

TRIỂN VỌNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BAO THANH TOÁN Ở VIỆT NAM

Ths. Nguyễn Thị Liên Hương, TS. Nguyễn Minh Ngọc

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: huongnl1974@yahoo.com.vn

Trên thế giới, dịch vụ bao thanh toán được đánh giá là rất cần thiết đối với các nhu cầu tài chính của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Dịch vụ bao thanh toán đã phát triển mạnh ở các nước có nền kinh tế phát triển từ giữa thế kỷ XX, đặc biệt là ở các nước công nghiệp hoá cao như Anh, Pháp, Mỹ, Italy, Tây Ban Nha.... Ở một số nước Châu Á, dịch vụ bao thanh toán cũng đã phát triển khá ấn tượng trong khi ở Châu Mỹ La tinh, các định chế tài chính vẫn đang tiếp tục tham gia vào lĩnh vực này. Tại Châu Á, nhiều quốc gia đã tham gia cung ứng dịch vụ bao thanh toán, trong đó Nhật Bản, Trung Quốc được coi là những thị trường có doanh số bao thanh toán lớn nhất khu vực. Ở Việt Nam, dịch vụ bao thanh toán mới được triển khai từ sau năm 2004. Tuy hiện nay, việc cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế, nhưng trong tương lai, bao thanh toán sẽ là dịch vụ rất có triển vọng phát triển ở Việt Nam. Từ thực trạng cung cấp và nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam cũng như các điều kiện nội tại trong nền kinh tế cho phép chúng ta kỳ vọng vào sự phát triển của loại hình dịch vụ này ở Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Dịch vụ bao thanh toán, doanh nghiệp xuất nhập khẩu, đơn vị bao thanh toán, ngân hàng thương mại (NHTM).

1. Giới thiệu:

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 muốn vì phương thức này có thủ tục rườm rà và tốn kém chi phí. Thay vào đó, các nhà nhập khẩu lại luôn muốn được thanh toán theo phương thức trả chậm hay còn gọi là trả sau. Điều đó khiến các doanh nghiệp 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 bán hàng chậm, khả năng rủi ro trong thanh toán cao. Để khắc phục những nhược điểm này, nhiều ngân hàng, 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 như 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.

Ở Việt Nam, bao thanh toán bắt đầu được khởi động từ năm 2004, khi Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế về hoạt động bao thanh toán. Tuy nhiên, cho đến nay dịch vụ này vẫn chưa thực sự phát triển. 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 doanh nghiệp 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 sẽ là tất yếu.

Để nhận thức đúng về vai trò của dịch vụ bao thanh toán đối với các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay, bài viết đi sâu làm rõ những vấn đề lý luận chung về dịch vụ này. Đồng thời, bài viết cũng phân tích thực trạng cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam làm cơ sở để đánh giá triển vọng phát triển dịch vụ này trong thời gian tới. Để thực hiện bài viết, bên cạnh việc thu thập và phân tích các số liệu được cung cấp bởi FCI (Factors Chain International - Hiệp hội bao thanh toán quốc tế) và một số ngân hàng thương mại Việt Nam, một khảo sát đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam cũng được tiến hành.

Bài viết cố gắng làm rõ sự cần thiết của việc phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam, đánh giá thực trạng và triển vọng phát triển dịch vụ này trong thời gian tới. Tuy nhiên, do tính bảo mật thông tin của các ngân hàng thương mại nên việc tiếp cận thực tế hoạt động bao thanh toán của các ngân hàng thương mại Việt Nam còn hạn chế. Ngoài ra, việc khảo sát các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cũng bị giới hạn bởi phạm vi không gian, chủ yếu là các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trên địa bàn Hà Nội và các tỉnh phía Bắc, cũng làm cho những đánh giá trong bài viết còn những hạn chế nhất định.

2. Phương pháp nghiên cứu:

Số liệu trong bài viết được thu thập từ báo cáo của Hiệp hội bao thanh toán quốc tế (FCI) và thông tin từ một số ngân hàng có triển khai cung cấp dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam. Ngoài ra, bài viết cũng sử dụng số liệu khảo sát đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất nhập khẩu ở Việt Nam nhằm đánh giá thực trạng và nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các doanh nghiệp trong thực tiễn. Việc khảo sát được thực hiện bằng cách gửi phiếu điều tra qua đường link www.surveymonkey.com/s/lienhuong và gửi bản in Phiếu điều tra trực tiếp đến các doanh nghiệp, kết hợp với phỏng vấn sâu. Kết quả là đã thu về được 116 phiếu điều tra hợp lệ từ 116 doanh nghiệp khác nhau. Trong đó có 7,1% là doanh nghiệp Nhà nước,

4,0% là doanh nghiệp tư nhân, 44,4% là doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, 27,3% là công ty cổ phần và 17,2% là công ty trách nhiệm hữu hạn. Về lĩnh vực hoạt động, 15,7% đối tượng điều tra là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại nội địa, 6,1% là doanh nghiệp chuyên xuất khẩu hàng hóa, 10,4% chuyên nhập khẩu hàng hóa, 31,3% tham gia cả xuất khẩu và nhập khẩu hàng hóa và 43,5% là các doanh nghiệp hoạt động trong cả lĩnh vực thương mại nội địa và xuất nhập khẩu hàng hóa. Các đối tượng điều tra đang kinh doanh các mặt hàng khá đa dạng: hàng nông sản (4,4%), thực phẩm chế biến (4,4%), hàng may mặc (10%), hàng điện tử (13,3%), phương tiện giao thông (7,8%), hàng gia dụng (12,2%), ngoài ra còn các mặt hàng khác như thủ công mỹ nghệ, bao bì, sắt thép, hóa chất,...

Bài viết sử dụng phương pháp tổng quan tài liệu để làm rõ bản chất và vai trò của dịch vụ bao thanh toán. Các phương pháp phân tích thống kê cũng được áp dụng để phân tích số liệu khảo sát và thu thập được nhằm làm rõ thực trạng cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam hiện nay, cũng như đánh giá nhu cầu của các doanh nghiệp Việt Nam đối với dịch vụ này trong thời gian tới.

