

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA CÁC CÔNG TY CHỨNG KHOÁN TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF SECURITY BROKERAGE ACTIVITIES OF SECURITY COMPANIES IN TERM OF INTERNATIONAL ECONOMIC INTEGRATION

Nguyễn Thị Bích Ngọc

Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 18/8/2017, chấp nhận đăng ngày 02/11/2017

Tóm tắt: Năm 2000 trung tâm giao dịch chứng khoán Việt Nam đi vào hoạt động, đánh dấu một bước ngoặt lớn trong quá trình phát triển kinh tế, hội nhập quốc tế; là kênh đầu tư hấp dẫn và hiệu quả; cung cấp vốn trực tiếp cho nền kinh tế; là cầu nối giữa những người cần vốn và những người thiếu vốn; đồng thời cung cấp các sản phẩm tài chính đa dạng cho các nhà đầu tư. Đặc biệt nghiệp vụ môi giới chứng khoán sẽ rút ngắn khoảng cách giữa các nhà đầu tư. Áp lực cạnh tranh giữa các công ty chứng khoán về nhân lực môi giới chứng khoán, khả năng tài chính, các loại hình dịch vụ, chính sách ưu đãi khách hàng... ngày càng tăng trong quá trình Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế. Vì vậy, tìm ra giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng một thị trường chứng khoán một cách bền vững, có khả năng thích nghi với môi trường cạnh tranh toàn cầu là điều cần thiết.

Từ khóa: Năng lực cạnh tranh, môi giới chứng khoán.

Abstract: The operation of Vietnam stock exchange in 2000, which is a turning point in process of economic development and international integration, an attractive and effective investment channel; directly providing capital to the economy; connection between the demand and lack of demand; also providing diversified financial products to investors. Especially, it is a security brokerage activity, helping shorten the gap between securities companies and investors. The competitive pressure of securities companies on securities brokerage human resources, financial capacity, types of services and preferential policies for customers... increases due by economy Vietnamese integration. Thus, it is necessary to find the solution to improve competitiveness, creating the sustainable and adaptive securities market in term of global competitive environment

Keywords: Competitiveness, security brokerage.

1. GIỚI THIỆU

Cạnh tranh là một thuật ngữ rất phổ biến trong kinh tế, là một đặc trưng của nền sản xuất hàng hóa. Theo ý nghĩa kinh tế, cạnh tranh là quá trình kinh tế trong đó các chủ thể kinh tế ganh đua nhau, tìm mọi biện

pháp (cả nghệ thuật kinh doanh lẫn thủ đoạn) để đạt được mục tiêu kinh tế chủ yếu của mình như chiếm lĩnh thị trường, tối đa hóa lợi ích, nâng cao vị thế trên thị trường [1].

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so

với đối thủ cạnh tranh trong việc thỏa mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao hơn [2].

Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trước hết phải được tạo ra từ thực lực của doanh nghiệp. Đây là các yếu tố nội tại của mỗi doanh nghiệp, không chỉ được tính bằng các tiêu chí về công nghệ, tài chính, nhân lực, tổ chức quản trị doanh nghiệp... một cách riêng biệt mà cần đánh giá, so sánh với các đối tác cạnh tranh trong hoạt động trên cùng một lĩnh vực, cùng một thị trường.

Theo Luật chứng khoán 2010, thì “Môi giới chứng khoán là việc công ty chứng khoán (CTCK) làm trung gian thực hiện mua, bán chứng khoán cho khách hàng”. Trong đó CTCK đại diện cho khách hàng tiến hành giao dịch thông qua cơ chế giao dịch tại SGDCK hay trên thị trường OTC, mà chính khách hàng phải chịu trách nhiệm về kết quả khi đưa ra quyết định giao dịch đó và phải trả một khoản phí gọi là phí giao dịch. Như vậy, CTCK kết nối giữa các nhà đầu tư với nhau, cung cấp thông tin cho khách hàng giảm bớt thời gian và chi phí của nhà đầu tư trong việc tìm kiếm khách hàng cho mình cũng như trong việc tìm kiếm thông tin.

Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh môi giới chứng khoán của các công ty chứng khoán

Thứ nhất, nhân lực môi giới chứng khoán

Nhân sự là yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới chất lượng của CTCK nói chung và nghiệp vụ môi giới chứng khoán nói riêng. Một công ty có đội ngũ nhân viên với số lượng phù hợp, chuyên môn cao, tận tâm với công việc thì chắc chắn doanh nghiệp đó sẽ thành công. Nghề môi giới chứng khoán là một nghề rất đặc trưng, đòi hỏi những người môi giới không chỉ là kiến thức chuyên môn mà kỹ năng làm việc, sự say mê chứng khoán, tư cách đạo đức... thành công của nhà môi giới chứng khoán cũng là thành công của công ty. Ngược lại, sự mất uy tín của một nhân viên môi giới chứng khoán nào đó sẽ là thiệt hại lớn cho chính công ty đó. Vì vậy, các CTCK muốn giành thắng lợi trong cạnh

tranh thì trước tiên phải xây dựng được một đội ngũ nhân viên môi giới mạnh về nghiệp vụ, giỏi về chuyên môn và nhất thiết phải có đạo đức nghề nghiệp để chiếm được lòng tin của khách hàng, nâng cao uy tín cho công ty.

Thứ hai, tiềm lực tài chính

Khả năng tài chính luôn là yếu tố hàng đầu trong mọi hoạt động của CTCK. Với quy mô nguồn vốn lớn, sẽ cho phép công ty triển khai được nhiều dịch vụ để phục vụ khách hàng. Nguồn vốn nhỏ sẽ làm giảm sút khả năng cạnh tranh của công ty so với các công ty khác. Bên cạnh quy mô nguồn vốn tự có thì tình hình tài chính của công ty có vai trò quan trọng. Tình hình tài chính mạnh thì công ty mới có khả năng mở rộng kinh doanh đa dạng hóa các dịch vụ. Ngược lại, tình hình tài chính yếu thì khả năng mở rộng tìm kiếm khách hàng sẽ giảm sút, không thực hiện được các chiến lược đã đề ra dẫn đến làm giảm sút niềm tin và uy tín của công ty, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của công ty.

Thứ ba, cơ sở vật chất

Một CTCK có cơ sở hạ tầng tốt thì sẽ thu hút được khách hàng. Hoạt động môi giới chứng khoán đòi hỏi rất lớn về hệ thống công nghệ thông tin: máy tính, hệ thống mạng... phục vụ cho giao dịch và nghiên cứu phân tích. Môi giới chứng khoán tuy có thể thực hiện tại bất cứ địa điểm nào nhưng nếu CTCK mà có cơ sở hạ tầng tốt, trụ sở đẹp thì thu hút được khách hàng, tạo nên sự thành công, đảm bảo việc tiếp nhận và thực hiện các yêu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng và chính xác. Vì thị trường chứng khoán (TTCK) luôn nhạy cảm với sự biến đổi của nền kinh tế xã hội trong nước và quốc tế, do đó nếu CTCK không có đủ trang thiết bị cần thiết để thu thập và xử lý thông tin thì không thể bảo vệ quyền lợi cho khách hàng, nhân viên môi giới sẽ không có đủ các thông tin cần thiết để thực hiện tư vấn và cung cấp các sản phẩm dịch vụ tốt nhất cho khách hàng.

Thứ tư, chất lượng các sản phẩm dịch vụ

Nhà môi giới chứng khoán cung cấp các thông tin về các dịch vụ mới của CTCK cho

khách hàng và giúp họ có các quyết định đầu tư hợp lý. Nếu như khách hàng có kiếm lợi nhiều từ những thông tin do nhà môi giới cung cấp thì họ sẽ giới thiệu bạn bè, người thân đến với nhà môi giới đó và công ty có thêm được nhiều khách hàng.

