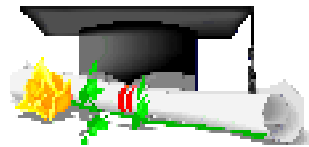




**ĐẠI HỌC
HOA SEN**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA SEN
KHOA KINH TẾ THƯƠNG MẠI**

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP



PHÂN TÍCH LỢI THẾ CẠNH TRANH CTCP CHỨNG KHOÁN RỒNG VIỆT

Sinh viên thực hiện: **Trần Tiến Dũng**

Ngành: **Tài chính – Ngân hàng**

Mssv: **091822**

Giảng viên hướng dẫn: **Th.sỹ Trần Linh Đăng**

Cơ quan thực tập: **CTCP Chứng khoán Rồng Việt**

Hướng dẫn thực tập: **ông Lê Vương Hùng**

Tp. HCM, tháng 12 năm 2012

TRÍCH YẾU

Trong bối cảnh thị trường tài chính toàn cầu bị khủng hoảng nghiêm trọng mà xuất phát từ thị trường tài chính Mỹ, thị trường chứng khoán Việt Nam cũng bị ảnh hưởng theo: giao dịch suy giảm về cả khối lượng và giá trị làm cho niềm tin của nhà đầu tư vào thị trường ngày càng giảm sút. Điều đó làm ảnh hưởng không nhỏ tới doanh thu, lợi nhuận và thị phần của các Công ty Chứng khoán Việt Nam, trong đó không thể thiếu Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.

Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt phải có đối sách như thế nào để tháo gỡ, hạn chế những tác động trên và nâng cao thị phần? Do vậy nên đề tài: ***“Phân tích lợi thế cạnh tranh của Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt, theo mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter và giải pháp gia tăng thị phần”*** được lựa chọn để nghiên cứu những lợi thế có thể cạnh tranh của Rồng Việt cũng như những mặt hạn chế. Từ đó xây dựng một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, gia tăng thị phần cho công ty.

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến anh Lê Vương Hùng – Phó Giám đốc Khối Kinh doanh Môi giới CTCP Chứng khoán Rồng Việt và thầy Trần Linh Đăng – Th.sỹ Quản trị Kinh doanh trường Đại học Hoa Sen vì đã giúp đỡ và giới thiệu cho tôi được thực tập tại Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt. Không những thế, trong suốt quá trình thực hiện báo cáo và thực tập, mặc dù rất bận rộn trong công việc nhưng Anh và Thầy vẫn dành rất nhiều thời gian và tâm huyết trong việc hướng dẫn tôi, giúp tôi tích lũy được nhiều kiến thức và kinh nghiệm để có thể áp dụng vào thực tế nghề nghiệp sau này cũng như là sẵn sàng cho những dự án, báo cáo, nghiên cứu sau.

Tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc nhất tới toàn thể Ban lãnh đạo, các anh chị nhân viên và đặc biệt là các anh chị làm việc trong Phòng Môi giới Khách hàng trong nước số 2 của Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt vì đã tạo mọi điều kiện thuận lợi để giúp đỡ tôi hoàn thành kỳ thực tập tốt nghiệp này.

Tôi xin chân thành cảm ơn sự tận tình dạy dỗ của toàn thể các quý thầy cô Khoa Kinh tế thương mại, cũng như các thầy cô trong trường đã giúp đỡ và xây dựng cho tôi những kiến thức nền tảng và những kiến thức chuyên môn để tôi có thể hoàn thành báo cáo này cũng như chuẩn bị cho những hành trang công việc sau này.

Cuối cùng, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc tới gia đình và bạn bè, những người đã luôn kề vai, sát cánh và động viên tôi trong những giai đoạn khó khăn nhất của cuộc đời.

Xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

<i>NHẬN XÉT CỦA CƠ QUAN THỰC TẬP</i>	<i>i</i>
<i>NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN</i>	<i>ii</i>
<i>NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI CHĂM BẢO CÁO</i>	<i>iii</i>
<i>TRÍCH YẾU</i>	<i>iv</i>
<i>LỜI CẢM ƠN</i>	<i>v</i>
<i>MỤC LỤC</i>	<i>vi</i>
<i>DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH</i>	<i>viii</i>
<i>DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT</i>	<i>ix</i>
<i>NHẬP ĐỀ</i>	<i>1</i>
1. CƠ SỞ LÝ LUẬN	2
1.1. Lý luận chung về Thị trường Chứng khoán	2
1.1.1. <i>Khái niệm</i>	2
1.1.2. <i>Chức năng của TTCK</i>	2
1.1.3. <i>Cấu trúc và phân loại cơ bản của TTCK</i>	3
1.1.4. <i>Các nguyên tắc hoạt động trên TTCK</i>	4
1.1.5. <i>Các thành phần tham gia thị trường</i>	5
1.2. Sơ lược về Lợi thế cạnh tranh và Lý thuyết Michael Porter về các yếu tố ảnh hưởng cạnh tranh 6	
1.2.1. <i>Khái niệm cạnh tranh</i>	6
1.2.2. <i>Lợi thế cạnh tranh</i>	6
1.2.3. <i>Vai trò của cạnh tranh</i>	7
1.2.4. <i>Lý thuyết của Michael Porter về các yếu tố ảnh hưởng cạnh tranh</i>	8
a. <i>Đối thủ hiện tại</i>	8
b. <i>Sức ép từ khách hàng</i>	8
c. <i>Áp lực từ các nhà cung ứng</i>	9
d. <i>Áp lực cạnh tranh từ các đối thủ tiềm ẩn</i>	9
e. <i>Áp lực từ các sản phẩm thay thế</i>	10
2. TỔNG QUAN VỀ CTCP CHỨNG KHOÁN RỒNG VIỆT	11
2.1. Giới thiệu chung	11
2.2. Quá trình hình thành và phát triển	11
2.3. Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi và chiến lược phát triển của Rồng Việt	13
2.4. Cơ cấu tổ chức	15

2.5.	Quá trình tăng vốn điều lệ của Rồng Việt	16
2.6.	Mạng lưới hoạt động	16
2.7.	Đối tác chiến lược	17
2.8.	Sản phẩm – Dịch vụ	19
3.	PHÂN TÍCH LỢI THẾ CẠNH TRANH CTCP CHỨNG KHOÁN RỒNG VIỆT	21
3.1.	Tình hình kết quả kinh doanh.....	21
3.1.1.	Một số chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh.....	21
3.1.2.	Thị phần môi giới	22
3.1.3.	Các nhân tố ảnh hưởng tới kết quả kinh doanh của VDS.....	23
3.2.	Lực lượng ảnh hưởng tới khả năng cạnh tranh của Rồng Việt.....	24
3.2.1.	Các đối thủ hiện tại	24
3.2.2.	Áp lực từ khách hàng.....	27
3.2.3.	Áp lực từ các nhà cung ứng.....	30
3.2.4.	Áp lực từ các đối thủ tiềm ẩn.....	31
3.2.5.	Áp lực từ các sản phẩm thay thế.....	33
3.3.	Phân tích SWOT CTCP Chứng Khoán Rồng Việt	34
3.4.	Lựa chọn chiến lược.....	35
4.	GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ	37
4.1.	Về phía CTCP Chứng khoán Rồng Việt.....	37
4.1.1.	Chú trọng nâng cao chất lượng nhân lực của mỗi bộ phận	37
4.1.2.	Ứng dụng công nghệ mới đón đầu thị trường	38
4.2.	Về phía Nhà Nước.....	38
4.2.1.	Hoàn chỉnh hệ thống luật pháp liên quan chứng khoán và TTCK	38
4.2.2.	Khơi thông các kênh thông tin cho nhà đầu tư.....	39
4.2.3.	Đưa ra tiêu chuẩn về công nghệ cho chủ thể tham gia thị trường	40
4.2.4.	Nâng cao vai trò của ủy ban giám sát thị trường	41
4.3.	Lựa chọn giải pháp	41
4.4.	Kiến nghị	41
	KẾT LUẬN.....	x
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	xi
	THÔNG TIN LIÊN HỆ SINH VIÊN.....	xii

DANH MỤC BẢNG BIỂU, HÌNH ẢNH

Hình 1 – Các yếu tố ảnh hưởng cạnh tranh theo Michael Porter

Hình 2 – Sơ đồ Cơ cấu tổ chức của VDS

Hình 3 – Sơ đồ mạng lưới hoạt động của VDS

Bảng 1 - Cơ cấu lao động của VDS

Bảng 1 – Các mốc thời gian tăng vốn điều lệ của VDS

Bảng 2 – Kết quả kinh doanh và thặng dư vốn cổ phần giai đoạn 2006 – 2008 của một số Công ty Chứng khoán

Bảng 3 – Danh sách một số CTCK thành lập sau VDS tương đương mức Vốn điều lệ

Bảng 4 – Thị phần môi giới NĐT Nước ngoài của 10 CTCK hàng đầu HOSE 2008

Bảng 5 – Thị phần môi giới năm 2010 của 10 CTCK hàng đầu HOSE

Bảng 6 – Đánh giá mức độ ảnh hưởng tới VDS của từng áp lực

Bảng 7 – Bảng đánh giá tổng quan một số Công ty Chứng khoán

Biểu đồ 1 – Cơ cấu doanh thu của VDS

Biểu đồ 2 – Thị phần môi giới của VDS giai đoạn 2008 – 2009

Biểu đồ 3 – Thị phần môi giới quý II năm 2012 của 10 CTCK hàng đầu HOSE

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

VDS	: Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt
TTCK	: Thị trường Chứng khoán
NĐT	: Nhà đầu tư
CTCK	: Công ty Chứng khoán
HOSE	: Sở Giao dịch Chứng khoán Hồ Chí Minh
HNX	: Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội
SSI	: Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn
HSC	: Công ty Cổ phần Chứng khoán Hồ Chí Minh
BVSC	: Công ty Cổ phần Chứng khoán Bảo Việt
FPTS	: Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT
SGDCK	: Sở Giao dịch Chứng khoán
OTC	: Over the Counter (sàn Giao dịch Chứng khoán Phi tập trung)
UBCKNN	: Ủy ban Chứng khoán Nhà nước
BTC	: Bộ Tài chính
CP	: Chính phủ
TMCP	: Thương mại Cổ phần

NHẬP ĐỀ

Tiếp tục chịu sự bao trùm của bóng mây u ám, năm 2012 được xem là năm nền kinh tế thế giới gặp nhiều khó khăn. Cuộc khủng hoảng nợ công ở châu Âu tiếp tục bị sa lầy, kinh tế Mỹ đang phải vật lộn với khó khăn, các ngôi sao đang phát triển về kinh tế như Trung Quốc, Brazil và Ấn Độ... đều không còn giữ được phong độ tăng trưởng GDP như những năm trước. Kinh tế Việt Nam phát triển chậm lại, làm suy giảm lợi nhuận của các CTCK. Với bối cảnh như vậy, tôi chọn đề tài này để có thể phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới VDS từ đó tìm ra các giải pháp để nâng cao sức cạnh tranh, gia tăng thị phần cho VDS. Đối tượng nghiên cứu được giới hạn trong VDS.

Trong đợt thực tập này, tôi đã xác định cho mình các mục tiêu sau:

- Mục tiêu 1: Hòa nhập, thích nghi với môi trường làm việc tại Công ty Chứng khoán, xây dựng các mối quan hệ tốt đẹp với các nhân viên trong công ty;
- Mục tiêu 2: Thực hành những kiến thức đã học ở trường học vào thực tế;
- Mục tiêu 3: Tích cực học hỏi kinh nghiệm từ người hướng dẫn thực tập và các anh chị môi giới trong Công ty.

Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp phân tích định tính, nghiên cứu khám phá kết hợp phân tích SWOT;
- Quá trình thu thập dữ liệu: sử dụng những dữ liệu thống kê quá khứ kết hợp lấy ý kiến từ các chuyên gia, những người làm việc trong ngành;
- Phân tích số liệu: sử dụng thống kê mô tả bằng phần mềm excel để phân tích, so sánh.

Báo cáo này gồm bốn phần:

- Phần 1: Cơ sở lý luận
- Phần 2: Tổng quan về Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt
- Phần 3: Phân tích lợi thế cạnh tranh của CTCK Chứng khoán Rồng Việt
- Phần 4: Giải pháp và Kiến nghị.

1. CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1. Lý luận chung về Thị trường Chứng khoán

1.1.1. Khái niệm

Thị trường chứng khoán là nơi mua bán, chuyển nhượng, trao đổi chứng khoán nhằm mục đích kiếm lời của các NĐT cá nhân, tổ chức và giao dịch đó có thể thực hiện trên TTCK tập trung hoặc phi tập trung. Tính tập trung ở đây được tổ chức tập trung theo một địa điểm vật chất. Hình thái điển hình của TTCK tập trung là Sở Giao Dịch chứng khoán (stock exchange). Tại SGDCK, các giao dịch được tập trung tại một địa điểm, các lệnh được chuyển tới sàn giao dịch và tham gia vào quá trình ghép lệnh để hình thành nên giá giao dịch.

TTCK phi tập trung còn gọi là thị trường OTC (over the counter). Trên thị trường OTC, các giao dịch được tiến hành qua mạng lưới các công ty chứng khoán phân tán trên khắp quốc gia và được nối với nhau bằng mạng điện tử. Giá trên thị trường này được hình thành theo phương thức thoả thuận.

1.1.2. Chức năng của TTCK

➤ *Huy động vốn đầu tư cho nền kinh tế:*

Khi các nhà đầu tư mua chứng khoán do các công ty phát hành, số tiền nhàn rỗi của họ được đưa vào hoạt động sản xuất kinh doanh và qua đó góp phần mở rộng sản xuất xã hội. Thông qua TTCK, Chính phủ và chính quyền ở các địa phương cũng huy động được các nguồn vốn cho mục đích sử dụng và đầu tư phát triển hạ tầng kinh tế, phục vụ các nhu cầu chung của xã hội.

