



Tác động của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện: Nghiên cứu tại Việt Nam

TRẦM THỊ XUÂN HƯƠNG^{a,*}, NGUYỄN TỪ NHU^a, CAO NGỌC THỦY^a

^a Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh

THÔNG TIN	TÓM TẮT
Ngày nhận: 16/07/2021 Ngày nhận lại: 26/02/2022 Duyệt đăng: 28/02/2022 Mã phân loại JEL: E52; G21; G23 Từ khóa: Cạnh tranh; Ngân hàng thương mại; Tài chính toàn diện; Việt Nam. Keywords: Competition; Commercial bank; Finance inclusion; Vietnam.	Bằng phương pháp hồi quy dữ liệu bảng, nghiên cứu tập trung đo lường tác động của cạnh tranh ngân hàng đến phát triển tài chính toàn diện tại Việt Nam trong giai đoạn 2006–2018. Kết quả nghiên cứu đáng tin cậy cho thấy cạnh tranh ngân hàng có ảnh hưởng tích cực đến tài chính toàn diện. Đây là bằng chứng thực nghiệm quan trọng đối với các nhà quản lý ngân hàng, các nhà hoạch định chính sách. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm giúp các ngân hàng xây dựng chiến lược cạnh tranh, đóng góp vào kế hoạch phát triển tài chính toàn diện cho đất nước trong thời gian tới. Abstract By using the regression method for panel data, the study focuses on measuring the impact of banking competition on the development of financial inclusion (FI) in Vietnam from 2006 to 2018. The reliable research result shows that banking competition has a positive effect on FI. This is also a piece of important empirical evidence for bank managers and policymakers. Therefore, the study proposes appropriate solutions not only to help banks to build competitive strategies but also to contribute to the development plan of FI in Vietnam.

* Tác giả liên hệ.

Email: txhuong@ueh.edu.vn (Trầm Thị Xuân Hương), nhunt@ueh.edu.vn (Nguyễn Từ Nhu), ngocthu@ueh.edu.vn (Cao Ngọc Thủy).
Trích dẫn bài viết: Trầm Thị Xuân Hương, Nguyễn Từ Nhu, & Cao Ngọc Thủy. (2022). Tác động của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện: Nghiên cứu tại Việt Nam. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á*, 33(5), 84–101.

1. Giới thiệu

Tài chính toàn diện (Financial Inclusion – FI) là mục tiêu quan trọng của chính sách phát triển kinh tế của các quốc gia. Một hệ thống tài chính phát triển toàn diện sẽ thúc đẩy phân bổ hiệu quả các nguồn lực kinh tế, tăng cường khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính và hạn chế việc sử dụng các nguồn tài chính không chính thức (Sarma, 2008). Hiểu theo nghĩa rộng hơn, tài chính toàn diện chính là quá trình thu hút cá nhân và tổ chức trong xã hội tiếp cận hệ thống tài chính chính thức (Sarma, 2008). Tài chính toàn diện là xu thế phát triển các dịch vụ tài chính chính thức (Tín dụng, tiết kiệm, thanh toán, bảo hiểm...) đến mọi tầng lớp trong xã hội, kể cả những đối tượng gặp khó khăn do các rào cản về thu nhập hay do chi phí dịch vụ quá cao của các đơn vị cung ứng dịch vụ tài chính (World Bank, 2014). Định nghĩa này nhấn mạnh phạm vi to lớn của tài chính toàn diện là đo lường khả năng tiếp cận, mức độ tiếp cận và sử dụng cũng như sự sẵn sàng của hệ thống tài chính.

Như vậy, tài chính toàn diện là chỉ số quan trọng phản ánh khả năng tiếp cận tài chính của một quốc gia, đánh giá mức độ phát triển các kênh cung cấp tài chính nói riêng và sự phát triển kinh tế nói chung. Tài chính toàn diện thể hiện đặc điểm về rủi ro và nhu cầu tài chính của khách hàng cũng như đánh giá mức độ sẵn có và khả năng mở rộng tiếp cận sản phẩm, dịch vụ tài chính của các định chế tài chính ở một quốc gia bất kỳ.

Với nhiều nhà cung cấp dịch vụ tài chính đa dạng, ngân hàng thương mại (NHTM) đóng vai trò chủ đạo cung cấp toàn bộ các sản phẩm, dịch vụ tài chính trong nền kinh tế. Dưới áp lực gia tăng cạnh tranh giữa các định chế tài chính trung gian có vai trò và chức năng tương đương nhau trong việc phục vụ các sản phẩm tài chính cho xã hội, NHTM ngày càng cải tiến tốt hơn chiến lược kinh doanh, mở rộng phạm vi và quy mô, cung cấp đa dạng và phong phú hơn các sản phẩm, dịch vụ tài chính nhằm thu hút khách hàng. Điều này đặt ra câu hỏi liệu cạnh tranh ngân hàng có thúc đẩy phát triển tài chính toàn diện hay không? (World Bank, 2014). Vì cạnh tranh ngân hàng ảnh hưởng từ phía cung, với danh nghĩa là các nhà cung cấp tài chính, do đó, tài chính toàn diện ảnh hưởng thay đổi cầu theo mức độ cạnh tranh ngân hàng.