3. 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. Dịch 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:

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 đã chính thức thông qua **Công ước quốc tế về bao thanh toán (UNIDROIT Convention on International Factoring – Ottawa, Canada, 28 May 1988)**. Theo Điều 1, Công ước quốc tế về Bao thanh toán 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”.

Theo Công ước này thì “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”. Như vậy, theo Công ước này thì 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.

Nhận thức được tầm quan trọng và lợi ích của dịch vụ bao thanh toán đối với hoạt động ngân hàng nói chung, đối với đơn vị bao thanh toán và với các đơn vị kinh doanh xuất nhập khẩu nói riêng, ngày 06/9/2004 Thống đốc Ngân hàng Nhà nước 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. Đối tượng được 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. Khách hàng được các tổ chức tín dụng bao thanh toán là các tổ chức kinh tế Việt Nam và nước ngoài cung ứng hàng hoá và được thụ hưởng các khoản phải thu phát sinh từ việc mua, bán hàng hoá theo thoả thuận giữa hai bên mua bán tại hợp đồng mua, bán hàng. 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*”.

Đây là khái niệm chính thức về bao thanh toán được đưa ra bởi Ngân hàng Nhà nước 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.

Bao thanh toán đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế thị trường, nhất là đối với Việt Nam trong giai đoạn chuyển đổi nền kinh tế hiện nay với sự tồn tại của nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ, ít vốn. Bao thanh toán có liên quan đến khá nhiều lĩnh vực như: kế toán, hoạt động thương mại, nghiệp vụ thanh toán và tín dụng. Do đó, khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán, các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp xuất khẩu có thể 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. Đặc biệt, nếu như doanh nghiệp sử dụng dịch vụ bao thanh toán miễn truy đòi thì doanh nghiệp cũng còn giảm được cả nỗi lo về việc không thanh toán được tiền hàng.

Trong thanh toán thương mại quốc tế, bao thanh toán là dịch vụ mà ngân hàng cung cấp vốn và các dịch vụ thanh toán quốc tế cho nhà xuất khẩu, khi người nhập khẩu thanh toán theo hình thức trả chậm cho người xuất khẩu.

Khi chấp nhận hình thức trả sau, doanh nghiệp xuất khẩu 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 doanh nghiệp xuất khẩu có qui mô vừa và nhỏ như các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam, những doanh nghiệp mà điều kiện về vốn còn hạn hẹp. Đặc biệt là với những doanh nghiệp xuất khẩu 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 doanh nghiệp xuất khẩu phải sử dụng vốn vay của ngân hàng để thực hiện hợp đồng xuất khẩu thì ngân hàng cũng không thể cho doanh nghiệp kéo dài thời gian vay vốn nếu thanh toán theo phương thức trả chậm. Lúc đó, dịch vụ bao thanh toán sẽ có thể giúp doanh nghiệp giải quyết được những khó khăn này. Dịch vụ bao thanh toán sẽ giúp doanh nghiệp 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 doanh nghiệp xuất khẩu với các nhà nhập khẩu sẽ có nhiều tiến triển tốt đẹp hơn.

Nhìn chung, bao thanh toán giúp cho người xuất khẩu có thêm nguồn tài chính mới và không bị giới hạn bởi thiếu tài sản thế chấp, hỗ trợ việc tăng doanh

số bán hàng, giảm rủi ro do ngân hàng thực hiện việc kiểm tra tín dụng đối với người mua, nhất là những người mua mới, ngân hàng cũng gánh vác rủi ro do khách hàng không thanh toán được (đối với bao thanh toán miễn truy đòi), đồng thời ngân hàng cũng cung cấp dịch vụ theo dõi các khoản phải thu. Bao thanh toán giúp người xuất khẩu tăng tính cạnh tranh vì có thể bán hàng trả chậm, khuyến khích người nhập khẩu mua nhiều hơn, có thể bán chịu dài hạn hơn để tăng doanh số, giảm chi phí hành chính do ngân hàng quản lý các khoản nợ chưa thanh toán.

4. Thực trạng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam

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 ngân hàng phát triển, các tổ chức tín dụng lại đa dạng nên đã phát triển dịch vụ 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 dần sử dụng dịch vụ này nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của các doanh nghiệp và thúc đẩy sự phát triển thương mại và phát triển xã hội nói chung.

Với mục đích nhằm đưa bao thanh toán nói chung và factoring nói riêng trở thành một dịch vụ được sử dụng rộng rãi, 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 trên thế giới đã hình thành. Năm 1963, Hiệp hội bao thanh toán quốc tế đầu tiên đã được thành lập với tên: 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 tổ chức 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 257 thành viên ở 68 quốc gia trên khắp thế giới, chiếm tới 80% doanh số factoring quốc tế trên toàn thế giới. Năm 2004, Việt Nam đã bắt đầu tham gia vào hoạt động bao thanh toán và hiện Việt Nam là một trong số 65 nước thành viên của FCI, với 7 ngân hàng và tổ chức tài

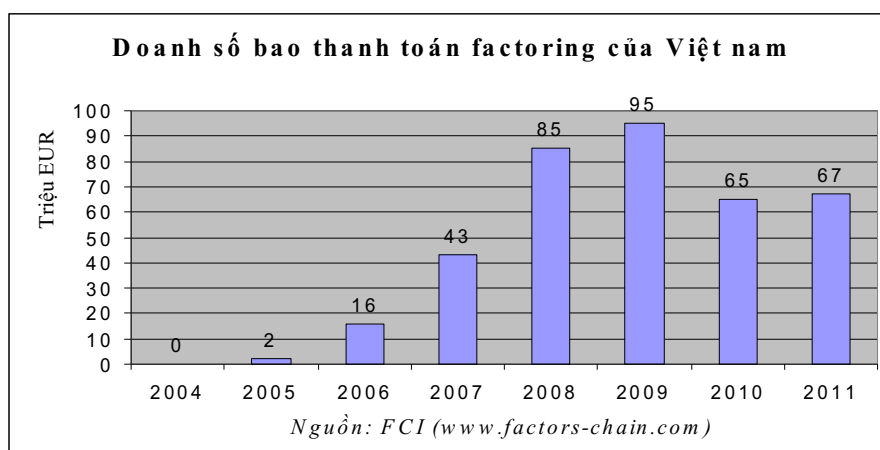
chính tham gia Hiệp hội.