➤ *Cung cấp môi trường đầu tư cho công chúng:*

TTCK cung cấp cho công chúng một thị trường đầu tư lành mạnh với các cơ hội lựa chọn phong phú. Các loại chứng khoán trên thị trường rất khác nhau về tính chất, thời hạn và độ rủi ro, cho phép các nhà đầu tư có thể lựa chọn loại hàng hoá phù hợp với khả năng, mục tiêu và sở thích của mình.

➤ *Tạo tính thanh khoản cho các chứng khoán:*

Nhờ có TTCK mà các nhà đầu tư có thể chuyển đổi các chứng khoán họ sở hữu thành tiền mặt hoặc các loại chứng khoán khác khi họ muốn. Khả năng thanh khoản là một trong những đặc tính hấp dẫn của chứng khoán đối với nhà đầu tư. Đây là yếu tố cho thấy tính linh hoạt, an toàn của vốn đầu tư. TTCK hoạt động càng năng động và có hiệu quả thì tính thanh khoản của các chứng khoán giao dịch trên thị trường càng cao.

➤ ***Đánh giá hoạt động của doanh nghiệp:***

Thông qua chứng khoán, hoạt động của doanh nghiệp được phản ánh một cách tổng hợp và chính xác, giúp cho việc đánh giá và so sánh hoạt động của doanh nghiệp được nhanh chóng và thuận tiện, từ đó cũng tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, kích thích áp dụng công nghệ mới, cải tiến sản phẩm.

➤ ***Tạo môi trường giúp Chính phủ thực hiện các chính sách kinh tế vĩ mô:***

Các chỉ báo của TTCK phản ánh động thái của nền kinh tế một cách nhạy bén và chính xác. Giá chứng khoán tăng lên cho thấy đầu tư đang mở rộng, nền kinh tế tăng trưởng. Ngược lại, giá chứng khoán giảm sẽ cho thấy dấu hiệu tiêu cực của nền kinh tế. Vì thế, TTCK được gọi là phong vũ biểu của nền kinh tế và là một công cụ quan trọng giúp Chính phủ thực hiện các chính sách kinh tế vĩ mô. Thông qua TTCK, Chính phủ có thể mua và bán trái phiếu Chính phủ để tạo ra nguồn thu bù đắp thâm hụt ngân sách và quản lý lạm phát. Ngoài ra, Chính phủ cũng có thể sử dụng một số chính sách, biện pháp tác động vào TTCK nhằm định hướng đầu tư đảm bảo cho sự phát triển cân đối của nền kinh tế.

1.1.3. Cấu trúc và phân loại cơ bản của TTCK

Xét về sự lưu thông của chứng khoán trên thị trường, TTCK có 2 loại:

➤ ***Thị trường chứng khoán sơ cấp***

TTCK sơ cấp là nơi diễn ra quá trình mua bán lần đầu các chứng khoán mới phát hành. Thị trường sơ cấp còn được gọi là thị trường cấp một hay thị trường phát hành.

Chức năng của thị trường sơ cấp:

Thị trường sơ cấp thực hiện chức năng quan trọng nhất của TTCK, đó là huy động vốn cho đầu tư. Thị trường sơ cấp vừa có khả năng thu gom mọi nguồn vốn tiết kiệm lớn nhỏ của từng hộ dân cư, vừa có khả năng thu hút nguồn vốn to lớn từ nước ngoài; các nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi của doanh nghiệp, các tổ chức tài chính, Chính phủ tạo thành một nguồn vốn khổng lồ tài trợ cho nền kinh tế, mà các phương thức khác không làm được.

Như vậy, thị trường sơ cấp tạo ra môi trường cho các doanh nghiệp gọi vốn để mở rộng sản xuất kinh doanh, giúp Nhà nước giải quyết vấn đề thiếu hụt ngân sách thông qua việc phát hành trái phiếu, có thêm vốn để xây dựng cơ sở hạ tầng. Nó cũng trực tiếp cải thiện mức sống của người tiêu dùng bằng cách giúp họ chọn thời điểm cho việc mua sắm của mình tốt hơn.

➤ ***Thị trường chứng khoán thứ cấp***

Sau khi chứng khoán mới được phát hành trên thị trường sơ cấp, chúng sẽ được giao dịch trên thị trường thứ cấp. Khác với thị trường sơ cấp, tiền bán chứng khoán trên thị trường thứ cấp thuộc về các nhà đầu tư và nhà kinh doanh chứ không thuộc về các công ty phát hành chứng khoán.

Xét về phương thức tổ chức và giao dịch thì TTCK bao gồm 3 loại: SGDCK, OTC và thị trường thứ 3.

Căn cứ vào hàng hóa trên thị trường, gồm: Thị trường cổ phiếu, thị trường trái phiếu và thị trường các công cụ chứng khoán phái sinh.

1.1.4. Các nguyên tắc hoạt động trên TTCK

➤ ***Nguyên tắc cạnh tranh:***

Theo nguyên tắc này, giá cả trên TTCK phản ánh quan hệ cung cầu về chứng khoán và thể hiện tương quan cạnh tranh giữa các công ty. Trên thị trường sơ cấp, các nhà phát hành cạnh tranh nhau để bán chứng khoán của mình cho các nhà đầu tư, các nhà đầu tư được tự do lựa chọn các chứng khoán theo các mục tiêu của mình. Trên thị trường thứ

cấp, các nhà đầu tư cũng cạnh tranh tự do để tìm kiếm cho mình một lợi nhuận cao nhất, và đánh giá theo phương thức đầu giá.

➤ **Nguyên tắc đầu giá:**

Đầu giá có nghĩa là mỗi người tham gia thị trường đều phải tuân thủ những qui định chung, được bình đẳng trong việc chia sẻ thông tin và trong việc gánh chịu các hình thức xử phạt nếu vi phạm vào những qui định đó.

➤ **Nguyên tắc công khai:**

Chứng khoán là loại hàng hoá trừu tượng nên TTCK phải được xây dựng trên cơ sở hệ thống công bố thông tin tốt. Theo luật định, các tổ chức phát hành có nghĩa vụ phải cung cấp thông tin đầy đủ thông tin theo chế độ thường xuyên và đột xuất thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, SGDCK, các CTCK và các tổ chức có liên quan.

➤ **Nguyên tắc trung gian:**

Nguyên tắc này có nghĩa là các giao dịch chứng khoán được thực hiện thông qua tổ chức trung gian là các CTCK. Trên thị trường sơ cấp, các NĐT không mua trực tiếp của nhà phát hành mà mua từ các nhà bảo lãnh phát hành. trên thị trường thứ cấp, thông qua các nghiệp vụ môi giới, kinh doanh, các CTCK mua, bán chứng khoán giúp các khách hàng, hoặc kết nối các khách hàng với nhau qua việc thực hiện các giao dịch mua bán chứng khoán trên tài khoản của mình.

➤ **Nguyên tắc tập trung:**

Các giao dịch chứng khoán chỉ diễn ra trên sở giao dịch và trên thị trường OTC dưới sự kiểm tra giám sát của cơ quan quản lý nhà nước và các tổ chức tự quản.

1.1.5. Các thành phần tham gia thị trường

➤ **Nhà phát hành:**

Là các tổ chức thực hiện huy động vốn thông qua TTCK dưới hình thức phát hành các chứng khoán.

➤ **Nhà đầu tư:**

Là những người thực sự mua và bán chứng khoán trên TTCK.

➤ **Các công ty chứng khoán:**

Là những công ty hoạt động trong lĩnh vực chứng khoán, có thể đảm nhận một hoặc nhiều trong số các nghiệp vụ chính là môi giới, quản lý quỹ đầu tư, bảo lãnh phát hành, tư vấn đầu tư chứng khoán và tự doanh.

➤ **Các tổ chức có liên quan đến TTCK:**

Ủy ban chứng khoán Nhà nước, sở giao dịch chứng khoán, công ty dịch vụ máy tính chứng khoán, công ty đánh giá hệ số tín nhiệm...

1.2. Sơ lược về Lợi thế cạnh tranh và Lý thuyết Michael Porter về các yếu tố ảnh hưởng cạnh tranh

1.2.1. Khái niệm cạnh tranh

Cạnh tranh là sự ganh đua về kinh tế giữa những chủ thể trong nền sản xuất hàng hoá nhằm giành giật những điều kiện thuận lợi trong sản xuất, tiêu thụ hoặc tiêu dùng hàng hoá để từ đó thu được nhiều lợi ích nhất cho mình. Cạnh tranh có thể xảy ra giữa người sản xuất với người tiêu dùng (Người sản xuất muốn bán đắt, người tiêu dùng muốn mua rẻ). Giữa người tiêu dùng với nhau để mua được hàng rẻ hơn, tốt hơn. Giữa những người sản xuất để có những điều kiện tốt hơn trong sản xuất và tiêu thụ. Có nhiều biện pháp cạnh tranh: cạnh tranh giá cả (giảm giá...) hoặc phi giá cả (quảng cáo...).

Cạnh tranh là hiện tượng tự nhiên, là mâu thuẫn quan hệ giữa các cá thể có chung một môi trường sống đối với điều kiện nào đó mà các cá thể cùng quan tâm

1.2.2. Lợi thế cạnh tranh

Lợi thế cạnh tranh là việc sở hữu những “giá trị đặc thù” có thể sử dụng để nắm bắt cơ hội, để kinh doanh có lãi. Lợi thế cạnh tranh cũng được hiểu ngắn gọn là “lợi thế” mà doanh nghiệp đang có và có thể có so với các đối thủ cạnh tranh của họ.

Về cơ bản, lợi thế cạnh tranh phát sinh từ các giá trị mà doanh nghiệp có thể tạo ra cho người mua, giá trị này phải lớn hơn các chi phí của doanh nghiệp đã phải bỏ ra. Giá trị là mức mà người mua sẵn lòng thanh toán, và một giá trị cao hơn xuất hiện khi doanh nghiệp chào bán các tiện ích tương đương nhưng với mức giá thấp hơn các đối thủ cạnh

tranh, hoặc cung cấp các tiện ích độc đáo và người mua vẫn hài lòng với mức giá cao hơn bình thường. (Nguồn: Giáo sư Michael E Porter, *Lợi thế cạnh tranh*, NXB Trẻ 2008, dòng 26, trang 33).

Những giá trị đặc thù có thể là năng lực quản trị của doanh nghiệp, giá trị thương hiệu của doanh nghiệp, đội ngũ nhân viên có trình độ, ...

1.2.3. Vai trò của cạnh tranh

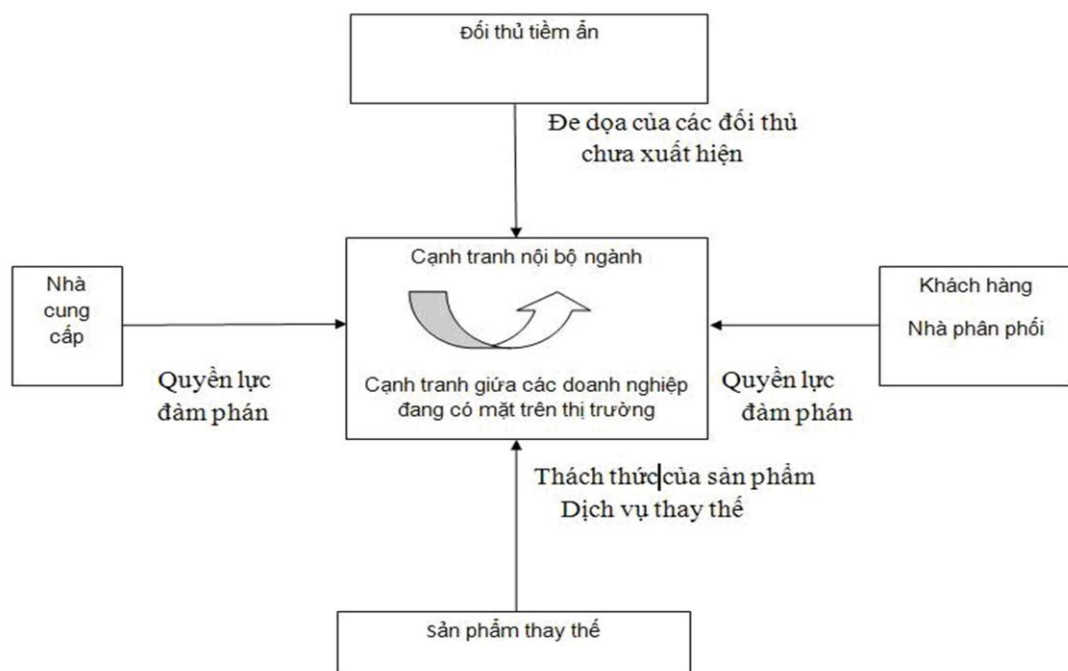
Cạnh tranh có vai trò quan trọng trong nền sản xuất hàng hóa nói riêng, và trong lĩnh vực kinh tế nói chung, là động lực thúc đẩy sản xuất phát triển, góp phần vào sự phát triển kinh tế. Cạnh tranh mang lại nhiều lợi ích, đặc biệt cho người tiêu dùng. Người sản xuất phải tìm mọi cách để làm ra sản phẩm có chất lượng hơn, đẹp hơn, có chi phí sản xuất rẻ hơn, có tỷ lệ tri thức khoa học, công nghệ trong đó cao hơn... để đáp ứng với thị hiếu của người tiêu dùng. Cạnh tranh, làm cho người sản xuất năng động hơn, nhạy bén hơn, nắm bắt tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng, thường xuyên cải tiến kỹ thuật, áp dụng những tiến bộ, các nghiên cứu thành công mới nhất vào trong sản xuất, hoàn thiện cách thức tổ chức trong sản xuất, trong quản lý sản xuất để nâng cao năng xuất, chất lượng và hiệu quả kinh tế.

