



BAO THANH TOÁN

Chặng đường 10 năm

NGUYỄN PHƯỚC KINH KHA

Đại học Ngân hàng TP.HCM

Bao thanh toán (BTT) có một lịch sử phát triển lâu dài, là một trong những hình thức lâu đời nhất của tài trợ. Nhiều chuyên gia cho rằng: BTT khởi nguồn từ cách đây 4000 năm, từ thời Hammurabi. Hammurabi là vị vua của dân tộc Mesopotamia, vốn được mệnh danh là cái nôi của nền văn minh nhân loại. Ngày nay tổ chức BTT đang tồn tại dưới nhiều hình thức và quy mô, như một bộ phận của một định chế tài chính lớn và phần lớn là do những tổ chức tư nhân điều hành và sở hữu. Những năm 60 và 70 của thế kỷ 20, số lượng của các tổ chức BTT tăng đột biến bởi sự gia tăng của lãi suất. Xu hướng này ngày càng nổi bật vào những năm 80, khi ngân hàng trở nên quá đắt đỏ và cứng nhắc về những quy định khắt khe, các doanh nghiệp nhỏ buộc phải tìm các nguồn tài chính khác phục vụ cho việc phát triển kinh doanh của mình. Cho đến nay BTT đã được sử dụng rộng rãi trên hầu hết các Châu Lục với tốc độ tăng trưởng liên tục và khá ổn định.

Có rất nhiều khái niệm khác nhau về BTT. Theo Hiệp hội BTT quốc tế (Factors Chain International), BTT là một dịch vụ tài chính trọn gói, kết hợp việc tài trợ vốn lưu động, phòng ngừa rủi ro tín dụng, theo dõi nợ và thu hồi nợ. Đó là sự thoả thuận giữa đơn vị BTT và người bán, trong

đó đơn vị BTT sẽ mua lại khoản phải thu của người bán, thường là không truy đòi, đồng thời có trách nhiệm đảm bảo khả năng chi trả của người mua. Nếu người mua phá sản hay mất khả năng chi trả vì những lý do tín dụng thì đơn vị BTT sẽ thay người mua trả tiền cho người bán.

Theo quy định chung về hoạt động BTT quốc tế ấn bản tháng 06/2004 do Hiệp hội BTT quốc tế ban hành, thì hợp đồng BTT là một hợp đồng, theo đó nhà cung cấp sẽ chuyển nhượng các khoản phải thu (hay một phần của các khoản phải thu) cho một đơn vị BTT, có thể vì hoặc không vì mục đích tài trợ, để thực hiện ít nhất một trong các chức năng sau đây:

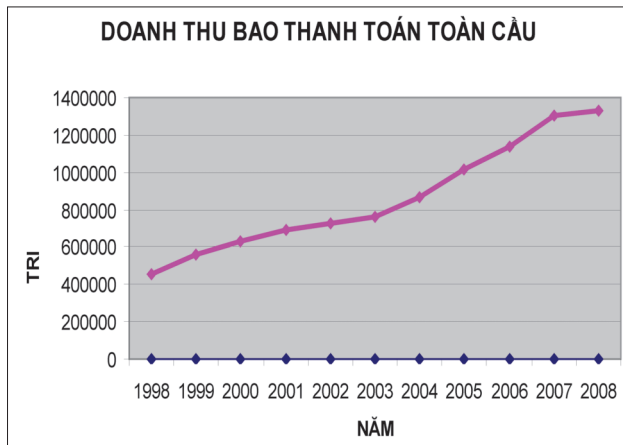
- Kế toán sổ sách các khoản phải thu;
- Thu nợ các khoản phải thu;
- Phòng ngừa rủi ro nợ xấu.
- Tài trợ cho người bán, bao gồm việc cho vay

lẫn việc ứng trước tiền thanh toán.

Nội dung bài viết này sẽ nhìn lại tổng thể doanh số BTT trên thế giới trong thời gian khoảng 10 năm (1998-2008) và điểm lại những quốc gia có doanh số BTT cao từng khu vực. Bài viết cũng xem xét doanh số BTT tại Việt Nam từ năm 2005, năm đầu tiên phát sinh doanh số hoạt động BTT, đến năm 2008.

Doanh số BTT thế giới giai đoạn 1998-2008

Biểu đồ 1: Doanh số BTT trên thế giới trong giai đoạn 1998-2008



Nguồn: www.factors-chain.com

Biểu đồ 1 cung cấp một cái nhìn khái quát và đầy đủ về doanh số BTT thời gian qua. Doanh số BTT trên toàn thế giới qua 11 năm, từ 1998 đến 2008 được thể hiện bằng một đường có xu hướng đi lên sau mỗi năm. Điều này chứng tỏ BTT ngày càng khẳng định vị trí quan trọng của mình. Năm 1998, tổng doanh số BTT là 456,506 triệu EUR, doanh số tăng qua các năm với tỉ lệ khá cao và bền vững. Trong suốt 11 năm, doanh số BTT thế giới luôn tăng, với tốc độ tăng qua các năm có khác nhau. Tỷ lệ tăng cao nhất là năm 1999 so với năm 1998 đạt 21.99%, với doanh số năm 1999 đạt 556,877 triệu EUR. Bốn năm gần đây, từ 2004 đến 2007, tỉ lệ tăng đều trên 10%. Tổng doanh số năm 2008 đã đạt tới 1,325,111 triệu EUR so với 1,299,127 triệu EUR năm 2007 và nếu xét về số tuyệt đối thì sau 11 năm, doanh số nghiệp vụ BTT toàn thế giới đã tăng gần gấp 3 lần.