Cách đây khoảng 10 năm, FCI đã chú ý đến thị trường Việt Nam và họ đã tiếp cận thị trường Việt Nam bằng cách giới thiệu nghiệp vụ bao thanh toán thông qua các khoá tập huấn cho cán bộ ngân hàng 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* (được ban hành ngày 06/9/2004 theo Quyết định số 1096/2004/QĐ-NHNN của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam) 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 ngân hàng thương mại được ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp phép triển khai dịch vụ Bao thanh toán. Trong số đó có 5 ngân hàng thương mại Việt Nam là: Ngân hàng 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 Thành phố Hồ Chí Minh (triển khai từ tháng 01/2005); Ngân hàng Far East National Bank (FENB) Chi nhánh thành phố Hồ Chí Minh (triển khai từ tháng 02/2005); Chi nhánh thành phố Hồ Chí Minh UFJ Bank (triển khai từ tháng 03/2005); Chi nhánh Hà Nội Ngân hàng CitiBank (triển khai từ tháng 10/2005). Sau đó một số ngân hàng khác cũng đã lần lượt tham gia, như: Ngân hàng TMCP xuất nhập khẩu (Eximbank), Ngân hàng quốc tế (VIB), Ngân hàng Đông Nam Á (Seabank),...

Đến 05/2008, đã có 24 ngân hàng được phép cung cấp dịch vụ Bao thanh toán factoring ở Việt Nam, trong đó có 17 NHTM Việt Nam. Hiện nay, có thêm nhiều NHTM VN khác đã được chấp thuận cho triển khai dịch vụ bao thanh toán (NH Quân đội,

Biểu đồ 1: Doanh số bao thanh toán của Việt Nam từ khi bắt đầu triển khai đến nay



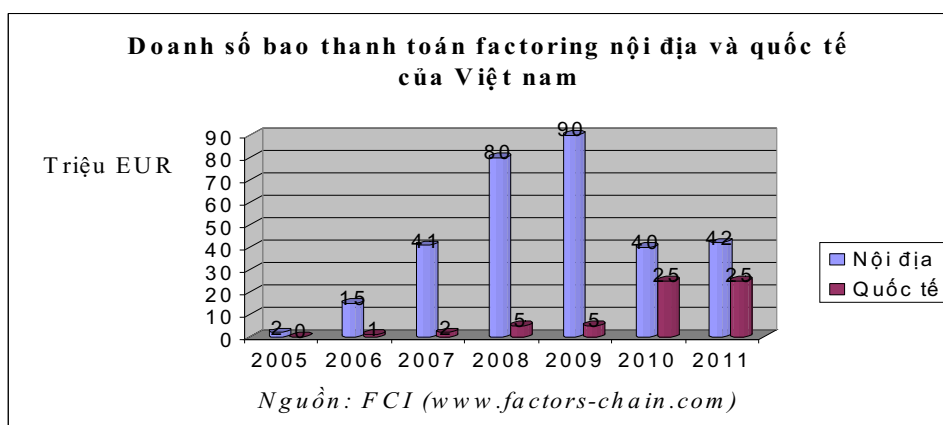
NH Đại Á, NH Dầu khí,...) nâng số NHTM VN cung cấp dịch vụ này lên 22 ngân hàng. Ngoài ra, còn có 5 công ty tài chính là: Công ty tài chính Dầu khí – PVFC, Công ty tài chính Điện lực, Công ty tài chính Công nghiệp Tàu thủy, Công ty tài chính Handico, Công ty tài chính Than – Khoáng sản cũng được phép cung cấp dịch vụ này. Tuy nhiên, thực tế mới chỉ có một số ngân hàng 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 Factoring trong nước và là loại Factoring có truy đòi. Còn nghiệp vụ Bao thanh toán Forfaiting thì vẫn chưa được các ngân hàng triển khai ở Việt Nam.

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 ngân hàng Việt nam, 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.

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 thì 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%;

Biểu đồ 2: Cơ cấu doanh số bao thanh toán factoring nội địa và quốc tế của Việt Nam



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. Điều này cho thấy xu hướng và triển vọng cung cấp và sử dụng dịch vụ bao thanh toán của các ngân hàng thương mại và các doanh nghiệp Việt Nam đang dần phù hợp với xu thế phát triển của một nền kinh tế mở cửa theo hướng thúc đẩy xuất khẩu.

Hiện nay, các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ bao thanh toán factoring quốc tế chủ yếu là các doanh nghiệp xuất khẩu các mặt hàng được coi là những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như hàng dệt may, hóa chất, hàng đông lạnh, giấy, gỗ,... Các thị trường xuất khẩu 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 bao thanh toán ở Việt Nam vẫn còn rất hạn chế và chưa thể hiện được đúng vai trò của nó. Điều đó là do nhiều nguyên nhân khác nhau đem lại.

Như vậy, có thể nói rằng 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 Ngân hàng Nhà nước. Dịch vụ bao thanh toán chủ yếu do các ngân hàng cung cấp, vì

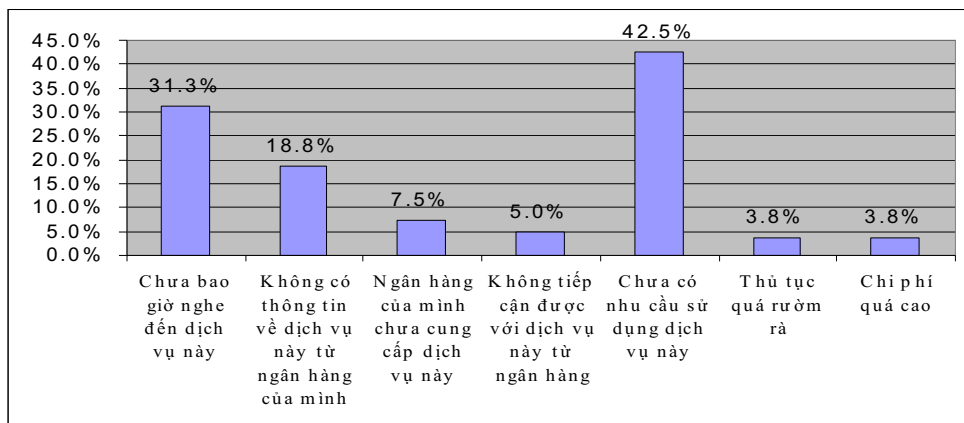
vậy bao thanh toán được hiểu như là một sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, hệ thống các sản phẩm dịch vụ ngân hàng ở Việt Nam hiện nay chưa đa dạng, chưa đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao của khách hàng. Vì thế, dịch vụ bao thanh toán non trẻ ở Việt Nam đã và đang bước những bước 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 doanh nghiệp còn dè dặt trong việc sử dụng dịch vụ. Trong khi đó, tiện ích của dịch vụ này là rất lớn đối với các doanh nghiệp sản xuất, đặc biệt đối với các doanh nghiệp xuất khẩu.