Ngoài mặt tích cực, cạnh tranh cũng đem lại những hệ quả không mong muốn về mặt xã hội. Nó làm thay đổi cấu trúc xã hội trên phương diện sở hữu của cải, phân hóa mạnh mẽ giàu nghèo, có những tác động tiêu cực khi cạnh tranh không lành mạnh, dùng các thủ đoạn vi phạm pháp luật hay bất chấp pháp luật. Vì lý do trên cạnh tranh kinh tế bao giờ cũng phải được điều chỉnh bởi các định chế xã hội, sự can thiệp của nhà nước. Phạm vi bài viết này chỉ giới hạn trong xem xét lợi thế cạnh tranh, không đi vào phân tích mặt tích cực hay tiêu cực của cạnh tranh.

Với vai trò như vậy, đã có khá nhiều lý thuyết lý giải và phân tích về cạnh tranh nhưng bản thân tôi thấy rằng lý thuyết mô tả một cách đầy đủ và bao quát hơn cả là lý thuyết về 5 nguồn lực ảnh hưởng tới sức mạnh cạnh tranh của giáo sư Michael E Porter.

1.2.4. Lý thuyết của Michael Porter về các yếu tố ảnh hưởng cạnh tranh

Michael E.Porter mô tả các yếu tố sau đây ảnh hưởng tới cạnh tranh trong nội bộ ngành:



ữ vững
tạo ra

cường độ cạnh tranh trong ngành.

Cường độ cạnh tranh cao hay thấp phụ thuộc vào các yếu tố như số lượng các doanh nghiệp đang kinh doanh trong ngành (cấu trúc của ngành), tình trạng của ngành đó có tốc độ tăng trưởng cao hay thấp, rào cản gia nhập ngành.

b. Sức ép từ khách hàng

Theo M.Porter, khách hàng là một trong những áp lực cạnh tranh có thể ảnh hưởng tới toàn bộ hoạt động sản xuất kinh doanh của ngành.

Đối với doanh nghiệp, áp lực từ khách hàng tác động tới doanh nghiệp thông qua giá cả, chất lượng sản phẩm, dịch vụ đi kèm. Biểu hiện cụ thể khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp này mà không sử dụng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp khác. Khi phân tích áp lực cạnh tranh lên doanh nghiệp trong ngành đến từ khách hàng,

chúng ta ta thường xem xét những khía cạnh như tầm quan trọng của khách hàng đó (quy mô), chi phí chuyển đổi khách hàng, thông tin khách hàng.

c. Áp lực từ các nhà cung ứng

Nhà cung ứng ảnh hưởng tới ngành. Mức độ ảnh hưởng tới đâu tùy thuộc vào các yếu tố sau:

- *Số lượng và quy mô các nhà cung ứng*: số lượng các nhà cung ứng sẽ quyết định đến áp lực cạnh tranh, vị thế đàm phán của họ đối với ngành, doanh nghiệp.
- *Khả năng thay thế sản phẩm của các nhà cung ứng*: liên quan tới vấn đề này M.E. Porter đưa ra gợi ý xem xét nghiên cứu khả năng thay thế những nguyên liệu đầu vào do các nhà cung ứng cung cấp và chi phí chuyển đổi nhà cung ứng.

d. Áp lực cạnh tranh từ các đối thủ tiềm ẩn

Theo M.Porter, đối thủ tiềm ẩn là các doanh nghiệp hiện chưa có mặt trong ngành nhưng có thể ảnh hưởng tới ngành trong tương lai. Đối thủ tiềm ẩn nhiều hay ít, áp lực của họ tới ngành mạnh hay yếu sẽ phụ thuộc vào các yếu tố:

- *Sức hấp dẫn của ngành*: Yếu tố này được thể hiện qua các chỉ tiêu như tỉ suất sinh lợi, số lượng khách hàng, số lượng doanh nghiệp trong ngành.

Ví dụ sống động có thể dẫn chứng là Thị trường chứng khoán Việt Nam từ nửa cuối năm 2006 tới cuối năm 2007. Giai đoạn này đã chứng kiến sự gia nhập thị trường của trên 80 công ty chứng khoán. Trong khi 6 năm trước đó (2000~2006) mới chỉ có dưới 15 công ty chứng khoán ra đời và hoạt động (*Nguồn: UBCKNN*).

- *Những rào cản gia nhập ngành*: là những yếu tố làm cho việc gia nhập vào một ngành khó khăn và tốn kém hơn.
 - Kỹ thuật;
 - Vốn;
 - Các yếu tố thương mại: Hệ thống phân phối, thương hiệu, hệ thống khách hàng ...;
 - Các nguồn lực đặc thù: Nguyên vật liệu đầu vào (bị kiểm soát), bằng cấp, phát minh sáng chế, nguồn nhân lực, sự bảo hộ của chính phủ...

- Thông tin về nhà cung ứng: việc thông tin về các nhà cung ứng dễ dàng được tiếp cận sẽ hỗ trợ nhiều cho các doanh nghiệp trong ngành lựa chọn nhà cung cấp đầu vào cho doanh nghiệp.


e. Áp lực từ các sản phẩm thay thế

Sản phẩm và dịch vụ thay thế là những sản phẩm, dịch vụ có thể thỏa mãn nhu cầu tương đương với các sản phẩm dịch vụ trong ngành.

Ví dụ: trong thời gian thị trường chứng khoán Việt Nam đi xuống, kênh đầu tư hấp dẫn các nhà đầu tư là giao dịch vàng phi vật chất (giao dịch vàng qua sàn theo phương thức giao dịch ký quỹ).

2. TỔNG QUAN VỀ CTCP CHỨNG KHOÁN RỒNG VIỆT

2.1. Giới thiệu chung

- Tên công ty : CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN RỒNG VIỆT
- Tên tiếng Anh : VIET DRAGON SECURITIES CORPORATION
- Tên viết tắt : VDS
- Vốn điều lệ : 349.799.870.000 đồng (Ba trăm bốn mươi chín tỷ bảy trăm chín mươi chín triệu tám trăm bảy mươi ngàn đồng)
- Trụ sở chính : Tầng 1-2-3-4 tòa nhà Viet Dragon 141 Nguyễn Du, P. Bến Thành, Q.1, Tp.HCM
- Số điện thoại : 84.8 6299 2006 - Fax : 84.8 6291 7986
- Email : vdsc@vdsc.com.vn
- Website : www.vdsc.com.vn
- Logo : 
- Ngành nghề kinh doanh:
 - Môi giới chứng khoán;
 - Tư vấn đầu tư chứng khoán;
 - TỰ doanh chứng khoán;
 - Lưu ký, bảo lãnh phát hành chứng khoán.

2.2. Quá trình hình thành và phát triển

- Ngày 21/12/2006: Rồng Việt được UBCKNN cấp giấy phép hoạt động kinh doanh chứng khoán số 32/UBCK-GPĐKKD với số vốn điều lệ là 100 tỷ đồng.
- 12 – 2006: Thành lập với vốn điều lệ 100 tỷ đồng.
- 08 – 2007: VDS tăng vốn điều lệ lên 300 tỷ đồng từ việc phát hành thêm cổ phiếu với tổng mệnh giá phát hành là 200 tỷ đồng.
- 12 – 2007: Khai trương đại lý nhận lệnh tại Đà Nẵng, Cần Thơ và Nha Trang
- 02 – 2008: Thành lập chi nhánh tại Hà Nội

- 08 – 2008: Tăng vốn điều lệ từ 300 tỷ đồng lên 330 tỷ đồng bằng việc phát hành thêm cổ phiếu với tổng mệnh giá phát hành là 30 tỷ đồng cho cổ đông chiến lược là Ngân Hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam
- 09 – 2008: Thành lập đại lý nhận lệnh Sài Gòn
- 10 – 2008: Vinh dự nhận giải thưởng “Thương hiệu chứng khoán uy tín” và Danh hiệu “Công ty đại chúng tiêu biểu”, nhận giải thưởng Cúp vàng “CTCP hàng đầu Việt Nam” do Hiệp hội kinh doanh chứng khoán Việt Nam (VASB), trung tâm Thông tin tín dụng Ngân hàng Việt Nam (CIC) và Tạp chí Chứng khoán Việt Nam – UBCKNN phối hợp tổ chức
- 02 – 2009: Tham gia kết nối giao dịch trực tuyến với HOSE
- 03 – 2009: Giới thiệu Hệ thống giao dịch trực tuyến eDragon
- 06 – 2009: Trở thành 1 trong 10 công ty đầu tiên đăng ký giao dịch chứng khoán công ty đại chúng chưa niêm yết (UPCOM) tại SGDCK Hà Nội
- 10 – 2009: Vinh dự nhận giải thưởng “Thương hiệu chứng khoán uy tín” và Danh hiệu “Công ty đại chúng tiêu biểu”, nhận giải thưởng Cúp vàng “CTCP hàng đầu Việt Nam” do Hiệp hội kinh doanh chứng khoán Việt Nam (VASB), trung tâm Thông tin tín dụng Ngân hàng Việt Nam (CIC) và Tạp chí Chứng khoán Việt Nam – UBCKNN phối hợp tổ chức lần 2
- 02 – 2010: Tham gia kết nối giao dịch trực tuyến với HNX
- 04 – 2010: Khai trương trụ sở chính tại Tòa nhà Viet Dragon, 141 Nguyễn Du, P. Bến Thành, Q.1, Tp.HCM & thành lập chi nhánh Sài Gòn
- 05 – 2010: Niêm yết cổ phiếu VDS tại SGDCK Hà Nội (HNX), thành lập chi nhánh Nha Trang & Chi nhánh Đà Nẵng.
- 06 – 2010: Thành lập chi nhánh Cần Thơ
- 08 – 2010: Tăng vốn điều lệ từ 330 tỷ đồng lên 349,8 tỷ đồng
- 09 – 2010: Vinh dự nhận giải thưởng “Thương hiệu chứng khoán uy tín” và Danh hiệu “Công ty đại chúng tiêu biểu”, nhận giải thưởng Cúp vàng “CTCP hàng đầu Việt Nam” do Hiệp hội kinh doanh chứng khoán Việt Nam (VASB),

- trung tâm Thông tin tín dụng Ngân hàng Việt Nam (CIC) và Tạp chí Chứng khoán Việt Nam – UBCKNN phối hợp tổ chức lần 3
- 11 – 2010: Ra mắt hệ thống giao dịch trực tuyến iDragon với các tính năng nổi trội & hiện đại
 - 01 – 2011: Thay đổi logo & hệ thống nhận diện thương hiệu
 - 07 – 2011: Đạt giải “Báo cáo thường niên tốt nhất 2011”
 - 11 – 2011: Triển khai giao dịch margin
 - 03 – 2012: Chấm dứt hoạt động chi nhánh Đà Nẵng
 - 05 – 2012: Nhận Quyết định cấp quyền sử dụng dấu hiệu Top 100 sản phẩm cạnh tranh hội nhập WTO
 - 07 – 2012: Đạt giải Top 30 “Báo cáo thường niên tốt nhất 2012”
 - 10 – 2012: Ra mắt hệ thống giao dịch trực tuyến iDragon phiên bản mới với nhiều tính năng nổi trội.

(Nguồn: Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt)

2.3. Tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi và chiến lược phát triển của Rồng Việt

- **Tầm nhìn:** CTCP Chứng Khoán Rồng Việt luôn phấn đấu trở thành một trong những ngân hàng đầu tư hàng đầu và tốt nhất Việt Nam
- **Sứ mệnh:** Tập thể Rồng Việt không ngừng suy nghĩ và hành động nhằm tạo ra giá trị cao nhất cho khách hàng, cổ đông và người lao động, đồng thời đóng góp vào sự phát triển của thị trường chứng khoán Việt Nam. Bên cạnh đó, Rồng Việt mong muốn chia sẻ trách nhiệm với cộng đồng và xã hội trong quá trình phát triển đất nước.
- **Giá trị cốt lõi:** Tất cả các thành viên Rồng Việt cam kết giữ gìn các giá trị cốt lõi của công ty và xem đó là kim chỉ nam trong mọi hoạt động của mình:
 - **Coi trọng lợi ích khách hàng:** Rồng Việt luôn xem thành công của khách hàng chính là thành công của Rồng Việt và luôn nỗ lực làm hài lòng khách hàng với dịch vụ đa dạng, hoàn hảo và đội ngũ nhân sự giàu năng lực, tận tâm và chuyên nghiệp.

- *Uy tín:* Rồng Việt hiểu rằng uy tín là yếu tố cốt lõi tạo dựng thành công và tích lũy những giá trị vững bền cho Rồng Việt.
- *Chuyên nghiệp:* Rồng Việt luôn mong muốn cung cấp các sản phẩm dịch vụ đa dạng cho quý khách hàng với mức độ chuyên nghiệp cao nhất.
- *Sáng tạo:* Rồng Việt học hỏi từ những kinh nghiệm của bản thân và thực tiễn trên thị trường chứng khoán để sáng tạo những giải pháp tốt nhất phục vụ quý khách hàng.
- *Hiệu quả:* Tất cả các hoạt động của Rồng Việt nhằm mang lại hiệu quả và giá trị cao nhất cho khách hàng, cổ đông và người lao động.

➤ ***Chiến lược phát triển:***

- Đa dạng hóa nguồn doanh thu: Đẩy mạnh hoạt động môi giới cho khách hàng tổ chức, tư vấn đầu tư cho các khách hàng lớn, hoạt động ngân hàng đầu tư (tư vấn phát hành và mua bán sáp nhập doanh nghiệp và hoạt động tự doanh).
- Đầu tư nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin: Bên cạnh đầu tư nguồn nhân lực, Rồng Việt đang đầu tư nâng cấp toàn diện hệ thống công nghệ thông tin nhằm phục vụ cho công tác quản lý và cung cấp các dịch vụ tiện ích dành cho khách hàng.
- Tuyển dụng và duy trì đội ngũ nhân sự có chất lượng xuất sắc, tăng cường công tác đào tạo và duy trì chất lượng nguồn nhân lực, xây dựng và phát triển các giá trị cốt lõi của công ty.
- Thiết lập mối quan hệ lâu dài với khách hàng thông qua việc nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và giá trị thương hiệu.

