

NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Văn Thụy*

Ngày nhận: 2/01/2016

Ngày nhận bản sửa: 10/02/2016

Ngày duyệt đăng: 25/03/2016

Tóm tắt:

Nghiên cứu này nhằm khám phá các nhân tố cấu thành năng lực cạnh tranh và xác định ảnh hưởng của nó tới kết quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần tại Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu định lượng thông qua phiếu điều tra 319 Giám đốc chi nhánh các ngân hàng thương mại cổ phần đang làm việc tại Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả cho thấy cả 6 nhân tố năng lực cạnh tranh đều tác động lên kết quả kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần. Các nhân tố có ảnh hưởng quan trọng nhất là năng lực quản trị rủi ro, năng lực marketing, năng lực tài chính.

Từ khoá: Năng lực cạnh tranh; năng lực quản trị; năng lực marketing; năng lực tài chính.

Vietnamese commercial banks' competitiveness: An empirical study at the joint-stock commercial banks in Ho Chi Minh city

Abstract:

Competitiveness is a determinant of survival and sustainable development of the commercial banks in the current period of time. This study aims at exploring the factors that constitute the competitiveness and determining its impact on business performance of the commercial banks in Ho Chi Minh city. A survey data obtained from 319 officials of 37 joint-stock commercial banks was used to test the proposed hypotheses. The data analyses were performed employing CFA and SEM. The results show that 6 factors of competitiveness impact on business performance of the joint-stock commercial banks. The most influential factors are risk management capability, marketing capability, and financial capability.

Keywords: Competitiveness; management capabilities; marketing capability; financial capability.

1. Giới thiệu

Toàn cầu hoá và tự do hoá thương mại nhanh chóng trong những năm vừa qua đã tạo ra nhiều thay đổi to lớn về môi trường kinh doanh. Các ngân hàng không có khả năng cạnh tranh sẽ được thay thế bằng các ngân hàng có năng lực tốt hơn, điều này cho thấy chỉ có các ngân hàng có năng lực cạnh tranh cao nhất mới có lợi thế về cạnh tranh. Theo thống kê của Bảo hiểm tiền gửi liên bang của Mỹ

(FDIC, 2014), từ năm 2000 đến 2014, đã có 538 ngân hàng trên thế giới phá sản, chỉ riêng giai đoạn 2011 – 2014 đã có 183 ngân hàng tuyên bố phá sản. Đây cũng là một vấn đề mà các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam nói chung và các ngân hàng trên địa bàn TP.HCM nói riêng cũng bị tác động không nhỏ và đó cũng là bài học thiết thực cho các ngân hàng thương mại trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động của mình trong quá trình toàn cầu hoá nền kinh tế.

Các nghiên cứu về năng lực cạnh tranh và các nhân tố cấu thành năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại đã nghiên cứu trong nước thực hiện. Các nghiên cứu của Trịnh Quốc Trung (2004), Lê Đình Hạc (2005), Nguyễn Thu Hiền (2012), Hoàng Thị Thanh Hằng (2013) mới chỉ đề xuất các nhân tố cấu thành năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại và chỉ dừng lại ở phân tích thực trạng các nhân tố năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại mà chưa có một nghiên cứu định lượng nào đánh giá được sự ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh đến kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại tại Việt Nam. Như vậy, với vai trò quan trọng của năng lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh và đạt được mục tiêu chiến lược, nghiên cứu này sẽ xem xét các vấn đề năng lực cạnh tranh và làm sáng tỏ những nhân tố cấu thành năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại cổ phần cũng như sự tác động của nó đến kết quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Bài viết sẽ phân tích các vấn đề (i) Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh và mô hình nghiên cứu; (ii) Phương pháp và kết quả kiểm định, đánh giá mô hình nghiên cứu về sự ảnh hưởng của năng lực cạnh tranh đến kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khái niệm năng lực cạnh tranh

Theo Porter (1998), năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì, mở rộng thị phần và đạt lợi nhuận cao của doanh nghiệp. Đây là quan niệm khá phổ biến hiện nay, theo đó năng lực cạnh tranh là khả năng tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ so với đối thủ và khả năng “thu lợi” của các doanh nghiệp.

Theo Sanchez & Heene (1996), Sanchez (2004) thì năng lực cạnh tranh của một công ty là khả năng duy trì, triển khai, phối hợp các nguồn lực và khả năng theo cách giúp công ty đạt được mục tiêu bền vững của mình. Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng kết hợp các nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh, năng suất và chất lượng cao hơn đối thủ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần lớn, tạo ra thu nhập cao và phát triển bền vững.

2.2. Lý thuyết dựa vào nguồn lực và năng lực

Jackson, Hitt & cộng sự (2003) cho rằng, nguồn lực vô hình có khả năng tạo ra năng lực cạnh tranh trong bất kỳ bối cảnh cạnh tranh nào. Tuy nhiên, môi trường năng động với những thay đổi nhanh chóng và khó lường thì nguồn lực đã trở nên dễ dàng truy

cập, bắt chước và thay thế nên rất khó có các nguồn lực đáp ứng đầy đủ các tiêu chí mà Barney (1991) là có giá trị, hiếm, không thể thay thế và khó bắt trước (VRIN - Value, Rare, Inimitable, Non-substitutable). Sanchez (2008) cho rằng, thành công của doanh nghiệp theo lý thuyết nguồn lực chủ yếu dựa vào lợi thế so sánh thay vì tập trung vào nguồn gốc lợi thế cạnh tranh dài hạn của doanh nghiệp, đó là bản chất cấu trúc nguồn lực công ty được đưa ra bởi khả năng năng động và hội nhập của doanh nghiệp. Ngoài ra, sự kết hợp mới các nguồn lực và mối quan hệ hệ thống các nguồn lực của doanh nghiệp là nguồn lợi thế cạnh tranh bền vững mà các đối thủ cạnh tranh sẽ khó có thể bắt chước hoặc cải tiến (Galunic & Rodan, 1998). Theo Sanchez & Heene (1996) thì năng lực cạnh tranh của một công ty là khả năng duy trì, triển khai, phối hợp các nguồn lực và khả năng theo cách giúp công ty đạt được mục tiêu bền vững của mình. Tiếp cận dựa trên nguồn lực dựa vào lợi thế nguồn lực của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh, còn tiếp cận dựa trên năng lực thì dựa vào khả năng kết hợp các nguồn lực để tạo ra năng lực - đòi hỏi doanh nghiệp phải năng động, hệ thống, nhận thức và toàn diện trong quản lý chiến lược (Sanchez, 2008). Bản chất của năng lực cạnh tranh đã được chuyển hướng chú trọng vào năng lực thay vì nguồn lực (Sanchez & Heene, 1996; Sanchez, 2004; Freiling & cộng sự, 2008). Theo quan điểm dựa trên năng lực của doanh nghiệp thì năng lực là chìa khóa để duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững và đạt hiệu quả cao (Grant, 1996; Jackson & cộng sự, 2003; Teece & cộng sự, 1997; Sanchez & Heene, 1996; Sanchez, 2004, 2008).