Thứ năm, biểu phí dịch vụ môi giới chứng khoán

Một mức phí môi giới chứng khoán rẻ sẽ tạo được sức hút lớn đối với nhà đầu tư tham gia mở tài khoản và tiến hành giao dịch. Từ đó mở rộng mạng lưới khách hàng, nâng cao doanh số, thị phần, góp một phần lớn vào sự phát triển của hoạt động môi giới. Nhưng bên cạnh biểu phí hợp lý thì CTCK cũng cần chú trọng đến việc nâng cao chất lượng các sản phẩm tiện ích sao cho phù hợp với từng loại nhà đầu tư.

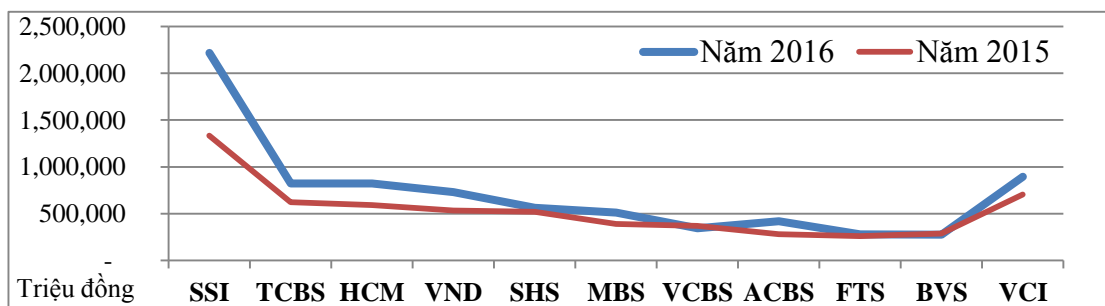
Tóm lại, có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh môi giới chứng khoán của các CTCK. Nhưng nhân tố có ảnh hưởng mạnh nhất đối với sự thành công của công ty đó là CTCK và nhân viên môi giới phải không ngừng nâng cao khả năng tổ chức và

vận hành kỹ năng nghiệp vụ thì mới tạo nên được niềm tin ở khách hàng và thu hút được ngày càng nhiều nhà đầu tư đến mở tài khoản và giao dịch.

2. KẾT QUẢ KINH DOANH CỦA MỘT SỐ CÔNG TY CHỨNG KHOÁN

11 CTCK có doanh thu hợp nhất năm 2015 và năm 2016 cao nhất bao gồm Công ty cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI), Công ty cổ phần Chứng khoán Bản Việt (VCI), Công ty Chứng khoán Techcombank (TCBS), Công ty cổ phần Chứng khoán TP Hồ Chí Minh (HCM), Công ty cổ phần Chứng khoán VNDIRECT (VND), Công ty cổ phần Chứng khoán Sài Gòn - Hà Nội (SHS), Công ty Chứng khoán ACB (ACBS), Công ty cổ phần Chứng khoán FPT (FTS), Công ty cổ phần Chứng khoán MB (MBS), Công ty cổ phần Chứng khoán Vietcombank (VCBS), Công ty Chứng khoán Bảo Việt (BVS) [5].

Tổng doanh thu của 11 công ty này đạt xấp xỉ đạt gần 6.000 tỷ đồng năm 2015 và đạt hơn 7.000 tỷ đồng năm 2016.