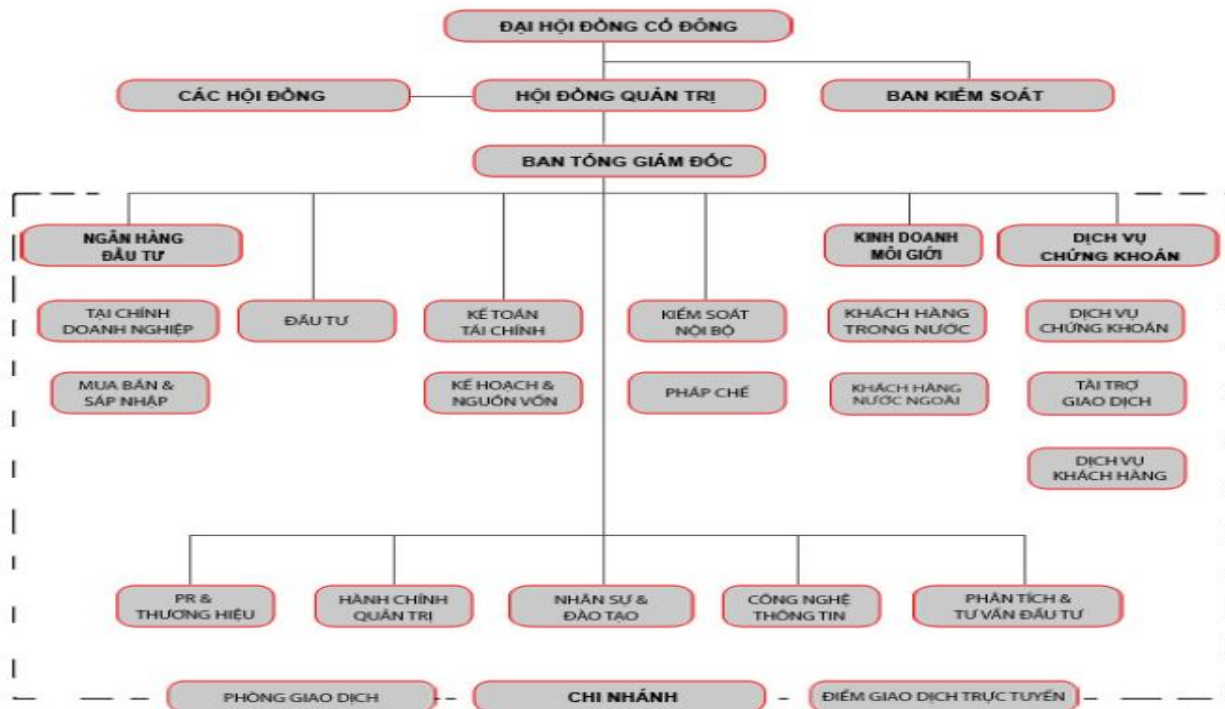
(Nguồn: Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt)

2.4. Cơ cấu tổ chức

Tính tới thời điểm ngày 31/12/2011, tổng số lao động của công ty là 200 người với cơ cấu lao động như sau:

Bảng 1 - Cơ cấu lao động của VDS

Cơ cấu	SL lao động (31/12/2011)	Tỷ trọng
Tổng số LĐ	200	100%
Trình độ lao động		
+ Đại học và trên Đại học	176	88%
+ Cao đẳng, trung học, Lao động Phổ thông	24	12%
Giới tính		
+ Lao động Nam	109	54,5%
+ Lao động Nữ	91	45,5%
Độ tuổi		
+ Lao động trên 30 tuổi	61	30,5%
+ Lao động dưới 30 tuổi	139	69,5%



Hình 2 – Sơ đồ Cơ cấu tổ chức của VDS

(Nguồn: Báo cáo thường niên 2011 - VDS)

2.5. Quá trình tăng vốn điều lệ của Ròng Việt

Thời gian	Diễn giải
15/08/2007	Tăng vốn điều lệ lên 300.000.000.000 đồng thông qua 2 đợt phát hành: - Đợt 1: Phát hành 10 triệu cổ phiếu để tăng vốn điều lệ từ 100 tỷ đồng lên 200 tỷ đồng, trong đó phát hành cho cổ đông hiện hữu 8 triệu cổ phiếu theo tỷ lệ 10:8 và phát hành cho cán bộ nhân viên, đối tác chiến lược 2 triệu cổ phiếu. - Đợt 2: Phát hành 10 triệu cổ phiếu để tăng vốn điều lệ từ 200 tỷ đồng lên 300 tỷ đồng bằng cách phát hành cho cổ đông hiện hữu 10 triệu cổ phiếu theo tỷ lệ 2:1
08/08/2008	Tăng vốn điều lệ lên 330.00.000.000 đồng bằng việc phát hành 3 triệu cổ phiếu cho đối tác chiến lược là Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam (Eximbank)
20/07/2010	Tăng vốn điều lệ lên 349.799.870.000 đồng bằng việc phát hành cổ phiếu thưởng cho cổ đông hiện hữu theo tỷ lệ thực hiện quyền là 6% theo danh sách cổ đông hưởng quyền đã chốt ngày 21/07/2010.

2.6. Mạng lưới hoạt động

Ròng Việt đã xây dựng được mạng lưới phủ khắp 3 miền của đất nước. Tính tới thời điểm hiện tại thì VDS đã và đang có 4 điểm giao dịch, bao gồm 1 Sở giao dịch và 3 chi nhánh. Chiến lược phát triển mạng lưới của VDS đang thực hiện đã bước đầu phát huy hiệu quả mở rộng thị trường, tạo ra lợi thế cạnh tranh trong tương lai.



Hình 3 – Sơ đồ mạng lưới hoạt động của VDS

(Nguồn: Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt)

2.7. Đối tác chiến lược

Các cổ đông sáng lập của Rồng Việt là những tổ chức tài chính – thương mại lớn của Việt Nam như Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam (Eximbank), Tổng công ty Thương mại Sài Gòn (Satra), Công ty Cổ phần Quản lý quỹ đầu tư chứng khoán Việt Long và Công ty Cổ phần Đầu tư tài chính Sài Gòn Á Châu kết hợp với các chuyên gia có uy tín và giàu kinh nghiệm trên Thị trường Chứng khoán Việt Nam.

- **Ngân hàng Thương mại Cổ phần Xuất Nhập khẩu Việt Nam - Eximbank**



Eximbank là cổ đông sáng lập và là cổ đông pháp nhân lớn nhất của Rồng Việt. Là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần được thành lập đầu tiên tại Việt Nam và hiện là một trong những ngân hàng có vốn chủ sở hữu lớn nhất tại Việt Nam, Eximbank có thế mạnh về tài trợ xuất nhập khẩu, kinh doanh ngoại tệ. Với các đối tác chiến lược là tập đoàn SMBC (Nhật Bản) và các quỹ đầu tư Mirae Asset, VinaCapital, Eximbank đang phấn đấu trở thành một tập đoàn tài chính ngân hàng đa năng, hiện đại.

- **Tổng Công ty thương mại Sài Gòn – Satra**



Satra là một trong những tập đoàn hoạt động thương mại và dịch vụ lớn nhất tại TP.Hồ Chí Minh. Với mức vốn điều lệ 3.600 tỷ đồng, Satra không chỉ chuyên nghiệp trong các hoạt động kinh doanh thương mại mà còn có thế mạnh trong hoạt động đầu tư tài chính thông qua hình thức góp vốn đầu tư trực tiếp vào các doanh nghiệp có tiềm năng.

- **Công ty cổ phần quản lý quỹ đầu tư chứng khoán Việt Long – VDFM**



VDFM là một đối tác chiến lược quan trọng của Rồng Việt. Được thành lập bởi Công ty Vàng bạc Đá quý Sài Gòn với các chuyên gia giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính ngân hàng, VDFM nỗ lực trở thành một trong những công ty quản lý quỹ chuyên nghiệp và hiệu quả tại Việt Nam. Hiện nay, VDFM đang quản lý Quỹ đầu tư tăng trưởng Việt Long với quy mô vốn điều lệ 300 tỷ đồng.

- **Công ty cổ phần Đầu tư Tài chính Sài Gòn Á Châu**



Công ty Cổ phần Đầu tư Tài chính Sài Gòn Á Châu là cổ đông sáng lập và là đối tác chiến lược của Rồng Việt; đồng thời cũng là cổ đông chiến lược của một số định chế tài chính khác như Eximbank, Công ty Cổ phần Quản lý quỹ đầu tư Chứng khoán Việt Long (VDFM).

2.8. Sản phẩm – Dịch vụ

➤ Ngân hàng đầu tư

- Tư vấn cổ phần hóa và chuyển đổi Doanh Nghiệp
- Tư vấn phát hành riêng lẻ
- Tư vấn chào bán Chứng khoán ra công chúng
- Bảo lãnh phát hành chứng khoán
- Tư vấn niêm yết

- Tư vấn tái cấu trúc tài chính
- Tư vấn thu xếp vốn & chào bán lô lớn
- Mua bán và sáp nhập Doanh nghiệp (M&A)
- **Dịch vụ chứng khoán**
 - Môi giới chứng khoán
 - Hỗ trợ giao dịch chứng khoán
 - Báo cáo phân tích
 - Dịch vụ tư vấn đầu tư
 - Lưu ký chứng khoán
 - Quản lý cổ đông
 - Dịch vụ tài trợ giao dịch (ứng tiền bán chứng khoán, cầm cố chứng khoán, giao dịch ký quỹ).

➤ **Đầu tư tài chính**

Với đội ngũ nhân sự đầu tư tài chính giàu kinh nghiệm và nguồn vốn dồi dào, CTCP CK Rồng Việt luôn sẵn sàng tham gia vào các cơ hội đầu tư hiệu quả trên thị trường tài chính Việt Nam.

Rồng Việt đang đa dạng nguồn vốn để đảm bảo cho nhiều mục tiêu hoạt động: đầu tư dài hạn & đầu tư ngắn hạn, thực hiện bảo lãnh phát hành chứng khoán, thực hiện hợp tác đầu tư với khách hàng.

3. PHÂN TÍCH LỢI THẾ CẠNH TRANH CTCP CHỨNG KHOÁN RỒNG VIỆT

3.1. Tình hình kết quả kinh doanh

3.1.1. Một số chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh

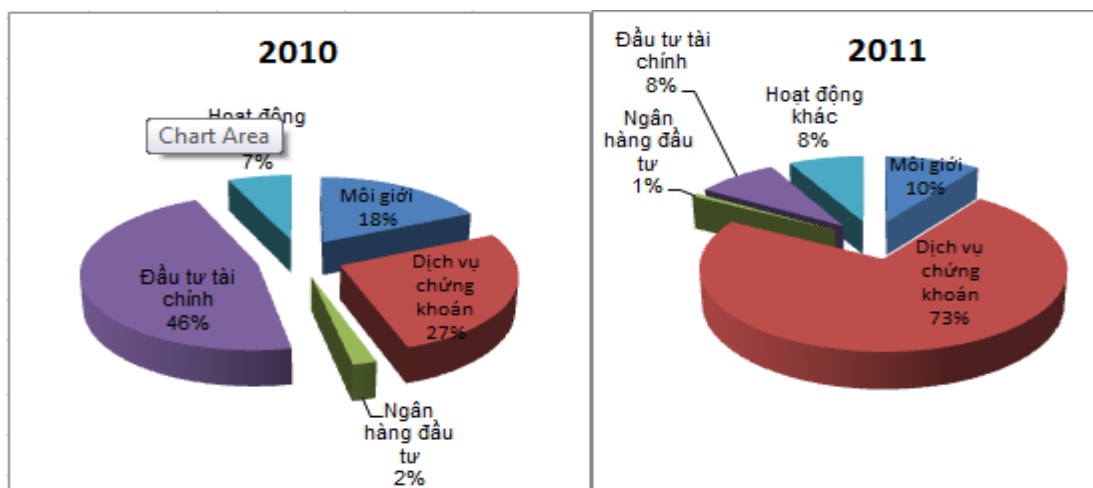
Kể từ năm 2009 tới kết thúc năm 2011 thì VDS đã đạt được một số kết quả:

Bảng 2 – Một số chỉ tiêu tài chính cơ bản của VDS

Năm	2009	2010	2011
Kết quả kinh doanh			
Tổng doanh thu	146,830	198,624	161,572
Môi giới	43,058	36,168	16,071
Dịch vụ chứng khoán		52,889	118,115
Ngân hàng đầu tư	87,909	3,935	1,110
Đầu tư tài chính	10,673	92,296	13,652
Hoạt động khác	5,135	13,336	12,624
Chi phí hoạt động	93,842	173,123	289,957
Lợi nhuận thuần từ HĐKD	52,988	25,501	(128,385)
Tổng lợi nhuận trước thuế	54,272	26,932	(126,342)
Lợi nhuận sau thuế	66,622	20,938	(126,342)
Tình hình tài chính			
Tổng tài sản	926,365	1,082,158	912,529
Tổng nợ	557,633	692,487	649,200
Vốn chủ sở hữu	368,733	389,672	263,329
Vốn điều lệ	330,000	349,799	349,799

(Nguồn: Tổng hợp Báo cáo thường niên VDS – 2010, 2011)

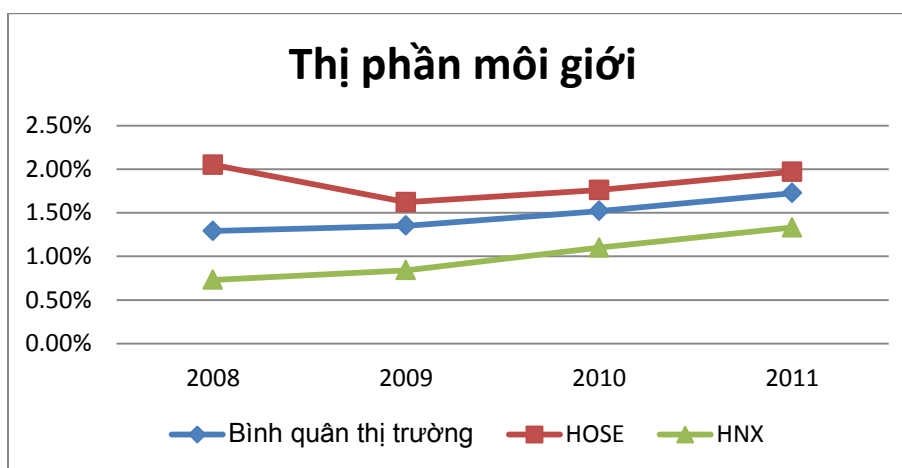
Doanh thu năm 2011 giảm 18,6% so với năm 2010, nguyên nhân là do thị trường chứng khoán Việt Nam rơi vào suy giảm, thanh khoản cạn kiệt. Tuy nhiên, xét về cơ cấu doanh thu trong năm 2011 thì VDS có một số yếu tố tích cực. Trong điều kiện TTCK giảm sút về quy mô giao dịch, thì doanh thu từ mảng Dịch vụ chứng khoán lại tăng mạnh, góp tới 73% tổng doanh thu, trong khi công ty giảm dần tỷ trọng từ mảng Đầu tư tài chính.