Nghiên cứu về sự ảnh hưởng của các nhân tố năng lực cạnh tranh đã dựa vào lý thuyết cạnh tranh dựa trên nguồn lực và năng lực của doanh nghiệp. Một doanh nghiệp thành công và hiệu quả sẽ quan tâm đến các khả năng và năng lực tạo nên lợi thế cạnh tranh.

2.3. Các khái niệm và mô hình nghiên cứu

2.3.1. Năng lực quản trị (Management capabilities - MOC)

Năng lực quản trị và điều hành được hiểu là năng lực của nhà lãnh đạo thông qua các hoạt động tổ chức, quản trị và điều hành của mình trong ngân hàng nhằm đạt được mục tiêu đã đề ra. Nghiên cứu về năng lực quản trị của Viện quản trị Úc (AIM, 2013) và Nguyễn Văn Thụy (2014) đã đề cập tới 4 vấn đề nhằm đo lường năng lực quản trị của doanh nghiệp bao gồm: tầm nhìn chiến lược, lãnh đạo hiệu quả, lãnh đạo và tổ chức sử dụng con người trong tổ chức.

Có nhiều nghiên cứu về năng lực lãnh đạo ở các cấp độ khác nhau (nhóm hay tổ chức), bao gồm cả lãnh đạo chung (Hiller & cộng sự, 2006), phân phối và chia sẻ vai trò lãnh đạo (Bolden, 2011), phân cấp điều hành (Avolio & Bass, 1995), dẫn dắt năng lực tổ chức (O'Connor & Quinn, 2004), định hướng chiến lược (Morrill, 2007) và lãnh đạo tri thức (Sydanmaanlakka, 2003). Theo Kivipold & Vadi (2010), lãnh đạo ở cấp độ tổ chức được xác định bằng khả năng dẫn dắt chung để phát hiện và đối phó với những thay đổi trong môi trường bên ngoài bằng cách duy trì những mục tiêu chính của tổ chức. Tuy nhiên, nghiên cứu thực nghiệm về mối quan hệ giữa năng lực quản trị và kết quả kinh doanh vẫn còn hạn chế và chủ yếu thiên về doanh nghiệp trong lĩnh vực quản trị kinh doanh. Nghiên cứu về mối quan hệ này trong lĩnh vực tài chính ngân hàng vẫn chưa phổ biến. Nghiên cứu của Kivipold & Vadi (2013) về năng lực lãnh đạo của các tổ chức dịch vụ tài chính tại Estonia đã chỉ ra rằng năng lực lãnh đạo có tác động tích cực đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Nghiên cứu của Nguyễn Văn Thụy (2014) về năng lực quản trị của các ngân hàng thương mại cổ phần tại TP. Hồ Chí Minh đã khẳng định năng lực quản trị có tác động tích cực tới kết quả kinh doanh. Từ kết quả những nghiên cứu này, giả thuyết nghiên cứu H_1 như sau: *H1: Năng lực quản trị tác động dương đến kết quả kinh doanh của ngân hàng.*

2.3.2. Năng lực tài chính (Financial Capapbility – FC)

Ngân hàng là một loại hình doanh nghiệp kinh doanh tiền tệ mang tính đặc thù của nền kinh tế. Năng lực tài chính là thước đo sức mạnh của một ngân hàng tại một thời điểm nhất định. Để đánh giá hiệu quả tài chính của một ngân hàng thương mại, người ta sử dụng tiêu chí CAMEL – (1) C - Capital Adequacy: Mức độ an toàn vốn, (2) A - Asset Quality: Chất lượng tài sản Có, (3) M- Management competence: năng lực quản trị, (4) E- Earnings strength: khả năng sinh lợi, (5) L - Liquidity risk: Rủi ro thanh khoản. Các kết quả nghiên cứu về năng lực tài chính có sự ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại. Các tiêu chí này được đo lường về năng lực tài chính qua nghiên cứu Baral (2005), Trịnh Quốc Trung (2004), Nguyễn Thị Quy (2008), Kouser & cộng sự (2011), Nguyễn Thu Hiền (2012), Phan Thị Hằng Nga (2013). Các kết quả nghiên cứu đã khẳng định có sự ảnh hưởng rất lớn của năng lực tài chính đến hiệu quả hoạt động của ngân hàng thương mại. Do vậy, giả thuyết H_2 như sau:

H2: Năng lực tài chính có tác động dương đến kết quả kinh doanh của ngân hàng

2.3.3. Năng lực marketing (Marketing Capability – MAC)

Năng lực marketing là quá trình tích hợp được thiết kế để áp dụng những kiến thức, kỹ năng và nguồn lực của công ty đáp ứng nhu cầu thị trường của doanh nghiệp, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tăng giá trị sản phẩm và dịch vụ của mình và đáp ứng nhu cầu cạnh tranh (Day, 1994; Vorhies & Harker, 2000). Năng lực marketing của ngân hàng được thể hiện thông qua việc liên tục theo dõi và đáp ứng được với những thay đổi của thị trường, bao gồm khách hàng, đối thủ cạnh tranh và thích ứng với môi trường kinh doanh (Day, 1994; Vorhies & Harker, 2000; Srivastava & cộng sự, 2001; Homburg & cộng sự, 2007; Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2008; Kivipold & Vadi, 2013; Nguyễn Văn Thụy & cộng sự, 2015). Các doanh nghiệp cần phải thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác nhau về khách hàng, đối thủ cạnh tranh cũng như môi trường kinh doanh nhằm thích ứng để đạt hiệu quả kinh doanh bền vững. Do vậy, giả thuyết nghiên cứu H_3 được phát biểu như sau:

H3: Có mối tương quan dương giữa năng lực marketing và kết quả kinh doanh của ngân hàng.

2.3.4. Năng lực đổi mới Sản phẩm – Dịch vụ (Innovation Products-Services Capability - IPSC)

Khả năng đổi mới sản phẩm, dịch vụ thể hiện quá trình khuyến khích sự đổi mới liên tục các sản phẩm và dịch vụ trong việc tạo ra giá trị mới cho các doanh nghiệp; nói lên khả năng của doanh nghiệp đề xuất quá trình sản xuất mới, sản phẩm mới hay là ý tưởng mới nhằm làm tăng lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp (Damanpour, 1991). Deshpandé & Farley (2004) cho rằng việc đưa ra các sản phẩm mới hoặc dịch vụ mới vào thị trường sẽ phản ánh được năng lực sáng tạo của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu của Tomas & cộng sự (2004), Anabel (2013) đã khẳng định năng lực sáng tạo của một doanh nghiệp cao hơn so với các doanh nghiệp khác trong ngành sẽ có năng lực cạnh tranh cao hơn và khả năng đổi mới sản phẩm - dịch vụ có ảnh hưởng trực tiếp vào kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Do vậy, ta có giả thuyết H_4 như sau:

H4: Năng lực đổi mới sản phẩm và dịch vụ tác động dương tới kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại.

