

**The Saigon International
University**



**Khóa luận
tốt nghiệp**

Thành phố Hồ Chí Minh - 2023

.....

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Đề tài:

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ
PHẦN SÀI GÒN HÀ NỘI – PHÒNG
GIAO DỊCH GIA KIỂM**

Giảng viên hướng dẫn:

Thạc sĩ Nguyễn Văn Mỹ

Sinh viên:

Nguyễn Ngọc Thùy Trang

MSSV: 94011901857



Lewis Campus

Email: admission@siu.edu.vn

Website: www.siu.edu.vn

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan khóa luận tốt nghiệp này được chính tôi nghiên cứu trong quá trình tôi đi thực tập tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội – Phòng giao dịch Gia Kiệm. Các nội dung, dữ liệu, số liệu trong khóa luận này là trung thực, được lấy trực tiếp từ đơn vị thực tập và các nguồn chính thống có trích dẫn rõ ràng. Tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm kỷ luật với khoa và nhà trường nếu có vấn đề sự cố xảy ra.

TP. Hồ Chí Minh, ngày.....tháng.....năm 2023

SINH VIÊN THỰC HIỆN

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Với tình cảm chân thành và sâu sắc, cho phép em được bày tỏ lòng biết ơn, lời cảm ơn trân trọng nhất đến Thạc sĩ Nguyễn Văn Mỹ, người đã trực tiếp hướng dẫn và giúp đỡ em tận tình trong suốt thời gian thực hiện khóa luận tốt nghiệp. Em xin gửi lời cảm ơn đến các thầy, cô giáo Trường Đại học Quốc Tế Sài Gòn đã trang bị cho em những kiến thức căn bản và kinh nghiệm quý giá trong quá trình học tập và rèn luyện.

Em xin chân thành cảm ơn Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội – PGD Gia Kiệm đã tạo môi trường thuận lợi, điều kiện tốt nhất trong quá trình nghiên cứu, đồng thời hỗ trợ em rất nhiều trong công việc, đóng góp những ý kiến quý báu để em hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này, và cho em một cái nhìn thực tế nhất về quy trình kinh doanh của ngân hàng.

Em xin chân thành cảm ơn!

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

GVHD: Thạc sĩ Nguyễn Văn Mỹ

Trường: Đại học Quốc tế Sài Gòn

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Ngọc Thùy Trang

Ngày sinh: 18/09/2001

MSSV: 94011901857

Lớp: 19DKD

Khóa: 12

Ngành: Quản trị kinh doanh

Đánh giá và ý kiến của Giảng viên hướng dẫn:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tp.HCM, ngày.....tháng.....năm 2023

Xác nhận của Giảng viên hướng dẫn

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
NHẬN XÉT CỦA GIÁNG VIÊN HƯỚNG DẪN	iii
MỤC LỤC	iv
DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT	vi
DANH SÁCH CÁC BẢNG	vii
DANH SÁCH CÁC BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH	ix
LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Phương pháp nghiên cứu	4
5. Kết cấu của đề tài	4
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN	5
1.1. Một số khái niệm	5
1.1.1. Ngân hàng thương mại	5
1.1.2. Cạnh tranh	5
1.1.3. Năng lực cạnh tranh	5
1.1.4. Nâng cao năng lực cạnh tranh	6
1.2. Tính đặc thù của cạnh tranh và ý nghĩa nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM	6
1.2.1. Hoạt động kinh doanh của NHTM	6
1.2.2. Tính đặc thù trong cạnh tranh của NHTM.....	7
1.2.3. Sự cần thiết trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM	7
1.3. Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của NHTM	8
1.3.1. Uy tín, thương hiệu	8
1.3.2. Năng lực tài chính	9
1.3.3. Năng lực nhân sự	10

