

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

✍ NGUYỄN THỊ TUYẾT MAI - VŨ THỊ GIANG*

Ngày nhận: 02/6/2021

Ngày phản biện: 15/6/2021

Ngày duyệt đăng: 01/7/2021

Tóm tắt: Nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng thương mại có một vai trò rất quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam hiện nay. Bài viết nhằm mục tiêu đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Từ đó, bài viết trình bày một số kiến nghị nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay.

Từ khóa: năng lực cạnh tranh; ngân hàng thương mại Việt Nam

ENHANCES COMPETITIVENESS OF VIETNAMESE COMMERCIAL BANKS

Abstract: Improving the competitiveness of commercial banks plays a very important role in the current process of Vietnam's international economic integration. This article is aimed the evaluation of Vietnamese commercial banks' competitiveness. In conclusion, the paper deals with some suggested solutions to improve the competitiveness of Vietnamese commercial banks.

Keywords: competitive capability; commercial bank Viet Nam

1. Đặt vấn đề

Chủ đề nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt Nam đã, đang và tiếp tục là vấn đề thời sự, thu hút được sự quan tâm lớn cả từ góc độ nghiên cứu, xây dựng, điều hành chính sách của Nhà nước; cũng như quản trị và điều hành kinh doanh các ngân hàng thương mại. Năng lực cạnh tranh là một khái niệm mang tính địa kinh tế. Khi đề cập đến nội dung hội nhập kinh tế quốc tế, Đảng ta đã đặt ra nhiệm vụ nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, nền kinh tế nói chung và hệ thống ngân hàng thương mại nói riêng [3]. Để nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại, cần có sự nỗ lực rất lớn cả về phía chính phủ, ngân hàng nhà nước và các ngân hàng thương mại.

2. Một số khái niệm

* *Khái niệm và các chức năng cơ bản của ngân hàng thương mại*

Ngân hàng thương mại là trung gian tài chính, có giấy phép kinh doanh của chính phủ, là trung tâm nhận tiền gửi của khách hàng và cung cấp cho khách hàng dịch vụ chi trả (séc) cùng với việc tạo điều kiện thuận lợi cho việc gửi tiền tiết kiệm và cho vay [1, tr.88].

Các chức năng cơ bản của ngân hàng thương

mại bao gồm: huy động tiền gửi, cơ chế thanh toán, mở rộng cho vay, chức năng tạo tiền, tạo điều kiện cho hoạt động ngoại thương, dịch vụ ủy thác ngân hàng thương mại, bảo quản tài sản có giá trị và cung cấp dịch vụ mua, bán chứng khoán cho khách hàng. Trong đó, chức năng huy động tiền gửi là một dịch vụ rất quan trọng mà các ngân hàng thương mại thực hiện với các khu vực của nền kinh tế. Bằng việc cung cấp các điều kiện thuận lợi cho việc gửi tiền, ngân hàng thương mại đã huy động được khoản tiền nhàn rỗi trong dân, để đáp ứng nhu cầu đầu tư, tiêu dùng cần thiết. Qua đó, người gửi tiền nhận được một khoản tiền dưới dạng lãi suất với mức độ an toàn. Ở nhiều nước, phần lớn tiền gửi tiết kiệm được thực hiện thông qua hệ thống ngân hàng thương mại. Chức năng cơ chế thanh toán là một chức năng quan trọng khác của ngân hàng thương mại. Ngày nay, việc thanh toán của ngân hàng thương mại được sự hỗ trợ của khoa học hiện đại, đã phát triển theo hướng ngày càng nhanh gọn và tiện lợi. Chức năng quan trọng nhất của ngân hàng thương mại là mở rộng cho vay. Hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại có ý nghĩa quan trọng với toàn bộ nền

* Trường Đại học Công đoàn

kinh tế, nó tạo ra khả năng tài trợ cho các hoạt động công nghiệp, thương nghiệp và nông nghiệp của đất nước [1, tr.88-92].

** **Cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại và năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại***

Cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại cũng là sự tranh đua, giành giật khách hàng dựa trên tất cả những khả năng mà ngân hàng có được để đáp ứng nhu cầu của khách hàng về việc cung cấp những sản phẩm dịch vụ có chất lượng cao, có sự đặc trưng riêng của mình so với các ngân hàng thương mại khác trên thị trường, tạo ra lợi thế cạnh tranh, làm tăng lợi nhuận ngân hàng, tạo được uy tín, thương hiệu và vị thế trên thương trường [5, tr.7].

Năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại là khả năng kiểm soát các điều kiện kinh doanh thuận lợi của ngân hàng so với ngân hàng thương mại và tổ chức tài chính khác trong một môi trường nhất định, nhằm thu được lợi nhuận tối đa.

Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các ngân hàng

Các đặc điểm trong hoạt động kinh doanh của một ngân hàng thương mại thể hiện năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại đó, nhưng để phát huy năng lực cạnh tranh này, ngân hàng thương mại còn chịu ảnh hưởng bởi những nhân tố từ bên ngoài. Đó là: môi trường kinh doanh (tình hình kinh tế trong và ngoài nước, và hệ thống pháp luật, môi trường văn hóa, xã hội, chính trị), sự gia tăng nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng trong nền kinh tế, sự phát triển của thị trường tài chính và các ngành phụ trợ liên quan với ngành ngân hàng [5, tr.9-11].

Nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng thương mại có một ý nghĩa rất quan trọng cho sự phát triển của các ngân hàng thương mại trong dài hạn, cũng như sự phát triển của các doanh nghiệp và nền kinh tế nói chung. Đánh giá năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại cần căn cứ vào các tiêu chí nhất định. *Các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại* bao gồm:

- *Năng lực tài chính*: thể hiện ở tổng hợp các tiêu chí như vốn tự có, quy mô và khả năng huy động vốn, khả năng thanh khoản, khả năng sinh lời và mức độ rủi ro. Trong đó, về mặt lý thuyết, vốn điều lệ và vốn tự có đang đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động ngân hàng. Vốn điều lệ cao sẽ giúp ngân hàng tạo được uy tín trên thị trường và tạo lòng tin nơi công chúng. Vốn tự có thấp đồng nghĩa với sức mạnh tài chính yếu và khả năng chống đỡ rủi ro của ngân hàng thấp. Ngoài ra, khả năng huy động vốn là một trong những tiêu chí đánh giá tình hình hoạt động kinh doanh của các ngân hàng;

thể hiện tính hiệu quả, năng lực và uy tín của ngân hàng đó trên thị trường. Khả năng huy động vốn tốt cũng có nghĩa là ngân hàng đó sử dụng các sản phẩm dịch vụ, hay công cụ huy động vốn có hiệu quả, thu hút được khách hàng. Và khả năng thanh khoản đo lường khả năng ngân hàng có thể đáp ứng được nhu cầu tiền mặt của người tiêu dùng. Khi nhu cầu về tiền mặt của người gửi tiền bị giới hạn, thì uy tín của ngân hàng đó bị giảm một cách đáng kể. Kết quả, ngân hàng thương mại sẽ bị phá sản nếu để điều này xảy ra. Cùng với đó khả năng sinh lời là thước đo đánh giá tình hình kinh doanh của ngân hàng thương mại [6].

- *Năng lực về công nghệ ngân hàng*: Trong lĩnh vực ngân hàng thì việc áp dụng công nghệ là một trong những yếu tố tạo nên sức mạnh gia tăng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại. Để nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ nhằm đáp ứng mọi yêu cầu của khách hàng, công nghệ ứng dụng trong lĩnh vực ngân hàng cần chu đáo và tiện ích hơn. Ngày nay, các ngân hàng thương mại đang triển khai phát triển những sản phẩm ứng dụng công nghệ cao, và sử dụng các sản phẩm dịch vụ mang tính chất công nghệ, làm thước đo cho sự cạnh tranh, đặc biệt là trong lĩnh vực thanh toán và các sản phẩm dịch vụ điện tử khác [6].

- *Nguồn nhân lực*: Trong một doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ như ngân hàng thương mại thì yếu tố con người có vai trò quan trọng trong việc thể hiện chất lượng của dịch vụ. Đội ngũ nhân viên của ngân hàng chính là người trực tiếp đem lại cho khách hàng những cảm nhận về ngân hàng, sản phẩm dịch vụ của ngân hàng và đồng thời tạo niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng. Đó chính là những đòi hỏi quan trọng đối với đội ngũ nhân viên ngân hàng, từ đó giúp ngân hàng chiếm giữ thị phần, cũng như tăng hiệu quả kinh doanh để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình [6].

