Bà tại vị trí hiện tại:.....

Xin trân trọng cảm ơn sự hợp tác giúp đỡ của Ông/ Bà!

PHỤ LỤC 2B

TỔNG HỢP KẾT QUẢ THĂM DÒ Ý KIẾN CÁC DOANH NGHIỆP (NGƯỜI SỬ DỤNG DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN FACTORING)

1. Số mẫu điều tra

Tổng số phiếu điều tra được gửi đi: 300

Tổng số phiếu điều tra thu về: 174

2. Nội dung điều tra

- Nhận thức của doanh nghiệp về dịch vụ bao thanh toán
- Tình hình sử dụng dịch vụ bao thanh toán của doanh nghiệp
- Đánh giá của doanh nghiệp về dịch vụ bao thanh toán hiện nay
- Nhu cầu về dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp

3. Kết quả điều tra

1. Xin Ông/Bà vui lòng cho biết hoạt động thương mại và dịch vụ của DN là:		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Xuất khẩu hàng hóa	6,3%	11
Nhập khẩu hàng hóa	10,4%	18
Xuất nhập khẩu hàng hóa	31,3%	54
Thương mại nội địa	15,6%	27
Tất cả các hoạt động trên	43,4%	75
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		173
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		1

2. Những khách hàng chủ yếu của doanh nghiệp là: (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Doanh nghiệp Nhà nước	18,0%	30
Doanh nghiệp tư nhân	28,7%	48
Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	62,2%	104
Công ty cổ phần	39,6%	66
Công ty trách nhiệm hữu hạn	37,8%	63
Hình thức khác	11,7%	20
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		167
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		7

3. Các phương thức thanh toán quốc tế mà doanh nghiệp thường sử dụng trong thanh toán xuất nhập khẩu là các phương thức nào sau đây và tỷ trọng của các phương thức đó trong tổng doanh số thanh toán xuất nhập khẩu của doanh nghiệp? (có thể có nhiều lựa chọn)

	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Tín dụng chứng từ (L/C)	55,1%	87
Nhờ thu (D/P, D/A)	18,3%	29
Chuyển tiền (T/T)	86,7%	137
Trả chậm	20,8%	33
Hình thức khác	1,0%	2
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		158
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		16

4. Trong hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp có thường xuyên sử dụng vốn vay (vốn huy động từ các nguồn bên ngoài) không?

	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Thường xuyên	44,4%	75
Thỉnh thoảng	47,3%	80
Không sử dụng	8,3%	14
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		169
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		5

5. Mức độ sử dụng vốn vay khi thực hiện các thương vụ của doanh nghiệp:

	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Trên 50%	32,2%	47
Khoảng 50%	32,8%	48
Dưới 50%	35,0%	51
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		146
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		28

6. Vốn vay của doanh nghiệp chủ yếu được huy động từ các nguồn nào? (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Từ ngân hàng	80,2%	122
Từ đối tác kinh doanh (người mua hoặc người bán của mình)	31,6%	48
Từ các nguồn khác	11,2%	17
Số doanh nghiệp trả lời		152
Số doanh nghiệp không có ý kiến		22

7. Các hình thức tài trợ thương mại của ngân hàng mà doanh nghiệp thường sử dụng là: (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Tín dụng thương mại	54,0%	81
Tín dụng chứng từ	20,0%	30
Bảo lãnh ngân hàng	43,3%	65
Chiết khấu hối phiếu	3,0%	5
Chấp nhận hối phiếu	2,0%	3
Các hình thức khác	10,0%	15
Số doanh nghiệp trả lời		150
Số doanh nghiệp không có ý kiến		24

8. Trong kinh doanh, doanh nghiệp đã sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) do ngân hàng cung cấp?		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Thường xuyên	13,3%	22
Có nhưng không thường xuyên	12,1%	20
Chưa bao giờ sử dụng	74,6%	123
Số doanh nghiệp trả lời		165
Số doanh nghiệp không có ý kiến		9

9. Lý do doanh nghiệp không sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) là: (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Chưa bao giờ nghe đến dịch vụ này	31,7%	39
Không có thông tin về dịch vụ này từ NH của mình	19,5%	24
Ngân hàng của mình chưa cung cấp dịch vụ này	7,3%	9
Không tiếp cận được với dịch vụ này từ ngân hàng	4,9%	6
Chưa có nhu cầu sử dụng dịch vụ này	41,5%	51
Thủ tục quá rườm rà	4,1%	5
Chi phí quá cao	8,1%	10
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		123
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		51

10. Trong tương lai, doanh nghiệp có muốn sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) không ?		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Rất muốn	7,3%	8
Muốn	10,9%	12
Có thể nếu thuận tiện và chi phí không quá cao	72,7%	80
Không	9,1%	10
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		110
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		64

11. Doanh nghiệp không thường xuyên sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) do: (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Đối tác không yêu cầu	61,7%	29
Không có nhu cầu về vốn	4,2%	2
Không được ngân hàng cung cấp thường xuyên	19,1%	9
Chi phí dịch vụ cao	10,6%	5
Thủ tục không thuận tiện	17,0%	8
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		47
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		127

12. Doanh nghiệp thường xuyên sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) là do: (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Nhu cầu về vốn do thường xuyên bán hàng trả chậm	34,3%	11
Có mối quan hệ tốt với ngân hàng	18,8%	6
Thủ tục đơn giản	9,4%	3
Chi phí hợp lý	6,2%	2
Tất cả các lý do trên	53,1%	17
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		32
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		142

14. Doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) của ngân hàng thuộc loại hình: (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Ngân hàng thương mại Nhà nước	28,6%	12
Ngân hàng cổ phần	28,6%	12
Ngân hàng liên doanh	38,1%	16
Ngân hàng nước ngoài	19,0%	8
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		42
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		132

15. Doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ bao thanh toán khi:		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Bán hàng hóa, dịch vụ	11,9 %	5
Mua hàng hóa, dịch vụ	14,3%	6
Cả mua và bán hàng hóa, dịch vụ	73,8%	31
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		42
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		132

16. Doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong:		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Thương mại nội địa	11,9 %	5
Thương mại quốc tế	33,3%	14
Cả hai	54,8 %	23
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		42
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		132

19. Loại hình bao thanh toán (factoring) mà doanh nghiệp thường sử dụng là: (có thể có nhiều lựa chọn)		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Factoring nội địa	26,2%	11
Factoring quốc tế	73,8%	31
Factoring có truy đòi	100,0%	42
Factoring miễn truy đòi	0,0%	0
Factoring công khai	7,1%	3
Factoring kín	4,8%	2
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		42
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		132

20. Ý kiến đánh giá của Ông/Bà về các nội dung sau khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) ở Việt nam hiện nay là:						
	Rất cao	Cao	Trung bình	Thấp	Rất thấp	Số DN lựa chọn
Chi phí doanh nghiệp bỏ ra để sử dụng dịch vụ bao thanh toán	7	17	13	5	0	42
Chất lượng dịch vụ bao thanh toán mà doanh nghiệp đang sử dụng	3	12	23	2	0	40
Những yêu cầu của ngân hàng đặt ra đối với doanh nghiệp khi cung cấp dịch vụ bao thanh toán	6	16	17	0	0	39
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>						42
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>						132

22. Xin Ông/Bà cho biết tác động của việc sử dụng dịch vụ bao thanh toán (factoring) đối với doanh nghiệp của Ông/Bà qua các tiêu chí dưới đây trong thời gian qua bằng cách đánh dấu vào ô thích hợp ở bảng dưới đây:

	Rất tiêu cực	Tiêu cực	Không tác động	Tích cực	Rất tích cực	Số DN lựa chọn
Chi phí bao thanh toán	1	3	20	9	3	36
Hiệu quả sử dụng	1	0	9	24	0	34
Dịch vụ khách hàng	2	0	13	19	2	36
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>						36
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>						138

23. Đối với hoạt động xuất khẩu trong thời gian tới, doanh nghiệp của ông/bà có nhu cầu như thế nào đối với dịch vụ bao thanh toán (factoring)?

	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Rất cao	11,1%	15
Cao	22,2%	30
Trung bình	42,2%	57
Thấp	14,8%	20
Rất thấp	9,6%	13
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		135
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		39

25. Theo ông/ bà dịch vụ bao thanh toán có cần thiết cho hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt nam không?

	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Rất cần	22,2%	30
Cần	55,6%	75
Có thì tốt	19,3%	26
Không cần thiết lắm	2,2%	3
Rất không cần	0,7%	1
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		135
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		39

28. Xin Ông/Bà vui lòng cho biết doanh nghiệp của Ông/ Bà thuộc loại hình doanh nghiệp nào sau đây:		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Doanh nghiệp Nhà nước	6,7%	10
Doanh nghiệp tư nhân	4,0%	6
Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	44,4%	66
Công ty cổ phần	27,5%	41
Công ty trách nhiệm hữu hạn	17,4%	26
Hình thức khác	0,0%	0
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		149
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		25

29. Nhóm hàng nào trong danh sách dưới đây phản ánh đúng nhất mặt hàng và lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp:		
	Tỷ lệ lựa chọn	Số DN lựa chọn
Hàng nông sản	4,4%	6
Thủy hải sản	0,0%	0
Thực phẩm chế biến	4,4%	6
Hàng may mặc	10,3%	14
Gỗ và các sản phẩm gỗ	3,7%	5
Hàng điện tử	13,3%	18
Phương tiện giao thông	7,5%	10
Hóa chất	3,7%	5
Hàng gia dụng	11,9%	16
Khác (xin Ông/Bà vui lòng chỉ rõ):.....	40,8%	55
<i>Số doanh nghiệp trả lời</i>		135
<i>Số doanh nghiệp không có ý kiến</i>		39

PHỤ LỤC 3

MỘT SỐ CHỈ TIÊU PHẢN ÁNH SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN

Trong quá trình phát triển, cuối mỗi giai đoạn hoặc sau một thời kỳ (tháng, quý, năm), các doanh nghiệp nói chung và các NHTM nói riêng đều tiến hành đánh giá một cách toàn diện trên cả mặt tích cực và hạn chế, theo cả chiều rộng và chiều sâu nhằm xác định sự phát triển của hoạt động, dịch vụ đó và xây dựng kế hoạch phát triển cho giai đoạn, thời kỳ tiếp theo. Việc đánh giá này cần phải dựa trên một hệ thống các chỉ tiêu, bao gồm cả các chỉ tiêu định lượng và định tính. Để đánh giá sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam thời gian qua cũng cần phải dựa trên những chỉ tiêu nhất định. Dưới đây là một số chỉ tiêu cơ bản phản ánh sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán về cả mặt lượng và mặt chất.