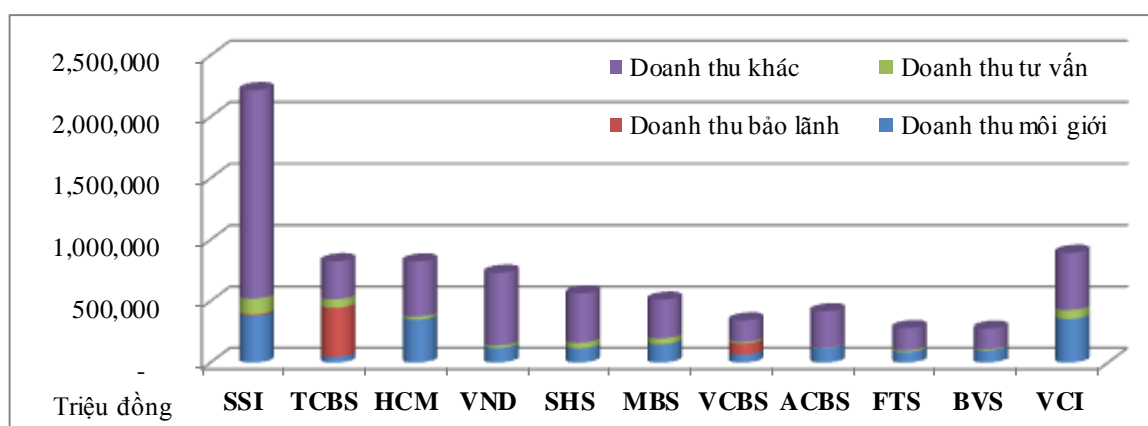
Biểu đồ 1. 11 công ty chứng khoán có doanh thu hợp nhất cao nhất năm 2015 và năm 2016

Nguồn: Báo cáo thường niên các CTCK Việt Nam năm 2015 - 2016

Ở vị trí dẫn đầu, SSI vẫn duy trì cách biệt lớn với các công ty còn lại với 1333 tỷ đồng doanh thu năm 2015 và đạt 2217 tỷ đồng năm 2016. VCI giữ ở vị trí thứ hai về doanh thu với 705,7 tỷ đồng năm 2015 và 893,7 tỷ đồng năm 2016. Đứng sau đó là TCBS với 620,8 tỷ đồng năm 2015 và 824,2 tỷ đồng năm 2016. Tiếp theo đó là HCM đạt 591 tỷ đồng năm 2015 và đạt 823,2 tỷ đồng năm 2016. Đứng thứ năm là VND đạt 534,1

tỷ đồng năm 2015 và 731,4 tỷ đồng năm 2016. Như vậy, 5 CTCK đứng đầu về doanh thu hợp nhất năm 2015 gồm SSI, VCI, TCBS, HCM và VND. Công ty có doanh thu nhỏ nhất trong top 11 là FTS, đạt gần 260 tỷ đồng năm 2015 và 279,6 tỷ đồng năm 2016.

Đối với 11 CTCK có doanh thu lớn nhất, nguồn thu chính vẫn chủ yếu đến từ mảng môi giới chứng khoán, doanh thu từ hoạt động bảo lãnh, doanh thu tư vấn...

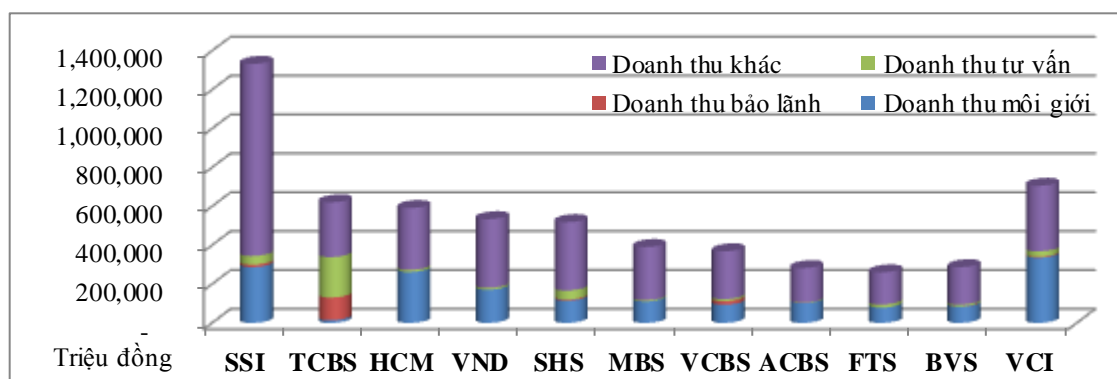


Biểu đồ 2. Cơ cấu của công ty chứng khoán có doanh thu hợp nhất cao nhất năm 2016