Trong toàn bộ hoạt động BTT, doanh số BTT quốc tế mỗi năm tăng rất đáng ghi nhận. Năm 1998, doanh số BTT quốc tế đạt 26,672 triệu EUR, năm 2003 doanh số tăng gấp gần 2 lần, với doanh số 47,735 triệu EUR, đến năm 2008, doanh số đạt 176,168 triệu EUR, tăng gấp hơn 6.6 lần so với năm 1998. Đây quả là chỉ số đáng khích lệ.

Tuy nhiên, BTT quốc tế chiếm tỉ trọng không lớn trong tổng doanh số BTT toàn thế giới. Suốt 9 năm, từ năm 1998 đến năm 2006, tỉ trọng này luôn nhỏ hơn 10%. Tỉ trọng mỗi năm có biến động nhưng không đáng kể. BTT nội địa vẫn giữ tỉ trọng rất cao trong tổng doanh số BTT.

Châu Âu là thị trường dẫn đầu của nghiệp vụ BTT trên toàn thế giới. Năm 2008, doanh số của

thị trường Châu Âu đạt 888,533 triệu EUR, chiếm 67.05% tổng doanh số BTT trên toàn thế giới. Doanh số thị trường này cũng gia tăng rất nhanh so với các thị trường còn lại.

Bảng 1: Tỉ trọng BTT quốc tế và nội địa trong tổng doanh số BTT trên thế giới trong giai đoạn 1998-2008

Năm	Quốc tế (Triệu EUR)	Tỉ lệ (%)	Nội địa (Triệu EUR)	Tỉ lệ (%)	Tổng doanh số (Triệu EUR)
1998	26,672.00	5.84	429,834.00	94.16	456,506.00
1999	33,392.00	6.00	523,485.00	94.00	556,877.00
2000	44,843.00	7.19	578,997.00	92.81	623,840.00
2001	41,023.00	5.98	644,659.00	94.02	685,682.00
2002	42,916.00	5.93	681,281.00	94.07	724,197.00
2003	47,735.00	6.28	712,657.00	93.72	760,392.00
2004	68,265.00	7.94	791,950.00	92.06	860,215.00
2005	86,486.00	8.51	930,061.00	91.49	1,016,547.00
2006	103,690.00	9.14	1,030,598.00	90.86	1,134,288.00
2007	145,996.00	11.24	1,153,131.00	88.76	1,299,127.00
2008	176,168.00	13.30	1,148,943.00	86.70	1,325,111.00

Nguồn: www.factors-chain.com

Bảng 2: Doanh số BTT của các thị trường trên thế giới trong giai đoạn 2001-2008

(Đơn vị tính: triệu EUR)

Năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Châu Âu	468,326	522,851	546,935	612,504	715,486	806,983	929,756	888,533
Châu Mỹ	127,157	115,301	104,542	110,094	135,630	140,944	150,219	154,450
Châu Phi	5,801	6,203	5,840	7,586	6,237	8,513	10,705	13,263
Châu Á	76,078	69,850	89,096	111,614	135,814	149,995	174,667	235,619
Châu Úc	8,320	9,992	13,979	18,417	23,380	27,853	33,780	33,246

Nguồn: www.factors-chain.com

Vị trí thứ hai về doanh số là cuộc cạnh tranh giữa thị trường Châu Mỹ và Châu Á. Từ năm 1998 đến năm 2003, Châu Mỹ giữ vị trí thứ hai về doanh số BTT. Nhưng kể từ năm 2004 đã có sự đảo chiều với sự bức phá của thị trường Châu Á. Năm 2008, tổng doanh số BTT của Châu Á là 235,619 triệu EUR, trong khi đó tổng doanh số thị trường Châu Mỹ đạt 154,450 triệu EUR.