Các chỉ tiêu phản ánh sự phát triển dịch vụ bao thanh toán về mặt lượng

- Số lượng các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán

Số lượng các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán phản ánh khả năng và mức độ cung ứng dịch vụ trên thị trường. Số lượng nhà cung cấp cũng sẽ cho thấy mức độ cạnh tranh trên thị trường đó. Càng có nhiều đơn vị cung cấp thì khách hàng càng có nhiều cơ hội lựa chọn và sử dụng dịch vụ. Đây chính là điều kiện và cũng là chỉ tiêu phản ánh mức độ phát triển của dịch vụ bao thanh toán.

- Loại hình các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán

Bên cạnh số lượng thì loại hình đơn vị cung cấp cũng phản ánh sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán. Loại hình đơn vị cung cấp càng đa dạng và ngày càng được mở rộng càng cho phép nhiều đối tượng có thể tham gia vào thị trường, làm tăng khả năng cung ứng dịch vụ, tăng mức độ cạnh tranh, là yếu tố buộc các nhà cung cấp phải nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm phí và đa dạng hóa chủng loại dịch vụ cung cấp. Đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán là các tổ chức tài chính tín dụng, mà phổ biến nhất là các NHTM. Bên cạnh các NHTM còn có các công ty tài chính và ở các nước phát triển còn có sự góp mặt của các quỹ.

- Số lượng hợp đồng bao thanh toán ký kết và thực hiện

Số lượng hợp đồng và giá trị hợp đồng bao thanh toán sẽ quyết định tới doanh số và doanh thu dịch vụ bao thanh toán. Vì vậy, bên cạnh chỉ tiêu số lượng và đối tượng khách hàng thì số lượng hợp đồng bao thanh toán được ký kết và thực hiện với các khách hàng đó cũng sẽ cho thấy sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán. Dịch vụ bao thanh toán phát triển về lượng thể hiện qua sự tăng lên của số lượng khách hàng, số hợp đồng của mỗi khách hàng trong một thời kỳ nhất định và giá trị của các hợp đồng đó.

- Doanh số dịch vụ bao thanh toán và tốc độ tăng trưởng doanh số

Sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán được phản ánh rõ nét bởi doanh số bao thanh toán thực hiện trong một kỳ và tốc độ tăng trưởng của doanh số. Doanh số bao thanh toán là kết quả thực hiện bao thanh toán của NHTM tại một thời kỳ, nó cho biết tổng giá trị các khoản phải thu mà NHTM đã thực hiện trong một thời kỳ. Trong thời kỳ đầu mới triển khai dịch vụ bao thanh toán thì tốc độ tăng trưởng doanh số bao thanh toán qua thời gian thường lớn, con số này càng cao thì càng cho thấy dịch vụ bao thanh toán được triển khai có hiệu quả. Tuy nhiên ở giai đoạn sau, khi thị phần đã tương đối ổn định thì tốc độ tăng trưởng doanh số cũng đi vào ổn định. Doanh số khi đó chỉ tăng đột biến do một vài nguyên nhân đặc biệt như có sự ra đời của các dịch vụ mới, tiện ích làm cho dịch vụ bao thanh toán của NHTM trở nên hấp dẫn hơn hoặc có những điều kiện hấp dẫn được NHTM đưa ra nhằm thu hút thêm khách hàng.

- Doanh thu dịch vụ bao thanh toán và tốc độ tăng trưởng doanh thu

Doanh thu là một trong những chỉ tiêu quan trọng phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh trong một thời kỳ và tăng trưởng doanh thu dịch vụ bao thanh toán là một trong những chỉ tiêu quan trọng phản ánh sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán. Doanh thu từ dịch vụ bao thanh toán bao gồm hai bộ phận: doanh thu từ lãi và doanh thu ngoài lãi. Doanh thu từ lãi của dịch vụ bao thanh toán là tiền lãi thu được từ việc NHTM ứng trước tiền hàng cho khách hàng (bên bán). Doanh thu ngoài lãi là những khoản phí NHTM thu được từ việc cung cấp các dịch vụ khác ngoài việc ứng tiền trước cho dịch vụ bao thanh toán như phí quản lý sổ sách, phí thu nợ, phí chuyên nhượng chứng từ.... Bộ phận doanh thu từ lãi thường lớn hơn nhiều so với bộ phận doanh thu ngoài lãi.

Tương tự như chỉ tiêu doanh số, doanh thu bao thanh toán trong giai đoạn đầu thường có sự tăng trưởng mạnh và ở giai đoạn sau tốc độ tăng trưởng chậm lại và đi vào ổn định. Để đánh giá chính xác sự phát triển của hoạt động cần phải xét trong một giai đoạn nhất định, thường là 3 tới 5 năm. Trong giai đoạn đó doanh thu hoạt động bao thanh toán phải tăng trưởng dương, đều đặn, ổn định. Để có đánh giá chính xác hơn, bên cạnh chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng doanh thu cần xét thêm một số chỉ tiêu bổ sung sau: Số dư hoạt động bao thanh toán; Tỷ lệ doanh thu hoạt động bao thanh toán trong tổng doanh thu.

- Tỷ trọng dịch vụ bao thanh toán trong tổng thể hoạt động của các NHTM

Bao thanh toán là một dịch vụ nằm trong tổng thể các hoạt động dịch vụ của các NHTM do vậy không thể không xem xét sự phát triển của dịch vụ này so với các dịch vụ khác. Điều này được thể hiện qua chỉ tiêu tỷ lệ doanh thu dịch vụ bao

thanh toán trong tổng doanh thu; Tỷ lệ doanh số bao thanh toán trong tổng dư nợ tín dụng. Sự tăng lên của các chỉ tiêu này cho thấy dịch vụ bao thanh toán đang được phát triển tốt và còn có tiềm năng phát triển so với các hoạt động dịch vụ khác của các NHTM.

- Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ bao thanh toán

Số lượng và đối tượng khách hàng là một trong những tiêu chí phản ánh sự phát triển của bất kỳ hoạt động, dịch vụ nào, dịch vụ bao thanh toán cũng không phải là một ngoại lệ. Khách hàng chính là một trong những yếu tố quyết định tới sự thành công của ngân hàng trong mọi hoạt động, dịch vụ vì vậy khách hàng cần được đặt ở vị trí trung tâm trong chiến lược phát triển dịch vụ bao thanh toán. Việc duy trì được số lượng khách hàng hiện tại, thu hút thêm các khách hàng tiềm năng và lôi kéo được khách hàng từ phía đối thủ cạnh tranh luôn là mục tiêu của các NHTM trong quá trình phát triển dịch vụ bao thanh toán..

Duy trì một số lượng khách hàng trung thành với dịch vụ của ngân hàng, thu hút khách hàng từ đối thủ là việc rất khó khăn trong môi trường cạnh tranh khốc liệt vì vậy bên cạnh đó các NHTM luôn nỗ lực tìm kiếm và phát triển đối tượng khách hàng tiềm năng. Khi ngân hàng đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, mang tới sự thuận tiện cho người sử dụng dịch vụ bao thanh toán, khách hàng sẽ trung thành sử dụng dịch vụ bao thanh toán và tạo điều kiện dễ dàng mở rộng đối tượng khách hàng. Đối tượng khách hàng cũng có thể mở rộng từ một số ngành nghề, lĩnh vực sang đa dạng hóa các ngành nghề, mở rộng từ đối tượng khách hàng nội địa sang khách hàng nước ngoài... Đối tượng khách hàng càng đa dạng khả năng phát triển dịch vụ bao thanh toán càng rộng mở. Đó là cơ sở vững chắc cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán tại các ngân hàng.

Các chỉ tiêu phản ánh sự phát triển dịch vụ bao thanh toán về mặt chất

- Chất lượng dịch vụ bao thanh toán

Chất lượng dịch vụ sẽ ảnh hưởng đến sức hấp dẫn của dịch vụ đó đối với khách hàng. Chất lượng dịch vụ cũng là một công cụ cạnh tranh của các ngân hàng, là cơ sở cho sự phát triển bền vững của ngân hàng. Chất lượng dịch vụ là một phạm trù trừu tượng, thể hiện các đặc tính của dịch vụ, tạo cho dịch vụ đó có khả năng thỏa mãn những nhu cầu của khách hàng về dịch vụ đó. Chất lượng dịch vụ bao thanh toán có thể được đánh giá theo quan điểm của khách hàng, thông qua lợi ích hay hiệu quả mang lại đối với khách hàng sử dụng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ bao thanh toán được thể hiện qua một số nội dung như:

+ Khả năng tiếp cận dễ dàng của khách hàng đối với dịch vụ: khách hàng dễ dàng biết đến và tiếp cận dịch vụ với thủ tục đơn giản và thời gian chờ đợi ngắn nhất

+ Sự thuận tiện: thể hiện thông qua những lợi ích của dịch vụ bao thanh toán so với các loại hình dịch vụ thanh toán xuất khẩu khác

+ Tính kịp thời và an toàn của dịch vụ

+ Thời gian thanh toán: bao gồm thời gian thực hiện các thủ tục, thời gian chờ đợi... Thời gian thanh toán càng ngắn thì khách hàng càng đánh giá cao về chất lượng dịch vụ

+ Độ tin cậy: ngân hàng cung cấp dịch vụ đúng như đã cam kết

+ Trách nhiệm: thể hiện thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng sẵn lòng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ một cách mau lẹ, hiệu quả

+ Sự thấu cảm: thể hiện sự quan tâm, lưu ý của nhân viên ngân hàng đối với từng đối tượng khách hàng cụ thể

+ Tính hữu hình: thể hiện thông qua điều kiện vật chất, trang thiết bị của ngân hàng khi thực hiện dịch vụ; hình thức bên ngoài của nhân viên ngân hàng...

- *Mức độ đa dạng hóa các loại hình bao thanh toán*

Sự đa dạng của các loại hình dịch vụ bao thanh toán cho phép các đối tượng khách hàng khác nhau có nhiều sự lựa chọn phù hợp với nhu cầu của mình trong hoạt động thanh toán xuất khẩu. Tùy theo loại hình doanh nghiệp, mặt hàng xuất khẩu và tính chất các khoản thanh toán khác nhau mà các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ có thể lựa chọn các loại hình dịch vụ bao thanh toán khác nhau, giúp họ chủ động hơn trong hoạt động thanh toán với nhà nhập khẩu, giảm thiểu rủi ro và tiết kiệm thời gian, chi phí cho hoạt động này.

