

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

LƯU THỊ THU HƯƠNG

PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ
BAO THANH TOÁN TẠI NGÂN HÀNG Á CHÂU
CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

Chuyên ngành: Tài chính – Ngân hàng

Mã số: 60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2013

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. NGUYỄN NGỌC VŨ**

Phản biện 1: **PSG.TS. LÂM CHÍ DŨNG**

Phản biện 2: **TS. PHAN VĂN TÂM**

Luận văn đã được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 23 tháng 03 năm 2013.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong những năm gần đây, tình hình hoạt động của các doanh nghiệp đang phải đối mặt với rất nhiều khó khăn. Để có thể tăng doanh số bán hàng, doanh nghiệp phải thực hiện nhiều hình thức như bán hàng chiết khấu, bán hàng trả chậm,... Trong đó phương thức bán hàng trả chậm đang ngày một phát triển mạnh mẽ. Nhưng đây lại là một phương thức chiếm dụng vốn của bên mua hàng. Hơn nữa, khả năng tiếp cận vốn vay của NH đang là một trong những vấn đề nan giải của doanh nghiệp. BTT ra đời vừa có thể giúp các doanh nghiệp tìm kiếm nguồn tài trợ cho vốn lưu động vừa có thể giúp NH đa dạng hóa rủi ro, tăng thu nhập,...

BTT ra đời từ khá lâu trên thị trường thế giới nhưng ở Đà Nẵng, nghiệp vụ này vẫn còn rất mới mẻ so với các sản phẩm tín dụng truyền thống và còn nhiều hạn chế phải khắc phục. Việc phát triển BTT là rất cần thiết để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, đồng thời tăng nguồn thu từ nghiệp vụ BTT cho CN. Từ những lý do đó, tác giả đã lựa chọn đề tài **“Phát triển nghiệp vụ BTT tại ACB – CN Đà Nẵng”** cho luận văn của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về BTT và phát triển nghiệp vụ BTT của NHTM.

- Phân tích thực trạng phát triển nghiệp vụ BTT tại ACB – CN Đà Nẵng trong giai đoạn 2009 – 2011.

- Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát triển nghiệp vụ BTT tại ACB – CN Đà Nẵng trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn về nghiệp vụ BTT tại ACB - CN Đà Nẵng.

- Về phạm vi nghiên cứu: Luận văn chủ yếu tập trung nghiên cứu về nghiệp vụ BTT tại ACB – CN Đà Nẵng trong giai đoạn 2009 - 2011

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn chủ yếu sử dụng phương pháp thống kê, phân tích – tổng hợp, suy luận logic, so sánh, điều tra thị trường... để phân tích thực trạng phát triển nghiệp vụ BTT qua các năm.

5. Bố cục đề tài

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

Chương 1: Những vấn đề chung về phát triển nghiệp vụ BTT của NHTM

Chương 2: Thực trạng phát triển nghiệp vụ BTT tại ACB – CN Đà Nẵng

Chương 3: Giải pháp phát triển nghiệp vụ BTT tại ACB – CN Đà Nẵng

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Luận văn đã tổng hợp, chọn lọc các tiêu chí đánh giá, các nhân tố ảnh hưởng cũng như thực trạng BTT của hệ thống NHTM Việt Nam và ACB trong thời gian trước từ các đề tài như: “*Giải pháp phát triển nghiệp vụ bao thanh toán tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*”, Lê Quang Ninh (2010); “*Nâng cao hiệu quả hoạt động bao thanh toán tại ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu*”, Nguyễn Xuân Hiền (2010); “*Hoàn thiện và phát triển sản phẩm bao thanh toán nội địa tại ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu*”, Hoàng Thị

Bích Liên (2010). Đồng thời, kết hợp với số liệu từ các Báo cáo tổng kết hàng năm của ACB - CN Đà Nẵng qua 3 năm 2009, 2010 và 2011 làm cơ sở nền tảng để phân tích và đánh giá thực trạng nghiệp vụ BTT tại CN. Bên cạnh đó, tác giả còn kết hợp phương pháp điều tra thị trường tại các doanh nghiệp để có thể nhận định được những khó khăn, những nguyên nhân cần khắc phục để phát triển nghiệp vụ BTT trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Qua đó, tác giả đã sàng lọc được những ý kiến, biện pháp phù hợp với ACB – CN Đà Nẵng để đề ra những giải pháp có tính khả thi giúp phát triển nghiệp vụ BTT.

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG

VỀ PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT CỦA NHTM

1.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ NGHIỆP VỤ BTT

1.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển nghiệp vụ BTT

1.1.2. Khái niệm BTT

Theo Quy chế số 1096/2004/QĐ-NHNN, "BTT là một hình thức cấp tín dụng của tổ chức tín dụng cho bên bán hàng thông qua việc mua lại các KPT phát sinh từ việc mua, bán hàng hóa đã được bên bán hàng và bên mua hàng thỏa thuận trong hợp đồng mua, bán hàng hóa.