● Khu vực Châu Âu

Quốc gia có doanh số BTT cao nhất qua 7 năm, từ 2001 đến 2007 là Anh. Doanh số BTT của quốc gia này không những đứng vị trí số 1 tại Châu Âu



mà còn gia tăng rất nhanh qua các năm. Và nếu nhìn vào năm 2007, chúng ta dễ dàng nhận thấy doanh số của Anh đã cao hơn gấp đôi so với nước Ý, quốc gia có doanh số lớn thứ 2 tại Châu Âu vào năm 2007. Các quốc gia có doanh số lớn tiếp theo ở thị trường này lần lượt là Pháp, Đức và Tây Ban Nha. Trong hai năm 2006 và 2007, Châu Âu đã có ba quốc gia có doanh số BTT vượt quá 100,000 triệu EUR, đó là Anh, Ý và Pháp. Năm 2008, mặc dù vẫn có doanh số BTT cao nhất Châu Âu nhưng Anh không còn giữ được khoảng cách so với quốc gia đứng thứ hai là Pháp so với các năm trước, doanh số BTT nước Anh năm 2008 có sự sụt giảm mạnh, từ 286,496 triệu EUR năm 2007 xuống còn 188,000 triệu EUR. Khu vực Châu Mỹ

Quốc gia có doanh số BTT cao nhất của Châu Mỹ chính là Mỹ. Doanh số BTT của nước này tương đối ổn định, không tăng nhiều và đều đặn như Anh ở Châu Âu. Trong bốn năm, từ 2005 đến 2008, doanh số BTT nước này xấp xỉ con số 100,000 triệu EUR, không có biến động lớn, năm 2008 đạt 100,000 triệu EUR. Và Mỹ là quốc gia duy nhất ở Châu Mỹ đạt và duy trì được doanh số BTT ở mức cao. Quốc gia có doanh số BTT lớn thứ hai ở Châu Mỹ trong nhiều năm là Brazil. Tuy nhiên, doanh số của nước này tương đối thấp, chỉ ở mức khoảng 1/5 so với doanh số của nước Mỹ.

○ Khu vực Châu Á

Tại Châu Á, Nhật là quốc gia có doanh số BTT cao nhất từ năm 2002 đến năm 2007. Doanh số BTT có xu hướng tăng qua các năm và tương đối ổn định. Đứng thứ hai là Đài Loan, tiếp theo vị trí thứ ba và thứ tư thuộc về Trung Quốc và Hồng Kông. Riêng năm 2008 đã có sự bức phá mạnh về doanh số. Thứ nhất doanh số BTT của Nhật tăng vọt từ 77,721 triệu EUR năm 2007 lên 106,500 triệu EUR năm 2008. Thứ hai, lần đầu tiên kể từ 2002, Trung Quốc đã vượt Đài Loan về doanh số BTT, doanh số BTT Trung Quốc năm 2008 là 55,000 triệu EUR, của Đài Loan là 48,750 triệu EUR. Mức tăng của Trung Quốc rất đáng ghi nhận, nhất là từ năm 2005 đến năm 2007, năm sau doanh số tăng hơn gấp đôi năm trước đó, riêng năm 2008 đạt 55,000 triệu EUR so với 32,976 triệu EUR năm 2007. Và rõ ràng đây là một thị trường đầy tiềm năng.

○ Khu vực Châu Úc

Doanh số BTT của Úc gia tăng rất nhanh và ổn định. Năm 2001, doanh số của nước này chỉ đạt 7,910 triệu EUR, đến năm 2008, doanh số đã

lên đến 32,546 triệu EUR, tăng hơn 4 lần so với năm 2001. Rõ ràng nghiệp vụ BTT đã xuất hiện và phần nào đã thể hiện được tầm quan trọng tại Châu Úc, trong tương lai, nghiệp vụ này có thể còn phát triển mạnh hơn nữa.

○ Khu vực Châu Phi

Tại Châu Phi hiện chỉ có bốn quốc gia có sự xuất hiện của nghiệp vụ BTT. Trong đó, nổi trội nhất là Nam Phi, nhưng với doanh số vẫn còn rất khiêm tốn. Các quốc gia còn lại gồm: Morocco, Tunisia, Ai cập có doanh số không đáng kể.

Tóm lại, Châu Âu là thị trường có doanh số BTT cao nhất, trong đó Anh là quốc gia có doanh số cao nhất thị trường này cũng như trên toàn thế giới. Doanh số BTT của Anh cao hơn rất nhiều so với các nước còn lại và vẫn có xu hướng gia tăng mạnh mẽ. Trong bốn thị trường còn lại ngoài Châu Âu, thì Châu Á và Châu Mỹ là hai thị trường đầy tiềm năng của nghiệp vụ BTT. Nhìn sâu hơn nữa về việc vận dụng nghiệp vụ BTT thì thấy rõ ràng rằng cả bốn chức năng của BTT đều được vận dụng một cách linh hoạt. BTT miễn truy đòi có doanh số cao nhất, kế đến là chiết khấu hóa đơn, BTT có truy đòi và thu hộ. Các chức năng của BTT phát huy được tác dụng đã chứng minh được lợi ích của sản phẩm này và mặt khác cũng cho thấy BTT ngày càng được nhiều khách hàng quan tâm và sử dụng. Điều này mở ra một cơ hội lớn cho các đơn vị BTT.

(xem tiếp số 43)