Nhìn chung, bao thanh toán là một dịch vụ khá mới mẻ đối với các ngân hàng và các doanh nghiệp Việt Nam. Hầu hết các ngân hàng 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.

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

Theo kết quả khảo sát thực tế thì các doanh nghiệp đã quan tâm tới việc sử dụng vốn vay, tuy rằng con số thường xuyên sử dụng vốn vay chỉ là 42,3%, trong khi tỷ lệ sử dụng không thường xuyên là 45% và số không sử dụng chiếm 12,6%. Vốn vay của các doanh nghiệp được điều tra chủ yếu là được huy động từ ngân hàng (80,2%), trong khi chỉ có 31,7% các doanh nghiệp là huy động từ các đối tác kinh doanh của mình (người mua hoặc người bán). Hình thức tài trợ thương mại của ngân hàng mà các doanh nghiệp thường sử dụng nhiều nhất là tín dụng thương mại và bảo lãnh ngân hàng. Trong khi đó, bao thanh toán lại chưa được các doanh nghiệp quan

Biểu đồ 3: Lý do doanh nghiệp không sử dụng dịch vụ bao thanh toán



tâm nhiều.

Có tới 74,8% các doanh nghiệp chưa bao giờ sử dụng dịch vụ bao thanh toán, trong khi số doanh nghiệp có sử dụng dịch vụ này thường xuyên chỉ có 13,1%, số còn lại có sử dụng nhưng không thường xuyên. Và lý do các doanh nghiệp đưa ra để giải thích cho việc không sử dụng dịch vụ bao thanh toán có thể thống kê trên biểu đồ 3.

Trong số các doanh nghiệp chưa bao giờ sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì chỉ có 42,5% là vì chưa có nhu cầu, còn lại đều là vì những lý do khác nhau cản trở doanh nghiệp sử dụng dịch vụ này. Trong đó, có tới 31,3% doanh nghiệp 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 doanh nghiệp này cũng không cao. Chỉ có 17,8% số doanh nghiệp này trả lời là trong tương lai muốn và rất muốn sử dụng dịch vụ này, còn lại đa phần (72,6%) trả lời nước đôi là nếu thuận tiện và chi phí không quá cao thì có thể sẽ sử dụng, còn 9,6% thì dứt khoát là không sử dụng. Như vậy, sức hút của dịch vụ bao thanh toán đối với các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam là chưa cao hoặc có thể là các NHTM chưa khơi gợi được nhu cầu từ các doanh nghiệp.

Đối với các doanh nghiệp không thường xuyên sử dụng dịch vụ bao thanh toán thì 2 lý do được chỉ ra nhiều nhất là: Đối tác không yêu cầu và không được ngân hàng cung cấp thường xuyên. Ngoài ra, vấn đề chi phí và thủ tục không thuận tiện cũng khiến doanh nghiệp không thường xuyên sử dụng dịch vụ này. Như vậy là cách tổ chức thực hiện việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán của các ngân hàng cũng đã gây trở ngại cho các doanh nghiệp trong việc sử dụng dịch vụ này.

Về thời gian sử dụng dịch vụ bao thanh toán, các doanh nghiệp cũng mới sử dụng dịch vụ này trong những năm gần đây, cụ thể là từ 2007 đến nay. Và các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ bao thanh toán nhiều nhất là từ nhóm các ngân hàng liên doanh, sau đó mới tới nhóm các NHTM Nhà nước và nhóm các

ngân hàng cổ phần.

Bao thanh toán được các doanh nghiệp sử dụng trong cả thanh toán thương mại nội địa và thương mại quốc tế, trong đó bao thanh toán được dùng trong thanh toán quốc tế là phổ biến hơn. Theo kết quả điều tra về loại hình bao thanh toán mà các doanh nghiệp thường sử dụng thì bao thanh toán nội địa chỉ chiếm 18,5%, còn lại là bao thanh toán quốc tế. Một điều đáng nói là tất cả đều là bao thanh toán có truy đòi, còn loại hình bao thanh toán miễn truy đòi vẫn chưa được sử dụng. Đây là một hạn chế lớn trong việc sử dụng dịch vụ này tại Việt Nam. Có lẽ là do hạn chế từ phía các ngân hàng cung cấp hiện vẫn chưa sẵn sàng cung ứng loại hình 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 doanh nghiệp xuất khẩu.

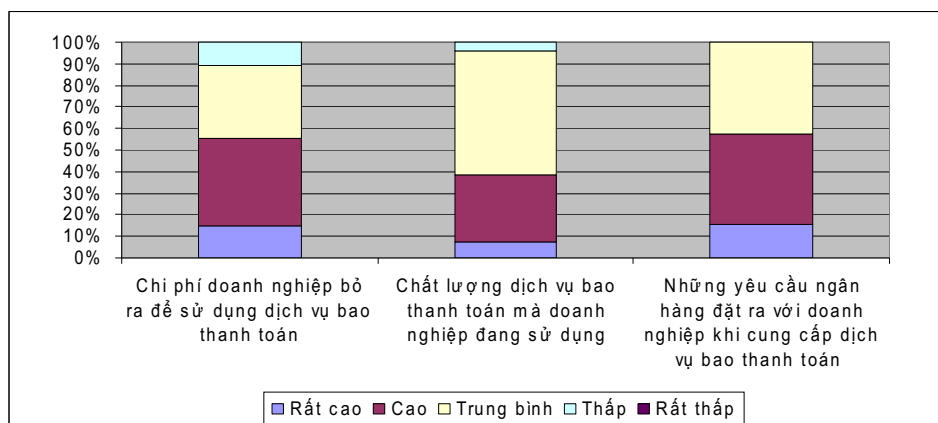
Trung bình số lượng hợp đồng có sử dụng dịch vụ bao thanh toán hàng năm của các doanh nghiệp thường xuyên sử dụng dịch vụ này chiếm khoảng 44%. Mức chiết khấu trung bình mà các doanh nghiệp nhận được khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán trong xuất khẩu hàng hóa là 72,86% trị giá của hóa đơn bán hàng. Có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

