

ĐỔI MỚI PHƯƠNG PHÁP TÍNH HIỆU QUẢ TÍN DỤNG THƯƠNG MẠI

● NGUYỄN TRUNG TRỰC

Khoa Tài chính - Kế toán, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Email: truc.cn@gmail.com

TÓM TẮT:

Nghiên cứu tập trung phân tích phương pháp đánh giá hiệu quả chính sách tín dụng thương mại (bán chịu) trong doanh nghiệp và đề xuất cách tiếp cận mới nhằm khắc phục những hạn chế của phương pháp tính hiện hành. Trên cơ sở phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp phân tích lý luận và thực tiễn, tác giả xây dựng phương pháp tính hiệu quả tín dụng thương mại phù hợp hơn với mục tiêu quản trị doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu góp phần hỗ trợ doanh nghiệp đánh giá chính xác hiệu quả của chính sách bán chịu, từ đó nâng cao hiệu quả tiêu thụ sản phẩm, tăng doanh thu, lợi nhuận và năng lực cạnh tranh. Đồng thời, nghiên cứu cũng đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả quản trị tín dụng thương mại trong doanh nghiệp.

Từ khóa: tín dụng thương mại, hiệu quả, thời gian bán chịu, thanh toán.

1. Đặt vấn đề

Tính toán hiệu quả chính sách bán chịu là một yêu cầu cần thiết các doanh nghiệp (DN). Hiện nay, phương pháp được sử dụng phổ biến ở các DN là tính doanh thu tăng thêm, lợi nhuận tăng thêm và chi phí tăng lên để đánh giá hiệu quả của chính sách bán chịu. Phương pháp này đòi hỏi tính toán khá phức tạp và chưa tính đến yếu tố giá trị tiền tệ theo thời gian, do đó mức độ chính xác chưa cao. Theo Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield and Jeffrey Jaffe, 2026. Fundamentals of Corporate Finance 5th edition. Published by McGraw-Hill và Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield and Jeffrey Jaffe, 2022. Corporate Finance 13 th edition. Published by McGraw-Hill, sẽ sử dụng phương pháp NPV (Net present value) để xác định có nên thực hiện chính sách tín dụng thương mại không?. Nếu $NPV > 0$ sẽ thực hiện và ngược lại. Phương pháp này đơn giản,

đặc biệt cho kết quả đáng tin cậy vì có tính đến yếu tố giá trị tiền tệ theo thời gian. Do vậy, trong bài viết này tác giả nghiên cứu và đề xuất phương pháp tính hiệu quả của chính sách bán chịu dựa vào NPV.

2. Cơ sở lý luận về tín dụng thương mại.

Theo Terence C.M.Tse, (2024), để thực hiện chính sách tín dụng thương mại, cần căn cứ vào các chỉ tiêu doanh thu tăng thêm và chi phí tăng thêm, bao gồm chi phí tài trợ, chi phí tổn thất do không thu hồi được nợ, chi phí quản lý thu hồi nợ,... để xác định lợi nhuận tăng thêm hoặc bị lỗ để quyết định có nên thực hiện chính sách tín dụng thương mại không? Nếu doanh thu tăng thêm lớn hơn chi phí tăng thêm, tức tăng lợi nhuận, sẽ thực hiện chính sách tín dụng thương mại đó và ngược lại.

Theo Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield and Jeffrey Jaffe, (2026). Fundamentals of Corporate Finance 5th edition. Published by McGraw-Hill và

dụng thương mại nhanh chóng, chính xác để áp dụng trong thực tế thúc đẩy tăng trưởng doanh thu có hiệu quả.

Kết luận: Cửa hàng Bách hóa Bình Thạnh nên bán chịu cho khách hàng truyền thống.