1.1.3. Phân loại BTT

a. Căn cứ theo trách nhiệm rủi ro

BTT có quyền truy đòi; BTT miễn truy đòi

b. Căn cứ theo phạm vi hoạt động địa lý

BTT nội địa, BTT quốc tế

c. Căn cứ theo thời hạn

BTT ứng trước (hay BTT chiết khấu); BTT khi đến hạn

d. Căn cứ theo phương thức BTT

BTT từng lần, BTT theo hạn mức, Đồng BTT

e. Căn cứ theo phạm vi áp dụng đối với các hóa đơn của một người bán hàng cụ thể

BTT toàn bộ; BTT từng phần

f. Căn cứ theo phạm vi giao dịch của đơn vị BTT với người mua

BTT công khai; BTT kín

1.1.4. Nguyên tắc thực hiện BTT**1.1.5. Chức năng của BTT**

- Chức năng tài trợ dựa trên giá trị khoản phải thu
- Chức năng quản lý tín dụng và bảo hiểm rủi ro tín dụng
- Chức năng theo dõi sổ sách kế toán
- Chức năng thu nợ khi khoản phải thu đến hạn thanh toán

1.1.6. Lợi ích của BTT***a. Đối với các đơn vị BTT***

- Gia tăng thu nhập từ các khoản lãi và phí nghiệp vụ BTT, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ và nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao hình ảnh, uy tín, thiết lập được mối quan hệ với chính KH sử dụng dịch vụ,...

- Nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn vốn huy động được và góp phần duy trì và mở rộng thị phần cho các tổ chức tài chính.

b. Đối với bên bán hàng

Bên bán hàng có thể dễ dàng tiếp cận nguồn vốn kịp thời và đơn giản; Được đơn vị BTT bảo hiểm rủi ro tín dụng, giảm rủi ro về tỷ giá; Giúp các bên bán hàng tiết kiệm được nhiều chi phí như chi phí quản lý, chi phí thu hồi nợ,...

c. Đối với bên mua hàng

- Không phải mở thư tín dụng nên có thể tiết kiệm được thời gian cũng như chi phí mở L/C.

- Vẫn có thể mua hàng trả chậm và do đó được hỗ trợ rất lớn về khả năng thanh khoản cũng như hoạt động ngân quỹ. Đồng thời, bên mua có thể nâng cao mối quan hệ với bên bán hàng.

d. Đối với nền kinh tế

- Góp phần tạo ra một môi trường kinh doanh ổn định hơn cho nền kinh tế, đẩy mạnh thương mại, sản xuất,...

1.1.7. Rủi ro trong nghiệp vụ BTT

a. Rủi ro tín dụng

Rủi ro tín dụng có thể phát sinh khi bên bán giao hàng không đảm bảo yêu cầu của hợp đồng thương mại dẫn đến tranh chấp và bên mua hàng trì hoãn, không thực hiện nghĩa vụ BTT, khiến cho đơn vị BTT không thu hồi các KPT,...

b. Rủi ro tác nghiệp

Rủi ro này xảy ra khi đơn vị BTT không thẩm định kỹ KPT cũng như bên mua hàng. Việc thẩm định này đòi hỏi nhân viên tín dụng phải có năng lực thẩm định cao.

c. Rủi ro gian lận

Bên bán hàng có thể đem KPT đã được BTT tiếp tục thực hiện BTT ở tổ chức tín dụng khác hoặc đơn vị BTT cũng có thể sẽ gặp rủi ro khi bên bán hàng và bên mua hàng thông đồng với nhau, cung cấp các khoản thu ảo.

d. Rủi ro tỷ giá

Rủi ro tỷ giá là rủi ro đơn vị BTT gặp phải khi tỷ giá trên thị trường biến động theo chiều hướng bất lợi. Rủi ro này chủ yếu phát sinh trong các nghiệp vụ BTT xuất nhập khẩu.

1.2. PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT CỦA NHTM

1.2.1. Quan niệm về phát triển nghiệp vụ BTT tại NHTM

Phát triển thể hiện thông qua sự tăng lên về mặt số lượng và cả sự tăng lên về mặt chất lượng.

- Phát triển nghiệp vụ BTT về mặt số lượng là việc gia tăng số lượng KH tham gia nghiệp vụ BTT, đồng thời gia tăng số lượng các hợp đồng BTT, gia tăng quy mô thực hiện, lợi nhuận thu được từ nghiệp vụ BTT.

- Phát triển nghiệp vụ BTT về mặt chất lượng là việc NH chú trọng phát triển thị trường hiện có của mình nhằm gia tăng chất lượng dịch vụ cung ứng BTT.

1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển nghiệp vụ BTT

a. Quy mô BTT

**Doanh số BTT:* Doanh số BTT là chỉ tiêu thể hiện tổng giá trị BTT của NH phát sinh trong một thời kỳ. Đây là chỉ tiêu phản ánh kết quả về việc phát triển, mở rộng quy mô nghiệp vụ BTT.

**Dư nợ BTT bình quân:* Dư nợ BTT bình quân là chỉ tiêu phản ánh giá trị bình quân các khoản BTT mà NH còn thực hiện tại một thời điểm nào đó. Đây là chỉ tiêu phản ánh quy mô, tình hình nghiệp vụ BTT qua thời gian.

$$\text{Dư nợ BTT bình quân} = \frac{\text{Dư nợ BTT đầu kỳ} + \text{Dư nợ BTT cuối kỳ}}{2}$$

** Số lượng hồ sơ BTT:* Tốc độ tăng của số lượng hồ sơ BTT qua các năm có thể đánh giá tốc độ triển khai nghiệp vụ này tại NH nhanh hay chậm, số lượng KH lựa chọn sản phẩm này nhiều hay ít.

** Doanh thu từ nghiệp vụ BTT:* Doanh thu từ nghiệp vụ BTT cho biết tổng số tiền lãi và phí mà KH thực hiện BTT trả cho NH .