Biểu 1 – Cơ cấu doanh thu của VDS

(Nguồn: Tổng hợp Báo cáo thường niên VDS – 2010, 2011)

3.1.2. Thị phần môi giới



Biểu 2 – Thị phần môi giới của VDS giai đoạn 2008 – 2009

(Nguồn: Tổng hợp Báo cáo thường niên các năm – VDS)

Thị phần môi giới được cải thiện qua các năm, tính từ năm 2008 tới cuối năm 2011, thị phần môi giới bình quân (gồm cổ phiếu và chứng chỉ quỹ) trong kì đạt 1,47%, tốc độ gia tăng bình quân khoảng 10,2%/năm. Và tới thời điểm 9 tháng năm 2012, thị phần môi giới bình quân của VDS đạt khoảng 4,1% và lọt vào top 10 CTCK có thị phần môi giới hàng đầu trên TTCK Việt Nam (Biểu 3).

3.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng tới kết quả kinh doanh của VDS

Sự ra đời của hơn 100 công ty chứng khoán và có sự cạnh tranh gay gắt diễn ra giữa các công ty này. Để đẩy nâng cao sức cạnh tranh của mình, VDS đã đầu tư mạnh vào hệ thống công nghệ thông tin và nhiều sản phẩm dịch vụ gia tăng mới. Tuy nhiên, chỉ số thị trường chứng khoán Việt Nam rớt điểm liên tục không những gây ảnh hưởng đến hoạt động giao dịch của các nhà đầu tư mà còn gây tác động đến hoạt động kinh doanh của chính công ty.

Năm 2012 là năm của những sự kiện lớn ảnh hưởng tới TTCK Việt Nam khi mà thông tin về các vụ bắt bớ và thay đổi các lãnh đạo cấp cao ở các tổ chức tín dụng, ngân hàng... giá trị vốn hóa thị trường và giá trị giao dịch trên cả hai sở giao dịch đều sụt giảm mạnh sau những sự kiện này.

Hoạt động kinh doanh của VDS trong 9 tháng năm 2012 có nhiều chuyển biến tích cực hơn, quý I công ty đã bắt đầu có lợi nhuận, tuy nhiên lũy kế tới quý III/2012 thì LNTT là lỗ -7,5 tỷ đồng, giảm so với cùng kỳ năm trước (cùng kỳ năm trước lỗ -65 tỷ đồng). Lý giải cho sự thua lỗ này là do TTCK giảm, giao dịch lình xình, giá trị giao dịch bình quân mỗi phiên rất thấp, trích lập dự phòng tăng do tự doanh, giảm phí để chia sẻ khó khăn với khách hàng. Thế nhưng, doanh thu môi giới và thị phần môi giới của VDS vẫn tăng mạnh và lọt vào top 10 CTCK có thị phần môi giới hàng đầu. Nguyên nhân sự biến động này có thể được lý giải:

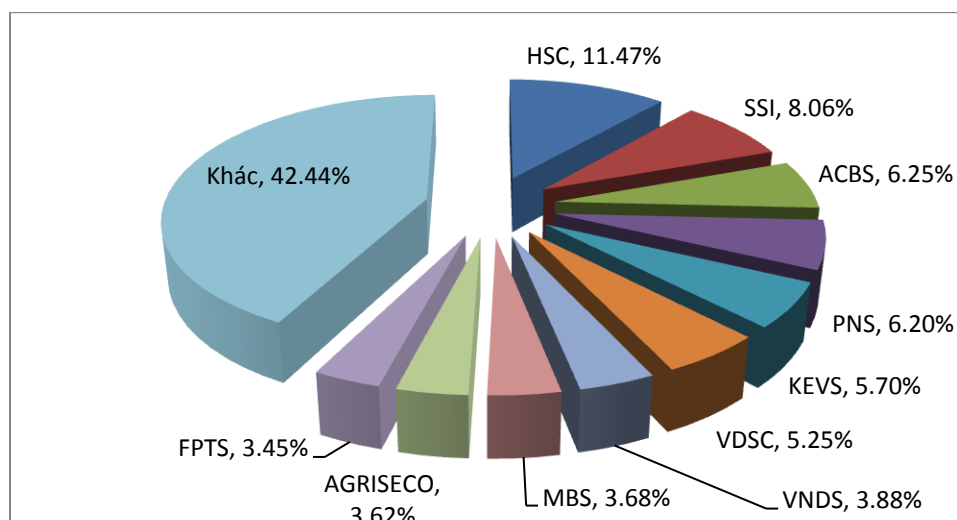
- *Nguyên nhân thứ nhất*, trong quý I, một loạt các cổ đông lớn của STB như ANZ (nắm 9,8% cổ phần), REE (nắm 3,66%), Temasek (2,04%) ... lần lượt thoái vốn. Khách hàng lớn tại VDS là những người tham gia mua vào. Với những giao dịch thỏa thuận với khối lượng khủng như vậy thì chắc chắn sẽ khiến cho thị phần môi giới của công ty nhảy vọt.
- *Nguyên nhân thứ hai*, VDS chia sẻ với khách hàng những khó khăn khi TTCK Việt Nam đang trong thời kỳ suy giảm. Hình thức thực hiện là đã tiến hành “Giảm phí giao dịch” để gia tăng cơ hội cho khách hàng, cùng với tổ chức các buổi hội thảo, nói

chuyên về chiến lược đầu tư do các chuyên gia có kinh nghiệm thuyết trình cho các NĐT tại sàn giao dịch của VDS. Nhờ đó, giá trị giao dịch gia tăng trở lại.

3.2. Lực lượng ảnh hưởng tới khả năng cạnh tranh của Ròng Việt

3.2.1. Các đối thủ hiện tại

Tổng kết năm 2011 và những quý đầu năm 2012 thì SSI và HSC vẫn là những CTCK tạm dẫn đầu thị trường xét về cả doanh thu, lợi nhuận và thị phần môi giới khi cả hai công ty chiếm tới khoảng 20% thị phần. Chỉ tính riêng trong quý I/2012, lợi nhuận ròng của SSI và HSC lần lượt là 185 tỷ đồng (vốn điều lệ 3.500 tỷ đồng) và 82 tỷ đồng (vốn điều lệ 1.000 tỷ đồng).



Biểu 3 – Thị phần môi giới quý II năm 2012 của 10 CTCK hàng đầu HOSE

(nguồn: Sở giao dịch chứng khoán TP.HCM)

Theo dõi biểu đồ thì cho thấy top 10 CTCK dẫn đầu chiếm tới 58% thị phần môi giới toàn thị trường, 42% chia cho hơn 90 CTCK còn lại. Và trong số trên 1,2 triệu tài khoản mở tại các CTCK thì phần lớn số lượng tài khoản đang thuộc về các công ty chứng khoán như SSI, ACBS, HSC, BVSC, VCBS ... và CTCK Ròng Việt có khoảng 53.000 tài khoản tính tới cuối năm 2011 (*nguồn: Báo cáo thường niên 2011 – HSX, VDS*).

Tại thời điểm VDS chính thức đi vào hoạt động ngày 26/04/2007, TTCK Việt Nam chỉ có 32 CTCK tham gia thị trường cung cấp các dịch vụ chứng khoán nhưng tới thời

điểm cuối năm 2007 thì có tới 62 công ty và cho tới hiện tại thì đã vượt quá con số 100 CTCK. Các CTCK hoạt động trước VDS đã xác lập được vị thế nhất định trên thị trường và có những lợi thế cạnh tranh như:

➤ **Tạo lập được vị thế nhất định đối với khách hàng**

Dịch vụ môi giới chứng khoán: Lợi thế mà các công ty chứng khoán ra đời trước Rồng Việt là đã có lượng khách hàng (cá nhân và tổ chức) tương đối ổn định, thông tin về khách hàng mà các công ty này nắm rõ để giữ chân khách hàng của họ.

Kết thúc năm tài chính 2006, SSI có số tài khoản giao dịch chứng khoán lên tới trên 25.000 tài khoản, chiếm 22% thị phần môi giới (*Nguồn: Dòng 6, trang 13 - Báo cáo thường niên công ty chứng khoán Sài Gòn 2006*) thì qua năm 2007, SSI tiếp tục dẫn đầu về thị phần môi giới với trên 35.000 tài khoản trong đó hơn 3.000 tài khoản là nhà đầu tư nước ngoài với thị phần 17%.

Dịch vụ tư vấn doanh nghiệp: Giai đoạn từ năm 2000 – 2006 nhà nước đẩy mạnh cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước. Với lợi thế là doanh nghiệp đi trước, các công ty chứng khoán ra đời sớm đã thực hiện các hoạt động tư vấn chuyển đổi loại hình doanh nghiệp, tư vấn cổ phần hóa thành công: Công ty chứng khoán Bảo Việt (BVSC) tư vấn thành công cho công ty cổ phần bao bì nhựa Tân Tiến, Công ty bóng đèn Điện Quang, Công ty khoan và dịch vụ khoan Dầu khí, tư vấn niêm yết cho công ty cổ phần cơ điện lạnh REE, công ty cổ phần giấy Hải Phòng Hapaco...

Quý IV năm 2006 là giai đoạn thị trường chứng khoán Việt Nam “bùng nổ” về quy mô niêm yết. Các công ty chạy đua “lên sàn niêm yết” để được hưởng ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp trong 2 năm kể từ thời điểm niêm yết chính thức (*Nguồn: UBCKNN*).

➤ **Nguồn lực tài chính đã tích lũy từ giai đoạn thị trường chứng khoán Việt Nam “bùng nổ”**

Lợi nhuận các công ty chứng khoán thu được không chỉ riêng từ cung cấp dịch vụ Môi giới mà còn từ dịch vụ Tư vấn doanh nghiệp, Lưu ký chứng khoán và Tự doanh

chứng khoán. Với nguồn lợi nhuận tích lũy này, các Công ty Chứng khoán dễ dàng đầu tư hiện đại hóa hệ thống công nghệ thông tin, mở rộng quy mô kinh doanh (Bảng 2).

Bảng 2 – Kết quả kinh doanh và thặng dư vốn cổ phần giai đoạn 2006 – 2008 của một số Công ty Chứng khoán

STT	Tên công ty	Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng)			Thặng dư vốn cổ phần tới 2008
		2006	2007	2008	
1	CTCP Chứng khoán Rồng Việt (VDS)	-	43,143	(85,719)	(42,576)
2	CTCP Chứng khoán Bảo Việt (BVSC)	50,894	214,591	(452,401)	584,381
3	CTCP Chứng khoán Sài Gòn (SSI)	242,031	864,176	250,516	2,419,242
4	CTCP Chứng khoán Hồ Chí Minh (HSC)	91,608	132,145	23,543	890,097
5	CTCP Chứng khoán FPT (FPTS)	-	8,933	(227,667)	(218,734)

(nguồn: Báo cáo thường niên 2008 của VDS, HSC, FPTS; BCTC đã kiểm toán 2008 của SSI, BVSC).

Ngoài những đối thủ được thành lập trước thì VDS còn phải cạnh tranh trực tiếp với các CTCK mới trên thị trường. Những công ty chứng khoán mới ra đời tuy không có những lợi thế về lượng khách hàng ổn định, tiềm lực tài chính đã tích lũy được nhưng thay vào đó các công ty này ngay từ ban đầu đã đầu tư mạnh vào hạ tầng hệ thống công nghệ thông tin, thu hút nguồn nhân lực có trình độ và kinh nghiệm của các công ty chứng khoán khác hoạt động trước đó bằng chế độ đãi ngộ cao hơn.

Trong tổng số 56 công ty chứng khoán ra đời sau thời điểm VDS nâng vốn điều lệ từ 100 tỷ đồng lên 300 tỷ đồng vào tháng 8/2007 thì có 4 công ty có mức vốn điều lệ lớn hơn VDS như Công ty Chứng khoán Sài Gòn Hà Nội (350 tỷ đồng), Công ty Chứng khoán Thành Công (360 tỷ đồng), Công ty Chứng khoán Âu Việt (360 tỷ đồng), Công ty Chứng khoán Bản Việt (360 tỷ đồng) và một số CTCK có vốn điều lệ tương đương như Công ty Chứng khoán Saigonbank Berjaya (300 tỷ đồng), Công ty Chứng khoán Mirae Asset (300 tỷ đồng), Công ty Chứng khoán Kimeng (200 tỷ đồng).

Không chỉ mạnh hơn VDS về nguồn lực tài chính mà các công ty này còn có ưu thế hơn về hệ thống công nghệ, trình độ quản lý hiện đại: Công ty Chứng khoán Kimeng Việt Nam (Công ty mẹ đặt trụ sở tại Singapore), Công ty Chứng khoán Mirae Asset đến từ Hàn Quốc, Công ty Chứng khoán Saigonbank Berjaya (được thành lập với cổ đông lớn là Công ty Chứng khoán Inter-Pacific thuộc Tập đoàn Berjaya – Malaysia).