Sau một thời gian sử dụng dịch vụ bao thanh toán, các doanh nghiệp Việt Nam đã có một số nhận xét đánh giá nhất định. Về chi phí sử dụng dịch vụ, số các doanh nghiệp cho rằng chi phí ở mức cao và rất cao nhiều hơn số các doanh nghiệp đánh giá chi phí ở mức trung bình và mức thấp. Trong khi đánh giá về chất lượng dịch vụ bao thanh toán thì ngược lại, chất lượng dịch vụ ở mức trung bình lại được các doanh nghiệp lựa chọn nhiều hơn. Như vậy, khá nhiều các doanh nghiệp Việt Nam khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán vẫn chưa nhận được dịch vụ có chất lượng tốt. Có lẽ đó cũng là một lý do khiến các doanh nghiệp chưa mặn mà trong việc sử dụng dịch vụ này.

Bảng 1: Loại hình ngân hàng cung cấp dịch vụ bao thanh toán mà các doanh nghiệp Việt Nam thường sử dụng

Loại hình ngân hàng	Tỷ lệ (%)
Ngân hàng thương mại Nhà nước	25,8
Ngân hàng cổ phần	25,8
Ngân hàng liên doanh	32,3
Ngân hàng nước ngoài	16,1

Biểu đồ 4: Đánh giá của các doanh nghiệp sau khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam



Những trở ngại mà các doanh nghiệp đã gặp phải khi sử dụng dịch vụ bao thanh toán được các doanh nghiệp nêu ra là: Chi phí cao; Chất lượng dịch vụ lại chưa cao; Thanh toán chậm; Thủ tục phức tạp.

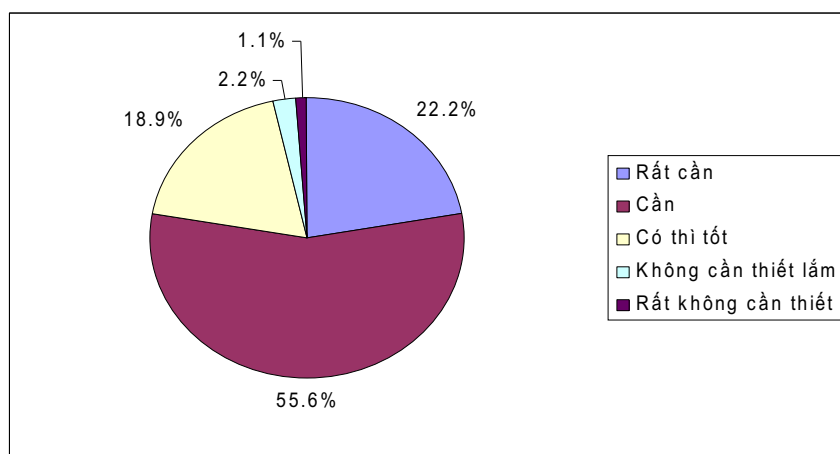
Mặc dù vậy, các doanh nghiệp vẫn đánh giá rất cao vai trò của dịch vụ bao thanh toán đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam. Khi được hỏi về sự cần thiết của dịch vụ bao thanh toán đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam, phần lớn các doanh nghiệp được điều tra đánh 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 3 doanh nghiệp được hỏi là cho rằng không cần thiết. Như vậy, phần lớn các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu 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.

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 22 doanh nghiệp có nhu cầu từ 70% trở lên (38% số phiếu trả lời câu hỏi này) và có tới 21 doanh nghiệp là có nhu cầu dưới 50% đối với giá trị hợp đồng xuất khẩu trả chậm (Tỷ lệ này chỉ khoảng 20% - 30%). Có vẻ như các doanh nghiệp được điều tra vẫn đang nằm ngoài xu hướng chung và còn rụt rè khi đưa ra đánh giá cho nhu cầu của mình.

Như vậy, mặc dù đã nhận thức được vai trò của bao thanh toán và khẳng định nhu cầu của thị trường Việt Nam đối với dịch vụ này nhưng các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam vẫn chưa đánh giá được hết sự cần thiết của dịch vụ bao thanh toán đối với thực tế hoạt động của doanh nghiệp mình.

Biểu đồ 5: Đánh giá sự cần thiết của dịch vụ bao thanh toán đối với hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam



5. Triển vọng phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam

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 (*GS.TS. Đặng Đình Đào, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 184 tháng 10/2012*). Sự phát triển này của nền kinh tế có sự đóng góp đáng kể của hệ thống thương mại quốc tế. Bên cạnh đó cũng còn có sự đóng góp không nhỏ của hệ thống các NHTM ở Việt Nam. Mặc dù vẫn còn nhiều bất cập, yếu kém trong hoạt động nhưng trong tương lai, với một thái độ luôn học hỏi, tìm tòi, nghiên cứu, kế thừa và phát huy, các NHTM ở Việt Nam sẽ có những biến đổi cả về lượng và chất trong việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng, mang lại hiệu quả cho ngân hàng và những tiện ích cho khách hàng trong và ngoài nước. Đây cũng chính là một tiền đề quan trọng tạo điều kiện phát triển một dịch vụ khá mới mẻ ở Việt Nam, dịch vụ bao thanh toán. Để có một đánh giá tổng hợp về triển vọng phát triển dịch vụ bao thanh toán tại Việt Nam, cần có những đánh giá khách quan về những yếu tố nội tại, những yếu tố phụ trợ của hệ thống NHTM Việt Nam làm nền tảng cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán và nhu cầu thực tế của khách hàng đối với loại hình dịch vụ này.