Nguồn: Báo cáo thường niên các CTCK Việt Nam năm 2016

Với mảng môi giới chứng khoán, năm 2016 doanh thu về hoạt động này lớn nhất là SSI với 381.269 triệu đồng, tiếp theo là VCI với 355.342 triệu đồng và HCM là 348.957 triệu

đồng. Nhưng xét về tỷ trọng môi giới chứng khoán (MGCK) trong tổng doanh thu thì thuộc về HCM là 42%, đứng thứ hai là VCI là 40%. Tiếp theo là BVS với 36%.



Biểu đồ 3. Cơ cấu của công ty chứng khoán có doanh thu hợp nhất cao nhất năm 2015

Nguồn: Báo cáo thường niên các CTCK Việt Nam năm 2015

Năm 2015, với mảng môi giới chứng khoán, doanh thu lớn nhất thuộc về VCI 335.958 triệu đồng, tiếp theo là SSI với 287.589 triệu đồng và HCM với 262.076 triệu đồng. Bên cạnh đó, tỷ trọng môi giới chứng khoán lớn nhất trong tổng doanh thu thuộc về VCI là 48%, đứng thứ hai là HCM là 44%. Tiếp theo là VND với 32%.

3. NĂNG LỰC CẠNH TRANH MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA CÁC CÔNG TY CHỨNG KHOÁN

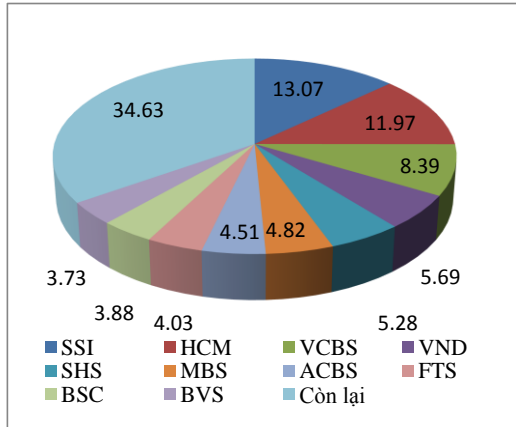
Doanh thu môi giới chứng khoán không hẳn là mục tiêu của tất cả các CTCK. Cũng có

công ty đặt mục tiêu tập trung tạo dựng những thế mạnh riêng như tư vấn, hay tự doanh [3]. Tuy vậy, việc xuất hiện trong top các CTCK có doanh thu môi giới chứng khoán lớn nhất là cách quảng bá thương hiệu tốt nhất, thể hiện vị thế của công ty.

• Thị phần môi giới chứng khoán

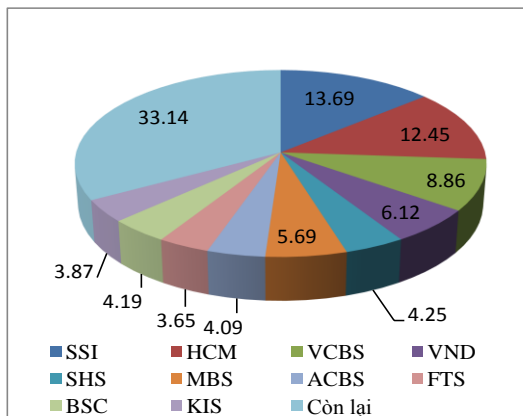
Về thị phần giá trị giao dịch môi giới chứng khoán năm 2015, SSI tiếp tục giữ vững ngôi vương với thị phần 13,07%. HCM bám theo ở vị trí thứ 2 với tỷ lệ thị phần xấp xỉ 11,97%. 7 vị trí đầu tiên của bảng xếp hạng không có gì thay đổi so với quý III/2015, gồm lần lượt SSI, HCM, VCBS, VND, MBS, SHS và

ACBS. Tiếp theo là BSC với thị phần 3,88%, đứng vị trí thứ 8. Tính chung cả năm 2015, SSI đứng đầu thị phần môi giới cổ phiếu và chứng chỉ quỹ với thị phần 13,07%, bỏ xa HSC với thị phần 11,97%. SSI cũng đã gia tăng thêm 0,54% thị phần so với năm 2014.