- *Năng lực quản trị điều hành*: Năng lực quản trị, kiểm soát và điều hành của nhà lãnh đạo trong ngân hàng có vai trò rất quan trọng trong việc đảm bảo tính hiệu quả, an toàn trong hoạt động ngân hàng. Yếu tố then chốt để ngân hàng có một chiến lược kinh doanh đúng đắn trong dài hạn, phụ thuộc vào tầm nhìn của nhà lãnh đạo. Một số tiêu chí thể hiện năng lực quản trị của ngân hàng là: Chiến lược kinh doanh của ngân hàng (gồm chiến lược marketing, phân khúc thị trường, phát triển sản phẩm dịch vụ...); cơ cấu tổ chức và khả năng áp dụng phương thức quản trị ngân hàng hiệu quả; sự tăng trưởng trong kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng) [6].

- *Danh tiếng, uy tín và khả năng hợp tác*: danh tiếng và uy tín của ngân hàng thương mại là yếu tố nội lực quyết định sự thành công, hay thất bại của ngân hàng trên thương trường. Việc gia tăng thị phần, mở rộng mạng lưới hoạt động, tăng thu nhập phụ thuộc rất nhiều vào uy tín của ngân hàng thương mại [6]. Để tạo được uy tín và danh tiếng trên thương trường, các ngân hàng thương mại phải nỗ lực và luôn luôn cải biến sản phẩm dịch vụ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Ngày nay, các ngân hàng thương mại rất cần liên kết lẫn nhau trong hoạt động kinh doanh của mình. Sự kiện một ngân hàng thương mại hợp tác với một tổ chức tín dụng có uy tín, danh tiếng khác trên thương trường hoặc sự hợp tác chiến lược giữa các ngân hàng hay tổ chức tài chính, tập đoàn kinh tế lớn cũng góp phần nâng cao sự mạnh cạnh tranh của ngân hàng thương mại đó.

3. Thực trạng về năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại của Việt Nam hiện nay

Hệ thống ngân hàng Việt Nam thời gian qua đã có bước phát triển vượt bậc, đóng một vai trò quan trọng trong nền kinh tế. Cùng với góp phần kiểm soát tốt lạm phát thì đồng vốn tín dụng của hệ thống ngân hàng Việt Nam là một động lực quan trọng cho thúc đẩy tăng trưởng. Trong quá trình chuyển đổi sang kinh tế thị trường, hệ thống ngân hàng Việt Nam cũng đã chuyển đổi sang kinh tế thị trường rất nhanh và trở thành một trong những yếu tố dẫn dắt thị trường chuyển sang kinh tế thị trường và luôn là kênh cung ứng vốn chủ yếu giúp kinh tế phát triển, tạo nguồn vốn cho khu vực kinh tế tư nhân phát triển.

Tuy nhiên, do tính non trẻ trong công tác quản trị điều hành, quản trị hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại Việt Nam và xu thế cạnh tranh mới của ngành ngân hàng do hội nhập mang lại sẽ đẩy các ngân hàng thương mại Việt Nam đứng trước những khó khăn và thách thức. Các ngân hàng thương mại Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức không nhỏ về sự cạnh tranh giữa các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước. Sự xâm nhập ngày càng sâu rộng của ngân hàng nước ngoài vào thị trường Việt Nam, cũng như những cam kết về mở cửa khu vực ngân hàng trong tiến trình hội nhập đã làm cho cuộc cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại trong và ngoài nước ngày càng trở nên gay gắt, khốc liệt hơn. Để tồn tại và phát triển, các ngân hàng thương mại Việt Nam cần phải liên tục nâng cao năng lực cạnh tranh trong quá trình hoạt động, mở cửa thị trường dịch vụ tài chính và hội nhập kinh tế quốc tế.

Năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay, được nhận định trên các tiêu chí đánh giá như sau:

Thứ nhất là về năng lực tài chính. Năng lực tài chính của hệ thống các ngân hàng Việt Nam đã và đang được củng cố trong những năm gần đây. Tất cả các ngân hàng thương mại đã đáp ứng yêu cầu quy định vốn điều lệ tối thiểu của Ngân hàng nhà nước đặt trên 3.000 tỷ đồng. Tính đến cuối tháng 05/2018, tổng số vốn điều lệ của hệ thống tổ chức tín dụng đạt khoảng 516.951 tỷ đồng [6]. Và đến cuối tháng 8/2019, vốn điều lệ của toàn hệ thống đạt 591,8 nghìn tỷ đồng, tăng 2,57% so với cuối năm 2018 và tăng 15,5% so với cuối năm 2017; vốn chủ sở hữu của toàn hệ thống đạt 856,1 nghìn tỷ đồng, tăng 12,3% so với cuối năm 2018 và 29,7% so với cuối năm 2017. Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu (CAR) ở mức 11,9% [9]. Nhìn chung, hằng năm, vốn điều lệ của các ngân hàng đều được tăng thêm. Đến cuối tháng 8/2019, tổng tài sản của hệ thống các tổ chức tín dụng đạt 11,81 triệu tỷ đồng, tăng 6,7% so với năm 2018 và tăng 18,8% so với cuối năm 2017. Ngân hàng nhà nước vừa công bố số liệu thống kê về một số chỉ tiêu cơ bản trong hoạt động của hệ thống tổ chức tín dụng tính đến thời điểm 31/3/2020 cho biết, tổng tài sản của hệ thống đạt 12.482.912 tỷ đồng, giảm nhẹ 0,71% so với cuối năm 2019. Mặc dù tổng tài sản giảm, song vốn điều lệ của toàn hệ thống vẫn tăng 1,13% lên 617.473 tỷ đồng. Trong đó ngoại trừ khối ngân hàng thương mại Nhà nước, ngân hàng chính sách xã hội và Ngân hàng Hợp tác xã giữ nguyên mức vốn điều lệ, tất cả các khối còn lại đều ghi nhận vốn điều lệ tăng, trong đó vốn điều lệ của khối ngân hàng liên doanh - nước ngoài tăng 3,42% lên 123.123 tỷ đồng; khối Ngân hàng thương mại cổ phần tăng 0,54% lên 286.229 tỷ đồng [7].

Tuy nhiên, cuối năm 2017, vẫn còn khoảng 10 ngân hàng có vốn điều lệ dưới 5.000 tỷ đồng, trong khi dự báo quy mô thị trường và tốc độ tăng trưởng tín dụng gia tăng nhanh chóng. Các ngân hàng thuộc nhóm này sẽ gặp khó khăn khi vừa muốn mở rộng hoạt động kinh doanh mà vẫn cần phải đảm bảo các chỉ tiêu về an toàn hoạt động. Bên cạnh đó, so sánh với số liệu thống kê về vốn điều lệ của các ngân hàng thương mại khối AEC, vốn điều lệ trung bình của các ngân hàng thương mại Việt Nam năm 2018 chỉ là 577,24 tỷ đồng cho thấy năng lực tài chính là điểm yếu của hệ thống ngân hàng thương mại trong nước, điều này sẽ dẫn đến hạn chế trong năng lực cạnh tranh khi hội nhập [6].

Thứ hai là về năng lực trình độ công nghệ ngân

hàng. Đầu tư đổi mới công nghệ là vấn đề sống còn trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại. Theo tính toán và kinh nghiệm của các ngân hàng thương mại trên thế giới, công nghệ thông tin có thể làm giảm đến 76% chi phí hoạt động ngân hàng. Song đây là một lĩnh vực đòi hỏi đầu tư rất lớn. Hiện nay, các ngân hàng thương mại rất quan tâm đến việc đầu tư đổi mới công nghệ để nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng cho khách hàng, nhưng vẫn còn nhiều bất cập: Quy mô vốn của ngân hàng thương mại nhỏ; chi phí đầu tư hiện đại hóa công nghệ cao; khả năng ứng dụng công nghệ tiên tiến của nhân viên ngân hàng còn hạn chế nên dẫn đến lãng phí, khai thác không hết tính năng của công nghệ mới [2, tr.50-54].

Thứ ba là về nguồn nhân lực và năng lực quản trị điều hành. Ngành tài chính ngân hàng Việt Nam có lực lượng lao động dồi dào về số lượng, tuy nhiên chất lượng chưa cao. Năm 2016, báo cáo tại hội thảo “Chất lượng nguồn nhân lực ngành tài chính ngân hàng trong tiến trình hội nhập”, chuyên gia Cấn Văn Lực cho rằng, lĩnh vực tài chính ngân hàng đang thiếu nhân sự cấp cao ở vị trí chuyên gia quản lý rủi ro, nhân sự quản lý cấp trung và chuyên gia tài chính đầu tư. Bên cạnh đó, tính chuyên nghiệp của nhân viên chưa cao, việc thiếu tự tin trong giao tiếp khả năng kiểm soát cảm xúc, kỹ năng xử lý tình huống và khiếu nại của khách hàng còn hạn chế; tính đến năm 2016, Việt Nam có khoảng 408.900 lao động trong ngành tài chính ngân hàng, từ năm 2013-2016 tăng bình quân 23.000 người/năm (tốc độ tăng trưởng lao động khoảng 8,5%). Theo số liệu Báo cáo điều tra lao động, việc làm của Tổng cục thống kê cho thấy, số lao động trong ngành tài chính ngân hàng tăng nhanh qua các năm [4].