2.3.5. Năng lực tổ chức dịch vụ (Organization Service Capability – OSC)

Năng lực phục vụ thể hiện qua sự mong muốn và

sẵn sàng của nhân viên cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng nhằm đem lại sự hài lòng cho khách hàng (Parasuraman & cộng sự, 1988; Tahir & Bakar, 2007). Vì vậy, khả năng tổ chức dịch vụ là yếu tố của năng lực cạnh tranh của ngân hàng thể hiện thông qua: (1) Thái độ và cung cách phục vụ của nhân viên: thể hiện sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng; (2) Năng lực phục vụ của nhân viên: kỹ năng và trình độ chuyên môn của nhân viên để thực hiện yêu cầu của khách hàng; (3) Lòng tin: tạo lòng tin cho khách hàng là tin cậy vào công ty. Kết quả nghiên cứu của Parasuraman & cộng sự (1988), Tahir & Bakar (2007), Ladhari & cộng sự (2011) về chất lượng dịch vụ của các ngân hàng thương mại đã chỉ ra rằng doanh nghiệp có khả năng tổ chức phục vụ tốt sẽ tạo lợi thế cạnh tranh để đưa sản phẩm kinh doanh đến với khách hàng nhanh và hiệu quả hơn. Nhân viên ngân hàng được trang bị kiến thức về sản phẩm, dịch vụ sẽ có khả năng thỏa mãn những mong đợi của khách hàng trong mỗi giao dịch và qua đó hình thành văn hóa của mình trong ngành ngân hàng, tạo sự khác biệt so với đối thủ. Do vậy, cần phải xem xét mối quan hệ giữa khả năng tổ chức phục vụ với kết quả hoạt động kinh doanh tác động như thế nào? Do đó, chúng ta có giả thuyết H₅ như sau:

H5: Năng lực tổ chức phục vụ có tác động dương đến kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại.

2.3.6. Năng lực quản trị rủi ro (Risk Management Capability – RMC)

Ngân hàng là một trong những lĩnh vực đối mặt với nhiều rủi ro nhất. Các loại rủi ro có mối quan hệ chặt chẽ và tác động qua lại với nhau và đều có thể gây tổn thất lớn cho hệ thống ngân hàng thương mại. Trong bối cảnh đó, không một ngân hàng nào có thể tồn tại và phát triển lâu dài mà không xây dựng cho mình hệ thống quản trị rủi ro hiệu quả. Năm 2012, ngành ngân hàng đã bộc lộ nhiều yếu kém trong việc quản lý rủi ro và quản trị ngân hàng, dẫn đến thực trạng hệ thống Ngân hàng Việt Nam phải đương đầu với tỉ lệ nợ xấu cao nhất trong khu vực. Theo báo cáo của Ngân hàng nhà nước Việt Nam, tỷ lệ nợ xấu chiếm 8,82% tổng dư nợ vào tháng 9/2012. Năm 2013 đặt ra nhiều bài toán khó liên quan đến vấn đề xử lý nợ xấu cho các lãnh đạo ngân hàng. Lamarque (2005) thì nhấn mạnh kết quả lợi nhuận của ngân hàng phụ thuộc vào sự phối hợp công tác quản trị rủi ro trong các hoạt động của chuỗi giá trị. Bên cạnh đó, trong cuộc điều tra năm 2009 về quản trị rủi ro toàn cầu của KPMG cho thấy 7/10 người được hỏi cảm thấy rằng bộ phận rủi ro

đang có một ảnh hưởng lớn trong các ngân hàng hơn, đặc biệt ở cấp chiến lược. Tuy nhiên, sự tham gia của họ trong nhiều quyết định hàng ngày có thể bị hạn chế bởi truyền thông kém với các hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Đáng lo ngại hơn là 76% các nhà quản trị rủi ro cao cấp cho rằng “rủi ro” vẫn được coi như là một chức năng hỗ trợ; 45% ngân hàng trong cuộc khảo sát thừa nhận rằng Ban Giám đốc điều hành đang thiếu kiến thức và kinh nghiệm cho hoạt động quản trị rủi ro. Quản trị rủi ro cần phải xuất phát từ quản trị cấp cao tới những nhân viên chuyên môn nghiệp vụ và nó đòi hỏi một sự ảnh hưởng lớn hơn trong hoạt động của ngân hàng thương mại. Như vậy, khả năng quản trị rủi ro có sự tác động tới kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Do vậy, cần xem xét mối quan hệ này trong điều kiện của các ngân hàng thương mại cổ phần tại Việt Nam có ảnh hưởng như thế nào? Từ đó, chúng ta có giả thuyết H₆ như sau:

H₆: Năng lực quản trị rủi ro tác động đến kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại.