Biểu đồ 4. Thị phần giá trị giao dịch môi giới chứng khoán năm 2015

Nguồn: www.fpts.com.vn



Biểu đồ 5. Thị phần giá trị giao dịch môi giới chứng khoán năm 2016

Nguồn: www.fpts.com.vn

Theo danh sách được công bố năm 2016, SSI tiếp tục là công ty dẫn đầu về giao dịch môi giới cổ phiếu và chứng chỉ quỹ với tỷ lệ 13,69%, tăng nhẹ so với con số 13,07% của năm 2015. Các vị trí tiếp theo lần lượt thuộc về HCM với 12,45% thị phần, VCBS (8,86%), VND (6,12%), MBS (5,69%), SHS (4,25%). Đáng chú ý trong danh sách này là BVS đã bị thay thế bởi Công ty Chứng khoán KIS để lọt vào top 10 thị phần môi

giới cổ phiếu và chứng chỉ quỹ.

• Nguồn nhân lực môi giới chứng khoán

Một yếu tố quan trọng quyết định đến khả năng thu hút nhà đầu tư đó là đội ngũ cán bộ công nhân viên của công ty. Cán bộ nhân viên môi giới của 11 CTCK trên đều có trình độ từ đại học trở lên. Hầu hết các cán bộ cốt cán của công ty đều là những người công tác lâu năm trong lĩnh vực ngân hàng. Tuy nhiên, các cán bộ nghiệp vụ hầu hết đều là cán bộ trẻ nên thiếu kinh nghiệm kinh doanh. Hiện nay, nhân viên môi giới chứng khoán chỉ với thao tác nghiệp vụ chuyên môn tốt, chỉ thực hiện lệnh theo yêu cầu của khách hàng thôi thì không đủ mà cần phải chú trọng khai thác và kết hợp các kỹ năng cần thiết của nhà môi giới trong quá trình hành nghề. Vì vậy, trong thời gian tới vấn đề đào tạo kinh nghiệm chuyên môn cũng như kỹ năng nghiệp vụ cho đội ngũ cán bộ là một việc làm tất yếu và cũng là một thách thức lớn lao đối với công ty. Các CTCK hiện nay đã có chế độ khen thưởng, đãi ngộ cho nhân viên tuy nhiên chưa thỏa đáng. Hoạt động môi giới chứng khoán là hoạt động trung gian để hưởng hoa hồng phụ thuộc vào doanh số giao dịch. Tuy nhiên khi nhân viên môi giới tìm kiếm thêm được nhiều khách hàng thì cũng không nhận thêm được khoản thưởng nào đó từ phía công ty. Chính điều này đã hạn chế, không kích thích được nỗ lực làm việc của đội ngũ môi giới chứng khoán.

• Cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất kỹ thuật có tác động rất lớn đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của công ty. Điều đó không chỉ tạo dựng nên hình ảnh của công ty trong lòng công chúng mà còn hỗ trợ cho việc thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh một cách nhanh chóng, chính xác và hiệu quả. Trong quá trình hoạt động, các CTCK luôn tiến hành nâng cao cơ sở vật chất, kỹ thuật, áp dụng tiến bộ về công nghệ thông tin. Hệ thống máy tính và máy chủ: được trang bị, các phần mềm cài đặt trên máy đều là phần mềm có bản quyền, đảm bảo xử lý tốt các giao dịch phát sinh và các công việc nội bộ của công ty. Hệ thống công nghệ thông tin

tốt, tự động hóa cao khiến tốc độ thực hiện nhanh, chính xác, hiếm sai sót.