Việc đào tạo nhân lực chưa phù hợp với nhu cầu thị trường. Trong tổng số hơn 400.000 lao động, thì số lao động trong ngành xuất thân từ những ngành khác chiếm khoảng 50% tổng số lao động [4]. Cả nước đang có 40 cơ sở được phép đào tạo chuyên ngành tài chính ngân hàng, trong đó có 24 trường đại học, hàng năm cung cấp cho ngành tài chính ngân hàng khoảng 11 nghìn cử nhân đại học và khoảng 7.000 cử nhân cao đẳng. Tuy nhiên, số lượng sinh viên tốt nghiệp làm việc trong ngành ngân hàng chỉ đạt tỷ lệ 1/25. Điều này cho thấy số cử nhân dư thừa hàng năm rất lớn, trong khi đó, khoảng một nửa số lao động lại không được đào tạo đúng chuyên ngành. Ngoài ra, trình độ nhân lực chưa phù hợp với thực tế còn phổ biến, hầu hết các ngân hàng đều phải đào tạo chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên mới. Nhiều ngân hàng thành lập trường hoặc trung

tâm đào tạo riêng, để đảm bảo nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu công việc [6].

Thứ tư là về uy tín thương hiệu của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Năm 2017, công ty Nghiên cứu thị trường và Quảng bá toàn cầu Nielsen thực hiện đánh giá thương hiệu 37 ngân hàng thương mại Việt Nam. Theo kết quả công bố, Việt Nam không có thương hiệu ngân hàng mạnh hay đạt chỉ số đã phát triển, chỉ có 8 ngân hàng đạt thương hiệu ở mức độ đang phát triển, chiếm tỷ lệ 21%; 29 ngân hàng ở mức khởi đầu, tương đương với 79%. Điểm số của Nielsen dựa trên những phản ứng của khách hàng trước các kích thích marketing của ngân hàng trong hoạt động xây dựng nhận diện thương hiệu. Như vậy, các nỗ lực truyền thông của ngân hàng thương mại chưa thực sự nhận được phản hồi tốt của khách hàng, dẫn đến khả năng nhận diện thương hiệu không cao. Ngược lại, việc tạo ra lượng khách hàng trung thành được các ngân hàng chú trọng. Cũng trong báo cáo này, chỉ số gắn kết khách hàng của hầu hết các ngân hàng thương mại Việt Nam ở mức khá cao, trên 7,6 điểm, thể hiện mức độ cam kết mạnh mẽ của ngân hàng hay với chất lượng phục vụ của các ngân hàng thương mại ở Việt Nam tương đối tốt [8].

4. Một số khuyến nghị nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng thương mại Việt Nam

Đối với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước

Thứ nhất là tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp lý tài chính ngân hàng, có bổ sung các văn bản khuyến khích, giúp đỡ các ngân hàng thương mại tiến hành nghiên cứu cách thức nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng và củng cố năng lực tài chính cho các ngân hàng thương mại.

Thứ hai là cần nâng cao năng lực quản lý điều hành của Ngân hàng Nhà nước. Từng bước đổi mới cơ cấu tổ chức, quy định lại chức năng nhiệm vụ của Ngân hàng Nhà nước nhằm nâng cao hiệu quả điều hành vĩ mô, nhất là trong việc thiết lập, điều hành chính sách tiền tệ quốc gia và trong việc quản lý, giám sát hoạt động của các trung gian tài chính.

Thứ ba là về xây dựng hệ thống thanh toán quốc gia phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế. Ngân hàng nhà nước cần có chiến lược và kế hoạch hành động cụ thể, ban hành các thông tư hướng dẫn, giải pháp thực hiện cụ thể cho các ngân hàng thương mại. Thực hiện hỗ trợ các ngân hàng thương mại trong hoạt động hiện đại hóa hệ thống cơ sở vật chất, đáp ứng các tiêu chuẩn của hệ thống thanh toán quốc tế.