2.3.7. Kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng (Banking Performance – BP)

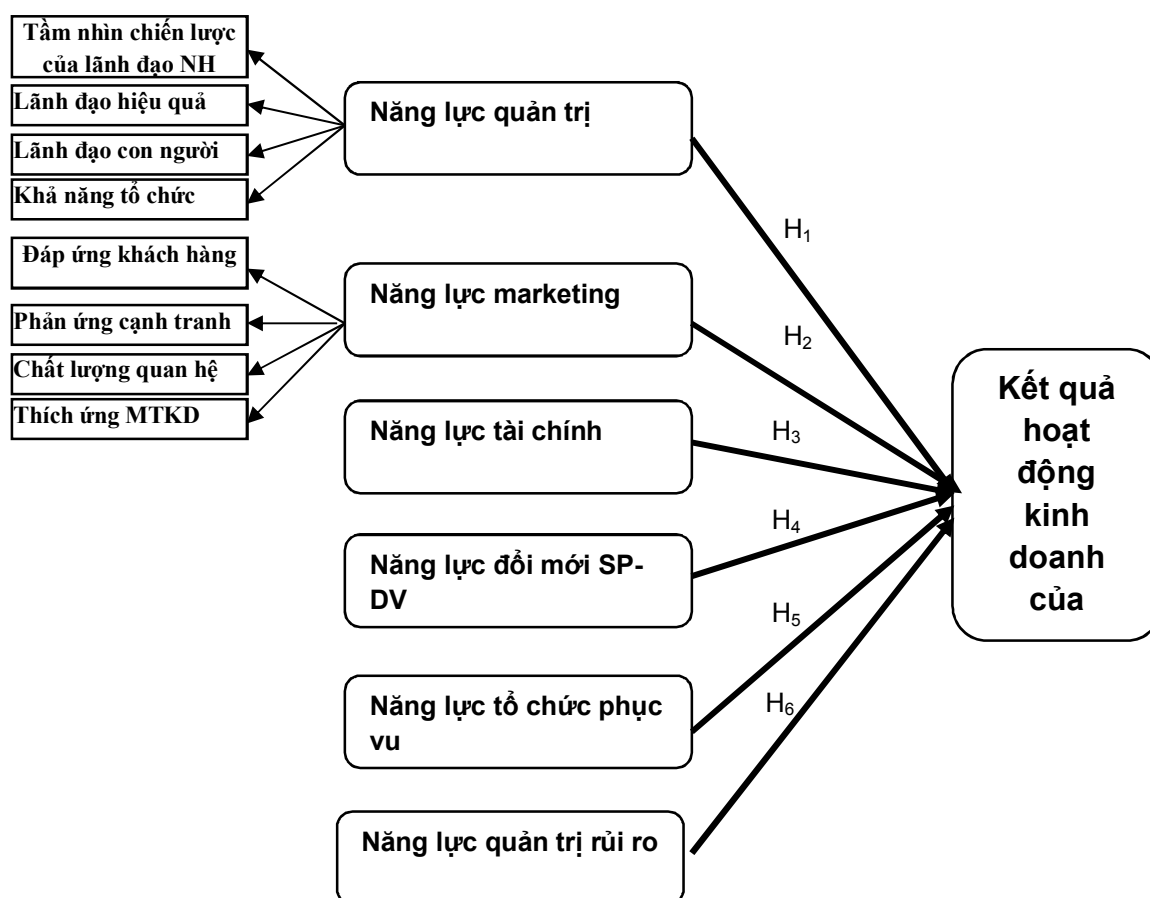
Có nhiều định nghĩa về kết quả hoạt động kinh doanh và đo lường kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nó thể hiện như là một cấu trúc đa chiều như: kết quả tài chính, vận hành, quan hệ khách hàng và tăng trưởng (Kaplan & Norton, 1992; Consuegra & cộng sự, 2008; Vorhies & Harker, 2000; Waal & Coevert, 2007; Laihonon & cộng sự, 2014). Theo Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2008), kết quả kinh doanh của doanh nghiệp là mức độ đạt được mục tiêu của doanh nghiệp, thể hiện bằng lợi nhuận, tăng trưởng thị phần, doanh thu và các mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp. Trong lĩnh vực ngân hàng ngoài những tiêu chí trên thì cần bổ sung thêm một khía cạnh đo lường trên phương diện tỷ lệ nợ xấu của các ngân hàng thương mại (Trần Huy Hoàng, 2008).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Quy trình nghiên cứu và xây dựng thang

Nghiên cứu này được thực hiện qua 2 bước: Sơ bộ và chính thức. Đối tượng khảo sát là giám đốc chi nhánh của các ngân hàng thương mại cổ phần đang hoạt động trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Nghiên cứu sơ bộ được tiến hành thông qua 2 bước là: Nghiên cứu lý luận, định tính và định lượng. Nghiên cứu sơ bộ định lượng thực hiện phỏng vấn trực tiếp 121 phó giám đốc đang làm việc tại các ngân hàng thương mại cổ phần TP. Hồ Chí Minh để đánh giá sơ bộ thang đo. Nghiên cứu chính thức

Hình 1: Mô hình nghiên cứu lý thuyết



điều tra 319 Giám đốc chi nhánh để kiểm định giá trị thang đo - CFA và giả thuyết nghiên cứu - SEM.

Các khái niệm nghiên cứu được kế thừa, phát triển và điều chỉnh thang đo thông qua quá trình thảo luận với chuyên gia là những người làm việc và nghiên cứu trong lĩnh vực ngân hàng nhằm xác định và xây dựng các biến quan sát cho từng khái niệm,

từ đó phát triển bảng câu hỏi để thực hiện thu thập dữ liệu sơ bộ. Nguồn gốc thang đo được trình bày trong Bảng 1.

3.2. Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo

Kết quả phân tích độ tin cậy cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo đều có giá trị trên 0.80. Thấp nhất là thang đo lãnh đạo hiệu quả ($\alpha =$

Bảng 1: Nguồn gốc thang đo nghiên cứu

Thang đo	Nguồn gốc
Năng lực quản trị	AIM (2013), Kivipold & Vadi (2013)
Năng lực Marketing	Day (1994), Vorhies & Harker (2000), Srivastava & cộng sự (2001), Homburg & cộng sự (2007), Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2008)
Năng lực tài chính	Thảo luận chuyên gia, Trịnh Quốc Trung (2004), Nguyễn Thị Quy (2008), Lamarque (2005), Kouser & cộng sự (2011), Nguyễn Thu Hiền (2012) và CAMEL
Năng lực đổi mới sp-dv	Damanpour (1991), Deshpandé & Farley (2004)
Năng lực tổ chức phục vụ	Tahir & Bakar (2007), Ladhari. R & cộng sự (2010)
Năng lực quản trị rủi ro	Thảo luận chuyên gia & KPMG (2009)
Kết quả kinh doanh	Chuyên gia, Day (1994, Kaplan & Norton (1992), Waal & Coevert (2007), Laihone & cộng sự (2014)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

0.801), cao nhất là thang đo khả năng đổi mới sản phẩm - dịch vụ ($\alpha=0.912$). Xem xét hệ số tương quan biến tổng cho thấy các biến quan sát có hệ số tương quan biến - tổng khá chặt chẽ giữa các biến quan sát. Cụ thể được trình bày ở Bảng 1.

- *Kết quả phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA)*

Kết quả EFA các thang đo đơn hướng (Năng lực tài chính, năng lực đổi mới sản phẩm –dịch vụ, năng lực tổ chức phục vụ, năng lực quản trị rủi ro) cho thấy tổng phương sai trích giải thích được 68,484% (>50%) sự biến thiên của mẫu nghiên cứu và điểm dừng Eigenvalues là 1,024. Kiểm định Barlett's có mức ý nghĩa Sig=,000 và KMO = ,900 (>,5). Bên cạnh đó, các trọng số tải của các nhân tố đều đạt yêu cầu (>0,5) và có độ hội tụ rất cao.

Kết quả phân tích năng lực quản trị cho thấy có 3 biến quan sát bị loại vì có hệ số tải thấp bị loại (<,50). Có sự gộp giữa 2 khái niệm Tầm nhìn và chiến lược của lãnh đạo và Hiệu quả lãnh đạo thành một. Khái niệm lãnh đạo con người và khả năng tổ chức thành một khái niệm. Như vậy, khái niệm năng lực quản trị được điều chỉnh trong mô hình lý thuyết bao gồm 2 khái niệm tiềm ẩn được đặt lại tên là: Khả năng lãnh đạo, và khả năng Tổ chức con người trong ngân hàng. Sau khi phân tích nhân tố lần 2 kết quả kiểm định Barlett's cho thấy có mức ý nghĩa rất cao Sig = .000 và hệ số KMO = .927 (>0.5). Điểm dừng Eigenvalues = 1.458 (lần 1 là 1.462) và tổng phương

sai trích là 63,781% (lần 1 là 63.246%). Trọng số của các nhân tố có giá trị khá cao (0.534 ->0.959).