5.1. Các yếu tố nội tại của hệ thống NHTM ở Việt Nam

Tiềm lực tài chính:

Vốn là yếu tố nội tại đầu tiên cần được nhắc đến bởi vốn có vai trò đặc biệt quan trọng đối với hoạt động của các NHTM cũng như các doanh nghiệp. Vốn là nguồn lực cơ bản thể hiện sức mạnh tài chính của các NHTM, quyết định quy mô hoạt động, khả năng phát triển và độ an toàn cho các hoạt động kinh doanh của mỗi ngân hàng trên thị trường. Chính vì vậy, khi triển khai dịch vụ bao thanh toán, không chỉ các ngân hàng mà cả các doanh nghiệp (khách hàng sử dụng dịch vụ bao thanh toán) và các cơ quan quản lý đều quan tâm đến khả năng của ngân hàng trong việc duy trì và đảm bảo mức vốn đầy đủ.

Trong những năm qua, hệ thống NHTM ở Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ cả về qui mô và

chất lượng hoạt động. Từ năm 2005 đến nay, số lượng các ngân hàng tại Việt Nam không ngừng tăng lên, đến năm 2011 đã có 102 ngân hàng tham gia hoạt động trên thị trường, với đa dạng các loại hình như Ngân hàng thương mại Nhà nước, Ngân hàng thương mại cổ phần, Ngân hàng liên doanh, Ngân hàng 100% vốn nước ngoài và Chi nhánh Ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam,... Năm 2008 đánh dấu một trang mới của ngành ngân hàng Việt Nam với việc bắt đầu thực hiện cổ phần hóa NHTMNN và sự xuất hiện đồng loạt của 5 NHTM 100% vốn nước ngoài. Đây là kết quả tất yếu của quá trình hội nhập.

Vốn mỏng và rủi ro cao là một hạn chế trong việc triển khai bao thanh toán. Những năm gần đây, để tăng dần tiềm lực tài chính của các ngân hàng thương mại, bên cạnh việc huy động tiền gửi từ trong dân cư, NHNN cũng đã tiến hành cổ phần hoá một số NHTMNN. Các NHTM tích cực huy động nguồn vốn nhân rộng từ các khách hàng cá nhân và doanh nghiệp thông qua các đợt phát hành trái phiếu ngân hàng. Đây chính là cơ hội để nâng cao năng lực về vốn, đáp ứng nhu cầu cho việc phát triển dịch vụ bao thanh toán.

Nguồn nhân lực:

Trong mọi hoạt động kinh tế xã hội, con người luôn giữ vị trí trung tâm. Trong lĩnh vực ngân hàng, con người càng có vai trò quan trọng do đây là một hoạt động dịch vụ. Việc duy trì mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng là nhiệm vụ trung tâm, quyết định sự tồn tại và phát triển của các ngân hàng thương mại.

Trong giai đoạn gần đây năng lực quản trị điều hành và năng lực thao tác nghiệp vụ bao thanh toán trong hệ thống một số ngân hàng thương mại đã được nâng cao thông qua các khoá đào tạo trong và ngoài nước. Các ngân hàng lớn chuyên về bao thanh toán trên thế giới thấy Việt Nam là một thị trường tiềm năng, thường xuyên gửi các chuyên gia của mình sang tổ chức các buổi tọa đàm về bao thanh toán. Gần đây nhất, FCI đã tổ chức hội thảo với sự có mặt đại diện các thành viên của mình ở thành phố Hồ Chí Minh đánh giá về triển vọng áp dụng bao thanh toán ở các nước châu Á trong đó có Việt Nam.

Hơn nữa, do hoạt động cơ bản và truyền thống của các ngân hàng là hoạt động tín dụng, trong quá trình hoạt động, các ngân hàng đã xây dựng được một đội ngũ cán bộ chuyên làm công tác tín dụng,

có trình độ chuyên môn trong việc thẩm định tín dụng, quyết định cho vay và thu hồi nợ. Đội ngũ cán bộ này có đủ khả năng và kinh nghiệm để sẵn sàng đón nhận, tiếp thu một nghiệp vụ mới như nghiệp vụ bao thanh toán, một nghiệp vụ có quan hệ mật thiết với tín dụng ngân hàng. Bên cạnh đó, các NHTM hiện nay cũng có một đội ngũ cán bộ thanh toán, đặc biệt là thanh toán quốc tế ngày càng lớn mạnh. Đội ngũ này không những có trình độ chuyên môn về nghiệp vụ thanh toán quốc tế, lại được đào tạo cả những kiến thức liên quan đến hoạt động tín dụng và hầu hết đều có trình độ ngoại ngữ tốt, có thể giao dịch trực tiếp với các đối tác nước ngoài. Đây là một lợi thế, một điều kiện tốt đối với các NHTM trong việc phát triển dịch vụ bao thanh toán, đặc biệt là bao thanh toán quốc tế.

Hoạt động tín dụng của các ngân hàng thương mại:

Tín dụng là hoạt động kinh doanh chủ yếu của các ngân hàng thương mại nhưng rủi ro lớn, hiệu quả đạt được không tương xứng với mức độ rủi ro thực tế đã và tiếp tục là nguyên nhân tạo ra nguy cơ đe dọa an toàn hoạt động của các ngân hàng thương mại: Cấp tín dụng là hoạt động chủ yếu tạo ra thu nhập cho các ngân hàng thương mại (trên 80% tổng thu nhập); thu về dịch vụ thanh toán, lãi kinh doanh ngoại hối và dịch vụ đầu tư, đặc biệt là dịch vụ tài chính phi ngân hàng (kinh doanh chứng khoán, tư vấn tài chính, mua bán nợ,...) còn thấp. Việc phát triển loại hình bao thanh toán, trên cơ sở đó, cũng sẽ gặp không ít khó khăn, do các ngân hàng thương mại Việt Nam chưa thực sự quan tâm đến những lĩnh vực dịch vụ khác ngoài tín dụng. Đây sẽ là một thị trường bỏ ngỏ, trở thành một cơ hội lớn cho các ngân hàng nước ngoài nhảy vào Việt Nam khi Việt Nam đã gia nhập WTO.

Công nghệ ngân hàng

Công nghệ là một yếu tố quan trọng có ảnh hưởng tới sự phát triển của các NHTM. Công nghệ hiện đại sẽ giúp đẩy nhanh tốc độ thực hiện giao dịch, giảm các thao tác thủ công, hệ thống dữ liệu được tập trung, hỗ trợ đắc lực cho công tác quản lý để có thể đưa ra được các chính sách điều chỉnh kịp thời, đúng hướng và đạt hiệu quả cao.