Bảng 3 – Danh sách một số CTCK thành lập sau VDS tương đương mức Vốn điều lệ

STT	Mã thành viên	Tên Thành viên	Tên viết tắt	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Ngày trở thành Thành viên
1	060	CTCP CK Âu Việt	AVSC	360	12/11/2007
2	068	CTCP CK Bản Việt	VCS	360	25/12/2007
3	069	CTCP CK Sài Gòn - Hà Nội	SHS	350	1/2/2008
4	072	CTCP CK Vincom	VINCOMSC	300	31/01/2008
5	073	CTCP CK Phố Wall	WSS	168	30/01/2008
6	075	CTCP CK BETA	BSI	300	26/02/2008
7	077	CTCP CK Mirae Asset (Việt Nam)	MIRAE ASSET	300	14/03/2008
8	079	CTCP CK Kim Eng Việt Nam	KEVS	200	26/02/2008
9	085	CTCP CK Thành Công	TCSC	360	24/06/2008
10	086	CTCP CK Bảo Minh	BMSC	300	1/9/2008
11	092	CTCP CK SaigonBank Berjaya	SBBS	300	4/12/2008

(Nguồn: Sở GDCK Hồ Chí Minh – HSX; Sở GDCK Hà Nội – HNX)

3.2.2. Áp lực từ khách hàng

Xem xét áp lực từ khách hàng ảnh hưởng tới VDS, tôi chia làm 2 nhóm khách hàng để dễ phân tích.

Nhóm 1: Khách hàng có tài khoản tại các công ty chứng khoán khác

Tính tới cuối năm 2010, có 102 công ty chứng khoán là thành viên giao dịch của Sở giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh nắm giữ 1.056.928 tài khoản giao dịch chứng khoán. Trong tổng số tài khoản đang giao dịch này, có 10 công ty chứng khoán có trên 39.000 tài khoản là VCBS, BVSC, SSI, ACBS, TLS, VIETTINBANKSC, FPTSC,

SBS, BSC và VDS, tương đương trên 45% tổng số khách hàng (Nguồn: Báo cáo thường niên 2010 – Sở GDCK Tp.HCM).

Số lượng công ty chứng khoán nhiều nhưng số tài khoản giao dịch chứng khoán lại tập trung chủ yếu tại 10 công ty có thị phần lớn nhất: chiếm gần 50% thị phần môi giới cổ phiếu, hơn 50% thị phần môi giới chứng chỉ quỹ. Số tài khoản còn lại chia đều cho các công ty chứng khoán còn lại.

Bảng 4 – Thị phần môi giới NĐT Nước ngoài của 10 CTCK hàng đầu HOSE 2008

STT	CTCK	Thị phần	
		Cổ phiếu	Chứng chỉ quỹ
1	SSI	36.91%	48.03%
2	BVSC	18.64%	
3	ACBS	8.79%	6.85%
4	HSC	8.65%	3.43%
5	VINCOM	3.64%	
6	SBS	2.94%	12.54%
7	VCBS	2.38%	3.53%
8	BSC	2.06%	2.53%
9	TSC	1.93%	
10	FSC	1.92%	7.71%
11	Khác	12.14%	15.38%

(Nguồn: Báo cáo thường niên năm 2008 – Sở GDCK HCM)

Qua bảng cho thấy, thị phần môi giới cho NĐT Nước ngoài chiếm tỷ lệ “áp đảo” thuộc về hai CTCK ra đời giai đoạn đầu của thị trường là SSI và BVSC. SSI giữ vị trí số một cả hai mảng môi giới cổ phiếu (36.91%) và môi giới chứng chỉ quỹ (48.03%). BVSC giữ vị trí thứ hai với thị phần môi giới cổ phiếu 18.64%.

Bảng 5 – Thị phần môi giới năm 2010 của 10 CTCK hàng đầu HOSE

STT	Tên CTCK	Tên Viết tắt	Thị Phần
1	Công ty Cổ phần Chứng khoán Thăng Long	TLS	10.04%
2	Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn	SSI	8.94%
3	Công ty Cổ phần Chứng khoán Tp.HCM	HSC	7.02%
4	Công ty Cổ phần Chứng khoán NH Sài Gòn Thương Tín	Sacombank-SBS	6.02%
5	Công ty TNHH Chứng khoán ACB	ACBS	4.21%
6	Công ty Cổ phần Chứng khoán FPT	FPTS	4.16%
7	Công ty Cổ phần Chứng khoán VN Direct	VNDS	2.86%
8	Công ty Cổ phần Chứng khoán Bảo Việt	BVSC	2.49%
9	Công ty Cổ phần Chứng khoán Kim Eng Việt Nam	KEVS	2.32%
10	Công ty Cổ phần Chứng khoán Hòa Bình	HBS	2.08%

(Nguồn: Báo cáo thường niên 2010 – Sở GDCK HCM)

Đối với nhóm khách hàng hiện hữu này, VDS rất khó “thu hút lôi kéo” được vì họ đã quen với hệ thống giao dịch, đội ngũ tư vấn của Công ty Chứng khoán mà họ đang có tài khoản giao dịch. Yếu tố này được đánh giá là “*thói quen tiêu dùng*”. Muốn thay đổi “*thói quen tiêu dùng*” của nhóm khách hàng này thì VDS phải cung cấp dịch vụ thực sự “*vượt trội*” hơn các công ty này: Thời gian xử lý lệnh giao dịch cho khách hàng nhanh chóng, chính xác, phí ưu ái hơn. Ngoài ra, việc cung cấp thông tin liên quan tới chứng khoán và TTCK đầy đủ, cập nhật hơn, có nhiều bản phân tích đánh giá chứng khoán và TTCK của những chuyên gia phân tích có uy tín nhằm tạo thêm giá trị gia tăng cho khách hàng tới mở tài khoản giao dịch thì mới “thu hút” được đối tượng khách hàng này.

Nhóm 2: Khách hàng chưa tham gia vào TTCK (khách hàng tiềm năng)

Nhóm khách hàng này là đối tượng thu hút của không chỉ những công ty chứng khoán có thị phần lớn. Đây cũng là nhóm đối tượng mà VDS cũng cần hướng tới vì mục tiêu phát triển lâu dài và bền vững.

- Việt Nam là nước có dân số trẻ và có trình độ văn hóa tương đối cao lên tới gần 85,1 triệu người. GDP bình quân theo đầu người tăng trung bình khoảng 15% giai đoạn từ

năm 2000~2011 (*Nguồn: Tổng cục thống kê*), vì thế hứa hẹn nhu cầu đầu tư của dân cư là khá cao;

- Các kênh đầu tư tại Việt Nam chưa nhiều: đầu tư Vàng (vật chất), Ngoại hối, Bất động sản, Chứng khoán. Trong các kênh đầu tư này, chứng khoán là kênh có ưu thế và phù hợp với số đông công chúng hơn cả vì tính phổ cập của thị trường này.

3.2.3. Áp lực từ các nhà cung ứng

VDS hiện có một số nhà cung ứng sau:

- Các nhà cung cấp dịch vụ đường truyền dữ liệu (Leased Line): Công ty điện toán và truyền số liệu VDC thuộc Tổng công ty bưu chính viễn thông Việt Nam; Công ty cổ phần Viễn thông FPT Telecom;
- VIETGUYS: nhà cung cấp giải pháp truyền thông doanh nghiệp. Hiện nay VIETGUYS cung cấp hệ thống VIETGUYS SMS Gateway cho VDS thông qua đầu số 8027 để gửi/nhận tin nhắn SMS qua điện thoại di động;
- Phòng CNTT của VDS tự phát triển phần mềm giao dịch iDragon dựa trên Source phần mềm công nghệ lõi chứng khoán từ TTL (Transaction Technologies Limited), vì thế đã hạn chế được sự phụ thuộc vào nhà cung cấp phần mềm nghiệp vụ như một số các Công ty Chứng khoán khác;
- Giải pháp Hệ thống tổng đài Contact Center do FPT Telecom cung cấp hiện đang được áp dụng tại Hội sở và các Chi nhánh, đảm bảo quá trình liên lạc trong nội bộ công ty luôn thông suốt, chính xác. Qua hệ thống contact center, khách hàng dễ dàng tiếp cận hệ thống nhận lệnh giao dịch, cung cấp thông tin chứng khoán một cách nhanh nhất.

Tuy nhiên, những nhà cung cấp này lại có ảnh hưởng ở mức độ khác nhau tới VDS.

Nhà cung cấp đường truyền (Leased Line) ảnh hưởng rất lớn tới VDS vì thông qua đường truyền của các nhà cung cấp này, Hệ thống giao dịch của VDS được kết nối trực tiếp với hệ thống giao dịch của 2 Sở GDCK, các ngân hàng thanh toán. Chất lượng đường

truyền ổn định (tốc độ gửi/nhận thông tin duy trì như hợp đồng cam kết), không bị gián đoạn thì rủi ro cho VDS và khách hàng của VDS sẽ giảm xuống. Nhờ đó, áp lực của nhà cung cấp đường truyền tới công ty cũng sẽ được hạn chế.

Mặt khác, đánh giá được vai trò và ảnh hưởng lớn của nhà cung cấp đường truyền, VDS đã lựa chọn nhiều nhà cung cấp đường truyền để hạn chế sự phụ thuộc vào một vài nhà cung cấp duy nhất.

Giải pháp contact center và giải pháp truyền thông qua SMS gateway là giải pháp trọn gói. Nhà cung cấp chỉ hướng dẫn sử dụng và chuyển giao sử dụng Thuê đầu số gửi/nhận tin nhắn. Giải pháp này có thể thay thế dễ dàng nên áp lực của các nhà cung cấp này không lớn như nhà cung cấp đường truyền.

Và đặc biệt, nhà cung ứng được tôi đánh giá là có vai trò rất quan trọng ảnh hưởng nhiều tới khả năng cạnh tranh của công ty, đó chính là đội ngũ cán bộ nhân viên công ty. Công ty Chứng khoán ra đời nhiều, với sản phẩm chung là cung cấp dịch vụ (môi giới, tư vấn đầu tư chứng khoán). Do vậy, những thông tin tư vấn cung cấp cho nhà đầu tư có chất lượng cao có ý nghĩa “sống còn” đối với công ty.

Nhận thức được điều này, ngay từ những ngày đầu thành lập, các cổ đông sáng lập và ban lãnh đạo VDS đã tập trung xây dựng đội ngũ cán bộ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, giàu kinh nghiệm nghề nghiệp nhằm tạo ra nền tảng cơ bản nâng cao sức cạnh tranh cho công ty.

3.2.4. Áp lực từ các đối thủ tiềm ẩn

Thị trường chứng khoán Việt Nam hiện mới chỉ có khoảng 700 công ty có cổ phiếu và chứng chỉ quỹ được niêm yết trên hai sở GDCK, mức vốn hóa tương đương 35 tỷ USD (tính theo tỷ giá ngày 22/11/2012: 1USD = 20.080 VND của ngân hàng TMCP Vietcombank). Lớn hơn quy mô này là khoảng 2000 ngàn (2000) công ty đại chúng chưa tham gia thị trường niêm yết. Sức hấp dẫn của thị trường lớn như vậy cho nên áp lực gia nhập ngành sẽ là một yếu tố phải xem xét.

➤ **Sức hấp dẫn của ngành**

Số liệu thống kê cho thấy, sau khi VDS hoạt động cho tới hết quý III/2012, TTCK Việt Nam tiếp nhận thêm khoảng 80 công ty chứng khoán mới. Chính những công ty mới này cũng tạo áp lực cạnh tranh mạnh giữa các công ty trong ngành, từ đó ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của VDS.

Tuy nhiên, cho tới thời điểm hiện tại, sức ép từ đối thủ tiềm ẩn gia nhập ngành cũng phần nào được giảm bớt do một số nguyên nhân liên quan hàng rào nhập ngành cao:

➤ **Hàng rào gia nhập ngành**

✚ Số lượng công ty chứng khoán hiện có trên thị trường là quá nhiều, khoảng một trăm (100) công ty. Trong khi với quy mô tương tự như Việt Nam là TTCK Thái Lan cũng chỉ có 33 công ty chứng khoán.

✚ Rào cản gia nhập ngành cao:

○ *Rào cản về kỹ thuật*

Công ty chứng khoán muốn thành lập và hoạt động phải chứng minh được cơ sở vật chất kỹ thuật của họ đảm bảo thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh chứng khoán mà UBCKNN và Sở GDCK đặt ra trên cơ sở Luật chứng khoán số 70/2006.

○ *Rào cản về vốn*

Theo điều 18 mục 1 Nghị định số 14/2007/NĐ-CP ngày 19/01/2007 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật chứng khoán, vốn pháp định đối với công ty chứng khoán tùy theo từng nghiệp vụ, thấp nhất là 10 tỷ đồng (tư vấn đầu tư chứng khoán), cao nhất là 165 tỷ đồng (nghiệp vụ bảo lãnh phát hành chứng khoán).

Hai rào cản này cùng với số lượng các công ty chứng khoán rất nhiều hiện nay đã hạn chế những công ty, các tổ chức tài chính thành lập công ty chứng khoán.

○ *Các yếu tố thương mại*

Hệ thống các nhà cung cấp (các ngân hàng thương mại đóng vai trò là nơi quản lý tiền cho các nhà đầu tư tham gia thị trường), thương hiệu, mạng lưới khách hàng cũng là rào cản đáng kể đối với các công ty có ý định gia nhập ngành.

○ *Các nguồn lực đặc thù*

Các yêu cầu về nhân sự cho công ty chứng khoán phải được đào tạo liên quan chứng khoán, TTCK, có kinh nghiệm trong lĩnh vực liên quan và phải có giấy phép hành nghề chứng khoán do UBCKNN cấp.