Đối với các ngân hàng thương mại

Thứ nhất là cần củng cố năng lực tài chính của các ngân hàng thương mại. Các ngân hàng thương mại cần khẩn trương tăng vốn điều lệ và xử lý dứt điểm nợ tồn đọng nhằm lành mạnh hoá tình hình tài chính, nâng cao khả năng cạnh tranh và chống rủi ro. Cùng với đó, các ngân hàng thương mại cũng nên khuyến khích các nghiên cứu và ứng dụng đổi mới sáng tạo về tiến trình tiếp cận nguồn vốn quốc tế và hợp tác kinh doanh với các ngân hàng thương mại khác theo mô hình liên doanh, đối tác kinh doanh chiến lược với các hình thức đa dạng. Như vậy các ngân hàng thương mại vừa tận dụng được hệ thống quản lý kinh nghiệm phát triển, sự hỗ trợ về cơ sở hạ tầng kỹ thuật và tài chính từ đối tác, đồng thời tạo ra nguồn vốn ổn định cho hoạt động kinh doanh ngân hàng.

Thứ hai là về năng lực công nghệ ngân hàng. Các ngân hàng thương mại cần tiến hành hiện đại hóa hệ thống công nghệ tạo điều kiện phát triển dịch vụ ngân hàng mới. Chuyển đổi hệ thống Core Banking của từng ngân hàng thương mại nhằm ứng dụng công nghệ tin học để đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, mua các giải pháp trọn gói một cách hợp lý nhất để giảm giá thành chuyển giao công nghệ đảm bảo ứng dụng vào hoạt động ngân hàng thông dụng với quốc tế; tập trung hóa thông tin khách hàng, thông tin tài khoản theo hướng khách hàng có thể giao dịch tại bất kỳ chi nhánh nào của ngân hàng; triển khai các hệ thống công nghệ trong quản trị nhân sự, quản trị rủi ro, xây dựng hệ thống thông tin... đảm bảo thông tin tập trung chính xác, kịp thời nhằm hỗ trợ đắc lực cho công tác quản trị; đào tạo cán bộ công nghệ thông tin phù hợp với sự phát triển của ngân hàng hiện đại [2, tr.50-54]. Ngoài ra, các ngân hàng thương mại cần tiếp tục hoàn thiện công nghệ, mở rộng các loại sản phẩm mới trên cơ sở đảm bảo tính chính xác, kịp thời, bảo mật và an toàn.

Thứ ba là cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và năng lực quản trị điều hành. Các ngân hàng thương mại cần nâng cao năng lực quản trị điều hành thông qua cải cách bộ máy quản lý điều hành theo tư duy kinh doanh mới. Đồng thời, xây dựng chuẩn hoá và văn bản hoá toàn bộ quy trình nghiệp vụ của các hoạt động chủ yếu của ngân hàng thương mại, thực hiện cải cách hành chính doanh nghiệp. Các ngân hàng thương mại cũng cần xây dựng được một đội ngũ nhân viên có trình độ nghiệp vụ cao, có tinh thần trách nhiệm và phẩm chất đạo đức tốt, có tính sáng tạo và sẵn sàng tiến hành đổi mới và học tập liên tục. Ngân hàng thương mại cần tích cực đào tạo, đào tạo lại, tập huấn nghiệp vụ thường

xuyên cho cán bộ nhân viên. Điều này là rất quan trọng để nhân viên ngân hàng thực hiện tốt các nghiệp vụ của ngân hàng hiện đại. Hơn nữa, cần tiêu chuẩn hoá đội ngũ cán bộ làm công tác hội nhập quốc tế, nhất là những cán bộ trực tiếp tham gia vào quá trình đàm phán, ký kết hợp đồng quốc tế, cán bộ thanh tra giám sát và cán bộ chuyên trách làm công tác pháp luật quốc tế, cán bộ sử dụng và vận hành công nghệ mới. Đặc biệt, các ngân hàng thương mại cập nhật các thành tựu mới nhất của khoa học công nghệ trong lĩnh vực ngân hàng để đưa vào công tác tập huấn, đào tạo. Cùng với đó, các ngân hàng thương mại cần thực hiện các chương trình liên kết đào tạo với các trường đại học, trực tiếp tham gia vào hoạt động xây dựng chương trình giảng dạy nhằm tạo tính thực tế, đồng thời tạo ra đội ngũ chuyên gia cho hoạt động ngân hàng như chuyên gia quản lý, chuyên gia về quản trị rủi ro, từ đó giúp tăng khả năng cạnh tranh nguồn nhân lực tài chính ngân hàng nói riêng và toàn hệ thống ngân hàng thương mại nói chung [6].