Tỷ lệ doanh thu cho biết mức độ tạo ra lợi nhuận và vị trí của nghiệp vụ BTT trong các nghiệp vụ tín dụng của NH.

$$\text{Tỷ trọng doanh thu từ nghiệp vụ BTT trong doanh thu tín dụng(\%)} = \frac{\text{Doanh thu từ hoạt động BTT}}{\text{Doanh thu từ hoạt động tín dụng}} \times 100$$

b. Mức độ rủi ro

Tỷ lệ nợ xấu BTT cho biết khả năng quản lý nợ và tình hình thu hồi các KPT tại NH là như thế nào.

$$\text{Tỷ lệ nợ xấu BTT} = \frac{\text{Nợ xấu BTT}}{\text{Dư nợ BTT bình quân}}$$

c. Thị phần BTT

Thị phần BTT của một NHTM thể hiện phần dịch vụ BTT mà NH đó chiếm lĩnh trên thị trường.

$$\text{Thị phần BTT} = \frac{\text{Dư nợ BTT}}{\text{Tổng dư nợ BTT của các NHTM}}$$

d. Nâng cao chất lượng nghiệp vụ BTT

Để nâng cao chất lượng nghiệp vụ BTT, các NHTM cần chú ý nâng cao chất lượng ở những mặt sau:

- Thái độ phục vụ, trình độ của cán bộ tư vấn, cán bộ xử lý:
- Cạnh tranh về chất lượng nghiệp vụ BTT

1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến nghiệp vụ BTT

a. Các nhân tố chủ quan

- Các nhân tố thuộc về môi trường pháp lý
- Các nhân tố thuộc về môi trường kinh tế
- Các nhân tố về chính trị, xã hội
- Các nhân tố về môi trường công nghệ
- Các nhân tố thuộc về khách hàng
- Đối thủ cạnh tranh

b. Các nhân tố chủ quan

**** Chính sách tuyên truyền, quảng cáo của NH về nghiệp vụ BTT***

Chính sách tuyên truyền, quảng bá là chính sách cần được ưu tiên trước khi muốn phát triển nghiệp vụ BTT vì KH có biết đến sản phẩm thì mới có thể mở rộng được nghiệp vụ.

**** Quy mô, uy tín, năng lực tài chính của NH***

Khi có sức mạnh tài chính, quy mô, uy tín lớn, NH có thể đầu tư vào các danh mục mà NH quan tâm hơn thì lúc này nghiệp vụ BTT sẽ có cơ hội phát triển.

**** Quy trình xét duyệt BTT***

Với một quy trình nhanh chóng, gọn nhẹ, ít thủ tục rườm rà sẽ làm thỏa mãn KH

**** Chính sách giá cả***

Nếu chi phí quá cao, KH sẽ e ngại khi sử dụng dịch vụ. Trong khi nếu chi phí quá thấp lại khiến cho lợi nhuận của NH sụt giảm, không đảm bảo thu chi của NH.

**** Chính sách, quy định khác liên quan đến nghiệp vụ BTT của NH***

Nếu không có một chính sách và quy định đúng đắn, phù hợp sẽ khó tạo điều kiện để phát triển nghiệp vụ BTT.

**** Trình độ nghiệp vụ của cán bộ NH***

Đạo đức, năng lực của cán bộ đóng vai trò chủ chốt trong việc tạo lên chất lượng và tìm kiếm khách hàng tiềm năng đối với nghiệp vụ BTT.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

CHƯƠNG 2
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT
TẠI ACB – CN ĐÀ NẴNG

2.1. GIỚI THIỆU VỀ ACB – CN ĐÀ NẴNG

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB – CN Đà Nẵng

ACB – CN Đà Nẵng đã được thành lập dựa trên quyết định số 212/QĐ-NH15 ký ngày 13/08/1996 và chính thức đi vào hoạt động từ ngày 08/01/1997. Trụ sở CN hiện tọa lạc tại 218 Bạch Đằng, Thành phố Đà Nẵng. Hiện nay, số lượng nhân viên toàn bộ CN lên gần 300 nhân viên. ACB – CN Đà Nẵng luôn không ngừng phát triển mở rộng thêm nhiều phòng giao dịch và tăng số lượng nhân viên đồng thời luôn thay đổi tích cực phương thức hoạt động hợp lý, cung ứng dịch vụ,...

2.1.2. Cơ cấu tổ chức ACB – CN Đà Nẵng

2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của ACB – CN Đà Nẵng

a. Tình hình huy động vốn

Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn của CN giai đoạn 2009 – 2011

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2009	2010	2011	2010/2009		2011/2010	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
Tiền gửi dân cư	1,009,671	1,225,873	1,796,877	216,202	21.41	571,004	46.58
Tiền gửi TCKT	104,569	118,493	132,072	13,924	13.32	13,579	11.46
Tiền gửi khác	153,201	156,758	176,389	3,557	2.32	19,631	12.52
Phát hành GTCG	2,588	3,151	3,994	563	21.75	843	26.75
Tổng NVHĐ	1,270,029	1,504,275	2,109,332	234,246	18.44	605,057	40.22

(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của ACB – CN Đà Nẵng)

b. Tình hình cho vay**Bảng 2.2. Tình hình cho vay của CN giai đoạn 2009 – 2011***Đơn vị tính: Triệu đồng*

Chi tiêu	2009	2010	2011	2010/2009		2011/2010	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
1. Dự nợ cho vay bình quân	923,873	1,198,621	1,389,674	274,748	29.74	191,053	15.94
Ngắn hạn	489,753	634,980	708,278	145,227	29.65	73,298	11.54
-Trung dài hạn	434,120	563,641	681,396	129,521	29.84	117,755	20.89
2. Nợ xấu	3,984	4,827	5,978	843	21.16	1,151	23.85
-Ngắn hạn	921	1,495	2,321	574	62.32	826	55.25
-Trung dài hạn	3,063	3,332	3,657	269	8.78	325	9.75
3. Tỷ lệ nợ xấu(%)	0.43	0.40	0.43		-0.03		0.03
-Ngắn hạn	0.19	0.21	0.33		0.03		0.11
-Trung dài hạn	0.71	0.67	0.54		-0.04		-0.13