Bao thanh toán là dịch vụ không đòi hỏi yêu cầu về công nghệ quá cao. Cơ sở hạ tầng của Việt Nam hiện nay hoàn toàn có khả năng đáp ứng được yêu cầu của việc triển khai và phát triển dịch vụ bao

thanh toán. Với sự phát triển mạnh mẽ của ngành công nghệ thông tin trong thời gian gần đây, các ngân hàng, các tổ chức tài chính tín dụng ở Việt Nam hoàn toàn có đủ điều kiện về công nghệ để phát triển dịch vụ bao thanh toán. Từ năm 2003, các NHTM Việt Nam đã triển khai dự án Hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán gọi là INCAS (Incombank Advanced System). Dự án này đã mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng, đặc biệt là rút ngắn thời gian giao dịch, giúp khách hàng tận dụng được lợi thế trong kinh doanh,... Riêng các chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam thì thường được tiếp nhận việc chuyển giao công nghệ từ các chi nhánh ở nước ngoài đã có nhiều kinh nghiệm triển khai dịch vụ này nên có lợi thế lớn hơn hẳn. Các NHTM Việt Nam cũng có thể hợp tác với các ngân hàng nước ngoài để có thể tận dụng được sự chuyển giao công nghệ và kinh nghiệm của họ, còn các ngân hàng nước ngoài thì có thể tận dụng được mạng lưới rộng khắp, sẵn có của các NHTM Việt Nam vì mục tiêu chung là phát triển dịch vụ bao thanh toán ở Việt Nam.

5.2. Nhu cầu của khách hàng

Khách hàng là đối tượng phục vụ của ngân hàng, là yếu tố định hướng và cũng là yếu tố quyết định việc duy trì và phát triển của các ngân hàng. Sự thành công hay thất bại trong kinh doanh của các ngân hàng gắn liền với mối quan hệ của ngân hàng với khách hàng, với khả năng thoả mãn những nhu cầu phong phú và đa dạng của khách hàng, đặc biệt là khách hàng doanh nghiệp.

Trong điều kiện hiện nay, khó khăn về vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh là thách thức lớn đối với hầu hết các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Theo như kết quả khảo sát đã được phân tích ở phần trên thì nhu cầu về vốn của khách hàng (nhất là các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa) và nhu cầu đối với dịch vụ bao thanh toán là rất rõ ràng. Trong khi đó, mức độ thoả mãn nhu cầu của khách hàng của hệ thống các ngân hàng thương mại Việt Nam còn yếu. Khách hàng tìm đến ngân hàng đôi khi không tìm được các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng phù hợp với nhu cầu của mình. Ví dụ như, khách hàng doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng dịch vụ bao thanh toán của ngân hàng, nhưng hiện nay mức phí chưa hợp lý, chưa có mấy sự khác biệt về phí giữa bao thanh toán và phương thức tín dụng chứng từ.

Theo số liệu mới nhất thì tính đến 1/1/2012, Việt Nam hiện có hơn 448 nghìn doanh nghiệp, trong đó chiếm đa số là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Đây là những doanh nghiệp mà theo Quyết định số 90/2001/NĐ-CP, là cơ sở sản xuất kinh doanh độc lập, đã đăng ký kinh doanh theo pháp luật hiện hành, có quy mô đầu tư vốn không quá 10 tỷ đồng, số lao động hàng năm không quá 300 người. Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam có một số đặc điểm sau: Nguồn tài chính còn hạn hẹp, thiết bị công nghệ lạc hậu; Trình độ quản lý còn yếu kém, tay nghề của người lao động chưa cao; Các DNVVN hoạt động trong lĩnh vực thương mại dịch vụ, gia công chế biến, thủ công mỹ nghệ là chủ yếu; Mô hình tổ chức sản xuất kinh doanh gọn nhẹ, quản lý đơn giản; Năng động linh hoạt trong sản xuất, kinh doanh và xuất khẩu.

Thực tiễn hoạt động bao thanh toán trên thế giới cho thấy, dịch vụ bao thanh toán chủ yếu được các doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng vì không bị ràng buộc bởi tài sản thế chấp (do tài sản của các doanh nghiệp này thường nhỏ). Hiện số doanh nghiệp vừa và nhỏ ở nước ta chiếm một tỷ trọng lớn (khoảng 75%) trong tổng số các doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường nhưng khả năng tiếp cận với nguồn vốn tín dụng của các doanh nghiệp này bị hạn chế bởi nhiều lý do như ràng buộc về tài sản đảm bảo hay thủ tục vay vốn. Các doanh nghiệp này tuy có trình độ quản lý chưa cao nhưng lại rất năng động trong sản xuất kinh doanh. Vì vậy, đây chính là đối tượng khách hàng tiềm năng mà các NHTM Việt Nam có thể hướng tới khi triển khai cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Theo đánh giá, việc triển khai cung cấp dịch vụ bao thanh toán đang tạo ra cơ hội rất lớn cho các ngân hàng trong việc mở thêm một kênh phân phối tín dụng khác cho khách hàng, đồng thời góp phần làm lành mạnh hoá tình hình tài chính của các doanh nghiệp này thông qua việc giảm bớt tỷ trọng nợ chiếm dụng.

Trong xuất nhập khẩu, bao thanh toán chỉ phù hợp khi doanh nghiệp sử dụng các phương thức thanh toán trả chậm như mở tài khoản hay nhờ thu D/A,... Thông thường, với các nước đang phát triển như Việt Nam, khi thỏa thuận ký kết hợp đồng thương mại quốc tế, các doanh nghiệp xuất khẩu nước ta thường yếu thế hơn so với các nhà nhập khẩu lớn của các nước phát triển nên thường bị yêu cầu thanh toán theo phương thức trả chậm. Đồng thời, các nhà nhập khẩu Việt Nam cũng thường bị

yêu cầu mở L/C khi nhập khẩu hàng hóa. Do đó, ngoài nhóm khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước thì các doanh nghiệp xuất nhập khẩu cũng là đối tượng khách hàng mà các NHTM ở Việt Nam có thể hướng tới khi phát triển dịch vụ bao thanh toán.