Khi thực hiện phân tích nhân tố đối với khái niệm năng lực marketing cho thấy có 2 biến bị loại vì có hệ số tải khá thấp (<,50) và có 4 nhân tố được rút trích. Tổng phương sai trích đã giải thích được 72.916% biến thiên của phương sai (lần 1 là 70.99%, lần 2 là 71.879%) với điểm dừng Eigenvalues = 1.028 (1.064/1.053). Kiểm định Barlett's cho thấy mức ý nghĩa rất cao Sig = 0.000 và hệ số KMO =0.904>0.50. Các hệ số tải nhân tố đều có trị số >0.5 (nhỏ nhất là 0.616 và lớn nhất là 0.991). Kết quả này chỉ ra rằng các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích EFA là thích hợp.

Kết quả phân tích EFA kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại cho thấy các thang đo đều đạt yêu cầu về mức độ hội tụ. Hệ số tải nhân tố đều >0.70 (từ 0.771 đến 0.895), phương sai trích (69.380% >50%) và điểm dừng Eigenvalues = 3.469 (>1.00).

Như vậy, thông qua đánh giá sơ bộ bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA các thang đo của các khái niệm nghiên cứu đều đạt yêu cầu và sẽ được sử dụng trong nghiên cứu chính thức thông qua phân tích nhân tố khẳng định CFA trong phần nghiên cứu chính thức.

3.3. Thiết kế mẫu chính thức và đặc điểm mẫu nghiên cứu chính thức

Bảng 2: Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha
Năng lực quản trị		
<i>Tầm nhìn chiến lược của lãnh đạo</i>	5	0.894
<i>Lãnh đạo hiệu quả</i>	5	0.801
<i>Lãnh đạo con người</i>	5	0.881
<i>Khả năng tổ chức</i>	5	0.874
Năng lực marketing		
<i>Đáp ứng khách hàng</i>	5	0.854
<i>Phản ứng cạnh tranh</i>	5	0.901
<i>Chất lượng quan hệ</i>	4	0.829
<i>Thích ứng môi trường KD</i>	5	0.905
Năng lực tài chính	5	0.828
Năng lực đổi mới SP&DV	7	0.912
Năng lực tổ chức phục vụ	5	0.891
Năng lực quản trị rủi ro	5	0.885
Kết quả kinh doanh ngân hàng thương mại	5	0.889

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra sơ bộ

Quá trình điều tra nghiên cứu chính thức được thực hiện trong khoảng thời gian từ 10/2013 đến 4/2014. Với 336 phiếu khảo sát phát ra đã thu về được 322 phiếu trả lời ứng với tỷ lệ 95,83%. Trong số 322 phiếu thu về có 03 phiếu bị loại do đáp viên để nhiều ô trống trên 30%. Kết quả có 319 phiếu hợp lệ được sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu chính thức.

Đối tượng khảo sát trong nghiên cứu là giám đốc chi nhánh của 37 ngân hàng thương mại cổ phần đang hoạt động tại thành phố Hồ Chí Minh, trong đó ngân hàng ACB (9.09%), Vietcombank (3.58%), Vietinbank (5.96%), BIDV (4.70%), Eximbank (4.70%), Sacombank (5.02%), Techcombank (6,58%) có tỷ lệ trả lời cao và thấp nhất là ngân hàng Bản Việt, Bắc Á, Bảo Việt, PGBank (0.63%). Xét về cơ cấu mẫu cho thấy, về trình độ chuyên môn, đa số có trình độ đại học (103 người) và 216 đáp viên có trình độ sau đại học. Về thâm niên công tác trong lĩnh vực ngân hàng và đang làm việc tại ngân hàng từ 5-10 năm chiếm tỷ lệ 61,8% (197 người) và trên 10 năm là 106 người (32,3%), còn lại là dưới 5 năm.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (Confirmatory Factor Analysis - CFA)

Kiểm định CFA trong mô hình đo lường tối hạn nhằm đánh giá tính phân biệt giữa các khái niệm có trong mô hình nghiên cứu. Kết quả CFA cho thấy mô hình tối hạn có 1052 bậc tự do và $\chi^2=1804.129$ ($p=0.000$) và $\chi^2/df = 1.715 < 2$; các chỉ số CFI = 0.923, TLI = 0.918, IFI = 0.924 đều lớn hơn 0.90 và

RMSEA = 0.047 < 0.05. Do đó, khẳng định mô hình có mức độ thích hợp với dữ liệu điều tra nghiên cứu cao. Các giá trị λ_i đều trên 0.5 và đạt mức ý nghĩa thống kê (tất cả các giá trị p đều bằng 0.000) nên chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu đều có giá trị hội tụ và đạt tính đơn hướng. Do vậy, các khái niệm trong mô hình nghiên cứu đều đạt được hội tụ và giá trị phân biệt. Kết quả CFA mô hình tối hạn được thể hiện trong Hình 2.

Kết quả kiểm định độ tin cậy được thể hiện thông qua Bảng 3 cho thấy độ tin cậy tổng hợp của tất cả các nhân tố đều đạt yêu cầu lớn hơn 0.8 > 0.5. Riêng về tổng phương sai trích khái niệm chất lượng quan hệ ($\rho_{vc} = 0.398$) mặc dù hơi thấp so với tiêu chuẩn 0.50. Tuy nhiên, các chỉ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp khái niệm này đều đạt yêu cầu. Do vậy, thang đo các khái niệm đều có độ tin cậy đạt yêu cầu.

4.2. Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính (Structural Equation Model – SEM)

Kết quả SEM cho thấy, mô hình có $df = 1052$ bậc tự do, Chi-square=1804.129 ($p=0.000$), CMIN/df = 1.715 < 2. Các chỉ số CFI = .923, TLI = .918 đều lớn hơn 0.9 và RMSEA = 0.047 < 0.05 chứng tỏ mô hình lý thuyết thích hợp với dữ liệu nghiên cứu. Kết quả ước lượng cho thấy các mối quan hệ đều có sự tác động cùng chiều và trực tiếp lên kết quả hoạt động kinh doanh.