*(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của ACB – CN Đà Nẵng)***c. Kết quả hoạt động kinh doanh****Bảng 2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của CN giai đoạn 2009 – 2011***Đơn vị tính: Triệu đồng*

Chi tiêu	2009	2010	2011	2010/2009		2011/2010	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
1. Tổng thu	213,563	274,483	456,115	60,920	28.53	181,632	66.17
- Hoạt động tín dụng	197,426	259,033	445,007	61,607	31.21	185,974	71.80
- Dịch vụ thanh toán	5,716	8,445	8,782	2,729	47.74	337	3.99
- Thu nhập khác	10,421	7,005	2,326	-3,416	-32.78	-4,679	-66.80
2. Tổng chi	176,865	249,777	419,794	72,912	41.22	170,017	68.07
- Chi trả lãi	130,855	200,637	361,529	69,782	53.33	160,892	80.19
- Dịch vụ thanh toán	636	964	2,185	328	51.57	1,221	126.66
- Lương & pcp	16,665	19,970	26,318	3,305	19.83	6,348	31.79

Chi tiêu	2009	2010	2011	2010/2009		2011/2010	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
- Chi dự phòng	8,704	8,236	5,584	-468	-5.38	-2,652	-32.20
- Chi phí khác	20,005	19,700	24,178	-305	-1.52	4,478	22.73
3. Chênh lệch thu - chi	36,698	24,706	36,321	-35	0.17%	4,208	21.07

(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của ACB – CN Đà Nẵng)

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT TẠI ACB – CN ĐÀ NẴNG

2.2.1. Các quy định chung thực hiện BTT tại ACB – CN Đà Nẵng

a. Tiêu chí lựa chọn khách hàng

b. Tiêu chí xét duyệt khoản phải thu

c. Các quy định khác

d. Quy trình thực hiện BTT tại ACB

Đối với nghiệp vụ BTT, để thực hiện hết toàn bộ các bước theo quy trình này tốn rất nhiều thời gian. Bên cạnh đó, quy trình thực hiện BTT được áp dụng chung cho tất cả các loại hình BTT.

2.2.2. Thực trạng phát triển nghiệp vụ BTT tại ACB – CN Đà Nẵng

a. Tình hình chung về nghiệp vụ BTT tại CN

Bảng 2.4. Tình hình chung nghiệp vụ BTT tại CN giai đoạn 2009–2011

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chi tiêu	2009	2010	2011	Chênh lệch 10/09		Chênh lệch 11/10	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
Doanh số BTT	6,793	11,799	15,355	5,006	73.69	3,556	30.14
Dư nợ BTT bình quân	3,958	6,902	7,406	2,944	74.38	504	7.30
Số bộ hồ sơ	5	8	10	4	44.44	2	15.38

(Nguồn: Phòng tín dụng của ACB – CN Đà Nẵng)

Số lượng hồ sơ BTT tại CN không ngừng tăng qua các năm, mặc dù số lượng hồ sơ vẫn còn rất ít cho thấy hoạt động BTT vẫn chưa được mở rộng trên địa bàn. Doanh số và dư nợ BTT dù có tăng qua các năm, tốc độ tăng dù cao nhưng vẫn chiếm một tỷ lệ rất khiêm tốn trong tổng dư nợ.

Bảng 2.5. Tình hình doanh thu BTT tại CN giai đoạn 2009-2010

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chi tiêu	2009	2010	2011	Chênh lệch 10/09		Chênh lệch 11/10	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	(%)	Số tiền	(%)
1. Tổng thu từ nghiệp vụ BTT	103	189	244	86	83.51	55	28.99
- Phí BTT	12	30	38	18	143.74	8	27.65
- Lãi BTT	91	159	205	68	75.29	46	29.24
2. Thu từ nghiệp vụ tín dụng	197,426	259,033	445,007	61,607	31.21	185,974	71.80
3. Tổng thu	213,563	274,483	456,115	60,920	28.53	181,632	66.17
Tỷ trọng (1)/(2)	0.05%	0.07%	0.05%		0.02%		-0.02%
Tỷ trọng (1)/(3)	0.05%	0.07%	0.05%		0.02%		-0.02%

(Nguồn: Báo cáo tổng kết qua các năm của ACB – CN Đà Nẵng)

Thu nhập từ phí có xu hướng tăng qua các năm nhưng mức tăng vẫn chưa đáng kể. Thu nhập từ nghiệp vụ BTT hiện nay tại CN chủ yếu là thu nhập từ lãi. Tỷ trọng đóng góp của nghiệp vụ BTT vào các khoản thu từ hoạt động tín dụng cũng như tổng doanh thu của CN vẫn còn chiếm một tỷ lệ khá thấp.

*** Thực trạng nghiệp vụ BTT theo loại hình doanh nghiệp**

Trong cơ cấu dư nợ BTT theo loại hình doanh nghiệp thì doanh nghiệp lớn là KH chính của CN, chiếm tỷ trọng bình quân trên 90%. Trong khi đó, tỷ trọng dư nợ BTT theo loại hình DNNVV chiếm tỷ trọng rất nhỏ. Bình quân mỗi năm chỉ có 1 đến 2 bộ hồ sơ. Việc tập trung vào đối tượng doanh nghiệp lớn như tình hình hiện

nay tại CN là chưa hợp lý. Các DNNVV là đối tượng tiềm năng mà ACB cần hướng tới trong thời gian đến.