Thứ tư là cần nâng cao uy tín, sức mạnh thương hiệu của các ngân hàng thương mại. Để tăng khả năng cạnh tranh, các ngân hàng thương mại cần đổi mới sáng tạo trong công tác xây dựng chiến lược nhận diện thương hiệu. Thương hiệu của ngân hàng khẳng định vị thế của nó trên thị trường. Vị thế của ngân hàng được thể hiện qua thị phần sản phẩm so với sản phẩm cùng loại, uy tín thương hiệu sản phẩm đối với khách hàng, sự hoàn hảo của các dịch vụ và được đo bằng thị phần của các sản phẩm dịch vụ đó trên thị trường. Hiện nay, việc sử dụng internet của người Việt đang tăng nhanh, các ngân hàng thương mại cần xây dựng và quảng bá thương hiệu qua mạng internet, cụ thể qua website và các mạng xã hội sẽ giúp các ngân hàng đẩy nhanh mức độ lan tỏa tác động của chiến lược nhiều hơn, giúp nhiều người tiếp cận được với các đặc tính của thương hiệu, nâng cao khả năng nhận diện thương hiệu ngân hàng. □

Tài liệu tham khảo

1. Trịnh Thị Mai Hoa (2002), *Giáo trình kinh tế học tiền tệ - ngân hàng*. NXB ĐHQGHN, tr.88-92.
2. Nguyễn Hữu Khánh (2020), *Bản về năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại Việt Nam khi gia nhập CPTPP*, Tạp chí kế toán và kiểm toán số 6/2020. tr.50-54.
3. Vũ Tiến Lộc (2020), *Năng lực cạnh tranh của nền kinh tế nước ta: thực trạng, vấn đề đặt ra và giải pháp*. Khai thác từ <http://hdl.vn/vi/chuong-trinh-de-tai/kien-nghi-cua-de-tai-nang-luc-cananh-tranh-cua-nen-kinh-te-nuoc-ta-thuc-trang-van-de-dat-ra-va-giai-phap.html>

(Xem tiếp trang 42)

Nội dung trong hệ thống giáo dục và đào tạo cần có tính liên thông giữa các trình độ; gắn kết với nghiên cứu khoa học, sản xuất, kinh doanh và nhu cầu của thị trường lao động; chú trọng đúng mức việc giáo dục đạo đức, lối sống và kỹ năng làm việc, cập nhật hiện đại hóa phương pháp giáo dục, việc thi, kiểm tra và đánh giá kết quả, đảm bảo hiệu quả và thực chất.

2.7. Huy động tổng thể các nguồn lực của xã hội, thực hiện số hóa nền giáo dục

Nguồn lực đầu tư chủ yếu cho giáo dục hiện nay vẫn thuộc về vai trò của nhà nước, mặc dù đã có sự tham gia của các nguồn lực khác; Tuy nhiên, “đầu tư cho giáo dục và đào tạo chưa hiệu quả. Chính sách, cơ chế tài chính cho giáo dục và đào tạo chưa phù hợp. Cơ sở vật chất kỹ thuật còn thiếu và lạc hậu, nhất là ở vùng sâu, vùng xa, vùng đặc biệt khó khăn” [1]; “Ta đã vận dụng phương châm: “Nhà nước và nhân dân cùng làm” nhưng có thiếu sót là thiếu sự nghiên cứu về sở trường của đôi bên để phân công, nên hạn chế hiệu quả” [6]. Do đó, cần xóa bỏ triệt để tư duy bao cấp, làm hạn chế khả năng huy động các nguồn lực xã hội, đầu tư cho giáo dục, đào tạo; hình thành cơ chế mở và gửi thông điệp kêu gọi, cho phép các cá nhân, tổ chức và doanh nghiệp quan tâm, đóng góp tài chính cũng như đầu tư cho giáo dục.