1.3.4. Năng lực công nghệ	11
1.3.5. Sản phẩm dịch vụ	12
1.3.6. Mạng lưới hoạt động	12
1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của NHTM.....	13
1.4.1 Các yếu tố kinh tế	13
1.4.2 Các yếu tố văn hóa – xã hội	13
1.4.3 Các yếu tố chính trị - pháp luật	14
1.4.4 Nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng	14
1.4.6 Đối thủ cạnh tranh.....	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN HÀ NỘI – PGD GIA KIÊM	15
2.1. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội- PGD Gia Kiêm	15
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển	15
2.1.2. Lĩnh vực kinh doanh	16
2.1.3. Địa bàn hoạt động	17
2.1.4. Cơ cấu tổ chức	18
2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiêm giai đoạn 2020-2022	19
2.2 Thực trạng năng lực cạnh tranh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiêm	22
2.2.1. Thực trạng năng lực cạnh tranh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiêm	23
2.2.2. Đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiêm	55
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA SHB – PHÒNG GIAO DỊCH GIA KIÊM	61
3.1. Mục tiêu, phương hướng nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiêm	61
3.1.1. Mục tiêu	61
3.1.2. Phương hướng	62
3.2. Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiêm	63
3.2.1. Phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	63
3.2.2. Đẩy mạnh xây dựng và quảng bá thương hiệu	71

KẾT LUẬN	76
TÀI LIỆU THAM KHẢO	77

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

CHỮ VIẾT TẮT	NGUYÊN NGHĨA
ATM	Máy rút tiền tự động
BCTC	Báo cáo tài chính
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
NHTM	NHTM
NHNN	NHNN
NHTW	Ngân hàng Trung ương
SHB	Ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội
PGD	Phòng giao dịch
TMCP	Thương mại cổ phần
TCTD	Tổ chức tín dụng
SME	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
VND	Việt Nam Đồng

DANH SÁCH CÁC BẢNG

Bảng 2.1. Danh sách đối thủ cạnh tranh trên địa bàn Huyện Thống Nhất	22
Bảng 2.2. Kết quả kinh doanh của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm	21
Bảng 2.3. Tổng hợp một số giải thưởng nổi bật của Ngân hàng SHB -PGD Gia kiệm	29
trong giai đoạn 2020-2022	29
Bảng 2.4. Nguồn vốn của Ngân hàng SHB-PGD Gia Kiệm.....	31
Bảng 2.5. So sánh lượng huy động của SHB – PGD Gia Kiệm và một số đối thủ khác	34
2022	34
Bảng 2.6. Khả năng sinh lời của Ngân hàng SHB-PGD Gia Kiệm	34
Bảng 2.7. Thị phần dư nợ của SHB – PGD Gia Kiệm so với các ngân hàng khác năm	35
2022	35
Bảng 2.8. Khả năng thanh toán của Ngân hàng SHB-PGD Gia Kiệm	36
Bảng 2.9. Quy mô và cơ cấu nhân sự tại Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm.....	37
Bảng 2.10. Lãi suất tiết kiệm của các ngân hàng trên địa bàn huyện Thống Nhất	52
Bảng 2.11. Lãi suất một số sản phẩm vay thế chấp của SHB -PGD Gia Kiệm	53
Bảng 2.12. Lãi suất vay thế chấp của SHB -PGD Gia Kiệm và đối thủ tháng 06/2023	54
Bảng 2.13. Lãi suất vay tín chấp của SHB -PGD Gia Kiệm và đối thủ tháng 06/2023	55
Bảng 2.14. Biểu phí một số dịch vụ của SHB và đối thủ.....	56
Bảng 3.1. Các thức thực hiện hoạt động tuyển dụng	73
Bảng 3.2. Các thức thực hiện hoạt động đào tạo	75

DANH SÁCH CÁC BIỂU ĐỒ, ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ, HÌNH ẢNH

Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm	18
Hình 2.1. Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm tham gia thiện nguyện	25
Hình 2.2. Đồng phục, logo nhận diện thương hiệu của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm	26
Hình 2.3. Nhân viên Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm giao dịch cùng khách hàng ..	26
Hình 2.4. Nhân viên SHB - PGD Gia Kiệm hướng dẫn khách hàng mở thẻ	37
Hình 2.5. Nhân viên ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm rèn luyện thể thao	38
Hình 2.6. ATM của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm	40
Hình 2.7. Ngân hàng SHB ra mắt Robot Trợ lý Saha	41
Hình 2.8. Quầy giao dịch của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm	41
Hình 2.9. Sản phẩm thẻ in theo hình ảnh cầu thủ bóng đá của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm	45
Hình 2.10. Ưu đãi khi mở thẻ tín dụng của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm	46

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong nền kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng như hiện nay các doanh nghiệp có nhiều cơ hội để đổi mới và phát triển song cũng gặp nhiều thách thức như việc thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt hơn. Sự cạnh tranh không chỉ diễn ra trong nội bộ nền kinh tế mà còn phải cạnh tranh với các doanh nghiệp, tổ chức nước ngoài. Ngành tài chính - ngân hàng cũng là một ngành mà có mức độ hội nhập rất lớn ở Việt Nam. Thị trường tài chính tiền tệ của Việt Nam không chỉ có tầm ảnh hưởng lớn đối với nền kinh tế Việt Nam mà còn là một bộ phận quan trọng của hệ thống tài chính tiền tệ trong khu vực và thế giới.