*** *Thực trạng nghiệp vụ BTT theo trách nhiệm rủi ro***

Hiện tại, ở CN chỉ mới phát triển được nghiệp vụ BTT truy đòi. CN luôn đặt vấn đề an toàn lên trên hết, trong thời gian đầu, CN khá thận trọng trong việc cấp tín dụng. Tất cả các nghiệp vụ BTT mà CN triển khai chỉ mới dừng lại ở BTT truy đòi, nhằm giảm thiểu tối đa rủi ro cho CN trong trường hợp CN không thu hồi được nợ từ bên mua hàng.

*** *Thực trạng nghiệp vụ BTT theo phạm vi địa lý***

Mặc dù ACB đã triển khai nghiệp vụ BTT quốc tế từ năm 2005 nhưng đến nay doanh số BTT quốc tế của hội sở và CN đều ở mức khiêm tốn. Tại CN hoàn toàn không có một bộ hồ sơ BTT quốc tế nào mặc dù các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực xuất khẩu trên địa bàn thành phố Đà Nẵng rất lớn do doanh nghiệp chủ yếu thực hiện L/C. Đồng thời, chi phí của BTT quốc tế và chi phí bảo hiểm và rủi ro của CN vẫn còn khá cao.

b. Mức độ rủi ro trong nghiệp vụ BTT của CN

Bảng 2.9. Tình hình tỷ lệ nợ xấu BTT

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2009	2010	2011	10/09	11/10
				Số tiền	Số tiền
Dư nợ BTT bình quân	3,958	6,902	7,406	2,944	504
Nợ xấu BTT	0	0	0	0,00	0,00
Tỷ lệ nợ xấu BTT (%)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

(Nguồn: Phòng tín dụng của ACB – CN Đà Nẵng)

Dựa vào bảng số liệu trên ta có thể thấy tình hình nợ xấu bao thanh toán tại CN qua 3 năm đều bằng 0, cho thấy nghiệp vụ này tại

CN là thật sự an toàn.

c. Thị phần BTT

Nhìn chung, dư nợ BTT tại các NH vẫn còn rất thấp. Mặc dù vậy, ACB - CN Đà Nẵng cũng đã phần nào có một vị trí nhất định trong việc triển khai sản phẩm này ra thị trường khi luôn chiếm từ 25% đến 30% thị phần.

2.3. PHÂN TÍCH MỘT SỐ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT

2.3.1. Chính sách tuyên truyền, quảng cáo của NH

Phần lớn các doanh nghiệp còn khá lạ lẫm với loại hình tín dụng này, tới 55% trong tổng số 60 doanh nghiệp được hỏi hoàn toàn không biết về BTT, doanh nghiệp còn lại có nghe về BTT nhưng không hiểu sâu. Trong đó phần lớn thông tin nhận được từ nhân viên NH, các nguồn thông tin khác vẫn còn rất hạn chế.

2.3.2. Quy mô, uy tín, năng lực tài chính của NH

ACB là NH luôn giữ vị thế NH mạnh hàng đầu tại Việt Nam với quy mô, uy tín và chất lượng phục vụ được KH đánh giá rất cao. ACB nói chung và ACB - CN Đà Nẵng nói riêng luôn thực hiện công tác quảng bá thương hiệu khá bài bản thông qua các phương tiện thông tin, các chương trình từ thiện, nhân đạo,... ACB liên tục nhận các giải thưởng thường niên do các tạp chí quốc tế bầu chọn. Trong nghiệp vụ BTT, ACB là NH đầu tiên tiên phong trong lĩnh vực này.

2.3.3. Quy trình xét duyệt BTT

Để giải quyết khó khăn trong công tác thẩm định bên mua, ACB đã cung cấp sẵn một danh sách và hạn mức BTT bên mua hàng cho các CN trong từng thời kỳ. Tuy nhiên, việc này lại nảy sinh một số hạn chế nhất định như danh mục chưa đủ rộng để phù hợp với bên

bán hàng,... Bên cạnh đó, quy trình cấp thẩm định sẽ khó khăn nếu doanh nghiệp không nằm trong danh mục hoặc không phải khách hàng của ACB.

2.3.4. Chính sách giá cả

BTT mang lại nhiều tiện ích cho doanh nghiệp nhưng tổng chi phí lại khá cao. Mặc dù là NH tiên phong trong nghiệp vụ BTT nhưng mức phí và lãi suất của ACB chưa thực sự cạnh tranh với các NH trên cùng địa bàn.

2.3.5. Chính sách, quy định liên quan đến nghiệp vụ BTT của NH

- Quy chế về BTT của NHNN nhưng vẫn còn khá nhiều điểm bất cập khiến cho ACB cũng như CN chưa mạnh dạn triển khai nghiệp vụ này như: Khái niệm BTT chưa thể hiện hết bản chất của một nghiệp vụ BTT; Quy định về việc gửi văn bản cho bên mua chưa hợp lý; Trong quy chế chưa đề cập đến việc đăng ký giao dịch đảm bảo cho KPT; Luật công cụ chuyển nhượng chưa có quy định cụ thể đối với việc chuyển nhượng KPT;

- Quy chế của ACB vẫn còn quá chặt chẽ, nhất là tiêu chuẩn lựa chọn bên mua hàng vẫn còn rất cao.