Mức độ đa dạng hóa hình thức bao thanh toán tỷ lệ thuận với sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán. Thông qua chỉ tiêu này, người ta có thể đánh giá mức độ phát triển của dịch vụ bao thanh toán tại một NHTM bất kỳ. Thường ở trong giai đoạn đầu mới phát triển các ngân hàng thường chỉ triển khai một số hình thức bao thanh toán vì có những hình thức bao thanh toán rất khó phát triển như hình thức bao thanh toán kín hoặc có hình thức bao thanh toán mang nhiều rủi ro cho NHTM như hình thức bao thanh toán miễn truy đòi,... Các NHTM càng cung cấp nhiều hình thức bao thanh toán phục vụ cho nhu cầu của khách hàng thì càng thể hiện mức độ phát triển cao. Nhu cầu của khách hàng luôn luôn biến đổi, phong phú, đa dạng, đáp ứng nhu cầu khách hàng đã khó song phát triển hình thức mới, tạo nhu cầu cho khách hàng mới thực sự là thử thách đối với các NHTM. Phát triển thêm hình thức mới sẽ tạo được ưu thế cạnh tranh cho ngân hàng. Việc cung cấp toàn diện các hình thức bao thanh toán và phát triển thêm các hình thức hoàn toàn mới phù hợp và tạo được nhu cầu cho khách hàng cho thấy mức độ phát triển cao của hoạt động.

- *Phí dịch vụ bao thanh toán*

Phí dịch vụ bao thanh toán tỷ lệ nghịch với sự phát triển của dịch vụ bao thanh toán. Dịch vụ bao thanh toán càng phát triển thì các NHTM càng có điều kiện và có biện pháp để tiết kiệm chi phí quản lý, giảm rủi ro để giảm phí dịch vụ. Ngược lại, phí dịch vụ bao thanh toán của ngân hàng giảm sẽ tăng sức hấp dẫn, giúp ngân hàng tăng khả năng cạnh tranh, thu hút khách hàng, tăng doanh số. Khi mới tham gia thị trường, cũng như các hàng hóa, dịch vụ khác, dịch vụ bao thanh toán cũng có mức phí cao, nhưng khi càng phát triển thì phí này sẽ ngày càng có xu hướng giảm xuống.

- Tần suất (Mức độ) sử dụng dịch vụ bao thanh toán của khách hàng:

Tần suất sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong thanh toán xuất nhập của khách hàng thể hiện sự tín nhiệm của khách hàng đối với loại hình dịch vụ này so với các loại hình dịch vụ thanh toán xuất khẩu khác mà các NHTM có thể cung ứng cho khách hàng. Tần suất (mức độ) sử dụng dịch vụ dịch vụ bao thanh toán có thể được đánh giá thông qua các khía cạnh:

+ Theo đối tượng khách hàng: đối tượng khách hàng (DN XK) nào thường lựa chọn sử dụng loại hình dịch vụ này

+ Theo gói (hình thức) dịch vụ: khách hàng lựa chọn dịch vụ forfaiting hay factoring

+ Theo nhóm SP xuất khẩu: mức độ khách hàng lựa chọn sử dụng dịch vụ bao thanh toán cho các nhóm/loại SP xuất khẩu.

- Uy tín/ Mức độ tín nhiệm của nhà cung cấp và độ an toàn của dịch vụ bao thanh toán

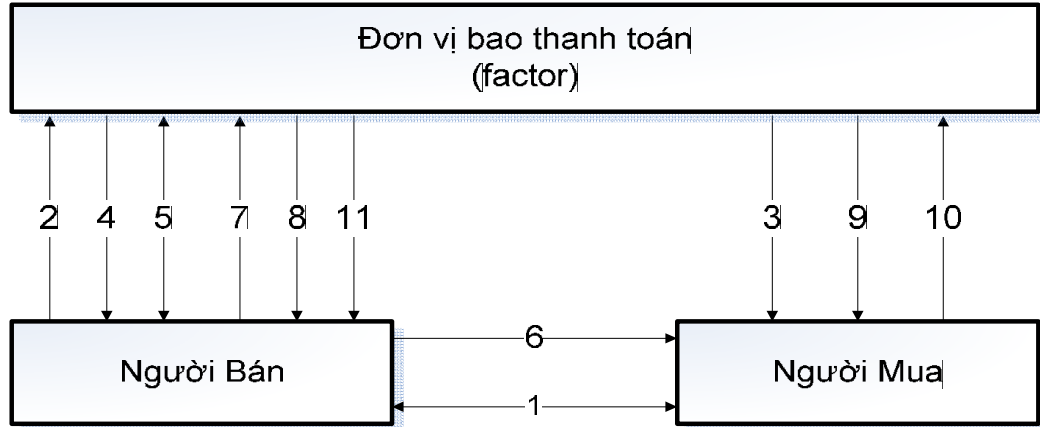
Mức độ tín nhiệm của nhà cung cấp sẽ quyết định sự tồn tại và phát triển của họ trên thị trường. Đặc biệt, với dịch vụ bao thanh toán thì độ tín nhiệm của nhà cung cấp có vai trò rất quan trọng, quyết định việc lựa chọn sử dụng dịch vụ của người tiêu dùng. Đây cũng là cơ sở cho các mối quan hệ với các đơn vị bao thanh toán khác, mối quan hệ không thể thiếu quyết định hiệu quả của dịch vụ bao thanh toán, đặc biệt là đối với bao thanh toán quốc tế. Uy tín của nhà cung cấp càng cao, nhà cung cấp càng có nhiều quan hệ với các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán khác, càng tạo điều kiện tốt cho sự phát triển dịch vụ bao thanh toán.

Bên cạnh đó, độ an toàn của dịch vụ bao thanh toán là cơ sở đảm bảo hiệu quả hoạt động của cả nhà cung cấp và người sử dụng dịch vụ. Đây cũng là cơ sở quan trọng cho việc thu hút khách hàng để phát triển dịch vụ bao thanh toán.

PHỤ LỤC 4 A

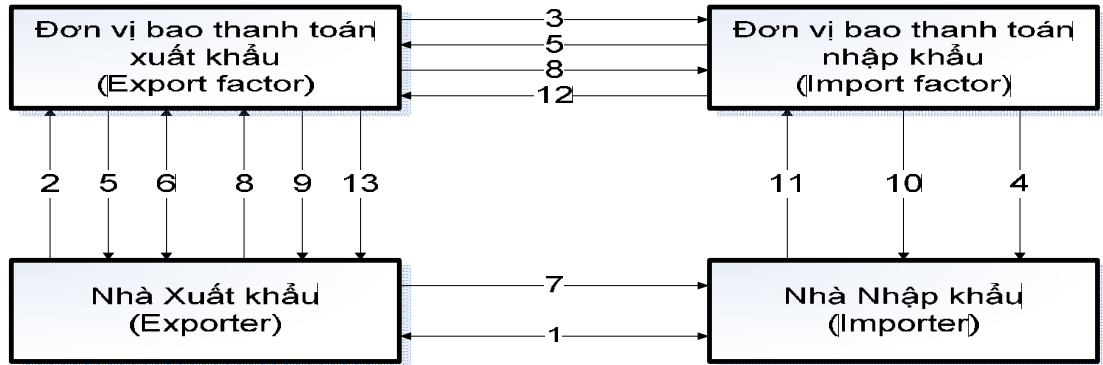
QUI TRÌNH BAO THANH TOÁN FACTORING

Quy trình bao thanh toán factoring trong nước (domestic factoring)



- *Bước 1:* Người mua và người bán ký kết hợp đồng mua bán hàng hóa, dịch vụ.
- *Bước 2:* Người bán gửi yêu cầu cung cấp dịch vụ bao thanh toán đến đơn vị bao thanh toán.
- *Bước 3:* Đơn vị bao thanh toán xem xét đánh giá người mua, xem có thể đưa ra định mức tín dụng cho người mua là bao nhiêu
- *Bước 4:* Đơn vị bao thanh toán trả lời về mức cấp tín dụng cho người bán
- *Bước 5:* Người bán và đơn vị bao thanh toán ký kết hợp đồng bao thanh toán bao gồm các điều khoản như phí bao thanh toán, mức cấp hạn mức ứng trước tối đa...
- *Bước 6:* Người bán giao hàng cho người mua
- *Bước 7:* Người bán chuyển nhượng các khoản phải thu cho đơn vị bao thanh toán (hoá đơn bán hàng ...).
- *Bước 8:* Đơn vị bao thanh toán ứng trước tiền hàng cho người bán theo như thoả thuận trong hợp đồng bao thanh toán.
- *Bước 9:* Đơn vị bao thanh toán thực hiện việc đòi tiền hoá đơn bán hàng từ người mua khi đến hạn.
- *Bước 10:* Người mua thanh toán tiền hàng cho đơn vị bao thanh toán
- *Bước 11:* Đơn vị bao thanh toán tất toán với người bán phần còn lại.