Kết quả ước lượng chuẩn hoá trên Hình 3 và Bảng 4 cho thấy năng lực quản trị rủi ro là nhân tố

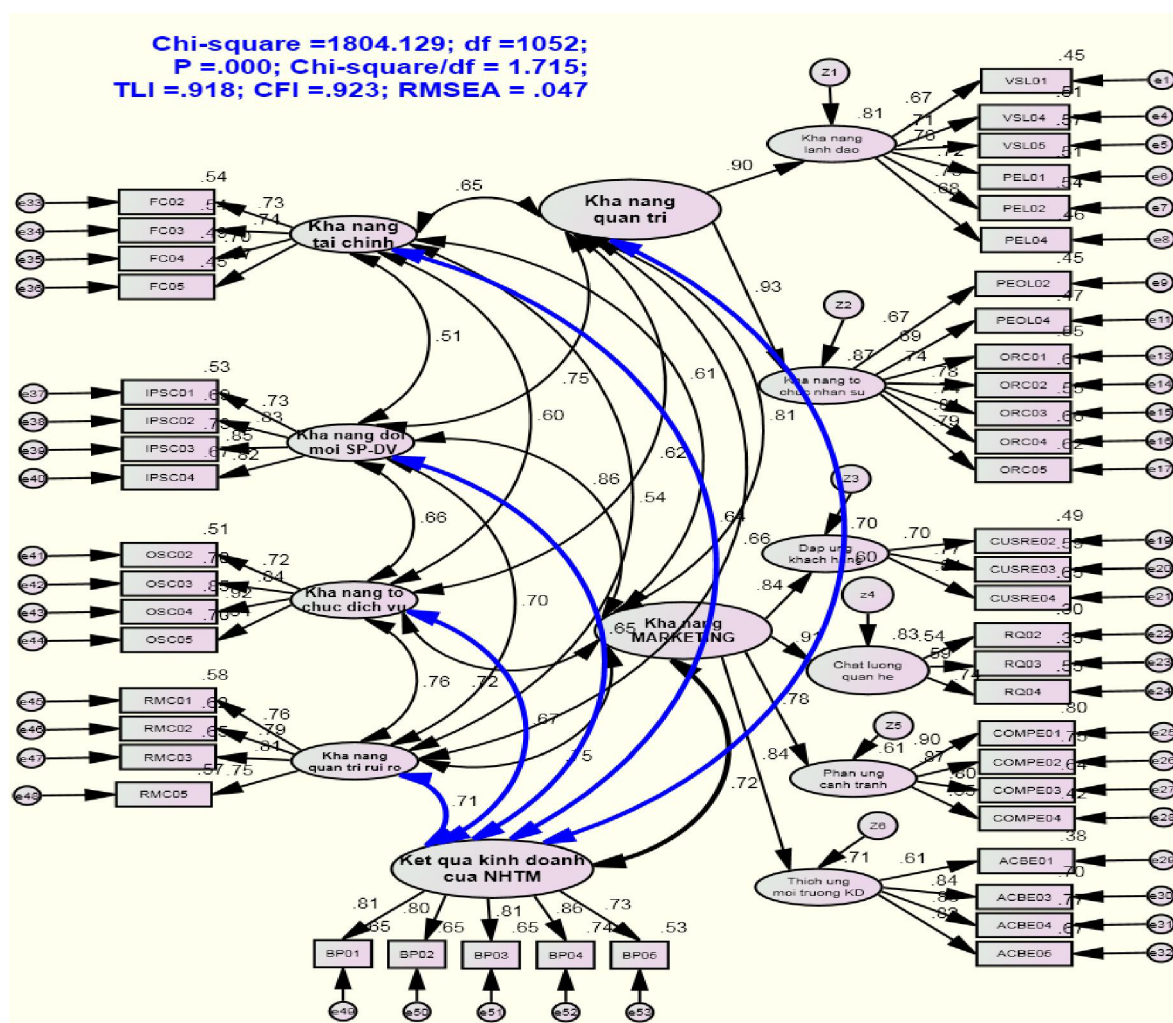
Bảng 3: Hệ số tin cậy tổng hợp các nhân tố trong mô hình tối hạn

Thang đo	Số biến	α	ρ_c	ρ_{vc}	Trung bình λ
Khả năng quản trị					
<i>Khả năng lãnh đạo</i>	6	0.858	0.860	0.507	0.711
<i>Khả năng tổ chức nhân sự</i>	7	0.897	0.898	0.559	0.746
Khả năng marketing					
<i>Đáp ứng khách hàng</i>	3	0.798	0.802	0.575	0.757
<i>Phản ứng cạnh tranh</i>	4	0.876	0.881	0.652	0.802
<i>Chất lượng quan hệ</i>	3	0.732	0.661	0.398	0.625
<i>Thích ứng môi trường KD</i>	4	0.863	0.870	0.631	0.788
Khả năng tài chính	4	0.800	0.803	0.505	0.710
Khả năng đổi mới SP-DV	4	0.880	0.883	0.654	0.807
Khả năng tổ chức phục vụ	4	0.894	0.899	0.692	0.829
Khả năng quản trị rủi ro	4	0.857	0.859	0.605	0.777
Kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại	5	0.898	0.901	0.645	0.802

Ghi chú: α - Cronbach's Alpha; ρ_c - Độ tin cậy tổng hợp; ρ_{vc} - Tổng phương sai trích

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra

Hình 2: Kết quả CFA (chuẩn hoá) mô hình đo lường tối hạn



Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra

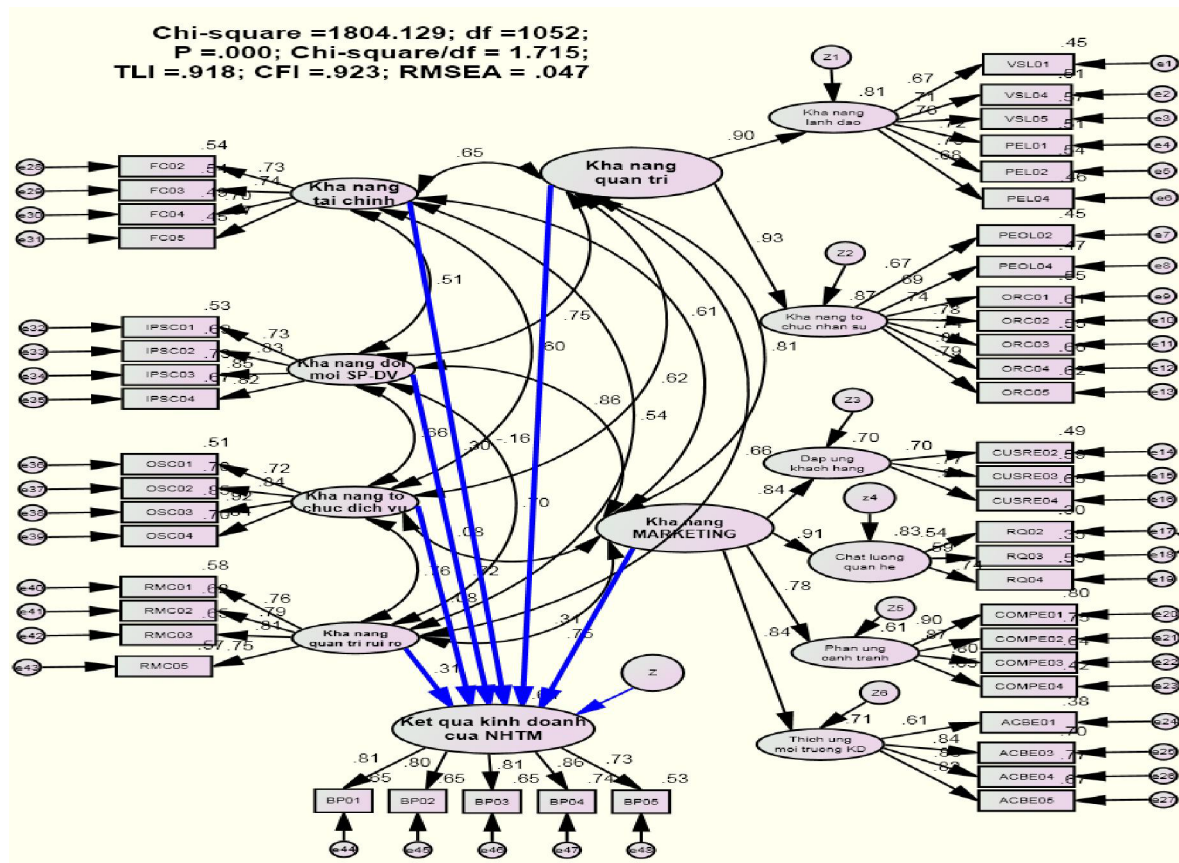
tác động mạnh nhất đến kết quả kinh doanh ($\beta=0.310$), tiếp đến là năng lực marketing ($\beta=0.307$), thứ 3 là năng lực tài chính ($\beta=0.304$). Năng lực quản trị, năng lực đổi mới sản phẩm - dịch vụ và năng lực tổ chức phục vụ có tác động cùng chiều lên kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại cổ phần, tuy nhiên sự tác động của nó không mạnh bằng các yếu tố rủi ro, tài chính và marketing. Riêng năng lực đổi mới sản phẩm dịch vụ có tác động thấp nhất ($\beta=0.078$) và có mức ý nghĩa thống kê ở mức 90%. Như vậy, các khái niệm trong mô hình lý thuyết đạt giá trị liên hệ lý thuyết và các giả thuyết H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 , H_6 đều được chấp nhận trong mô hình nghiên cứu lý thuyết.