3.2.5. Áp lực từ các sản phẩm thay thế

Thực tế thị trường chứng khoán Việt Nam từ khi ra đời (20/7/2000) tới nay, tốc độ phát triển luôn vượt quá mức phân tích và dự báo của các nhà quản lý. Ngoại trừ giai đoạn nửa cuối năm 2007 tới hết quý III năm 2012 do ảnh hưởng chính sách kiềm chế lạm phát của ngân hàng nhà nước và khủng hoảng tài chính thế giới mà khởi nguồn từ Mỹ, TTCK Việt Nam rơi vào tình trạng suy giảm, mất tính thanh khoản. Có bộ phận nhỏ các nhà đầu tư chứng khoán chuyển sang kênh đầu tư có tiềm năng hơn là đầu tư vàng (cả vàng vật chất và vàng phi vật chất – giao dịch ký quỹ qua các sàn vàng).

Phân tích năm (5) áp lực ảnh hưởng tới khả năng cạnh tranh của VDS như trên thì có thể đưa ra đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng áp lực đối với VDS, điểm số càng cao mức độ ảnh hưởng càng lớn.

Bảng 6 – Đánh giá mức độ ảnh hưởng tới VDS của từng áp lực

Yếu tố ảnh hưởng tới VDS	Mức độ quan trọng	Mức độ ảnh hưởng	Điểm số
Các đối thủ hiện tại	3	3	9
Áp lực từ các Sp/Dv thay thế	1	3	3
Áp lực từ các nhà cung ứng	2	2	4
Áp lực từ khách hàng	3	2	6
Áp lực từ đối thủ tiềm ẩn	1	2	2

Việc theo đuổi chiến lược kinh doanh nào phù hợp với đặc thù của VDS nhằm phát huy hết sức mạnh cạnh tranh nội tại và tận dụng cơ hội bên ngoài gia tăng sức mạnh cạnh tranh cho VDS gợi ý tôi sử dụng mô hình phân tích SWOT để lựa chọn chiến lược.

3.3. Phân tích SWOT CTCP Chứng Khoán Rồng Việt

SWOT		MÔI TRƯỜNG BÊN NGOÀI	
		CƠ HỘI - O	NGUY CƠ - T
		<p>a. Có thể phát triển dịch vụ mới dễ dàng trên nền tảng phần mềm đã có sẵn và tự phát triển;</p> <p>b. Khách hàng phản ứng tích cực với các ý tưởng, dịch vụ mới;</p> <p>c. Quy mô niêm yết hiện nay còn nhỏ so với tiềm năng thực tế. Hiện có khoảng 700 cty niêm yết trong khi danh sách cty đại chúng lên tới vài nghìn cty;</p> <p>d. Cơ hội phát triển thị trường thông qua đối tác, mạng lưới chi nhánh nhiều.</p>	<p>e. Biến động về chính sách luật pháp;</p> <p>f. Biến động về môi trường kinh doanh ảnh hưởng tới giá trị giao dịch của thị trường. Đặc biệt là đang tái cấu trúc và cạnh tranh gay gắt giữa các CTCK dẫn tới phá sản hoặc thôn tính lẫn nhau;</p> <p>g. Tiến trình hội nhập quốc tế gắn liền với các thay đổi theo thông lệ khu vực và thế giới cùng với sự thay đổi của công nghệ làm xuất hiện các dịch vụ và ý tưởng mới. VDS phải cạnh tranh với các đối thủ nước ngoài có tiềm lực mạnh;</p> <p>h. Không giữ được những nhân viên giỏi và quan trọng.</p>
<p>1. Đội ngũ nhân sự được đào tạo theo đúng chuyên ngành và nhiều kinh nghiệm thực tế;</p> <p>2. Năng lực đáp ứng số lượng tài khoản giao dịch ở mức cao;</p> <p>3. Lợi thế về diện tích mặt bằng sàn giao dịch cùng nơi đậu xe rộng lớn và ngay trung tâm thành phố;</p> <p>4. Hệ thống phần mềm nghiệp vụ tự phát triển có thể chủ động thay đổi theo yêu cầu của thị trường.</p>	<p>S – O</p> <p>1-a. Đội ngũ nhân sự mạnh sẽ dễ dàng phát huy các dịch vụ mới do VDS đưa ra nhằm gia tăng sức mạnh và lợi thế cạnh tranh;</p> <p>2-b. Hệ thống nhiều máy chủ trên phần mềm tự phát triển sẽ dễ dàng hơn trong quản lý, phân nhóm và chăm sóc khách hàng;</p> <p>3-c. Diện tích sàn lớn, nằm ngay trung tâm Thành phố cùng với thói quen 1 bộ phận NĐT thích lên sàn giúp VDS giành được lợi thế trong ngắn hạn;</p> <p>4-d. Hệ thống phần mềm nghiệp vụ dễ thay đổi theo yêu cầu của thị trường nhằm giảm thiểu được chi phí hỗ trợ cho các đại lý nhận lệnh.</p>	<p>S – T</p> <p>1-e. Đội ngũ nhân sự được đào tạo có năng lực chuyên môn cao, am hiểu luật sẽ giảm thiểu được những rủi ro do thay đổi về chính sách, luật pháp cho VDS;</p> <p>2-f. Khả năng quản lý khách hàng sẽ hỗ trợ cho cty thực hiện chính sách khách hàng theo từng nhóm, từ đó giữ chân được khách hàng, giữ được thị phần;</p> <p>3-g. Tiến trình hội nhập quốc tế cùng với sự thay đổi công nghệ làm xuất hiện dịch vụ và ý tưởng mới. Lúc đó lợi thế diện tích sàn và bãi đậu xe không còn là thế mạnh nữa. không gian tiếp cận khách hàng trở nên rộng lớn hơn;</p> <p>4-h. Nhân viên giỏi, quan trọng nếu được công ty khác đãi ngộ cao hơn sẽ rời khỏi và mang theo kinh nghiệm quản lý và khách hàng quan trọng.</p>	
<p>1. Nhân sự được đào tạo bài bản nhưng sự phối hợp chặt chẽ theo tinh thần làm việc nhóm ở các phòng môi giới chưa cao;</p> <p>2. Chưa tách bạch tài khoản tiền gửi thanh toán cho NĐT làm ảnh hưởng 1 phần tới niềm tin của NĐT;</p> <p>3. Số lượng tài khoản đầu tư tăng nhanh và chủ yếu là của các nhân nhỏ, lẻ và chủ yếu bị chi phối bởi các NĐT lớn.</p> <p>4. Lỗ lũy kế lớn, ảnh hưởng tới nguồn lực tài chính của cty.</p>	<p>W – O</p> <p>I-a. Việc phối hợp thực hiện phát triển các dịch vụ mới sẽ bị cản trở một phần nếu nhân viên thiếu tinh thần “team work”;</p> <p>II-b. Niềm tin của NĐT trong việc tách bạch TK bị ảnh hưởng sẽ làm giảm sự gắn bó của khách hàng;</p> <p>III-c. Phân chia tài khoản chi tiết, chặt chẽ, đánh giá TK giao dịch thường xuyên và có tiềm năng từ đó phát huy được hiệu quả;</p> <p>IV-d. Lập kế hoạch chiến lược cho cty trên cơ sở hoạch định chiến lược, xây dựng kế hoạch trung và dài hạn để hạn chế các biến động bất lợi và chủ động tận dụng các cơ hội thị trường mang lại.</p>	<p>W – T</p> <p>I-e. Hoạt động phối hợp giữa các phòng môi giới thiếu chặt chẽ làm giảm cơ hội cho cả khách hàng và công ty;</p> <p>II-f. Biến động môi trường kinh doanh VDS luôn phải đối mặt do vậy sự tách bạch tài khoản của NĐT sẽ mang lại lợi thế cạnh tranh cho cty;</p> <p>III-g. Chuẩn mực hóa tài khoản là đòi hỏi tất yếu của sự phát triển, nếu không bắt kịp tiến trình này thì sức mạnh nội tại sẽ giảm dần;</p> <p>IV-h. Ban lãnh đạo xây dựng chính sách về Thương và Phạt, chính sách đánh giá, đãi ngộ nhân viên minh bạch để giữ chân nhân viên có năng lực thực thụ.</p>	

Theo kết quả phân tích ở trên, có thể rút ra bốn chiến lược chính mà VDS có thể lựa chọn là:

- ❖ Chiến lược kết hợp SO: Chiến lược khác biệt hóa;
- ❖ Chiến lược kết hợp ST: Chiến lược chi phí thấp;
- ❖ Chiến lược kết hợp WO: chiến lược tập trung trên nền tảng khác biệt hóa;
- ❖ Chiến lược kết hợp WT: chiến lược tập trung trên nền tảng chi phí thấp.

3.4. Lựa chọn chiến lược

So sánh một số tiêu chí giữa VDS với một số công ty chứng khoán để chọn ra chiến lược phù hợp cho VDS. Các tiêu chí được lựa chọn theo kinh nghiệm thực tiễn của bản thân và qua quá trình nghiên cứu, kết hợp lấy ý kiến của một số các chuyên gia trong ngành nhằm đánh giá chi tiết hơn những điểm mạnh, điểm yếu của VDS. Có tất cả 11 tiêu chí như:

- Mức vốn điều lệ để thực hiện các nghiệp vụ đủ hay không;
- Tầm nhìn của nhà lãnh đạo;
- Công nghệ đang ứng dụng tại công ty/Giao diện Website thân thiện với người truy cập;
- Trình độ nhân lực;
- Mức độ chuẩn hóa của quy trình nghiệp vụ/Quản lý công ty theo hệ thống;
- Thương hiệu công ty;
- Quản trị rủi ro;
- Hoạt động cải tiến;
- Định hướng khách hàng;
- Định hướng quá trình;
- Thông tin phân tích nhận định cung cấp cho nhà đầu tư.

Đối tượng so sánh là bảy Công ty Chứng khoán có quy mô vốn tương đồng, thời điểm được cấp phép hoạt động sau VDS. Dưới đây là chi tiết kết quả đánh giá:

Bảng 7 – Bảng đánh giá tổng quan một số Công ty Chứng khoán

STT	CTCK	Các nghiệp vụ		Tâm nhìn nhà lãnh đạo	trình độ nhân lực	Công nghệ, Website	Quy trình quản lý hệ thống	Thương hiệu	Quản trị rủi ro	Hoạt động cải tiến	Định hướng khách hàng	Định hướng quá trình	Thông tin phân tích thị trường	Đánh giá
		Đủ	Không đủ											
1	VDSC	X		9	9	9	8	8	7	8	9	8	9	84
2	SHS	X		7	7	8	7	8	7	7	7	7	7	72
3	IVS		X	7	8	6	6	6	7	6	7	6	5	64
4	MBKE	X		9	9	9	9	9	8	8	9	8	9	87
5	AVSC	X		8	8	7	7	7	6	7	8	6	7	71
6	WSS	X		8	8	6	7	6	6	6	7	6	6	66
7	VCSC	X		9	9	9	9	9	8	8	8	8	9	86

Bảng đánh giá 7 công ty chứng khoán cho thấy VDS vẫn giữ “*ưu thế*” hơn các Công ty Chứng khoán khác ở nhiều tiêu chí. Đây là những tiêu chí đã giúp cho VDS trở nên “*có lợi thế cạnh tranh*” hơn so với các đối thủ trong ngành. Đáng quan tâm nhất là tiêu chí về giao diện Website và phần mềm về công nghệ thông tin tự phát triển của VDS rất thân thiện và cung cấp rất nhiều thông tin về thị trường cho NĐT.

Cuối cùng, theo tôi thì chiến lược phù hợp với Rồng Việt trong giai đoạn hiện nay là *chiến lược tập trung trên nền tảng khác biệt hóa* (Differentiation Focus) để phát huy lợi thế cạnh tranh, gia tăng thị phần.

4. GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ

Sau khi xác định được chiến lược cạnh tranh cho VDS, bản thân tôi xin đề xuất một số giải pháp sau để thực hiện.

4.1. Về phía CTCP Chứng khoán Rồng Việt

4.1.1. Chú trọng nâng cao chất lượng nhân lực của mỗi bộ phận

Rồng Việt là một công ty cung cấp sản phẩm dịch vụ môi giới, tư vấn đầu tư chứng khoán, chất lượng sản phẩm dịch vụ tùy thuộc rất nhiều vào năng lực, trình độ chuyên môn ở từng vị trí công việc. Vì thế năng lực chuyên môn của nhân viên cao sẽ là tiền đề tốt để từ đó công ty cho ra được những sản phẩm dịch vụ tư vấn có chất lượng.

Nhằm khuyến khích mỗi nhân viên không ngừng học hỏi, nâng cao hơn nữa khả năng chuyên môn của mình, VDS nên thực hiện đồng thời:

- Định kỳ tổ chức các chương trình đánh giá khả năng chuyên môn của nhân viên. Bố trí nhân viên có khả năng chuyên môn cao vào vị trí mà họ có thể phát huy hết khả năng, năng lực của mình;
- Các chương trình đào tạo phát triển kỹ năng nghề nghiệp: kỹ năng giao tiếp khách hàng, kỹ năng chăm sóc khách hàng.

Khối Kinh doanh Môi giới

- Xây dựng đội ngũ nhân viên tư vấn giàu kinh nghiệm, cung cấp thông tin kịp thời cho nhà đầu tư;
- Phân loại nhóm khách hàng để thực thi chính sách phí phù hợp.

Phòng Tư vấn tài chính doanh nghiệp

Xem xét một cách cẩn trọng các công ty có nhu cầu phát hành để đề xuất phương án tối ưu cho khách hàng doanh nghiệp.

Khối TỰ doanh

- Tránh xảy ra xung đột lợi ích với khách hàng khi tham gia giao dịch mua bán chứng khoán cho công ty. VDS cần xây dựng quy trình giao dịch tự doanh chi tiết,

chặt chẽ và đảm bảo kiểm soát quá trình xử lý lệnh tuân thủ đúng theo luật pháp quy định.

- Dựa vào lợi thế thông tin phân tích để xây dựng kế hoạch kinh doanh phù hợp.
- Thường xuyên đánh giá tính hiệu quả của danh mục đầu tư để loại bỏ những doanh mục không hiệu quả.