Quy trình bao thanh toán factoring quốc tế (Internatioanl factoring) hay bao thanh toán hệ hai đại lý (The two factors system)

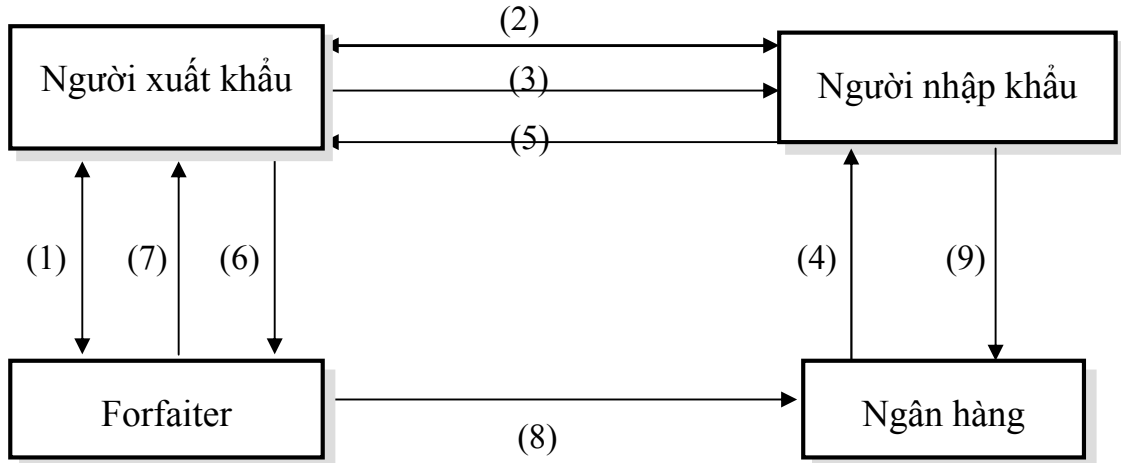


- *Bước 1:* Người XK ký kết hợp đồng thương mại quốc tế với người NK
- *Bước 2:* Người XK gửi yêu cầu cung cấp dịch vụ bao thanh toán cho đơn vị bao thanh toán XK
- *Bước 3:* Đơn vị bao thanh toán XK gửi yêu cầu hỏi về đánh giá uy tín tín dụng của người NK cho đơn vị bao thanh toán NK
- *Bước 4:* Đơn vị bao thanh toán NK tiến hành việc thẩm tra các thông tin về nhà NK và đưa ra định mức tín dụng đối với nhà NK
- *Bước 5:* Đơn vị bao thanh toán NK trả lời đơn vị bao thanh toán XK về uy tín tín dụng của nhà NK và định mức tín dụng tối đa mà đơn vị có thể cung cấp.
- *Bước 6:* Đơn vị bao thanh toán XK ký kết hợp đồng bao thanh toán với nhà XK dựa trên định mức tín dụng mà đơn vị bao thanh toán NK cung cấp (mức phí, mức ứng trước tối đa)
- *Bước 7:* Người XK giao hàng cho người NK theo hợp đồng thương mại quốc tế đã ký
- *Bước 8:* Người XK xuất trình chứng từ cho đơn vị bao thanh toán XK để yêu cầu ứng trước tiền hàng. Đơn vị bao thanh toán XK sau khi nhận được hóa đơn đòi tiền người NK thì chuyển hoá đơn cho đơn vị bao thanh toán NK nhờ theo dõi và thu hộ tiền.
- *Bước 9:* Đơn vị bao thanh toán XK ứng trước tiền cho người XK theo thỏa thuận đã ký.
- *Bước 10:* Đơn vị bao thanh toán NK tiến hành các thủ tục đòi tiền người NK khi đến hạn.
- *Bước 11:* Người NK thanh toán tiền hàng cho đơn vị bao thanh toán NK
- *Bước 12:* Đơn vị bao thanh toán NK thanh toán cho đơn vị bao thanh toán XK và gửi kèm báo cáo về việc thanh toán và phí cho đơn vị bao thanh toán XK.
- *Bước 13:* Đơn vị bao thanh toán XK tất toán phần còn lại với người XK sau khi trừ tất cả các loại phí.

PHỤ LỤC 4 B

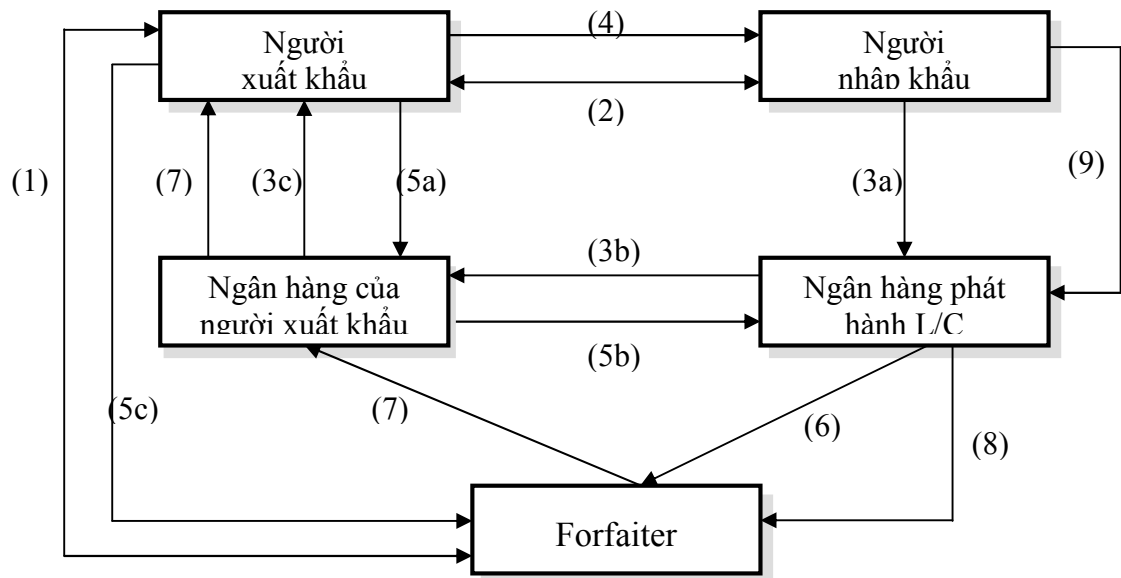
QUI TRÌNH BAO THANH TOÁN FORFAITING

Quy trình bao thanh toán forfaiting đối với hối phiếu/kỳ phiếu



- *Bước 1:* Đơn vị bao thanh toán forfaiting (Forfaiter) và người XK ký kết hợp đồng forfaiting theo đó Forfaiter cam kết mua lại chứng từ của người XK.
- *Bước 2:* Người XK và người NK ký kết hợp đồng thương mại.
- *Bước 3:* Người XK tiến hành giao hàng theo thỏa thuận của hợp đồng.
- *Bước 4:* Bảo lãnh thanh toán bởi ngân hàng của người NK.
- *Bước 5:* Người NK giao hối phiếu (do người XK ký phát và đã được ký chấp nhận) hoặc kỳ phiếu cho người XK. Hối phiếu và kỳ phiếu này đã được ngân hàng của người NK ký bảo lãnh.
- *Bước 6:* Người XK giao các chứng từ, tài liệu theo yêu cầu đã thỏa thuận trong hợp đồng forfaiting cho Forfaiter.
- *Bước 7:* Forfaiter thanh toán cho người XK (Chiết khấu hối phiếu, kỳ phiếu)
- *Bước 8:* Forfaiter xuất trình chứng từ đòi tiền NH bảo lãnh của người NK.
- *Bước 9:* Người NK thanh toán tiền cho NH của mình khi đến hạn thanh toán.

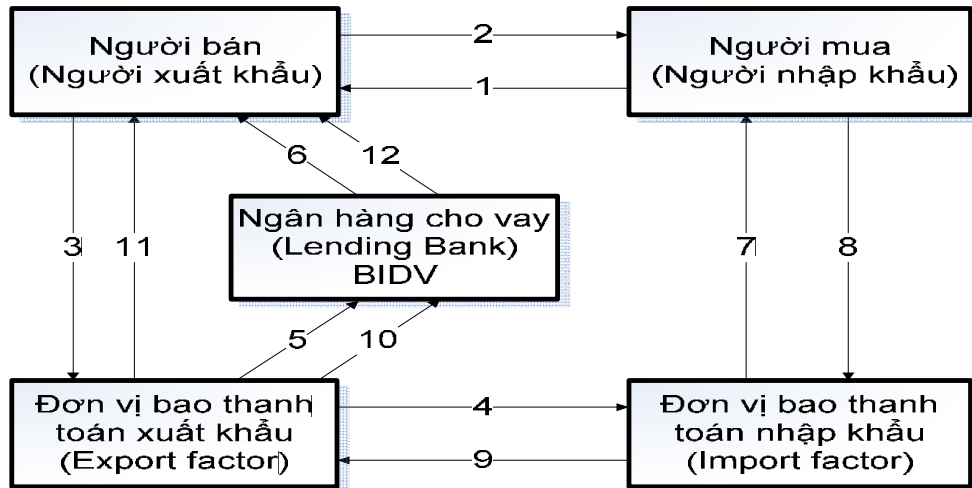
Quy trình bao thanh toán forfaiting đối với L/C



- Bước 1: Đơn vị bao thanh toán forfaiting (Forfaiter) và người XK ký kết hợp đồng forfaiting theo đó Forfaiter cam kết mua lại chứng từ của người XK.
- Bước 2: Người XK và người NK ký kết hợp đồng thương mại.
- Bước 3a: Người NK yêu cầu ngân hàng phát hành L/C
- Bước 3b: Ngân hàng phát hành L/C
- Bước 3c: Ngân hàng thông báo về việc phát hành L/C
- Bước 4: Người XK tiến hành giao hàng theo thỏa thuận của hợp đồng.
- Bước 5a: Sau khi giao hàng, người XK xuất trình chứng từ
- Bước 5b: Xuất trình chứng từ tới ngân hàng phát hành L/C
- Bước 5c: Người XK xuất trình một số chứng từ tới Forfaiter theo yêu cầu thỏa thuận trong hợp đồng forfaiting, như: bản sao L/C, bản sao các chứng từ đi kèm L/C, xác nhận của NH phát hành (sau khi giao hàng ở bước 4 người XK qua NH của mình thông báo tới NH phát hành về việc chuyển nhượng số tiền của L/C cho Forfaiter, NH phát hành sẽ gửi thông báo xác nhận trở lại cho người XK, thông báo chấp nhận Forfaiter là người hưởng lợi mới của L/C và sẽ trả tiền trực tiếp cho Forfaiter khi đến hạn).
- Bước 6: Sau khi kiểm tra chứng từ, ngân hàng phát hành gửi xác nhận cho Forfaiter, thông báo các chứng từ xuất trình phù hợp với L/C.
- Bước 7: Forfaiter thanh toán cho người XK (Chiết khấu L/C)
- Bước 8: NH phát hành thanh toán tiền cho Forfaiter khi đến hạn thanh toán.
- Bước 9: Người NK thanh toán tiền cho ngân hàng phát hành khi đến hạn thanh toán L/C.

