

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

TRẦN DUY KHÁNH

GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
SACOMBANK - CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ

THÁI NGUYÊN - 2017

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

TRẦN DUY KHÁNH

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
SACOMBANK - CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN**

**Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ
Mã số: 60.34.04.10**

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. Phạm Quốc Chính

THÁI NGUYÊN - 2017

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của riêng tôi, chưa công bố tại bất kỳ nơi nào, mọi số liệu sử dụng trong luận văn này là những thông tin xác thực.

Tôi xin chịu mọi trách nhiệm về lời cam đoan của mình.

Thái Nguyên, ngày 24 tháng 3 năm 2017

Tác giả luận văn

Trần Duy Khánh

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới **TS. Phạm Quốc Chính**, người đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn.

Tôi xin trân trọng cảm ơn các thầy giáo, cô giáo khoa Kinh tế, khoa Sau Đại học - Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên - Đại học Thái Nguyên đã đóng góp nhiều ý kiến quý báu giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu, hoàn thành luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn tới Ban lãnh đạo, các bạn bè đồng nghiệp, đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn này.

Do bản thân còn nhiều hạn chế nên luận văn không tránh khỏi những thiếu sót, tôi rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo và các bạn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

Thái Nguyên, ngày 24 tháng 3 năm 2017

Tác giả luận văn

Trần Duy Khánh

MỤC LỤC

| | |
|---|----------|
| LỜI CAM ĐOAN | i |
| LỜI CẢM ƠN | ii |
| MỤC LỤC | iii |
| DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT | vii |
| DANH MỤC CÁC BẢNG..... | viii |
| DANH MỤC BIỂU ĐỒ, SƠ ĐỒ | ix |
| MỞ ĐẦU | 1 |
| 1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài..... | 1 |
| 2. Mục tiêu nghiên cứu..... | 2 |
| 3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu..... | 2 |
| 4. Những đóng góp của luận văn | 3 |
| 5. Kết cấu của luận văn | 3 |
| Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG..... | 4 |
| 1.1. Khái quát về năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại..... | 4 |
| 1.1.1. Khái niệm cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng và các loại hình cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng | 4 |
| 1.1.2. Đặc điểm cạnh tranh ngân hàng..... | 9 |
| 1.1.3. Tính tất yếu của việc nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại | 16 |
| 1.1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của NHTM | 16 |
| 1.1.5. Các tiêu thức đánh giá năng lực cạnh tranh của NHTM | 19 |
| 1.1.6. Các hành vi cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực NHTM .. | 24 |
| 1.2. Kinh nghiệm về nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại | 25 |

| | |
|--|-----------|
| 1.2.1. Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại trên thế giới..... | 25 |
| 1.2.2. Kinh nghiệm nâng cao khả năng cạnh tranh của các NHTMCP Việt Nam..... | 30 |
| 1.2.3. Bài học rút ra cho ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Thái Nguyên | 32 |
| Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU..... | 34 |
| 2.1. Câu hỏi nghiên cứu | 34 |
| 2.2. Phương pháp nghiên cứu | 34 |
| 2.2.1. Chọn điểm nghiên cứu..... | 34 |
| 2.2.2. Thu thập số liệu..... | 34 |
| 2.2.3. Phương pháp tổng hợp số liệu | 34 |
| 2.2.4. Phương pháp phân tích thông tin..... | 35 |
| 2.3. Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu..... | 36 |
| 2.3.1. Uy tín, thương hiệu..... | 36 |
| 2.3.2. Năng lực quản trị điều hành..... | 37 |
| 2.3.3. Năng lực công nghệ | 37 |
| 2.3.4. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ..... | 38 |
| 2.3.5. Khả năng sinh lời và tỷ lệ nợ xấu | 39 |
| 2.3.6. Chất lượng nguồn nhân lực..... | 40 |
| 2.3.7. Thị phần hoạt động | 41 |
| 2.3.8. Mạng lưới..... | 42 |
| Chương 3: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SACOMBANK CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN | 43 |
| 3.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Sacombank và chi nhánh Sacombank Thái Nguyên | 43 |
| 3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ngân hàng Sacombank | 43 |