Ngân hàng vốn là trung gian thực hiện chức năng tập trung và phân phối lại vốn tín dụng, là nơi gặp gỡ giữa cung và cầu về vốn. Do vậy, về cơ bản, ngân hàng có mối quan hệ lâu dài nhất với hầu hết các đối tượng khách hàng nên ngân hàng chính là đầu mối nắm giữ thông tin một cách chắc chắn và chính xác nhất về khách hàng. Đây cũng chính là một điểm thuận lợi tạo điều kiện phát triển dịch vụ bao thanh toán.

5.3. Các yếu tố bên ngoài, các lĩnh vực có liên quan và phụ trợ

Về các yếu tố bên ngoài, trước hết phải kể đến sự phát triển nền kinh tế đất nước cả về chiều rộng lẫn chiều sâu. Từ năm 2000 trở lại đây, nền kinh tế liên tục tăng trưởng khá nhanh, kinh tế vĩ mô được duy trì ổn định và đời sống vật chất, tinh thần của nhân dân không ngừng được cải thiện. Nhờ đó, môi trường hoạt động ngân hàng ngày càng thuận lợi và hấp dẫn; nhu cầu về số lượng và chất lượng dịch vụ ngân hàng Việt Nam ngày càng tăng. Các loại hình dịch vụ ngân hàng ngày càng đa dạng và có chất lượng cao hơn. Một số dịch vụ ngân hàng hiện đại đã được triển khai và được xã hội chấp nhận (như: dịch vụ ngân hàng điện tử, Internet banking, phone banking, mobile banking, thẻ ATM,...). Hệ thống ngân hàng đã có những cải thiện đáng kể về năng lực thể chế, tài chính, hoạt động, công nghệ, quản trị điều hành, cơ cấu tổ chức và mạng lưới kênh phân phối. Số lượng các tổ chức cung cấp dịch vụ ngân hàng ngày càng tăng cùng với quá trình tự do hoá kinh tế và mở cửa thị trường tài chính trong nước.

Tuy nhiên, năng lực tài chính và hoạt động của các tổ chức, cá nhân vẫn còn nhiều yếu kém. Việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng chưa trở thành thói quen và văn hoá tiêu dùng của công chúng. Điều này dẫn đến nhu cầu của nền kinh tế về dịch vụ ngân hàng còn hạn chế và môi trường hoạt động ngân hàng rủi ro.

Trong các lĩnh vực có liên quan và phụ trợ đối với ngành ngân hàng, đầu tiên là phải kể đến vai trò của công nghệ ngân hàng. Phát triển công nghệ ngân hàng là yếu tố then chốt để củng cố và mở rộng hoạt

động của ngân hàng, đa dạng hoá và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng nhằm thoả mãn ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Ở Việt Nam, ngành ngân hàng có mức độ hiện đại hoá công nghệ khá nhanh chóng và có lẽ đang là một trong những ngành dẫn đầu trong lĩnh vực này. Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng đến nay đã có gần 200 chi nhánh của 50 thành viên tham gia. Từ ngày 1/1/2003, hệ thống thanh toán bù trừ điện tử cũng đã được đưa vào vận hành chính thức, thay thế hoàn toàn việc trao đổi trực tiếp chứng từ giấy, nhờ đó, rút ngắn được thời gian chuyển tiền và đảm bảo độ chính xác cao. Do đó, hoạt động giữa các ngân hàng liên kết với nhau trở nên chặt chẽ, có khả năng hỗ trợ nhau khai thác, tìm kiếm thông tin liên quan tới khách hàng. Đây cũng là một lợi thế sẵn có để có thể triển khai một dịch vụ mới như bao thanh toán.

6. Kết luận

Nhìn chung, bao thanh toán là một dịch vụ đã xuất hiện từ khá lâu trên thế giới song 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. Mặc dù vẫn còn rất nhiều khó khăn, tồn tại nhưng có thể khẳng định rằng, trong tương lai, bao thanh toán sẽ là một loại hình dịch vụ đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng tại Việt Nam.

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 doanh nghiệp thường xuyên sử dụng dịch vụ này trong các giao dịch thương mại là điều các ngân hàng, tổ chức tín dụng cũng như các cơ quan quản lý nhà nước cần quan tâm. Các ngân hàng và tổ chức tín dụng cũng như Đảng và Chính phủ cần có những giải pháp cụ thể để đưa dịch vụ này vào đời sống, vào trong các giao dịch của doanh nghiệp để có thể mang lại lợi ích cho các bên liên quan và cho toàn xã hội.

Nhằm hướng tới mục tiêu phát triển loại hình dịch vụ này, trên cơ sở học hỏi kinh nghiệm từ các nước trên thế giới, bên cạnh sự hỗ trợ về mặt pháp lý và chính sách từ phía Nhà nước, các ngân hàng và tổ chức tín dụng cũng phải tự tìm cách để đẩy mạnh hoạt động của mình. Các ngân hàng phải quảng bá sản phẩm mới này, phải đưa sản phẩm dịch vụ đến với các doanh nghiệp. Các Ngân hàng cũng phải tự hoàn thiện chính mình để có được thuận lợi trong việc cung cấp dịch vụ bao thanh toán. Bên cạnh đó cũng rất cần có cả sự nỗ lực từ phía các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, những người trực tiếp sử dụng dịch vụ bao thanh toán.

Bằng các biện pháp mang tính tổng thể, chắc chắn trong tương lai bao thanh toán sẽ trở thành một dịch vụ thực sự hữu ích và phát triển ở Việt Nam, hỗ trợ cho các hoạt động thương mại nói chung và xuất khẩu nói riêng, góp phần tích cực vào việc kích thích nền kinh tế tăng trưởng. □

Tài liệu tham khảo:

1. GS.TS. Đặng Đình Đào, Ths. Nguyễn Thị Diệu Chi, TS. 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. TS. Đặng Thị Nhân (2007), *Cẩm nang về nghiệp vụ bao thanh toán factoring và forfaiting trong tài trợ thương mại quốc tế*, NXB Thống kê.
3. FCI (2009, 2010, 2011), *Annual Report*.
4. Hiệp hội bao thanh toán quốc tế (1988), *UNIDROIT Convention on International Factoring – Ottawa, Canada*.
5. 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*