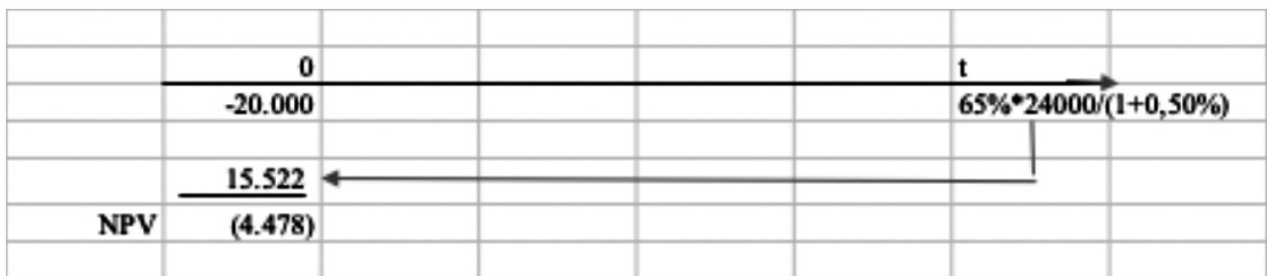
Khách hàng không thường xuyên

$$NPV = -v + (1 - \pi)P / (1 + R)$$

$$NPV = -20 + (1 - 35\%)(24.000 - 20.000) / (1 + 0,50\%) = -17.413 \text{ đồng}$$

đã đầu tư hiện tại, nếu >0 thì có lãi nên bán chịu, nếu <0 thì lỗ không nên bán chịu. Phương pháp NPV đơn giản, có cơ khoa học vững chắc để quyết định có nên bán chịu hay không, giúp DN dễ dàng xây dựng chính sách tín dụng thương mại phù hợp để đẩy mạnh doanh thu, tăng lợi nhuận, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường, tăng thu ngân sách, giải quyết công ăn việc làm, tăng trưởng GDP.

Hình 2: NPV của khách hàng không thường xuyên



Kết quả này thể hiện ở Hình 2

Ý nghĩa của kết quả trên: Với chi phí đã chi ra là $v = -20.000$ và với tỷ lệ thực thu $(1 - 35\%)24.000$ tính về giá hiện tại. Nếu $NPV = -4.478 < 0$ nên bị lỗ. Ngược lại nếu $NPV > 0$ là lãi. Phương pháp này dễ hiểu, dễ thực hiện giúp DN có cơ sở khoa học xây dựng chính sách tín dụng thương mại nhanh chóng, chính xác để áp dụng trong thực tế thúc đẩy tăng trưởng doanh thu có hiệu quả.

Kết luận: Cửa hàng Bách hóa Bình Thạnh không nên bán chịu cho khách hàng không thường xuyên.

Với hai trường hợp, chúng ta thấy áp dụng phương pháp NPV sẽ nhanh chóng cho biết DN nên lựa chọn chính sách tín dụng thương mại nào có hiệu quả, nhằm đẩy mạnh doanh thu bán hàng một cách có hiệu quả.

4. Một số giải pháp đề xuất

Với cơ sở lý thuyết như đã phân tích ở mục 1 và thực trạng đã nêu ở mục 2 cho thấy, phương pháp NPV chỉ phụ thuộc vào các yếu tố: Giá bán một sản phẩm, biến phí một sản phẩm, tỷ lệ rủi ro khách không thanh toán và lãi suất. Các yếu tố này DN dễ dàng thu thập được và do đó, có đủ cơ sở để tính toán. Mặt khác phương pháp NPV có cơ sở khoa học vững chắc, đó là tính giá trị hàng bán thu được trong tương lai quy về giá trị hiện tại so với chi phí

5. Kết luận

- Theo Terence C.M.Tse, (2024). để thực hiện chính sách tín dụng thương mại chúng ta căn cứ vào các chỉ tiêu doanh thu tăng thêm và chi phí tăng thêm, bao gồm chi phí tài trợ, chi phí tổn thất do không thu hồi được nợ, chi phí quản lý thu hồi nợ,... để xác định lợi nhuận tăng thêm hoặc bị lỗ để xác định có nên thực hiện chính sách tín dụng thương mại không? Nếu doanh thu tăng thêm lớn hơn chi phí tăng thêm, tức tăng lợi nhuận, chúng ta sẽ thực hiện chính sách đó và ngược lại.