5. Kết luận

Kết quả SEM cho thấy mô hình nhân tố năng lực cạnh tranh và kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại cổ phần như sau: Cả 6 nhân tố có ý nghĩa bao hàm trong năng lực cạnh tranh đều có sự

ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại. Kết quả này đã xác định được thứ tự ưu tiên của các thành phần trong mô hình nghiên cứu. Cụ thể, năng lực quản trị rủi ro là nhân tố tác động mạnh nhất đến kết quả kinh doanh ($\beta=0.310$), điều này cũng cho thấy thực tế khả năng quản trị rủi ro của các ngân hàng đang được quan tâm, nhất là vấn đề quản trị rủi ro tín dụng và nợ xấu yếu kém đã kéo theo lợi nhuận và năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại cổ phần giảm sút trong giai đoạn 2010 - 2013, tiếp đến là năng lực marketing ($\beta=0.307$), thứ 3 là năng lực tài chính ($\beta=0.304$), năng lực quản trị ($\beta=0.164$), năng lực tổ chức phục vụ ($\beta=0.081$). Riêng năng lực đổi mới sản phẩm - dịch vụ có sự ảnh hưởng nhỏ nhất ($\beta=0.078$), điều này cũng chứng minh thực tế tại Việt Nam lợi nhuận của ngân hàng tập trung 75% – 80% nguồn thu từ lãi vay (MBS, 5/2015), nghĩa là vẫn tập trung vào các sản phẩm cốt lõi, chưa nhấn mạnh đến các sản phẩm giá trị gia tăng và hiện đại. Kết quả nghiên cứu đã

Hình 3: Kết quả SEM (chuẩn hoá) mô hình lý thuyết



Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra

trả lời được vấn đề mà các nghiên cứu trước đây chưa giải quyết là: các nhân tố nào cấu thành năng lực cạnh tranh và xây dựng thang đo đo lường thông qua khảo sát ý kiến các nhà quản trị ngân hàng. Từ đó, lượng hóa sự ảnh hưởng của từng yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh đến kết quả kinh doanh của ngân hàng thương mại. Đây là nghiên cứu thực nghiệm tiên phong xem xét mức độ ảnh hưởng của các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh một cách

hệ thống, đặc biệt là tiếp cận dựa vào nguồn lực và năng lực của ngân hàng thương mại. Kết quả nghiên cứu cũng giúp các nhà quản trị cần đặc biệt chú trọng đến khả năng quản trị rủi ro, khả năng tài chính và khả năng marketing trong quá trình ra quyết định điều hành để có thể phát hiện, duy trì và phát triển năng lực cạnh tranh và kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại. □

Tài liệu tham khảo

- AIM [Australian Institute of Management] (2013), *Australian Management Capability Index 2013*, Australian Institute of Management.
- Anabel. F. M, Alegre-Vidal. J, Chiva-Go'mez. R, & Gutierrez-Gracia. A (2013), 'Design management capability and product innovation in SMEs', *Management Decision*, 51(3), 547-565.
- Avolio, B.J. & Bass. B.M. (1995), 'Individual consideration viewed at multiple levels of analysis: a multi-level framework for examining the diffusion of transformational leadership', *The Leadership Quarterly*, 6, 199-218.
- Baral, K. J. (2005), 'Health Check-up of Commercial Banks in the Framework of CAMEL: A Case Study of Joint Venture Banks in Nepal', *The Journal of Nepalese Business Studies*, 2(1), 41-55.
- Barney, J. (1991), 'Firm Resources and Sustained Competitive Advantage', *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bolden, R. (2011), 'Distributed Leadership in Organizations: A Review of Theory and Research', *International Journal of Management Reviews*, 13, 251-269.
- Consuegra. M.D, Molina. A & Esteban. A. (2008), 'Market driving in retail banking', *International Journal of Bank Marketing*, 26(4), 260-274.