Như vậy, trong bối cảnh của sự phát triển xã hội số, với sự ứng dụng các thành tựu của cuộc cách mạng công nghệ 4.0 vào trong quá trình sản xuất, đã tác động và đặt ra những yêu cầu làm thay đổi toàn diện nền giáo dục nước nhà; không có con đường nào khác, buộc chúng ta phải không ngừng hiện đại hóa nền giáo dục, mà trước tiên là hiện đại hóa đối với công tác quản lý giáo dục, để từng bước chuyển đổi nền giáo dục nước ta, từ nền giáo dục truyền thống sang nền giáo dục số. Có thể coi khâu đột phá của quá trình chuyển đổi này, chính là bắt đầu từ công tác quản lý giáo dục, phải thay đổi hoàn toàn về chất và đi đầu, để từ đó tạo cú huých cho những sự thay đổi tiếp theo một cách toàn diện, hiện đại các mặt khác của quá trình giáo dục. Có như vậy, chúng ta mới hoàn thành mục tiêu “Giáo dục con người Việt Nam phát triển toàn diện và phát huy tốt nhất tiềm năng, khả năng sáng tạo của mỗi cá nhân; yêu gia đình, yêu Tổ quốc, yêu đồng bào; sống tốt và làm việc hiệu quả” [1] thực hiện hội nhập quốc tế thành công, hòa cùng xu thế vận động của giáo dục thế giới thế kỷ XXI đã được Unesco đề ra với bốn trụ cột là: Học để biết cách học, Học để làm, Học để cùng chung sống và Học để sáng tạo. □

Tài liệu tham khảo

1. Đảng Cộng sản Việt Nam, Ban chấp hành Trung ương, Nghị quyết số 29-NQ/TW, ngày 04/11/2013 về *Đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hóa, hiện đại hóa trong điều kiện kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế*.
2. Lữ Đạt - Chu Mẫn Sinh (chủ biên, Nguyễn Như Diễm dịch - 2009), *Cải cách giáo dục ở các nước phát triển, cải cách giáo dục ở Nhật Bản và Ôxtrâyli*, Nxb Giáo dục Việt Nam, HN.
3. Lữ Đạt - Chu Mẫn Sinh (Chủ biên, Nguyễn Trung Thuận dịch - 2009), *Cải cách giáo dục ở các nước phát triển, cải cách giáo dục ở Mỹ, quyển I*, Nxb Giáo dục Việt Nam, HN.
4. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin - tư liệu (2018), *Chuyên đề số 4, Phát triển nền kinh tế số nhìn từ kinh nghiệm một số nước châu Á và hàm ý đối với Việt Nam*, HN.
5. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Trung tâm thông tin - tư liệu (2018), *Chuyên đề số 5, Phát triển nền kinh tế số: Kinh nghiệm của Trung Quốc và hàm ý chính sách đối với Việt Nam*, HN.
6. <https://vnu.edu.vn/home/?C1635/N4273/Ba-lan-cai-cach-giao-duc-va-nhung-bai-hoc-kinh-nghiem-rut-ra-tu-do.htm>
7. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, NXB Chính trị quốc gia - Sự thật, tập 1.
8. Hội đồng lý luận Trung ương (2021), Những điểm mới trong các văn kiện Đại hội XIII của Đảng, NXB Chính trị Quốc gia - Sự thật.

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH...

(Tiếp theo trang 61)

4. Cấn Văn Lực (2016), *Báo cáo tại hội thảo “Chất lượng nguồn nhân lực ngành tài chính ngân hàng trong tiến trình hội nhập”*, Hà Nội.
5. Phạm Tấn Mến (2008), *Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam trong xu thế hội nhập*, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
6. Nguyễn Thị Ngà và Phạm Ngọc Huyền (2019), *Đánh giá năng lực cạnh tranh của các ngân hàng Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế ASEAN*, Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ số 13 năm 2019.
7. Bảo Ngọc, *Tổng tài sản của hệ thống tổ chức tín dụng đạt gần 12,5 triệu tỷ đồng*. Khai thác từ <https://thoibaonghanhang.vn/tong-tai-san-cua-he-thong-to-chuc-tin-dung-dat-gan-125-trieu-ty-dong-102754.html> (09:20,10/06/2020).
8. Nielsen (2017), *Nỗ lực truyền thông tiếp thị của ngân hàng có thực sự hiệu quả*, Khai thác từ <https://www.nielsen.com/vn/vi/insights/2017/nielsen-pfm-2017.print.html>, cập nhật ngày 10/1/2018.
9. Tạ Phú, *Tổng tài sản của hệ thống tổ chức tín dụng xấp xỉ 12 triệu tỷ đồng*, Khai thác từ <https://tapchitaichinh.vn/ngan-hang/tong-tai-san-cua-he-thong-to-chuc-tin-dung-xap-xi-12-trieu-ty-dong-314364.html> (10:00 23/10/2019).