PHỤ LỤC 4 C

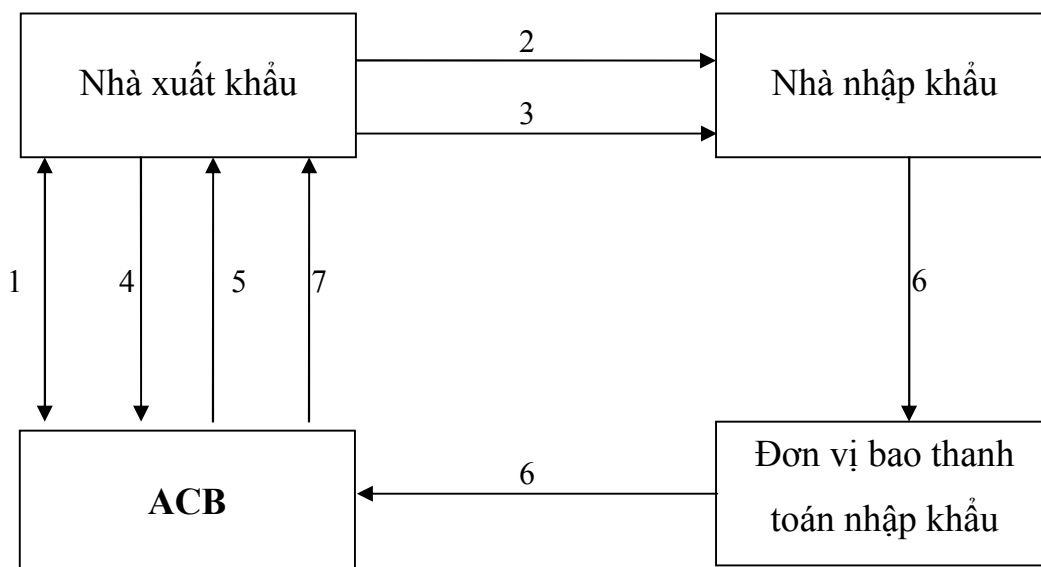
Sơ đồ trình tự bao thanh toán quốc tế liên kết giữa đơn vị bao thanh toán xuất khẩu và Ngân hàng cho vay - BIDV



- *Bước 1:* Người mua (người NK) gửi đơn đặt hàng cho người bán
- *Bước 2:* Người bán (người XK) giao hàng cho người mua
- *Bước 3:* Người XK xuất trình hoá đơn bán hàng cho đơn vị bao thanh toán XK
- *Bước 4:* Đơn vị bao thanh toán XK xuất trình hoá đơn bán hàng, thông báo khoản phải thu cho đơn vị bao thanh toán NK
- *Bước 5:* Đơn vị bao thanh toán XK thông báo cho BIDV biết về số tiền hàng theo hoá đơn.
- *Bước 6:* BIDV thực hiện việc ứng trước tiền hàng theo hoá đơn cho người XK
- *Bước 7:* Đơn vị bao thanh toán NK tiến hành các thủ tục đòi tiền người NK khi đến hạn thanh toán
- *Bước 8:* Người NK thanh toán tiền hàng cho đơn vị bao thanh toán NK
- *Bước 9:* Đơn vị bao thanh toán NK thanh toán tiền cho đ/vị bao thanh toán XK
- *Bước 10:* Đơn vị bao thanh toán XK thanh toán khoản tiền hàng cho BIDV
- *Bước 11:* Đơn vị bao thanh toán XK thông báo cho người XK biết về việc đơn vị bao thanh toán NK đã thanh toán khoản phải thu.
- *Bước 12:* BIDV thanh toán nốt phần còn lại của tiền hàng cho người XK sau khi trừ khoản ứng trước và phí của mình.

PHỤ LỤC 4 D

Sơ đồ qui trình bao thanh toán xuất khẩu của ACB



- *Bước 1:* Nhà XK ký kết hợp đồng bao thanh toán XK với ACB
- *Bước 2:* Nhà XK thông báo cho nhà NK về việc chuyển nhượng khoản phải thu cho ACB
- *Bước 3:* Nhà XK giao hàng cho nhà NK
- *Bước 4:* Nhà XK giao bộ chứng từ liên quan đến khoản phải thu cho ACB
- *Bước 5:* ACB ứng trước cho nhà XK
- *Bước 6:* Nhà NK thanh toán khoản phải thu cho ACB khi đến hạn thanh toán thông qua đơn vị bao thanh toán NK- đối tác của ACB
- *Bước 7:* ACB tất toán khoản phải thu và thanh toán phần còn lại cho nhà XK.

PHỤ LỤC 5

CÁC CHỨNG TỪ, CÔNG CỤ TÀI CHÍNH SỬ DỤNG TRONG BAO THANH TOÁN

Các chứng từ sử dụng trong bao thanh toán factoring quốc tế

Khi thực hiện nghiệp vụ bao thanh toán factoring quốc tế, người XK cần xuất trình cho Factor các chứng từ sau:

- Hóa đơn thương mại bản gốc và một bản sao
- Chứng từ vận tải chứng nhận đã giao hàng và một bản sao
- Bản gốc văn bản ghi nhận về việc mua bán hàng hóa, dịch vụ (đã được gửi và ký chấp nhận bởi người NK)
- Biên bản xác nhận việc xếp hàng (nếu có)
- Một số giấy tờ cần thiết chứng minh tư cách pháp lý của doanh nghiệp như: giấy đăng ký kinh doanh, điều lệ công ty, giấy phép đầu tư,...

Các công cụ tài chính sử dụng trong bao thanh toán forfaiting

- Hối phiếu: là một tờ mệnh lệnh trả tiền vô điều kiện do một người ký phát cho một người khác, yêu cầu người này khi nhìn thấy hối phiếu, hoặc đến một ngày cụ thể nhất định hoặc đến một ngày có thể xác định trong tương lai phải trả một số tiền nhất định cho một người nào đó hoặc theo lệnh của người này trả cho một người khác hoặc trả cho người cầm phiếu.

Trong bao thanh toán forfaiting, hối phiếu thường phải được bảo lãnh bởi một người thứ ba (thường là các ngân hàng), theo đó người này sẽ cam kết trả tiền cho người hưởng lợi khi hối phiếu đến hạn thanh toán.

- Kỳ phiếu: là một chứng từ cam kết trả tiền vô điều kiện do một người (người ký phát) lập ra để cam kết trả một số tiền nhất định vào một ngày nhất định cho người hưởng lợi có ghi trên kỳ phiếu hoặc theo lệnh của người này trả cho một người khác theo qui định trên kỳ phiếu.

Không giống hối phiếu, kỳ phiếu chỉ thể hiện nghĩa vụ của người phát hành đối với người hưởng lợi nên người XK không phải chịu bất kỳ nghĩa vụ thanh toán nào. Chính vì vậy mà kỳ phiếu được sử dụng khá phổ biến trong bao thanh toán

forfaiting. Để được chấp nhận trong bao thanh toán forfaiting, kỳ phiếu cũng cần phải được ngân hàng hoặc công ty tài chính bảo lãnh để đảm bảo khả năng thanh toán của kỳ phiếu.

- Thư tín dụng trả chậm (deferred L/C): loại thư tín dụng mà NH phát hành L/C hoặc NH xác nhận L/C cam kết sẽ thanh toán cho người hưởng lợi L/C vào một thời điểm trong tương lai. Với loại L/C này, sau khi chiết khấu bộ chứng từ cho người XK, Forfaiter sẽ được NH phát hành thanh toán L/C khi khoản nợ đến hạn.

PHỤ LỤC 6 A

PHÍ DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN

Phí bao thanh toán factoring

- Phí chiết khấu (tiền lãi - Interest charge/ Discount charge): thường được tính toán tương đương với tỷ lệ thấu chi mà ngân hàng áp dụng đối với mỗi ngành nghề kinh doanh, tương đương với lãi suất chiết khấu hoặc cao hơn lãi suất cho vay ngắn hạn một chút, khoảng từ 1,5% - 3%/năm. Tuy nhiên, tỷ lệ này cao hay thấp còn phụ thuộc vào chất lượng khoản nợ (khả năng rủi ro xảy ra đối với việc đòi tiền) và khoảng thời gian tối thiểu cần thiết để có thể thu hồi được nợ.

- Phí hoa hồng (Service fee): khoản cần thiết để trang trải các chi phí quản lý sổ sách và thực hiện chức năng quản lý tín dụng của Factor, mức phí này thường dao động từ 0,5% - 2,5% / khoản thanh toán chuyển nhượng.

Ngoài ra, để tăng doanh thu cho các Factor, người ta còn áp dụng một số loại phí khác như: phí thanh toán sai địa chỉ (Misdirected payment fees), phí ghi chú thiếu (Missing Notation fees), phí chấm dứt hợp đồng sớm (Termination fees).

Thông thường, phí bao thanh toán factoring quốc tế cao hơn phí bao thanh toán factoring trong nước, phí bao thanh toán factoring miễn truy đòi cao hơn phí bao thanh toán factoring truy đòi. Ảnh hưởng đến phí bao thanh toán factoring có các yếu tố sau:

- *Khối lượng công việc*: khối lượng công việc nhiều hơn (số lượng hoá đơn, phiếu ghi có, số lượng nhà NK, năng lực và uy tín của nhà NK...) đòi hỏi chi phí nhiều hơn và do đó mức phí sẽ cao hơn. Ngoài ra, nếu thông tin cung cấp cho đại lý bao thanh toán NK không đầy đủ và chính xác, buộc đại lý bao thanh toán NK phải tốn kém trong việc điều tra, xác minh thông tin thì mức phí họ đưa ra sẽ cao hơn.

- *Chi phí hệ thống*: đối với dịch vụ bao thanh toán factoring quốc tế thì những chi phí gửi thông tin đi nước ngoài, xử lý giao dịch bằng các loại tiền khác nhau, xử lý thông tin bằng tiếng nước ngoài...chắc chắn sẽ phức tạp hơn dịch vụ bao thanh toán factoring trong nước vì vậy mức phí chắc chắn sẽ cao hơn

- *Doanh thu bán hàng*: doanh thu bán hàng là một trong những yếu tố quyết định mức phí trong bao thanh toán. Đối với bao thanh toán quốc tế, các đơn vị cung cấp dịch vụ bao thanh toán thường đặt ra các mức doanh số bao thanh toán tối thiểu cho các giao dịch. Họ sẽ từ chối không nhận các giao dịch có doanh số thấp hơn mức tối thiểu này. Vì vậy doanh thu XK trong bao thanh toán quốc tế thường lớn hơn doanh thu bán hàng trong bao thanh toán trong nước và điều đó có nghĩa là phí bao thanh toán factoring quốc tế thường cao hơn phí bao thanh toán factoring trong nước.

Phí bao thanh toán forfaiting

Phí cho dịch vụ bao thanh toán forfaiting thường cao hơn, nó thường bao gồm 2 loại phí cơ bản là phí cam kết và phí chiết khấu. Cụ thể:

- Phí cam kết (Commitment fees): là phí mà người XK phải trả để được Forfaiter đảm bảo (cam kết) chắc chắn là sẽ mua lại khoản phải thu của họ. Người XK phải trả phí cam kết khi ký hợp đồng forfaiting (trước khi họ tiến hành giao hàng) cho dù hợp đồng XK của họ có thực sự được thực hiện hay không. Phí cam kết không được hoàn lại và thường khoảng từ 0,5% - 2% / năm / tổng số tiền của khoản phải thu tính từ ngày cam kết đến ngày thực hiện chiết khấu (hoặc đến ngày hợp đồng forfaiting có hiệu lực, tùy theo thời điểm nào đến sớm hơn).