Toàn cầu hóa đem lại cho thị trường tài chính tiền tệ nhiều cơ hội và cũng mang đến nhiều thách thức trong quá trình hoạt động kinh doanh. Cụ thể các ngân hàng thương mại (NHTM) ở Việt Nam sẽ có nhiều cơ hội để mở rộng quan hệ hợp tác, huy động vốn và chuyển giao, học hỏi về công nghệ, kinh nghiệm tổ chức quản lý từ các NHTM hàng đầu từ các quốc gia khác... Song song với đó là hệ thống ngân hàng Việt Nam có thể phải đối mặt với các rủi ro như năng lực tài chính, trình độ quản lý còn hạn chế, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng còn chưa có hàm lượng công nghệ cao, dẫn đến giảm lợi thế cạnh tranh trên thị trường cạnh tranh khốc liệt. Do đó các NHTM ở Việt Nam phải chủ động nhận thức, nỗ lực hết sức để có thể duy trì sự hoạt động của mình trên thị trường tài chính, tiền tệ.

Hiện nay Việt Nam là một quốc gia luôn duy trì được sự ổn định về chính trị, có hệ thống pháp luật ngày càng hoàn thiện và nền kinh tế có sự tăng trưởng đều đặn qua

các năm đã giúp cho môi trường cạnh tranh của thị trường tài chính tiền tệ ngày càng được cải thiện. Thời gian qua NHNN đã có những cải cách nhất định như cắt giảm các thủ tục hành chính, đẩy nhanh việc cổ phần hóa các ngân hàng có nguồn gốc quốc doanh, tạo điều kiện cho các NHTM phát triển trong môi trường cạnh tranh khốc liệt.

Hiện nay đối thủ cạnh tranh của Ngân hàng Thương mại cổ phần (TMCP) Sài Gòn Hà Nội – Phòng giao dịch (PGD) Gia Kiệm là Ngân hàng Sacombank, ACB tại xã Gia Kiệm và một số ngân hàng tại các xã lân cận như Agribank, TPBank,... Đây đều là các ngân hàng tập trung vào nhóm khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các cá nhân, các hộ nông dân tại khu vực nông thôn. Các đối thủ của SHB - PGD Gia Kiệm thời gian qua đang hoạt động rất hiệu quả và có nhiều biện pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh dưới nhiều hình thức khác nhau, như tăng vốn, mở rộng mạng lưới, phát triển nguồn nhân lực, ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh... Từ những tất yếu của thị trường đã diễn ra như một quy luật của sự tồn tại và phát triển thì Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiệm cũng đang đối mặt với sức ép cạnh tranh và đào thải rất lớn. Do đó muốn phát triển bền vững thì PGD cần xác định một hướng đi riêng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường để thu hút được khách hàng nhiều hơn.

Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiệm mới được thành lập vào năm 2011 và đã dần tạo dựng được vị thế trên thị trường. Mặc dù trong suốt thời gian qua lãnh đạo cùng với toàn thể cán bộ công nhân viên của PGD đều cùng nhau nỗ lực triển khai nhiều hành động để nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường song vẫn còn nhiều mặt hạn chế về sản phẩm, công nghệ hay hoạt động truyền thông quảng bá... Nhận thức được những vấn đề trên, tác giả đã lựa chọn đề tài: **“Nâng cao năng lực**

cạnh tranh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Hà Nội - PGD Gia Kiệm” làm khóa luận tốt nghiệp của mình với mong muốn vận dụng lý luận học được góp phần đưa ra những giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng trong thời gian tới.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung

Mục tiêu của đề tài đó là đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng SHB - PGD Gia Kiệm trong giai đoạn 2023-2025. dựa trên phân tích đánh giá năng lực cạnh tranh hiện tại của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm giai đoạn 2020-2022.

Mục tiêu cụ thể

Thứ nhất, hệ thống hóa các cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh của NHTM

Thứ hai, phân tích, đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của Ngân hàng SHB - PGD Gia Kiệm trong giai đoạn 2020 - 2022.