2.3.6. Trình độ nghiệp vụ của cán bộ NH

Bảng 2.13. Trình độ cán bộ nhân viên

Trình độ	2009		2010		2011	
	Số lượng	TT(%)	Số lượng	TT(%)	Số lượng	TT(%)
Thạc sĩ	7	3.91	18	7.69	29	10.14
Đại học	151	84.36	192	82.05	230	80.42
Dưới đại học	21	11.73	24	10.26	27	9.44
Tổng	179	100	234	100	286	100

(Nguồn: Phòng thống kê Hội sở ACB)

Lực lượng cán bộ nhân viên của CN luôn tăng qua các năm, đồng thời chất lượng cũng được cải thiện một cách đáng kể. Thế nhưng, hiện nay tại CN, số lượng cán bộ quan hệ KH thực sự am hiểu sâu về nghiệp vụ này vẫn còn rất hạn chế và thờ ơ với việc giới thiệu sản phẩm BTT đến với các KH.

Bảng 2.15. Nhận xét của KH về thái độ phục vụ của nhân viên

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rat hai long	12	20.0	20.0	20.0
	Hai long	24	40.0	40.0	60.0
	Binh thuong	17	28.3	28.3	88.3
	Khong hai long	5	8.3	8.3	96.7
	That vong	2	3.3	3.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	100.0

(Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS)

Qua bảng số liệu trên, ta có thể thấy thái độ phục vụ của nhân viên CN hiện nay là khá tốt.

2.3.7. Tâm lý và thói quen của khách hàng

Thói quen của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng nói riêng vẫn là sử dụng các hình thức thanh toán truyền thống như chuyển tiền T/T và phổ biến hơn nữa là L/C, nhờ thu. Chính vì đặc điểm này đã tạo ra rào cản ngăn trở quá trình tiếp thị sản phẩm BTT với các doanh nghiệp.

2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG

2.4.1. Những kết quả đạt được

Những kết quả cụ thể mà CN đã đạt được như sau: Nghiệp vụ BTT qua ba năm dù tăng không nhanh nhưng tốc độ tăng đều đặn;

Các khoản thu từ nghiệp vụ BTT (phí và lãi) cũng tăng qua 3 năm; Chất lượng nghiệp vụ BTT trong 3 năm qua khá cao, thể hiện qua dư nợ BTT quá hạn luôn bằng 0; KH khá thỏa mãn về thái độ phục vụ của nhân viên trong CN.

2.4.2. Những mặt hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế

- Số lượng KH tham gia còn rất ít so với các nghiệp vụ tín dụng khác trong khi doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn thành phố vô cùng đông đảo.

- Phí BTT còn khá cao gây khó khăn đối với doanh nghiệp trên địa bàn trong việc tiếp cận sản phẩm.

- 100% hình thức BTT được thực hiện tại CN là BTT truy đòi và phạm vi áp dụng là BTT nội địa.

- Đối tượng mà CN nhắm đến chủ yếu là các công ty cổ phần và hiện đang bỏ qua nhóm DNNVV.

- CN chưa có biện pháp cụ thể để giải quyết triệt để rủi ro có thể gặp phải.

- Quy định BTT của ACB quá chặt chẽ, tiêu chuẩn lựa chọn bên mua rất cao.

- Chưa có đội ngũ nhân viên chuyên về nghiệp vụ BTT trong CN.

- Thời gian và quy trình xét duyệt BTT còn khá lâu, đặc biệt nếu bên mua chưa bao giờ thực hiện BTT với CN.

b. Nguyên nhân

**** Nhân tố chủ quan***

- Chưa chú trọng đến các chính sách phát triển nghiệp vụ BTT

- Quá thận trọng trong công tác cung ứng dịch vụ

- Khó khăn trong công tác thẩm định bên mua hàng

- Chưa thành lập tổ BTT độc lập và chưa nâng cao năng lực cán bộ quản lý cũng như tín dụng

- Quy trình BTT còn tốn nhiều thời gian và phức tạp

*** Nhân tố khách quan**

Về phía doanh nghiệp trên địa bàn: Do tâm lý, thói quen của doanh nghiệp; sự thiếu hiểu biết về nghiệp vụ BTT của doanh nghiệp và sự thiếu hợp tác của bên mua hàng

Về phía cơ quan chức năng: Do môi trường pháp lý chưa hoàn chỉnh; Hệ thống thông tin tín dụng chưa minh bạch; Chưa có sự phối hợp giữa các cơ quan chức năng

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT

TẠI ACB – CN ĐÀ NẴNG

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT TẠI CN TRONG NĂM 2012

3.1.1. Định hướng phát triển chung của ACB

ACB định hướng tiếp tục giữ vững vị thế dẫn đầu trong hệ thống NHVN; Kiểm soát tốt tốc độ tăng trưởng, xây dựng mô hình tập đoàn tài chính NH; Đa dạng hóa các loại hình dịch vụ.

3.1.2. Định hướng phát triển nghiệp vụ BTT của CN

CN định hướng tăng doanh số và thu nhập từ nghiệp vụ BTT; Đa dạng hóa các loại hình BTT, mở rộng phạm vi, đối tượng thực hiện BTT tại CN; Đào tạo chuyên môn về nghiệp vụ BTT cho các nhân viên tại CN; Hiện đại hóa cơ sở vật chất hạ tầng, công nghệ tại CN nhằm tạo thuận lợi cho KH; Thành lập tổ phận BTT độc lập với các bộ phận của sản phẩm dịch vụ tín dụng.

3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ BTT TẠI ACB – CN ĐÀ NẴNG

3.2.1. Giải pháp chính

Với giải pháp Đẩy mạnh hoạt động marketing cho nghiệp vụ BTT tại CN là giải pháp trọng tâm để phát triển nghiệp vụ BTT tại CN. Tác giả xin mạnh dạn đề xuất một số giải pháp triển khai để đẩy mạnh hoạt động marketing:

a. Đẩy mạnh công tác tiếp thị sản phẩm BTT

Nếu không đẩy mạnh việc quảng bá sản phẩm sẽ không thể thu hút KH

- Cần thực hiện quảng cáo tất cả những thông tin đầy đủ về sản phẩm BTT thông qua các hình thức truyền thống như treo băng rôn trên các đường phố, gửi thư giới thiệu đến các doanh nghiệp,...