- Phí chiết khấu (tiền lãi – Discount rate): là tiền lãi mà người XK phải trả cho Forfaiter cho toàn bộ thời hạn tín dụng có liên quan và được Forfaiter khấu trừ vào số tiền của khoản phải thu (số tiền ghi trên hối phiếu hoặc kỳ phiếu) phải trả cho người XK. Phí suất chiết khấu thường được xác định căn cứ vào một số yếu tố như:

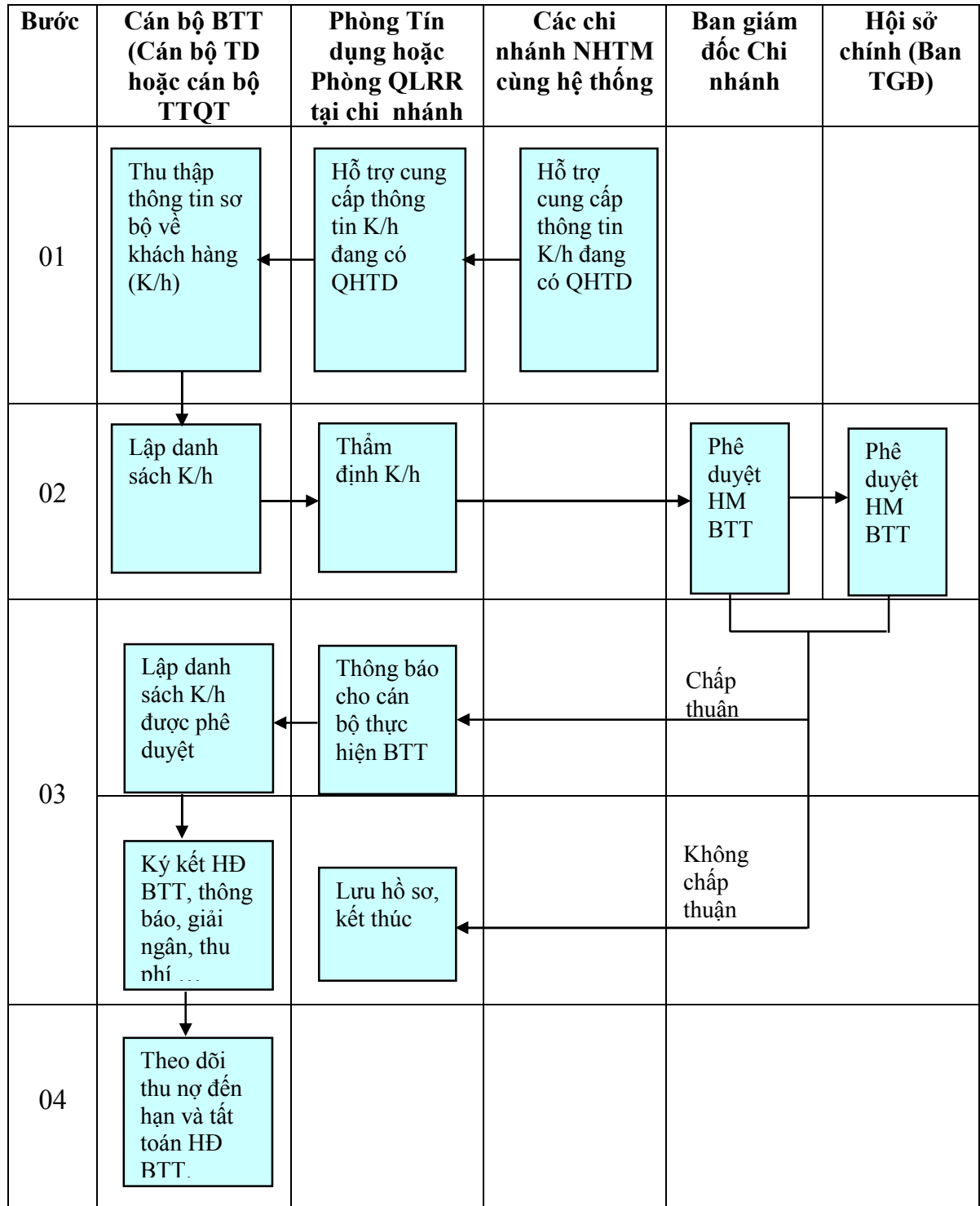
- Đồng tiền thanh toán
- Giá trị khoản giao dịch
- Thời hạn tín dụng
- Nước xuất khẩu
- Ngân hàng bảo lãnh

PHỤ LỤC 6 B
PHÍ DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN CỦA MỘT SỐ NHTM VN

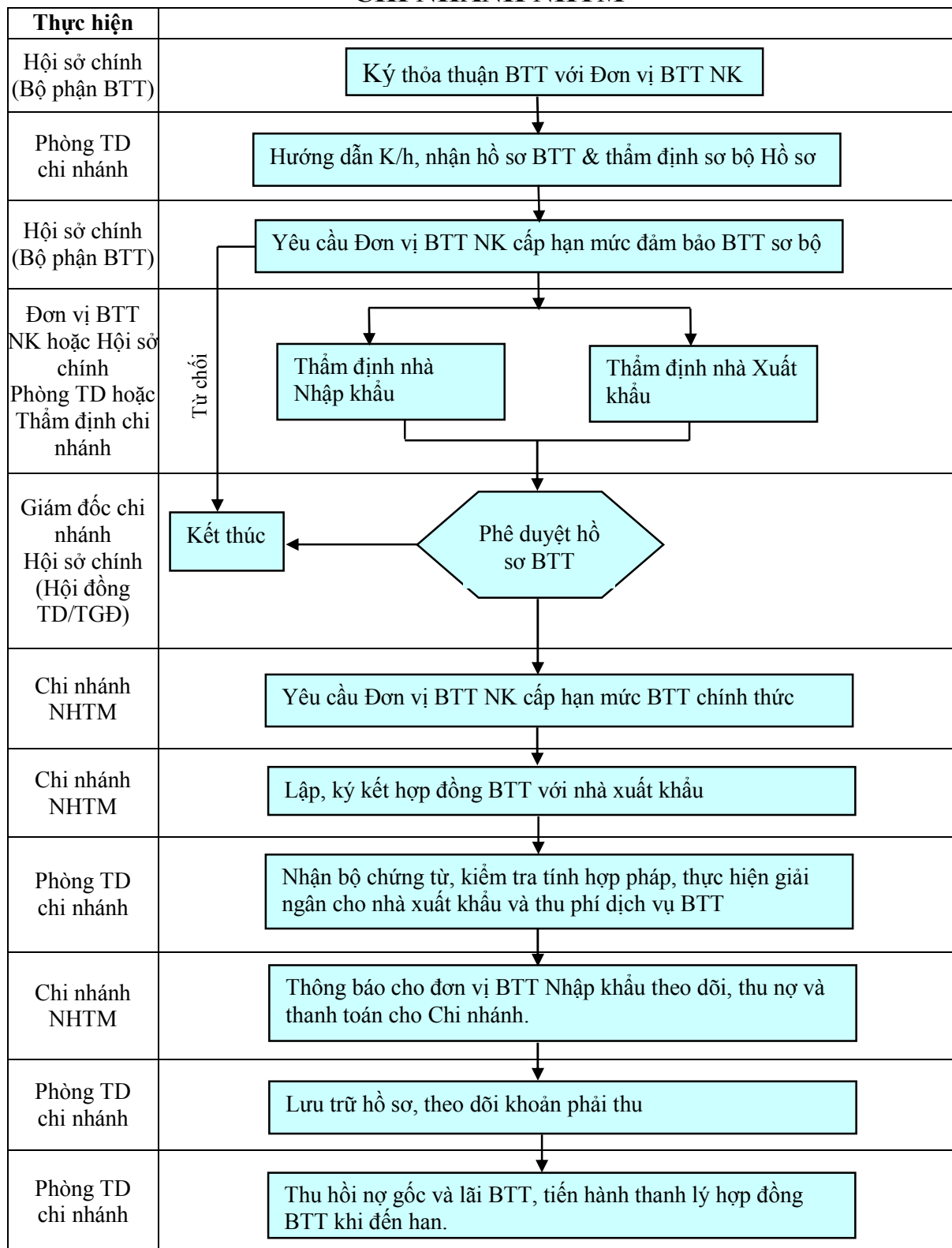
Ngân hàng	Phí
Sacombank	1- Thu theo hạn mức là 0,4%/Hạn mức bao thanh toán (Tối thiểu 4 triệu đồng; Tối đa theo thỏa thuận). 2- Thu theo từng lần giải ngân 0,15%-0,4%/Trị giá khoản phải thu.
ACB	1- Thu theo hạn mức là 0,4%/năm/hạn mức bao thanh toán (tối thiểu 3 triệu đồng; tối đa theo thỏa thuận) 2- Thu theo từng lần giải ngân 0,15%-0,4%/Trị giá khoản phải thu. 3- Bao thanh toán xuất khẩu: mức phí BTT = 0,25%*(thời hạn thanh toán/45)*(hệ số k) k = 1: doanh số < 1 triệu USD/năm k = 0,9: doanh số từ 1 – 2 triệu USD/năm k = 0,8: doanh số từ 2 – 3 triệu USD/năm
VCB	1- Phí quản lý: 0,1% - 0,2%/doanh số bao thanh toán 2- Phí xử lý hóa đơn: 0 - 10 USD/hóa đơn hoặc phiếu ghi có. 3- Phí thu nợ: 0,2% - 0,5%/doanh số bao thanh toán thu nợ. 4- Phí đảm bảo rủi ro (đã bao gồm phí thu nợ): 0,5% - 1,5%/doanh số bao thanh toán bảo đảm.
Techcombank	1- Bao thanh toán nội địa: - Phí cấp hạn mức BTT = 200.000VND/lần - Phí dịch vụ BTT từ 0,15% - 1%/giá mua khoản phải thu. 2- Bao thanh toán xuất khẩu bao gồm các loại phí sau: - Phí cấp hạn mức = 200.000 VND/1 lần. - Phí dịch vụ = 0,5%/giá mua khoản phải thu (thu trọn gói) hoặc từ 0,15% - 1% giá khoản phải thu nếu thu theo từng lần + các khoản phí liên quan đến thanh toán quốc tế.