| | |
|--|----|
| 3.1.2. Quá trình hình thành và phát triển của chi nhánh ngân hàng Sacombank Thái Nguyên..... | 44 |
| 3.1.3. Chức năng nhiệm vụ của chi nhánh ngân hàng Sacombank Thái Nguyên..... | 45 |
| 3.1.4. Cơ cấu tổ chức hoạt động, chức năng nhiệm vụ của các phòng ban thuộc Sacombank - Chi nhánh Thái Nguyên..... | 46 |
| 3.2. Kết quả kinh doanh của Sacombank - chi nhánh Thái Nguyên từ năm 2013 đến năm 2015..... | 49 |
| 3.2.1. Về Huy động vốn..... | 49 |
| 3.2.2. Về Cho vay..... | 50 |
| 3.2.3. Kết quả tài chính..... | 51 |
| 3.3. Phân tích SWOT của Sacombank - Chi nhánh Thái Nguyên..... | 54 |
| 3.3.1. Điểm mạnh..... | 54 |
| 3.3.2. Điểm yếu..... | 55 |
| 3.3.3. Cơ hội..... | 57 |
| 3.3.4. Thách thức..... | 57 |
| 3.4. Thực trạng năng lực cạnh tranh của chi nhánh ngân hàng Sacombank Thái Nguyên..... | 59 |
| 3.4.1. Uy tín, thương hiệu..... | 59 |
| 3.4.2. Năng lực quản trị điều hành..... | 60 |
| 3.4.3. Năng lực công nghệ..... | 60 |
| 3.4.4. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ..... | 62 |
| 3.4.5. Khả năng sinh lời và tỷ lệ nợ xấu..... | 66 |
| 3.4.6. Chất lượng nguồn nhân lực..... | 67 |
| 3.4.7. Thị phần hoạt động..... | 68 |
| 3.4.8. Mạng lưới hoạt động..... | 70 |
| 3.5. Đánh giá chung về năng lực cạnh tranh của nhánh ngân hàng Sacombank Thái Nguyên..... | 71 |

| | |
|---|-----------|
| 3.5.1. Những kết quả đạt được..... | 71 |
| 3.5.2. Những tồn tại, hạn chế..... | 71 |
| 3.5.3. Nguyên nhân của những tồn tại, hạn chế..... | 72 |
| Chương 4: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG TMCP SACOMBANK - CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN | 73 |
| 4.1. Định hướng phát triển của Sacombank - chi nhánh Thái Nguyên trong thời gian tới..... | 73 |
| 4.1.1. Xu hướng phát triển thị trường tài chính tại tỉnh Thái Nguyên trong thời gian tới (đặc biệt lĩnh vực bán lẻ) | 73 |
| 4.1.2. Quan điểm phát triển Ngân hàng TMCP Sacombank - Chi nhánh Thái Nguyên..... | 74 |
| 4.2. Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh Ngân hàng TMCP Sacombank - Chi nhánh Thái Nguyên | 78 |
| 4.2.1. Giải pháp năng lực tài chính..... | 78 |
| 4.2.2. Giải pháp về nguồn nhân lực | 81 |
| 4.2.3. Giải pháp về hoàn thiện chính sách Marketing, mở rộng thị phần hoạt động..... | 84 |
| 4.2.4. Giải pháp nâng cao năng lực công nghệ cho Sacombank | 85 |
| 4.3. Một số kiến nghị | 86 |
| 4.3.1. Kiến nghị với cơ quan nhà nước..... | 86 |
| 4.3.2. Kiến nghị đối với ngân hàng nhà nước(NHNN)..... | 87 |
| 4.3.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Sacombank | 88 |
| 4.3.4. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Sacombank - Chi nhánh Thái Nguyên | 88 |
| KẾT LUẬN | 89 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | 91 |

DANH MỤC NHỮNG TỪ VIẾT TẮT

| | |
|------------------|------------------------|
| NHN _g | : Ngân hàng nước ngoài |
| NHNN | : Ngân hàng nhà nước |
| NHTM | : Ngân hàng thương mại |
| SPDV | : Sản phẩm dịch vụ |
| TMCP | : Thương mại cổ phần |

DANH MỤC CÁC BẢNG

| | |
|--|----|
| Bảng 3.1: Kết quả kinh doanh của Sacombank Chi nhánh Thái Nguyên từ 2013-2015 | 52 |
| Bảng 3.2: Mức độ nhận biết thương hiệu của Ngân hàng | 59 |
| Bảng 3.3: Mô tả hiện trạng của các Ngân hàng | 61 |
| Bảng 3.4: Tổng hợp các sản phẩm chủ lực của các NHTM tiêu biểu | 63 |
| Bảng 3.5: Một số sản phẩm chủ đạo của Sacombank Thái Nguyên so với các đối thủ cạnh tranh | 64 |
| Bảng 3.6: Kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ của Sacombank Thái Nguyên.... | 65 |
| Bảng 3.7: Các hệ số tài chính của các NHTM năm 2015 | 66 |
| Bảng 3.8: Cơ cấu lao động theo độ tuổi..... | 67 |
| Bảng 4.1: Cơ cấu nhân sự của Sacombank chi nhánh Thái Nguyên đến năm 2020 | 78 |