Tuy nhiên, với nguồn kinh phí còn hạn hẹp, trong khi công nghệ thông tin lại phát triển nhanh chóng cũng gây áp lực lớn cho công ty. Hơn nữa, các CTCK chủ trương tự mình phát triển phần mềm hỗ trợ. Phần mềm của công ty được đánh giá là phù hợp với Việt Nam song cũng chưa phải là hoàn hảo, cần phải nghiên cứu phát triển thêm. Hệ thống điện thoại gặp trục trặc trong việc kết nối với khách hàng, khiến khách hàng lỡ dịp mua bán cổ phiếu, phần mềm được ứng dụng nhưng còn hay bị lỗi gián đoạn. Ngoài ra, hệ thống cơ sở dữ liệu về khách hàng chưa được cập nhật một cách kịp thời và đầy đủ. Điều này làm chậm quá trình giao dịch của nhà đầu tư, gây tâm lý khó chịu trong khi họ muốn lệnh được tiến hành ngay lập tức.

Do quá phụ thuộc vào công nghệ, hoạt động giải chấp, cung cấp tiền vay giao dịch ký quỹ chỉ sử dụng phần mềm máy tính tuy chính xác và tốc độ cao, tự động bán chứng khoán khi giá giảm ngưỡng quy định nhưng lại cứng nhắc, thiếu linh hoạt, khiến khách hàng bị thiệt hại đối với những trường hợp cổ phiếu sụt giảm trong ngắn hạn nhưng hồi phục ngay. Đây là điểm khiến khách hàng không hài lòng và chuyển sang CTCK nơi họ có thể thỏa thuận với CTCK và tự chịu rủi ro.

• **Chất lượng sản phẩm dịch vụ hoạt động môi giới chứng khoán**

Các CTCK luôn quan tâm, chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường hỗ trợ thông tin tư vấn cho người đầu tư, phối kết hợp thường xuyên và đồng bộ với các tổ chức tài chính - tín dụng như Vietinbank, Vietcombank... để cung cấp các dịch vụ tiện ích cho khách hàng như cho vay cầm cố chứng khoán, cho vay ứng trước tiền bán chứng khoán và cổ tức. Bên cạnh đó, các CTCK luôn có sự điều chỉnh linh hoạt, kịp thời chính sách phí giao dịch cho phù hợp với điều kiện thị trường nên đã thu hút được đông đảo người đầu tư đến với công ty.

• **Phí giao dịch môi giới chứng khoán**

Để hút khách trên thị trường, nhiều công ty đã giảm phí giao dịch. Theo quy định, phí giao dịch thu từ các nhà đầu tư là 0,5% trên giá trị giao dịch. Nhưng hiện nay, một số CTCK giảm đến mức thấp nhất, thậm chí có CTCK không thu phí trong 3 tháng đầu hoạt động. Đặc biệt nhiều CTCK đã sử dụng chiêu khuyến mại bằng cách tặng tiền cho khách hàng mở tài khoản giao dịch tại công ty và trừ dần vào phí giao dịch.

4. GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH HOẠT ĐỘNG MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA CÁC CÔNG TY CHỨNG KHOÁN KHI HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Một là, phát triển số lượng các sản phẩm dịch vụ hỗ trợ hoạt động môi giới chứng khoán như cho vay cầm cố chứng khoán, ứng trước tiền bán chứng khoán... đồng thời phải nghiên cứu triển khai các dịch vụ mới như: nâng cao hạn mức cho vay trên mỗi hợp đồng, cung cấp các thông tin thị trường, thông báo kết quả giao dịch, số dư tài khoản giao dịch tại nhà thông qua địa chỉ email của khách hàng, tổ chức các buổi gặp gỡ nói chuyện, bình luận thị trường... thường xuyên đối với khách hàng.