(Nguồn: Biểu phí dịch vụ của các ngân hàng thương mại)

PHỤ LỤC 7
LƯU ĐỒ THỰC HIỆN BAO THANH TOÁN NỘI ĐỊA TẠI
CHI NHÁNH NHTM



PHỤ LỤC 8
LƯU ĐỒ THỰC HIỆN BAO THANH TOÁN XUẤT KHẨU TẠI
CHI NHÁNH NHTM



PHỤ LỤC 9
THẨM ĐỊNH CỦA NGÂN HÀNG KHI THỰC HIỆN BAO TT
Những nội dung cần làm rõ khi thực hiện BTT

- Mặt hàng cung cấp:	
- Số năm giao dịch giữa 2 bên:	
- Phương thức thanh toán:	
- Phương thức giao hàng:	
- Doanh số giao dịch 12 tháng gần nhất:	
- Doanh số giao dịch dự kiến trong 12 tháng tới:	
- Có thư giới thiệu của Người mua:	<input type="checkbox"/> Có <input type="checkbox"/> Không
- Tổng giá trị hàng giao bị Người mua trả lại trong 12 tháng giao dịch gần nhất (căn cứ vào báo cáo giao hàng/thanh toán):	
- Tổng giá trị các khoản phải thu được Người mua thanh toán đúng hạn trong 12 tháng giao dịch gần nhất: Tỷ lệ:.....%/tổng giá trị giao dịch
- Tỷ lệ các khoản phải thu bị thanh toán quá hạn:	<input type="checkbox"/> Dưới 30 ngày:.....% <input type="checkbox"/> Từ 31-60 ngày:.....% <input type="checkbox"/> Trên 60 ngày:.....%

(Nguồn: Techcombank)

Thẩm định nhu cầu cấp hạn mức tín dụng/hạn mức bao thanh toán

Chỉ tiêu	Năm thực tế	Năm kế hoạch	Mức độ tăng trưởng
Doanh thu (1)			
Giá vốn hàng bán (2)			
Lợi nhuận dự kiến (3)			
Chu kỳ kinh doanh (4)			
Nhu cầu vốn cho 1 vòng quay (5)=(2)/(4)			
VCSH tham gia vào VLĐ (6)			
Phải trả người bán (7)			
Tài trợ từ các TCTD khác (8)			
Vốn vay khác (9)			
Nhu cầu cấp HMTD tại TCB (10) = (5) – (6) – (7) – (8) – (9)			

(Nguồn: Techcombank)

PHỤ LỤC 10
MỘT SỐ CHỈ TIÊU CƠ BẢN CỦA CÁC NGÂN HÀNG

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
Tổng tài sản (đơn vị: tỷ đồng)				
2005	10.666	136.456	117.976	24.273
2006	17.326	167.128	158.165	44.650
2007	39.542	197.363	204.511	85.392
2008	59.360	222.090	246.520	105.306
2009	92.582	255.496	292.198	167.881
2010	150.291	307.621	366.268	205.103
2011	180.531	366.722	405.755	281.019,3
2012	179.934	414.475	484.785	176.308
Vốn điều lệ (đơn vị: tỷ đồng)				
2005	617	4.279	3.971	948
2006	1.500	4.357	4.077	1.100
2007	2.521	4.429	7.699	2.630
2008	3.642	12.100,86	8.756	6.356
2009	5.401	12.100,86	10.499	7.814
2010	6.932	17.588	14.600	9.377
2011	8.788	19.698	12.948	9.377
2012	8.848	23.174	23.012	9.377
LN sau thuế (đơn vị: tỷ đồng)				
2005	206	1.293	115	293
2006	257	2.861	613	505
2007	510.000	2.390	1.607	1.760
2008	1.173	2.728	1.997	2.211
2009	1.700	3.945	2.818	2.201
2010	2.073	4.303	3.761	2.334,8
2011	3.154	4.217	3.200	3.207,8
2012	766	4.402	3.265	784
LN/Tổng tài sản bình quân (ROAA) (%)				
2005	2,6	1,01	0,11	2,0
2006	1,89	1,88	0,4	2,0
2007	1,99	1,31	0,89	3,3

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
2008	2,28	1,29	0,8	2,6
2009	2,24	1,64	0,94	2,1
2010	1,86	1,5	1,13	1,7
2011	1,83	1,25	0,83	1,7
2012	0,42	1,13	0,7	0,5
LN/Vốn chủ sở hữu bình quân (ROE) (%)				
2005	45,19	16,54	3,7	39,3
2006	26,76	29,11	14,23	46,8
2007	22,98	19,23	25,01	53,8
2008	25,87	19,74	19,38	36,7
2009	26,86	25,58	21,05	3,8
2010	24,8	22,55	17,96	28,9
2011	28,87	17,08	13,2	36,02
2012	5,58	12,6	12,44	8,5
Tỷ lệ nợ xấu (%)				
2005	3,1	3,43		
2006	3,8	2,75		0,2
2007	1,66	3,87		0,08
2008	2,4	4,61		0,9
2009	2,49	2,47		0,4
2010	2,29	2,83		0,34
2011	2,83	2,03		0,89
2012	2,69	2,4		2,46
Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu (CAR) (%)				
2005	15,72	9,50	3,36	12
2006	17,28	9,30	5,5	10,9
2007	14,3	9,20	6,7	16,19
2008	13,99	8,90	6,62	12,44
2009	9,6	8,11	7,55	9,73
2010	13,11	9,0	8,27	10,6
2011	11,43	11,14	11,07	9,25
2012	12,6	14,83	8,7	11,2

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
Vốn chủ sở hữu (tỷ đồng)				
2005	1.009	8.416	3.150	1.272
2006	1.762	11.228	4.428	1.697
2007	3.573	13.552	11.635	6.258
2008	5.615	13.946	9.969	7.766
2009	7.324	16.710	13.977	10.106
2010	9.389	20.737	24.220	
2011	12.516	28.639	24.390	11.767
2012	13.290	41.563	26.494	12.386
LN trước thuế				
2005	286	1.760	296	385
2006	356	3.877	650	687
2007	709	3.149	2.028	2.127
2008	1.600	3.590	2.368	2.561
2009	2.253	5.004	3.196	2.838
2010	2.744	5.569	4.626	3.102,3
2011	4.221	5.697	4.220	4.202,7
2012	1.018	5.764	4.325	1.043
Dư nợ tín dụng (tỷ VND)				
2005	5.293	61.044	76.174	9.565
2006	8.696	67.743	93.453	17.014
2007	19.841	97.631	131.984	31.811
2008	26.019	112.793	160.982	34.833
2009	42.093	141.621	206.402	62.358
2010	52.928	176.814	321.958	87.195
2011	63.451	209.418	293.937	102.809
2012	68.261	241.163	339.924	102.815
Tổng vốn huy động từ khách hàng				
2005				22.332
2006				
2007		144.810		
2008		159.989		
2009	72.693	169.457		108.992

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
2010	108.334	208.320		137.881
2011	136.781	241.700		185.637
2012	150.633	303.942		
Tiền mặt, vàng bạc, đá quý (tỷ VND)				
2005	162	2.006	1.184	1.533
2006	204	2.418,2	1.383	2.285
2007	496	3.204,2	1.976	4.927
2008	1.566	3.482,2	2.304	9.309
2009	1.973	4.485,2	2.876	6.758
2010	4.316	5.232,7	3.253	10.884,8
2011	5.115	5.393,8	3.629	8.710
2012	4.529	5.627	3.295	7.096
Tiền gửi tại NHNN (tỷ VNĐ)				
2005	326	6.336	4.576	989
2006	409	11.848,5	17.688	1.563
2007	1.299	11.662,7	8.758	5.145
2008	2.297	30.561,4	12.621	2.121
2009	2.720	25.174,7	5.680	1.742
2010	2.753	10.616,6	8.110	2.914,4
2011	4.466	8.239,8	7.240	5.075,8
2012	5.577	6.732	16.381	5.555
Tiền gửi tại và cho vay các tổ chức tín dụng khác (tỷ VND)				
2005	2.633	42.384	17.649	
2006	4.458	52.234,8	21.811	16.402
2007	9.304	41.597,6	26.319	29.165
2008	15.526	30.367,7	29.619	24.172
2009	26.269	47.456,7	40.197	36.700
2010	46.263	79.653,8	57.789	
2011	43.191	105.005	57.580	81.509
2012	31.300	65.713	54.317	22.002
Tiền gửi không kỳ hạn bằng VND (tỷ VND)				

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
2005		150		209
2006		212		103
2007		287		386
2008		53,6		125
2009	1.492	135,2		53
2010	3.938	79,1		1.625,1
2011	5.768	12,2		323,6
2012	2.426	26		-
Tiền gửi không kỳ hạn bằng ngoại tệ (tỷ VND)				
2005		1.837		5.717
2006		1.592		852
2007		1.794		913
2008		6.294,2		2.924
2009	1.938	10.807,7		5.116
2010	5.676	13.361,1		2.467
2011	8.790	18.629,4		9.545,1
2012	8.591	44.158		2.153
Tiền gửi có kỳ hạn bằng VND (tỷ VND)				
2005		8.329		-
2006		11.557		10.288
2007		9.805		24.216
2008		10.390,5		17.487
2009	11.460	10.111,7		22.221
2010	29.395	36.627,3		24.881,2
2011	21.188	19.899,8		61.968,3
2012	7.331	3.245		179
Tiền gửi có kỳ hạn bằng ngoại tệ (tỷ VND)				
2005		31.322		-
2006		37.461		2.763
2007		25.594		3.015
2008		12.607		3.636

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
2009	11.010	25.426,3		9.305
2010	7.252	29.792,3		5.110,4
2011	7.445	33.281,1		8.713,2
2012	2.812	13.081		1.685
Tiền cho vay bằng VND (tỷ VND)				
2005		683		182
2006		1.301		220
2007		2.700		150
2008		997,9		-
2009	150.000	534,2		4
2010	2	150		76
2011	-	20.326,6		1.285
2012	3.359	5.321		1.632
Tiền cho vay bằng ngoại tệ (tỷ VND)				
2005		52		-
2006		112		130
2007		185		14
2008		34		-
2009	229.000	448		-
2010	-	9,5		-
2011	-	12.870,5		-
2012	6.838	-		42
Cho vay khách hàng				
2005	5.293	61.044	75.134	9.382
2006	8.696	67.743	88.522	17.014
2007	19.841	97.631	113.999	31.811
2008	26.019	112.793	147.506	34.833
2009	42.093	141.621	191.262	62.358
2010	52.928	176.814	232.490	87.195,1
2011	63.451	209.417,6	268.817	102.809,2
2012	68.261	241.163	305.480	102.815
Cho vay cá nhân + tổ chức				