Cuối cùng đề xuất giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm trong giai đoạn 2023-2025.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu về năng lực cạnh tranh tại các NHTM.

Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi không gian: đề tài được nghiên cứu tại Ngân hàng SHB - PGD Gia Kiệm

- Phạm vi thời gian: Số liệu trong bài được tìm hiểu trong giai đoạn từ 2020– 2022; giải pháp đến năm 2025.

- Phạm vi nội dung: Hoạt động kinh doanh và năng lực cạnh tranh của ngân hàng

SHB – PGD Gia Kiệm.

4. Phương pháp nghiên cứu

Khóa luận được thực hiện và hoàn thiện bằng việc sử dụng kết hợp nhiều phương pháp nghiên cứu khoa học.

Phương pháp thu thập và xử lý thông tin: Bằng cách tìm kiếm và thu thập dữ liệu từ các tài liệu, sách, bài báo khoa học về các chủ đề liên quan làm cơ sở lý luận để áp dụng vào quá trình phân tích đối tượng nghiên cứu. Các dữ liệu thứ cấp được thu thập từ hệ thống lưu trữ hồ sơ của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm như các báo cáo thường niên, báo cáo quản trị, báo cáo kết quả kinh doanh...

Phương pháp phân tích dữ liệu: Nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê, phân tích, tổng hợp để hỗ trợ đánh giá và phân tích thực trạng của vấn đề nghiên cứu.

5. Kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, phần chính của khóa luận bao gồm 3 chương :

Chương 1: Cơ sở lý luận

Chương 2: Thực trạng năng lực cạnh tranh của Ngân hàng SHB – PGD Gia Kiệm giai đoạn 2020-2022

Chương 3: Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng SHB – PGD

Gia Kiệm

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1. Một số khái niệm

1.1.1. Ngân hàng thương mại

NHTM là một tổ chức hoạt động như một trung gian tài chính cung cấp các sản phẩm dịch vụ liên quan đến tài chính ngân hàng và là cầu nối giữa người thừa vốn với người thiếu vốn trong nền kinh tế. NHTM có chức năng chính là nhận tiền gửi từ các tác nhân trong nền kinh tế, sau đó sử dụng số tiền đó để cho vay. Ngoài ra NHTM còn cung cấp các dịch vụ tài chính khác như thẻ, thanh toán, ngoại hối,...

1.1.2. Cạnh tranh

Cạnh tranh được hiểu là sự đối đầu, ganh đua giữa các chủ thể kinh tế nhằm đạt được mục tiêu kinh doanh của mình. Mục tiêu đó có thể là chiếm lĩnh thị trường, gia tăng số lượng khách hàng cũng như cạnh tranh để có được các tư liệu sản xuất, thị trường có lợi nhất. Cạnh tranh mang tính tất yếu trong nền kinh tế thị trường do đó bất cứ chủ thể kinh tế nào cũng phải chấp nhận việc cạnh tranh và không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình để có thể hoạt động bền vững trên thị trường.

1.1.3. Năng lực cạnh tranh

Năng lực cạnh tranh là khả năng, lợi thế của một chủ thể kinh doanh trong việc tạo ra việc làm, sản phẩm hàng hóa, tập trung nguồn lao động dồi dào, thu nhập cao hơn so với chủ thể kinh doanh khác trên cùng một thị trường và cùng thời gian (Trần Sửu,

2005). Năng lực cạnh tranh được thể hiện ở bốn cấp độ khác nhau gồm: năng lực cạnh tranh cấp quốc gia, năng lực cạnh tranh cấp ngành, năng lực cạnh tranh doanh nghiệp, cuối cùng là năng lực cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ.

1.1.4. Nâng cao năng lực cạnh tranh

Nâng cao năng lực cạnh tranh là các biện pháp mà các NHTM sử dụng để nâng cao lợi thế cạnh tranh của mình so với các đối thủ để nhằm gia tăng khách hàng, chiếm lĩnh thêm thị phần cho mình. Nâng cao năng lực cạnh tranh là hoạt động tất yếu đối với các NHTM hoạt động trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế như hiện nay.

1.2. Tính đặc thù của cạnh tranh và ý nghĩa nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM

1.2.1. Hoạt động kinh doanh của NHTM

Hoạt động kinh doanh của NHTM rất đa dạng bao gồm huy động vốn, tín dụng, đầu tư và các hoạt động cung cấp dịch vụ tài chính khác như thanh toán, tư vấn tài chính, quản lý hộ tài sản, kinh doanh ngoại tệ...