Hai là, CTCK từng bước nâng cấp cơ sở vật chất - kỹ thuật. Cơ sở vật chất kỹ thuật là một trong những yếu tố quan trọng góp phần nâng cao năng lực phục vụ, giảm chi phí và tăng cường hình ảnh, uy tín cho nghề môi giới chứng khoán. Trong điều kiện thị trường còn sơ khai, số lượng khách hàng chưa nhiều và khối lượng giao dịch còn nhỏ chưa thể thấy hết vai trò của cơ sở vật chất. Do vậy việc nâng cấp cơ sở vật chất là công việc phải được tiến hành từng bước, phù hợp với sự phát triển của thị trường.

Ba là, đào tạo nguồn nhân lực. Trong thị trường cạnh tranh, công ty phải đặc biệt quan tâm đến việc đào tạo nguồn nhân lực để có một đội ngũ nhân viên đủ mạnh. CTCK cần

xây dựng phương án đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, từng bước đào tạo đội ngũ cán bộ môi giới có chuyên môn sâu, giỏi về nghiệp vụ, tinh thông về kỹ thuật.

Bốn là, giải pháp thu hút khách hàng. Chính sách khách hàng là yếu tố hết sức quan trọng trong toàn bộ hoạt động kinh doanh của công ty. Chính sách khách hàng có thực hiện được hay không là kết quả thực của việc kết hợp sử dụng nhiều chính sách khác nhau, mỗi chính sách đó có một vị trí nhất định nhưng chúng có mối quan hệ với nhau. Chính sách khách hàng phải bao gồm:

- *Chính sách giá cả hấp dẫn*: bởi lẽ trong môi trường cạnh tranh quyết liệt như hiện nay thì mức phí môi giới của công ty phải được áp dụng một cách linh hoạt. Mức phí đưa ra phải phù hợp với từng đối tượng khách hàng, với từng thời điểm cụ thể thì mới duy trì được mối quan hệ lâu dài với các khách hàng và mới có thể thu hút thêm khách hàng mới.
- *Đa dạng hoá các loại hình dịch vụ*, cải tiến quy trình nghiệp vụ để thoả mãn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Điều này đòi hỏi công ty phải nghiên cứu, học hỏi

và cải tiến những dịch vụ hỗ trợ nghiệp vụ chính như: cho vay cầm cố chứng khoán, ứng trước tiền bán chứng khoán... Đồng thời xem xét triển khai các dịch vụ mới như: cung cấp thông tin miễn phí và cập nhật nhất, nhận lệnh và thông báo kết quả khớp lệnh đến tận nhà, giao dịch qua mạng Internet...

- *Chủ động tìm kiếm khách hàng*: Về lâu dài khi số lượng hàng hoá trên thị trường cũng như số lượng các CTCK tăng lên, nhân viên môi giới không thể ngồi chờ cơ may là khách hàng chủ động gọi điện đến công ty mở tài khoản. Khi đó khách hàng sẽ lựa chọn công ty và người môi giới nào xứng đáng để gửi gắm tài sản của mình, khi đó người môi giới phải tích cực thể hiện mình.

5. KẾT LUẬN

Cạnh tranh là một đặc trưng cơ bản của nền kinh tế thị trường. Theo xu hướng toàn cầu, khi các nền kinh tế đan xen, phụ thuộc lẫn nhau thì cạnh tranh phải được xem xét trên quy mô toàn cầu. Do vậy, việc nâng cao năng lực cạnh tranh là mục tiêu và động lực chủ yếu mà bất kỳ doanh nghiệp hay ngành nào cũng cần theo đuổi trong môi trường kinh tế cạnh tranh toàn cầu hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đặng Thị Hiếu Lá, Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO, *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, 2006.
- [2] Nguyễn Nam, Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia để chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, *Tạp chí Cộng sản* số 77, 2005.
- [3] TS. Trần Thị Thái Hà, *Nghề môi giới chứng khoán*, NXB Chính trị quốc gia, 2011.
- [4] Báo cáo thường niên của các công ty chứng khoán năm 2015, 2016.
- [5] Website: <http://www.fpts.com.vn/>

Thông tin liên hệ: **Nguyễn Thị Bích Ngọc**

Điện thoại: 0904514190 - Email: ntbngoc@uneti.edu.vn

Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.