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
trong nước				
2005		60.061		5.927
2006		66.584		16.986
2007		96.500		31.794
2008		110.794		34.674
2009	41.620	139.629		62.082
2010	52.471	174.289		86.544,8
2011	63.179	205.962		101.823,3
2012	67.960	237.669		101.683
Cho vay chiết khấu thương phiếu và các giấy tờ có giá				
2005				
2006		-	1.095	-
2007		-	4.575	2,5
2008		889,9	3.219	32
2009	371	911,1	2.320	71
2010	220	1.184,9	6	181,4
2011	139	1.470,7	23	121,8
2012	297	1.958	75	183
Cho thuê tài chính				
2005		908	1.040	
2006		1.101	963	-
2007		979	1.501	-
2008		1.084,2	2.501	101
2009		1.044,9	2.878	173
2010		1.190,9	2.830	423,3
2011		1.286,7	2.576	822,6
2012		1.346	2.255	938
Các khoản trả thay khách hàng				
2005			-	
2006		-	-	
2007		-	-	
2008		11,1	0,7	

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
2009		6,7	1,6	
2010		149	295	
2011		425	1.595	
2012		18	1.383	5
Cho vay bằng vốn tài trợ, ủy thác đầu tư				
2005		73	3.83	61
2006	5.38	57	4.884	28
2007		54	9.926	14
2008			6.509	25
2009	103		8.807	32
2010	237		17.109	45,6
2011	133		19.634	41,4
2012	4,6		25.765	4,8
Nợ đủ tiêu chuẩn				
2005		48.465	17.331	9.226
2006		66.688	49.138	16.825
2007		92.309	86.797	31.713
2008		104.529,7	118.837	34.125
2009	39.345	130.088,7	159.918	61.739
2010	50.097	155.563,4	202.574	86.693,2
2011	57.104	174.350,7	233.766	101.564,4
2012	64.415	201.799	273.615	94.823
Nợ cần chú ý				
2005		6.850	34.999	128
2006		5.476	32.753	156
2007		1.991,6	28.004	71
2008		3.061,3	31.452	399
2009	1.700	8.033,7	32.108	364
2010	1.620	16.103	28.083	209,1
2011	4.553	30.808,9	32.415	326,8
2012	2.006	335.726	31.383	5.421
Nợ dưới tiêu chuẩn				
2005		495	15.993	3

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
2006		547	6.231	13
2007		901,4	3.426	9
2008		921	2.833	224
2009	474	440,6	3.531	25
2010	719	1.164,4	3.598	64,8
2011	928	1.257,5	5.244	275
2012	108	3.126	5.857	747
Nợ nghi ngờ				
2005		344	4.045	4
2006		437	333	9
2007		669,9	212	7
2008		813,1	413	67
2009	431	395	864	89
2010	320	390,5	819	58,4
2011	624	653	420	345,7
2012	849	1.214	825	673
Nợ có khả năng mất vốn				
2005		1.254	3.807	21
2006		877	2.125	11
2007		1.640,3	1.117	10
2008		3.467,8	937	18
2009	143	2.663,1	1.173	141
2010	172	3.592,7	2.008	169,6
2011	243	2.347,4	2.458	297,3
2012	884	1.452	2.479	1.150
Dư nợ ngắn hạn				
2005	3.747			
2006	6.193			9.578
2007				17.494
2008		59.344		15.944
2009	28.310	73.706,2		35.619
2010	30.076	94.715,4		43.890
2011	35.587	123.311,8		53.361,3
2012	36.446	149.537		55.878

Chỉ tiêu/Năm	Techcombank	VCB	BIDV	ACB
Dư nợ trung hạn				
2005				
2006				4.786
2007				6.763
2008		13.571,3		7.267
2009	8.321	18.173,6		10.538
2010	10.468	20.628,1		19.870,7
2011	10.619	22.325		27.484,1
2012	16.425	25.093		19.406
Dư nợ dài hạn				
2005				
2006				2.650
2007				7.555
2008		39.877,8		11.621
2009	5.462	49.741,3		16.202
2010	12.383	61.416,4		23.434,5
2011	17.245	63.780,6		21.936,8
2012	15.390	66.533		27.531
Các khoản nợ CP và NHNN (tỷ VND)				
2005	150	12.003	10.031	967
2006	58	16.791,4	16.781	941
2007	302	12.685,3	18.229	655
2008	-	9.515,6	16.986	-
2009	3.932	22.578,4	22.931	10.257
2010	8.091	10.076,9	16.665	9.451,7
2011	3.318	38.866,2	26.799	6.530,3
2012	-	4.806	11.43	-

(Nguồn: Tổng hợp từ các báo cáo thường niên của các ngân hàng: Techcombank, Vietcombank, BIDV, ACB)

Techcombank:

- https://www.techcombank.com.vn/Desktop.aspx/Nha_dau_tu/Bao-cao-thuong-nien/Bao_cao_thuong_nien/

- https://www.techcombank.com.vn/Desktop.aspx/Nha_dau_tu/TB-danh-cho-co-dong/Bao_cao_kiem_toan_doc_lap_2012/
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/9CB68BCFBBFC4238BB941BAD93B76E5D/1/TechcombankAR2011_VN_LR.pdf
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/928C09F35ED54E2996BB6126DAB60C79/1/FinalTechcombank_AR10_VN_web_1.pdf
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/ADAB65E27E904A8894485ADC19183979/1/135Techcombank_AR10_VN_web_2_new.pdf
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/92F013EB972F4644A90E0CE6614B5654/1/TCB_VN_29092010_3pm.pdf
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/D540808A842547FAA9B66426CBBAF6D2/1/AR08_Vie.pdf
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/80A63F502EE048F09C91FADA4ACC65E1/1/re_Annual_Report07.pdf
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/F4F78E3A3F6A426D9A440DA6D508B4A2/1/PDF_Vietnam2006.rar
- https://www.techcombank.com.vn/Download.aspx/4899D78F8AB34170B076600427CD5DCC/1/Annuaireport05_tv.pdf

Vietcombank

- Báo cáo thường niên 2012
<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2012/20130415%20VCB%20AR2012%20Final%20Web.pdf?>
- Báo cáo thường niên 2011
<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2011/Bao%20cao%20thuong%20nien%20VCB%202011%28Tieng%20Viet%29.pdf>
- Báo cáo thường niên 2010
<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2010/Bao%20cao%20thuong%20nien%202010%20%28Tieng%20Viet%29.pdf>
- Báo cáo thường niên 2009
http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2009/Vietcombank_AR09_100622_1.pdf
- Báo cáo thường niên VCB 2008
<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2008/Hoat%20dong%20nam%202008.pdf>

- Báo cáo thường niên 2007

<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2007/Hoat%20dong%20cua%20Ngan%20hang%20Ngoai%20thuong%20Viet%20Nam%20nam%202007.pdf>

<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2007/Bao%20cao%20tai%20chinh.pdf>

- Báo cáo thường niên 2006

<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2006/Bao%20cao%20tai%20chinh%20nam%202006.pdf?>

- Báo cáo thường niên 2005

<http://www.vietcombank.com.vn/AnnualReports/2005/bao%20cao%20tai%20chinh.pdf>

BIDV

- Báo cáo thường niên năm 2012

<http://www.bidv.com.vn/Nha-dau-tu/Bao-cao-tai-chinh/Bao-cao-thuong-nien/B--225;o-c--225;o-thuong-ni--234;n-2012.aspx>

- Báo cáo thường niên năm 2011

<http://www.bidv.com.vn/Tin-tuc-su-kien/Bao-cao/Bao-cao-thuong-nien/B--225;o-c--225;o-thuong-ni--234;n-nam-2011.aspx>

<http://www.bidv.com.vn/Tin-tuc-su-kien/Bao-cao/Bao-cao-thuong-nien/B--225;o-c--225;o-thuong-ni--234;n-nam-2011.aspx>

- Báo cáo thường niên năm 2010

<http://www.bidv.com.vn/Nha-dau-tu/Bao-cao-tai-chinh/Bao-cao-thuong-nien/B--225;o-c--225;o-thuong-ni--234;n-2010.aspx>

- Báo cáo thường niên năm 2009

<http://www.bidv.com.vn/Tin-tuc-su-kien/Bao-cao/Bao-cao-thuong-nien/B--225;o-c--225;o-thuong-ni--234;n-nam-2009.aspx>

- Báo cáo thường niên năm 2008

<http://www.bidv.com.vn/Tin-tuc-su-kien/Bao-cao/Bao-cao-thuong-nien/B--225;o-c--225;o-thuong-ni--234;n-nam-2008.aspx>

- Báo cáo thường niên năm 2007

<http://www.bidv.com.vn/Tin-tuc-su-kien/Bao-cao/Bao-cao-thuong-nien/B--225;o-c--225;o-thuong-ni--234;n-nam-2007.aspx>

- Báo cáo thường niên năm 2006

<http://www.bidv.com.vn/Tin-tuc-su-kien/Bao-cao/Bao-cao-thuong-nien/B--225;oc--225;o-thuong-ni--234;n-nam-2006.aspx>

- Báo cáo thường niên năm 2005

<http://www.bidv.com.vn/Tin-tuc-su-kien/Bao-cao/Bao-cao-thuong-nien/B--225;oc--225;o-thuong-ni--234;n-nam-2005.aspx>

ACB

- Báo cáo tài chính 2012

http://www.acb.com.vn/codong/images/pdf13/bctn/76_246.pdf

- Báo cáo tài chính 2011

<http://www.acb.com.vn/codong/bcthuongnien11.htm>

<http://www.acb.com.vn/codong/images/pdf12/bctn/47-195.pdf>

- Báo cáo tài chính 2010

<http://www.acb.com.vn/codong/images/pdf11/bctn/23-24.pdf>

- Báo cáo tài chính 2009

<http://www.acb.com.vn/codong/images/pdf10/bctn/46-110.pdf>

- Báo cáo tài chính 2008

<http://www.acb.com.vn/codong/bcthuongnien08.htm>

- Báo cáo tài chính 2007

<http://www.acb.com.vn/codong/bcthuongnien07.htm>

- Báo cáo tài chính 2006

<http://www.acb.com.vn/codong/bcthuongnien06.htm>

- Báo cáo tài chính 2005

<http://www.acb.com.vn/codong/bcthuongnien05.htm>