- Theo Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield and Jeffrey Jaffe, (2026). Published by McGraw-Hill, sẽ sử dụng phương pháp NPV (Net present value) để xác định có nên thực hiện chính sách tín dụng không? Nếu $NPV > 0$ sẽ thực hiện và ngược lại.

Các phương pháp đều có thể thực hiện cho kết quả tốt, tuy nhiên phương pháp NPV dễ dàng thực hiện cho kết quả đáng tin cậy, DN có thể quyết định nhanh chóng để bán hàng, đáp ứng kịp thời yêu cầu của thị trường. Phương pháp NPV đơn giản, có cơ khoa học để quyết định chính sách bán chịu, giúp DN dễ dàng xây dựng chính sách tín dụng thương mại phù hợp để đẩy mạnh doanh thu, tăng lợi nhuận, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường, tăng thu ngân sách, giải quyết công ăn việc làm, tăng trưởng GDP ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Ross, S. A., Westerfield, R., & Jordan, B. D, (2017). Tài chính doanh nghiệp - Corporate Finance (10th Edition), NXB Kinh tế Tp.Hồ Chí Minh
- Nguyễn Trung Trục và cộng sự (2018). Giáo trình Tài chính doanh nghiệp 2 năm 2018, NXB Đại học Công nghiệp TP. Hồ Chí Minh
- David J. Denis, (2024). Handbook of Corporate Finance. Published by McGraw-Hill
- Berk, DeMarzo and Harford, (2024). Fundamentals of Corporate Finance, 6th edition. Published by McGraw-Hill
- Denzil Watson and Antony Head, (2023). Corporate Finance Principles and Practice, 9th edition, Published by Pearson.
- Jeff Madura, Ariful Hoque, Chandrasekhar Krishnamurt (2022). International Financial Management, 02nd edition. Published by Pearson.
- Jeff Madura, Roland Fox, (2023). International Financial Management, 6th edition. Published by Pearson.
- Jonathan Berk, Peter DeMarzo, (2024). Corporate Financial, 6th. Published by Pearson.
- Joanna Lizińska, Marzena Remlein, Leszek Czapiewski, (2025). Earnings Management and Corporate Finance. Published by Routledge.
- Terence C.M.Tse, (2024). Corporate Finance the basics, second Edition, published by Routledge.
- Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield and Jeffrey Jaffe, (2026). Fundamentals of Corporate Finance 5th edition. Published by McGraw-Hill
- Stephen A. Ross, Randolph W. Westerfield and Jeffrey Jaffe, (2022). Corporate Finance 13 th edition. Published by McGraw-Hill.
- IFRS 18, (2024), Ann Tarca, IASB Member, Anne McGeachin, IASB Technical Staff.
- Piotr Łasak, Jonathan Williams, (2024). Digital Transformation and the Economics of Banking, First published 2024 by Routledge 4 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN

Ngày nhận bài: 15/5/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 28/5/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/6/2026

INNOVATING THE METHOD FOR CALCULATING THE EFFECTIVENESS OF TRADE CREDIT

● **NGUYEN TRUNG TRUC**

Faculty of Finance and Accounting, Nguyen Tat Thanh University

Email: truc.cn@gmail.com

ABSTRACT:

Innovating the methodology for calculating trade credit effectiveness is essential for enhancing sales, increasing revenue and profits, and improving competitiveness. This study employs qualitative methods to analyze and propose a new approach to evaluating trade credit policies. The proposed method addresses limitations of traditional approaches by incorporating time value of money and practical considerations. The findings provide a more accurate evaluation framework for businesses, supporting decision-making, improving sales performance, and enhancing overall business efficiency.

Keywords: trade credit, effectiveness, credit period, payment.