4.1.2. Ứng dụng công nghệ mới đón đầu thị trường

Vào ngày 02/10/2012 vừa qua thì CTCP Chứng khoán Rồng Việt vừa ra mắt sản phẩm iDragon, với phiên bản tự phát triển này thì sẽ giúp NĐT theo dõi, giám sát chi tiết các thông tin về tài sản như tiền, chứng khoán, số dư, lãi lỗ, các khoản phí, tình hình margin... Và với quy mô phát triển của thị trường hiện tại thì hệ thống công nghệ thông tin của VDS hiện nay đủ khả năng thực hiện các nghiệp vụ.

Tuy nhiên, cùng với lộ trình tự do hóa thị trường tài chính tuân thủ theo cam kết khi gia nhập tổ chức WTO, các chuẩn mực thị trường theo thông lệ quốc tế cũng dần dần từng bước được áp dụng trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Khi đó, để duy trì lợi thế cạnh tranh về công nghệ của mình thì VDS nên đổi mới, nâng cấp công nghệ thường xuyên bằng cách sử dụng công nghệ của các nước có thị trường chứng khoán phát triển để đón đầu lộ trình hội nhập.

4.2. Về phía Nhà Nước

4.2.1. Hoàn chỉnh hệ thống luật pháp liên quan chứng khoán và TTCK

Hiện nay văn bản pháp luật cao nhất điều chỉnh hoạt động liên quan chứng khoán và TTCK là Luật chứng khoán số 62/2010/HQ12 được Quốc hội Việt Nam thông qua ngày 24/11/2010 và có hiệu lực từ 01 tháng 07 năm 2011.

Để cụ thể hóa các nội dung của luật chứng khoán sửa đổi số 62, Chính phủ, Bộ Tài chính, UBCKNN đã ban hành các văn bản quy phạm pháp luật để hướng dẫn chi tiết thi hành các điều khoản của luật chứng khoán:

- Nghị định số 58/2012/NĐ-CP do Thủ tướng chính phủ ban hành ngày 20 tháng 07 năm 2012 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Chứng khoán và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Chứng khoán;
- Quyết định số 515/2012/QĐ-UBCK do Ủy Ban Chứng khoán ban hành ngày 25 tháng 06 năm 2012 về việc hướng dẫn Quy trình công bố thông tin và báo cáo UBCKNN;
- Thông tư số 52/2012/TT-BTC do Bộ tài chính ban hành ngày 05/04/2012 về việc hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán;
- Thông tư số 183/2011/TT-BTC do Bộ tài chính ban hành ngày 16/12/2011 về việc hướng dẫn thành lập và quản lý quỹ mở.
- Thông tư số 74/2011/TT-BTC do Bộ tài chính ban hành ngày 01/06/2011 về việc hướng dẫn về giao dịch chứng khoán

Tuy nhiên, hệ thống pháp luật liên quan tới chứng khoán và thị trường chứng khoán hiện nay thiếu tính dự báo. Vì vậy, thực tế sau gần hai năm chính thức có hiệu lực, các chế tài trong luật chứng khoán cũng như các văn bản dưới luật trở nên không bắt kịp với tình hình phát triển thực tế. Chẳng hạn chưa có các quy định mang tính pháp lý về mua bán kỳ hạn cổ phiếu (Repo cổ phiếu), mua bán khống cổ phiếu, hoặc trình tự thủ tục thực hiện đăng ký niêm yết ở thị trường chứng khoán nước ngoài.

Chính những khoảng trống trong hệ thống luật và văn bản dưới luật liên quan tới chứng khoán và thị trường chứng khoán đòi hỏi các cơ quan quản lý mà trực tiếp là UBCKNN và Bộ tài chính phải nghiên cứu hoàn thiện sớm.

4.2.2. Khơi thông các kênh thông tin cho nhà đầu tư

Thị trường chứng khoán hoạt động theo nguyên tắc Công khai – Minh bạch – Công bằng. Nỗ lực của cơ quan quản lý để đảm bảo thị trường được vận hành theo đúng nguyên tắc trên thì một trong những yêu cầu được đặt ra là các kênh thông tin cung cấp cho nhà đầu tư phải đa dạng và dễ tiếp cận. Xét theo chủ thể cung cấp thông tin hiện nay có thể thấy:

- *Kênh thông tin từ cơ quan quản lý nhà nước như UBCKNN, Sở GD&ĐT.* Kênh thông tin này hiện nay phản ánh khá đầy đủ, kịp thời về tình hình thị trường và các chủ thể tham gia thị trường. Tuy vậy, thông tin quá khứ cung cấp ra cho công chúng lại chưa được phân loại theo những tiêu chí thống nhất và dễ dàng so sánh (chỉ tiêu ngành nghề, các báo cáo tài chính có kiểm toán của các công ty, ...)
- *Kênh thông tin từ các chủ thể trung gian như các công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ, công ty tư vấn đầu tư.* Thực trạng cung cấp thông tin qua các kênh này rất đa dạng tùy thuộc vào mức đầu tư cho bộ phận cung cấp thông tin của mỗi công ty chứng khoán. Nhưng thông tin qua các chủ thể trung gian vẫn chậm hơn so với các thông tin do cơ quan quản lý cung cấp;
- *Kênh thông tin từ các công ty niêm yết, công ty đại chúng chưa niêm yết.* Kênh thông tin từ đây là điều đáng “phản nản” nhất bởi kênh thông tin từ các công ty này là các website của công ty nhưng trên đó thông tin lại không đầy đủ và không được cập nhật thường xuyên.
- *Kênh thông tin từ nguồn khác:* Truyền hình, các trang báo kinh tế tài chính. Thường chỉ cung cấp các thông tin có tính phổ cập chưa thực sự là nguồn để các nhà đầu tư tham khảo.

Yêu cầu khơi thông các kênh thông tin cho nhà đầu tư đòi hỏi cơ quan quản lý mà trực tiếp là UBCKNN phải có những chế tài bắt buộc các chủ thể tham gia thị trường chủ động cung cấp thông tin và cập nhật thông tin thường xuyên theo đúng nghĩa vụ của họ để nhà đầu tư dễ dàng tiếp cận.

4.2.3. Đưa ra tiêu chuẩn về công nghệ cho chủ thể tham gia thị trường

Chưa có quy định cụ thể về chuẩn công nghệ cho các chủ thể tham gia thị trường từ cơ quan quản lý thị trường. Vì vậy, các công ty chứng khoán đã tự phát áp dụng các công nghệ hoàn toàn khác nhau cho nghiệp vụ của họ.

Quy định không cho phép công ty chứng khoán trực tiếp quản lý vốn (tiền) của nhà đầu tư, mà khoản vốn đầu tư đó phải được quản lý bởi một ngân hàng thương mại (Điều

32 quyết định 27/2007/QĐ-BTC) đã làm nảy sinh khó khăn trong kết nối thanh toán giữa công ty chứng khoán với ngân hàng thương mại đóng vai trò là ngân hàng thanh toán. Để hạn chế những rủi ro về chính sách cho các công ty chứng khoán khi quyết định đầu tư vào công nghệ phục vụ chiến lược phát triển lâu dài, cơ quan quản lý nhà nước cũng cần đưa ra các tiêu chuẩn về công nghệ cho các công ty này.

4.2.4. Nâng cao vai trò của ủy ban giám sát thị trường

Thị trường chứng khoán Việt Nam mới trong giai đoạn phát triển rất sơ khai nếu so với các thị trường chứng khoán có lịch sử phát triển hàng trăm năm của châu Âu hay Bắc Mỹ vì thế những hành vi như đầu cơ trục lợi, bán khống, thao túng thị trường, giao dịch nội gián sẽ không tránh khỏi. Để hạn chế được những hành vi này, kinh nghiệm của các quốc gia có TTCK phát triển cho thấy ngoài sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại cho phép giám sát được các hành vi làm giá thao túng thị trường thì vai trò của ủy ban giám sát thị trường được nâng cao để giám sát và ngăn chặn các hành vi như giao dịch nội gián.

4.3. Lựa chọn giải pháp

Trong các nhóm giải pháp phân tích ở trên thì cá nhân tôi muốn nhấn mạnh vào những giải pháp mà công ty hoàn toàn có thể chủ động được. Đó là luôn chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đặc biệt là nhân lực cho phân tích và tư vấn đầu tư chứng khoán, tư vấn tài chính doanh nghiệp. Đồng thời tìm kiếm để đổi mới công nghệ thông tin hiện đại phù hợp để đón đầu thị trường trước khi hàng rào bảo hộ ngành tài chính trong nước được gỡ bỏ hoàn toàn.

4.4. Kiến nghị

Từ các giải pháp đề xuất nêu trên, tôi xin đề xuất một số kiến nghị đối với Ban Lãnh đạo công ty như sau:

Thứ nhất, xây dựng lại quy trình đánh giá kết quả làm việc của mỗi nhân viên. Bắt đầu từ xây dựng Bảng mô tả công việc cùng với Bảng đánh giá hiệu quả công việc cho mỗi nhân viên. Hoàn thiện lại quy chế Thưởng – Phạt một cách công bằng và minh bạch theo hướng khuyến khích sự cống hiến của mỗi nhân viên.

Thứ hai, tạo cơ chế để khuyến khích thích đáng đối với những nhân viên có ý tưởng cải tiến, sáng tạo và những nỗ lực đào tạo nâng cao trình độ của nhân viên trong công ty (chẳng hạn tặng vé uống cà phê miễn phí nếu trong tháng có đề xuất ít nhất 2 ý tưởng cải tiến có thể áp dụng trong công việc của mình).

Thứ ba, cải tiến chế độ làm việc của Khối Dịch vụ khách hàng dưới sự hỗ trợ của các phòng nghiệp vụ có liên quan như môi giới, tư vấn, phân tích để tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, nắm bắt kịp thời những phản hồi của khách hàng. Từ đó có được chính sách chăm sóc khách hàng và dịch vụ cung cấp ngày càng tốt hơn cho khách hàng.

Thứ tư, tổ chức thường xuyên hơn các buổi thuyết trình do các chuyên gia trong lĩnh vực tài chính, chứng khoán trình bày cho các nhà đầu tư tại sàn. Cung cấp miễn phí các bản tin chứng khoán, các báo cáo phân tích đánh giá thị trường như hiện tại.

KẾT LUẬN

Sau quá trình thu thập, tổng hợp số liệu, đánh giá tình hình triển vọng thị trường chứng khoán Việt Nam cũng như phân tích hoạt động kinh doanh của Công ty Cổ phần Chứng khoán Rồng Việt để hoàn thành đề tài này. Cuối cùng, tôi cũng rút ra được trong 5 nguồn lực ảnh hưởng tới khả năng cạnh tranh của VDS, nguồn lực nào ảnh hưởng có tính chất quyết định, nguồn lực nào ít ảnh hưởng hơn. Trên cơ sở đó tôi đã đưa ra một số giải pháp để gia tăng khả năng cạnh tranh cho công ty. Đồng thời tôi cũng đề xuất với Ban lãnh đạo công ty một số kiến nghị có tính thực tiễn cao liên quan tới chính sách phát triển nhân lực, đánh giá nhân lực và thành lập bộ phận hỗ trợ và chăm sóc khách hàng phục vụ mục tiêu lâu dài bền vững của công ty. Một số giải pháp khác, tuy chưa kiến nghị thực hiện nhưng tôi sẽ tiếp tục nghiên cứu để đưa ra trong thời gian tới trong nỗ lực vì sự phát triển lâu dài của công ty.

Tuy nhiên, trong phạm vi nghiên cứu của đề tài này có một số mặt hạn chế như là: Chỉ tập trung nghiên cứu khách hàng là nhà đầu tư hiện hữu của VDS, chưa khảo sát được những nhu cầu của các nhà đầu tư tại các công ty chứng khoán đối thủ.

Hạn chế tiếp theo trong đề tài của tôi là chưa đánh giá được đầy đủ những yếu tố quan trọng mà mô hình 5 áp lực của giáo sư Michael E Porter chưa đề cập tới. Đó chính là áp lực từ các bên liên quan mật thiết như: Vai trò của chính phủ, cộng đồng, các hiệp hội (các nhà đầu tư chứng khoán, các công ty niêm yết,..), các nhà tài trợ, cổ đông và nhà cung cấp sản phẩm bổ sung (Complementor). Tuy nhiên, tôi đánh giá rằng với nền kinh tế ổn định và hoạt động trong môi trường pháp luật đang trong quá trình hoàn thiện của Việt Nam hiện nay, các công ty chứng khoán đều bị tác động bởi các yếu tố này gần như tương tự nhau. Việc bỏ qua áp lực này sẽ làm rõ được lợi thế cạnh tranh thực sự của công ty mà vẫn đảm bảo tính khách quan của nghiên cứu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Giáo sư Michael E Porter, *Lợi thế cạnh tranh*, NXB Trẻ 2008
- [2] Báo cáo thường niên của các Công ty Chứng khoán và 2 sở GDCK qua các năm
- [3] Website: <http://www.hsx.vn/hsx/Default.aspx>
- [4] Website: <http://hnx.vn/web/guest/home>
- [5] Website: <http://vdsc.com.vn/>
- [6] Website: <http://shs.com.vn/>
- [7] Website: <http://ivs.com.vn/>
- [8] Website: <http://cafef.vn/>
- [9] Website: <http://vneconomy.vn/>
- [10] Website: <http://www.ssi.com.vn/>
- [11] Website: <http://www.vcsc.com.vn/>
- [12] Website: <http://wss.com.vn/>
- [13] Website: <http://www.avsc.com.vn/portal/>
- [14] Website: <http://www.maybank-kimeng.com.vn/kimengportal/>

THÔNG TIN LIÊN HỆ SINH VIÊN

Họ và tên : Trần Tiến Dũng

Ngành : Tài chính – Ngân hàng

Lớp : TC0911

Mssv : 091822

Mail sv : dung.tt1822@sinhvien.hoasen.edu.vn

Google mail : tt.dung90@gmail.com

Skype : tiendung_nq