- Đào tạo một số cán bộ trong phòng Quan hệ KH về dịch vụ BTT và thực hiện tư vấn miễn phí cho KH,

- Cần tiếp tục thực hiện quan hệ công chúng thông qua các hoạt động tình nghĩa.

- Đẩy mạnh tiếp cận với những KH doanh nghiệp đã hoặc đang có quan hệ tín dụng với NH , đang có giao dịch tài khoản, đang sử dụng sản phẩm thanh toán quốc tế của CN.

b. Chính sách giá cũ

- CN cần xem xét để xây dựng một mức phí linh hoạt, phù hợp với từng đối tượng KH khác nhau:

- + Đối với những KH truyền thống, có uy tín tốt, CN nên áp dụng mức phí thấp nhất có thể và ngược lại nhằm thu hút sử dụng và gia tăng mối quan hệ.

- + Đối với những KH không có mối quan hệ thường xuyên với NH hoặc nhóm KH tiềm năng thì có thể áp dụng mức phí cao hơn

đối tượng KH truyền thông trên nhưng phải thấp hơn hoặc tương đương với mức phí của những NH khác trên cùng địa bàn.

+ Đối với những KH mới có quan hệ với CN nhưng có uy tín thấp thì có thể áp dụng mức phí cao hơn hai nhóm trên nhưng vẫn đảm bảo cạnh tranh với các NH khác trên cùng địa bàn.

- Mức phí tối thiểu cần quy định thấp, tạo điều kiện cho các DNNVV tiếp cận sản phẩm;

- CN cần xây dựng biểu phí linh hoạt theo từng loại hình BTT.

c. Đa dạng hóa các loại hình BTT

CN cần triển khai thêm nhiều loại hình sản phẩm BTT khác như:

- BTT miễn truy đòi: có thể trong thời gian đầu chỉ áp dụng loại hình này với KH bên mua là KH thân thuộc của CN, có năng lực tài chính, uy tín cao.

- BTT quốc tế: CN trước hết cần đẩy mạnh việc giới thiệu ưu điểm của BTT quốc tế so với L/C nếu muốn phát triển sản phẩm này. CN có thể giảm thời gian thực hiện quy trình, đồng thời giảm chi phí tiếp cận thông tin khi làm thành viên của Hiệp hội BTT quốc tế.

- Đồng BTT: CN có thể liên kết với các NH khác trên địa bàn để thực hiện.

- BTT kín: CN có thể triển khai sản phẩm này nhằm khắc phục nhược điểm khi bên mua hàng không đồng ý thực hiện BTT. Trước hết, CN cần tập trung vào những doanh nghiệp bên mua có uy tín cao, lịch sử tín dụng tốt, ưu tiên những doanh nghiệp là KH truyền thống của ACB.

d. Mở rộng thị trường đối với nghiệp vụ BTT

- Mở rộng thị trường đối với các DNNVV, đối tượng tiềm năng lớn của CN bằng cách nói rộng các chỉ tiêu đánh giá nhưng vẫn

đảm bảo an toàn rủi ro cho NH vì nhu cầu của loại hình doanh nghiệp này rất cao; CN cũng cần tập trung đẩy mạnh việc quảng bá và giới thiệu đến đối tượng doanh nghiệp xuất nhập khẩu; chú trọng các công ty niêm yết, công ty đại chúng;

- CN cần phải tiếp tục tạo dựng mối quan hệ với các KH hiện tại, tìm kiếm thêm các doanh nghiệp lớn trên địa bàn. Đồng thời, việc phát triển thị trường mới cần có kế hoạch phát triển ưu đãi cho từng đối tượng trong từng giai đoạn.

- CN có thể phân bên bán hàng và bên mua hàng thành 4 nhóm căn cứ vào quan hệ tín dụng nhằm thuận lợi trong việc phát triển KH tiềm năng: + Nhóm 1: Cả bên bán hàng và bên mua hàng đều có quan hệ tín dụng với CN và ACB

+ Nhóm 2: Bên bán hàng không có quan hệ tín dụng với ACB, bên mua hàng có quan hệ tín dụng với ACB

+ Nhóm 3: Bên bán hàng có quan hệ tín dụng với ACB, bên mua hàng không có quan hệ tín dụng với ACB

+ Nhóm 4: Cả bên bán hàng và bên mua hàng đều không có quan hệ tín dụng với ACB

e. Hoàn thiện quy trình thực hiện BTT

Quy trình thực hiện BTT cần được đơn giản hóa thủ tục, rút ngắn thời gian xin xét duyệt và tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận vốn mà vẫn đảm bảo được an toàn cho NH. Trước hết NH nên nói lòng một số tiêu chí.

**** Hoàn thiện quy trình cấp hạn mức***

CN cần xây dựng bộ tiêu chí xét cấp hạn mức BTT tự động đối với các bên mua hàng. Đưa vào danh mục các doanh nghiệp bên mua hàng đã có quan hệ tín dụng tốt với CN nói riêng và ACB nói chung.

**** Nâng cao chất lượng quy trình thẩm định***

- Đối với các KPT: CN cần kiểm tra cẩn thận các KPT dưới nhiều hình thức; Xây dựng chỉ số an toàn phù hợp cho các KPT,...; CN cần dự báo tình hình đối tác, tình hình biến động của thị trường để đánh giá mức độ ảnh hưởng của đến KPT; Tận dụng tối đa những kênh thông tin khác nhau để phòng ngừa rủi ro đạo đức;...