- Damanpour, F. (1991), 'Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderator', *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590
- Day, G. S. (1994), 'The capabilities of market-driven organizations', *Journal of Marketing*, 58, 37-52.
- Deshpandé, R., & Farley, J.U. (2004), 'Organizational culture, market orientation, innovativeness, and firm performance: an international research odyssey', *International Journal of Research in Marketing*, 21, 2-32.
- FDIC [Federal Deposit Insurance corporation] (2014), *Failed Bank List*, <http://www.fdic.gov/bank/individual/failed/banklist.html>.
- Freiling, J., Gersh. M, Goeke. C, & Sanchez. R. (2008), 'Fundamental issues in a competence-based theory of the firm', *Research in Competence- Based Management*, 4, 79-106.
- Galunic, C. D., & Rodan.S. (1998), 'Resource recombination in the firm: Knowledge structures and the potential for Schumpeterian Innovation', *Strategic Management Journal*, 19, 1193-1201.
- Grant, R. M. (1996), 'Toward a Knowledge-based Theory of the Firm', *Strategic Management Journal*, 17, 109-122.
- Hiller, N.J., Day, D.V. & Vance, R.J. (2006), 'Collective enactment of leadership roles and team effectiveness: a field study', *The Leadership Quarterly*, 17, 387-397.
- Hoàng Thị Thanh Hằng. (2013), '*Năng lực cạnh tranh của các công ty cho thuê tài chính TP.HCM*', Luận án tiến sỹ, Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM.
- Homburg, C., Grozdanovic, M., & Klarmann, M. (2007), 'Responsiveness to customers and competitors: the role of affective and cognitive organizational systems', *Journal of Marketing*, 71, 18-38.
- Jackson. S.E, Hitt. M. A & DeNisi. A.S. (2003), 'Managing knowledge for sustained competitive advantage: designing strategies for effective human resource management', In N. Schmitt (Ed.), *The Organizational Frontiers* (1 ed., pp. 452), San Francisco: Jossey-Bass.
- Kaplan. R.S, & Norton.D.P. (1992), 'The Balanced Scorecard - Measures that Drive Performance', *Havard Business Review*, Issue January – February, 71-79.
- Kivipold. K, & Vadi. M. (2013), 'Market orientation in the context of the impact of leadership capability on performance', *International Journal of Bank Marketing*, 31(5), 368-387.
- Kivipold. K, & Vadi.M. (2010), 'A measurement tool for the evaluation of organizational leadership capability', *Baltic Journal of Management*, 5(1), 118-136.
- Kouser. R, A. M., Mehvish. H, & Azeem. M. (2011), 'CAMEL analysis for Islamic and Conventional banks: Comparative study from Pakistan', *Economics and Finance Review*, 1(10), 55-64.
- KPMG. (2009), *Never again? Risk management in banking beyond the credit crisis*.
- Ladhari, R., Ladhari. I, & Morales.M. (2011), 'Bank service quality: comparing Canadian and Tunisian customer perceptions', *International Journal of Bank Marketing*, 29(3), 224-246.
- Laihonen. H, Jääskeläinen. A & Pekkola. S. (2014), 'Measuring Performance of a Service System – from organizations to customer-perceived performance', *Measuring Business Excellence Research paper*, 18(3), 1-19.
- Lamarque, E. (2005), 'Identifying key activities in banking firms: A competence-Based analysis', *Advances in Applied Business Strategy*, 7, 29-47.
- Lê Đình Hạc (2005), '*Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế*', Luận án tiến sỹ kinh tế, Đại học kinh tế TP.HCM.
- MBS [Military Bank Security] (5/2015), '*Báo cáo triển vọng ngành ngân hàng 2015*', ngày 8/6/2015
- Morrill, R. L. (2007), *Strategic Leadership: Integrating Strategy & Leadership in Colleges and Universities*, Greenwood Publishing Group. Westport. CT.
- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang. (2008), '*Nghiên cứu năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp trên địa bàn TP.Hồ Chí Minh*', Đề tài B2007-09046-TĐ, Đại học kinh tế TP.HCM.
- Nguyễn Thị Quy (2008), '*Năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại trong xu thế hội nhập*', NXB Lý luận chính trị.
- Nguyễn Thu Hiền. (2012), '*Nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại nhà nước Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*', Luận án tiến sỹ, Học viện Ngân hàng.
- Nguyễn Văn Thụy (2014), '*Tác động của năng lực quản trị đến kết quả hoạt động kinh doanh: Nghiên cứu thực*

- nghiệm các ngân hàng thương mại cổ phần tại TP.HCM', *Tạp chí Công nghệ ngân hàng*, 102, 44-51.
- Nguyễn Văn Thụy, Đặng Ngọc Đại, & Nguyễn Thị Kim Phụng (2015), 'Tác động của năng lực marketing đến kết quả hoạt động kinh doanh: Nghiên cứu trường hợp các ngân hàng thương mại cổ phần tại TP. Hồ Chí Minh', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 212(II), 116-124.
- O'Connor, P.M.G. & Quinn. L. (2004), 'Organizational capacity for leadership', In McCauley, C.D & Van Velsor, E (Ed.), *The Center for Creative Leadership Handbook of Leadership Development* (2 ed., pp. 417-437), Jossey-Bass, San Francisco: CA.
- Parasuraman. A, Zeithaml. V.A, & Berry. L.L. (1988), 'SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perception of service quality', *Journal of Retailing*, 64(1), 12-37.
- Phan Thị Hằng Nga (2013), 'Năng lực tài chính của các ngân hàng thương mại Việt Nam', Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Ngân Hàng TP.HCM.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance* (New introduction ed.). New York: The Free Press.
- Sanchez, R. (2004), 'Understanding competence-based management: Identifying and managing five modes of competence', *Journal of Business Research*, 57, 518-532.
- Sanchez, R. (2008), 'A scientific critique of the resource-based view (RBV) in strategy theory, with competence-based remedies for the RBV's conceptual deficiencies and logic problems', *Research in Competence-Based Management*, 4, 3-78.
- Sanchez. R, & Heene. A. (1996), 'A Systems View of the Firm in Competence-based Competition', In Sanchez. R, Heene. A & Thomas. H (Ed.), *Dynamics of Competence-based Competition* (pp. 39-62), Oxford: Pergamon.
- Srivastava. R. K, Fahey. L, & Christensen. H. K. (2001), 'The resource-based view and marketing: The role of market-based assets in gaining competitive advantage', *Journal of Management*, 27, 777-802.
- Sydanmaanlakka, P. (2003), 'Intelligent leadership and leadership competencies. Developing a leadership framework for intelligent organizations', PhD thesis, Helsinki University of Technology, Helsinki.
- Tahir, I. M., & Bakar, N.M. A. (2007), 'Service quality GAP and customers' satisfactions of commercial banks in Malaysia', *International Review of Business Research Papers*, 3(4), 327-336.
- Teece, D. J., Pisano. G, & Shuen. A. (1997), 'Dynamic Capabilities and Strategic Management', *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Tomas, G., Hult. M, Robert. F, Hurley. B, & Knight. A. G. (2004), 'Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance', *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438.
- Trần Huy Hoàng (2008), 'Nâng cao năng lực quản trị rủi ro của các ngân hàng thương mại để phát triển bền vững', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 212,
- Trịnh Quốc Trung (2004), 'Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh và hội nhập của các ngân hàng thương mại Việt Nam đến năm 2010', Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học kinh tế TP.HCM.
- Vorhies, W. D., & Harker. M. (2000), 'The capabilities and performance advantages of market-driven firm: An empirical investigation', *Australian Journal of management*, 25(2), 145-172.
- Waal, A., & Coevert. V. (2007), 'The effect of performance management on the organizational results of a bank', *International Journal of Productivity and Performance Management*, 56(5/6), 397-416.

Thông tin tác giả:

***Nguyễn Văn Thụy**, Tiến sĩ

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Quản trị Kinh doanh – Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh

- Lĩnh vực nghiên cứu: Năng lực cạnh tranh, Năng lực quản trị, Chất lượng dịch vụ, Quản trị nguồn nhân lực

- Một số tạp chí tác giả đã đăng tải công trình nghiên cứu: *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, *Tạp chí Công nghệ Ngân hàng*.

- Địa chỉ Email: thuybanker@yahoo.com