Hoạt động huy động vốn: NHTM huy động vốn thông qua nghiệp vụ nhận tiền gửi, phát hành giấy tờ có giá, đi vay trên thị trường tiền tệ, vay Ngân hàng Trung ương...

Hoạt động cấp tín dụng: NHTM sẽ cấp tín dụng cho các tác nhân trong nền kinh tế không qua nghiệp vụ cho vay, chiết khấu, tái chiết khấu, bảo lãnh và bao thanh toán, phát hành thẻ tín dụng...

Hoạt động dịch vụ thanh toán: bao gồm mở tài khoản, cung ứng các phương tiện thanh toán; cung ứng các dịch vụ thanh toán như séc, lệnh chi, ủy nhiệm chi, nhờ thu, ủy nhiệm thu, thư tín dụng, thẻ ngân hàng, dịch vụ thu hộ và chi hộ...

Hoạt động góp vốn, cổ phần: thành lập hoặc mua lại công ty con, công ty liên kết để thực hiện hoạt động kinh doanh...

Hoạt động kinh doanh cung ứng dịch vụ ngoại hối và sản phẩm phái sinh: cung ứng các sản phẩm như ngoại hối, phái sinh về tỉ giá, lãi suất, ngoại hối, tiền tệ... theo quy định của NHNN.

1.2.2. Tính đặc thù trong cạnh tranh của NHTM

Kinh doanh tiền tệ là một lĩnh vực kinh doanh đặc biệt, thậm chí là vô cùng nhạy cảm bởi các chủ thể kinh tế rất dễ bị tác động bởi một biến động nhỏ của thị trường tài chính. Vì vậy NHTM hoạt động trên thị trường tài chính dù vẫn có những đặc tính chung của tính cạnh tranh doanh nghiệp ra thì đặc biệt còn có thêm các đặc thù riêng như:

Một là, các NHTM vừa cạnh tranh nhau để có được khách hàng cũng cần hỗ trợ, hợp tác với nhau để xây dựng thị trường tài chính lành mạnh tránh những rủi ro hệ thống do ngành ngân hàng đóng vai trò quan trọng với nền kinh tế.

Hai là, NHTW của quốc gia sẽ tham gia can thiệp để chi phối, kiểm soát hoạt động cạnh tranh của các NHTM.

Ba là, sự cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng luôn đòi hỏi phải tuân theo các mục khắt khe hơn bất cứ loại hình kinh doanh nào khác.

1.2.3. Sự cần thiết trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM

Nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM là điều kiện tiên quyết để đảm bảo ngân hàng có thể tồn tại và phát triển bền vững trong nền kinh tế thị trường cạnh tranh gay gắt. Dưới đây là một số vai trò của công tác nâng cao năng lực cạnh tranh đối với NHTM:

Tăng khả năng thu hút và giữ chân khách hàng: Nâng cao năng lực cạnh tranh đồng nghĩa với việc NHTM phải cải thiện chất lượng sản phẩm dịch vụ đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Do đó sẽ thu hút và giữ chân được khách hàng tốt hơn.

Tạo sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh: Bằng cách cung cấp các sản phẩm và dịch vụ độc đáo, cải thiện trải nghiệm khách hàng, và có chiến lược tiếp thị hiệu quả, ngân hàng có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh và thu hút khách hàng.

Tăng khả năng thích ứng với biến đổi công nghệ: Để nắm bắt được cơ hội từ sự phát triển công nghệ và đối mặt với thách thức từ các công ty công nghệ tài chính, NHTM cần nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực công nghệ và đảm bảo rằng họ có thể cung cấp các dịch vụ tài chính kỹ thuật số, thu hút khách hàng trực tuyến và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

1.3. Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của NHTM

1.3.1. Uy tín, thương hiệu

Do ngân hàng huy động vốn từ những chủ thể kinh tế thừa vốn nên yếu tố uy tín luôn là điều được quan tâm hàng đầu. Bởi các chủ thể kinh tế sẽ có tâm lý e ngại bị mất tiền nếu ngân hàng không uy tín do đó danh tiếng và uy tín của NHTM là yếu tố quan trọng quyết định sự thành công của ngân hàng. Tuy nhiên, uy tín của NHTM chỉ được