- Đối với hợp đồng thương mại: cần chú ý tính chặt chẽ về pháp lý và hình thức của hợp đồng; chú ý kỹ các hóa đơn bán hàng.

- Đối với bên mua hàng: CN cần kết hợp nhiều nguồn thông tin để tìm hiểu về bên mua, trong đó, cần lưu ý thông tin từ NH đại lý mà người mua có quan hệ giao dịch thường xuyên. Trường hợp bên mua đã phát sinh quan hệ tín dụng với CN hoặc ACB thì CN có thể sử dụng lại những thông tin được lưu trữ trên hệ thống để rút ngắn thời gian thẩm định.

- Đối với bên bán hàng: Việc thẩm định bên bán hàng nhằm hạn chế rủi ro cho CN trong trường hợp người mua không trả tiền cho CN khi áp dụng sản phẩm BTT truy đòi. Việc thẩm định bên bán hàng trong BTT miễn truy đòi có thể rút ngắn hơn so với trường hợp BTT truy đòi.

f. Nâng cao trình độ về nghiệp vụ BTT cho cán bộ quan hệ khách hàng

CN có thể nâng cao chất lượng bằng cách: Cử cán bộ của CN tham gia các khóa huấn luyện về BTT tại Trung tâm đào tạo của ACB hoặc yêu cầu hội sở cử các nhân viên bán hàng xuất sắc về hỗ trợ, giúp đỡ cho CN trong một thời gian nhất định; Phổ biến cho toàn bộ nhân viên trong NH cho dù họ có thực hiện dịch vụ này hay không để có thể tăng cường công tác quảng bá nghiệp vụ BTT đến KH; Có chính sách đãi ngộ thích hợp để khuyến khích các nhân viên tích cực trong công tác phát triển sản phẩm BTT đến tay doanh nghiệp.

g. Nâng cao chất lượng hạ tầng thông tin tín dụng, hiện đại hóa công nghệ

- Thông tin về các doanh nghiệp mà CN nhận được chủ yếu là qua CCIS của trung tâm thông tin tín dụng CIC, do đó, CN cần phải thường xuyên cập nhật liên tục thông tin từ bộ phận này.

- Đối tượng KH của hệ thống ACB là vô cùng rộng lớn và đa dạng, do đó, CN cần mở rộng khai thác thông tin đối với tất cả những KH đã và đang có quan hệ với ACB.

- CN cần liên tục cập nhật công nghệ mới cho NH theo mặt bằng trình độ quốc tế để vừa đáp ứng được yêu cầu quản lý toàn bộ nghiệp vụ BTT của NH vừa vẫn thỏa mãn nhu cầu ngày càng phát triển của KH.

3.2.2. Giải pháp hỗ trợ

a. Thành lập tổ BTT tại CN

CN nên lập một tổ chuyên trách thuộc phòng Quan hệ KH thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến hoạt động BTT. CN có thể tổ chức tổ BTT trong đó tổ trưởng là Trưởng hoặc phó phòng KH, đồng thời quy định chức năng bộ phận này bao gồm chức năng của bộ phận tác nghiệp và bộ phận Quan hệ KH theo quy trình.

b. Mở rộng mối quan hệ với các NH khác trên địa bàn

CN cần chủ động hợp tác và trao đổi thông tin về KH, thảo luận về những khó khăn mà các NH đều gặp phải khi triển khai sản phẩm BTT để từ đó tìm ra phương án khắc phục thích hợp. CN còn phải tạo được sự liên kết, phối hợp bán hàng giữa các phòng giao dịch và với hội sở bằng cách hỗ trợ, hướng dẫn cho các nhân viên ở phòng giao dịch.

c. Xây dựng chương trình liên kết với bên mua hàng

CN có thể bắt đầu chính sách phát triển nghiệp vụ BTT từ việc

tiếp cận từ phía bán hàng nhưng CN cũng có thể xây dựng chương trình bắt đầu từ bên mua hàng. Để thực hiện việc này, CN có thể khuyến khích bên mua hàng giới thiệu bên bán hàng thực hiện nghiệp vụ BTT với NH.

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Đối với Chính phủ và NHNN

Hoàn thiện hành lang pháp lý đối với hoạt động BTT; Khuyến khích hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt trong nền kinh tế; Hoàn thiện trung tâm thông tin tín dụng

3.3.2. Đối với ACB hội sở

Xây dựng một quy chế hướng dẫn cụ thể cho CN, cho phép CN triển khai thêm một số loại hình BTT; Xây dựng một mức phí phù hợp với tình hình phát triển hiện tại; Thường xuyên tổ chức các khóa học cho các nhân viên tại CN.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

KẾT LUẬN

Xuất phát từ nhu cầu thực tế của doanh nghiệp, BTT ra đời với bốn chức năng cơ bản là cấp tín dụng, chiết khấu, quản lý sổ cái và bảo hiểm rủi ro cho người bán. Tuy nhiên, BTT được triển khai tại ACB CN Đà Nẵng vẫn chưa thực sự được chú trọng và chưa thực hiện hết những chức năng, ưu điểm vốn có của nó. Với khả năng hạn chế của mình, tác giả đã phân tích được phần nào thực trạng của nghiệp vụ BTT tại NH và đề ra một số giải pháp mang tính thực tiễn thiết thực có thể giúp cho NH tham khảo để phát triển hơn nữa nghiệp vụ BTT.

Luận văn vẫn còn nhiều thiếu sót và hạn chế. Em rất mong nhận được ý kiến đóng góp và hướng dẫn của Quý thầy cô để có thể tiếp tục hoàn thiện hơn nữa. Em xin chân thành cảm ơn!