Đến nay vẫn chưa tìm thấy sự thống nhất rõ ràng và chắc chắn về tác động của cạnh tranh ngân hàng đến phát triển tài chính toàn diện. Trong các nghiên cứu thực nghiệm, chủ yếu các nhà kinh tế nghiên cứu trong từng quốc gia với các giai đoạn khác nhau về phát triển kinh tế, ở đó cạnh tranh ngân hàng ảnh hưởng đến việc tổ chức tiếp cận sản phẩm, dịch vụ tài chính ngân hàng thông qua các hoạt động ngân hàng nhằm khuyến khích và lôi kéo sự ảnh hưởng của mình đến khách hàng. Tuy nhiên, nếu ngân hàng không áp lực cạnh tranh sẽ dễ dàng lựa chọn khách hàng mục tiêu và cung cấp các tiện ích cho cá nhân và tổ chức đó. Điều này cũng góp phần phát triển tài chính toàn diện.

Tại Việt Nam, một quốc gia đang phát triển, tài chính toàn diện đóng vai trò quan trọng. Thị trường Việt Nam được đánh giá là tiềm năng đối với các ngân hàng trong và ngoài nước. Phần đông người dân còn duy trì thói quen sử dụng tiền mặt. Hệ thống thanh toán qua tài khoản chưa được phổ biến rộng khắp trong mọi giao dịch của người dân. Tỷ trọng giao dịch qua ngân hàng còn khá thấp, thậm chí còn nhiều giao dịch quan trọng không được lựa chọn để thực hiện qua ngân hàng. Do đó, việc gia tăng khả năng tiếp cận tài chính trong nền kinh tế là vô cùng cấp thiết.

Bên cạnh đó, đứng trước thách thức hội nhập, các NHTM Việt Nam đang đối mặt áp lực lớn về cạnh tranh không chỉ với các NHTM trong nước mà còn có sự gia nhập của các NHTM nước ngoài.

Gia tăng năng lực cạnh tranh ngân hàng giúp ngân hàng mở rộng thị phần, đổi mới công nghệ, thu hút khách hàng. Do đó, nghiên cứu tác động của cạnh tranh ngân hàng đến phát triển tài chính toàn diện tại Việt Nam nhằm đánh giá mức độ ảnh hưởng và chiều hướng tác động của mối quan hệ này là cần thiết. Từ đó, giúp cho các nhà quản trị và các nhà hoạch định chính sách lựa chọn chiến lược phù hợp, nâng cao khả năng cạnh tranh của hệ thống ngân hàng trong nước.

2. Tổng quan các nghiên cứu trước

Các nghiên cứu trước đây đã xem xét nhiều đến mối liên hệ giữa cạnh tranh và tài chính toàn diện thông qua các chỉ tiêu đo lường cụ thể. Như nghiên cứu của Beck và cộng sự (2003, 2004) về mức độ tập trung thị trường (hay cạnh tranh) đến khả năng gia tăng số lượng tài khoản ngân hàng, đã chỉ ra các rào cản về phía ngân hàng như: Yêu cầu về số dư tối thiểu, phí ngân hàng ở một số các quốc gia làm cho mức độ tiếp cận ngân hàng giảm đi. Tuy không tìm ra mối quan hệ chặt chẽ giữa mức độ tập trung ngân hàng và các rào cản phát sinh này, nhưng kết quả nghiên cứu của Beck và cộng sự (2003, 2004) chỉ ra các quốc gia càng tồn tại nhiều yếu tố rào cản càng làm hạn chế hoạt động ngân hàng, có thể là nguyên nhân gây ra sức cạnh tranh kém hơn.

Khi bước vào giai đoạn toàn cầu hóa, các ngân hàng ngày càng chịu áp lực cạnh tranh nhiều hơn. Điều này làm cho các nhà quản trị ngân hàng phải tìm cách mở rộng thị phần, gia tăng khả năng cung ứng sản phẩm và dịch vụ, hiệu rộng hơn là thực hiện các chiến lược phát triển tài chính toàn diện. Chính thực tế này thôi thúc các nhà nghiên cứu tập trung vào tác động của cạnh tranh đến tài chính toàn diện nhiều hơn. Hầu hết các nghiên cứu thực nghiệm này tồn tại nhiều quan điểm trái chiều. Ứng hộ quan điểm cạnh tranh ảnh hưởng tích cực đến phát triển tài chính toàn diện có nghiên cứu của Beck và cộng sự (2004) đã tìm thấy trong mẫu nghiên cứu nhiều quốc gia rằng cạnh tranh ngân hàng giảm làm gia tăng trở ngại tiếp cận tài chính của công ty, từ đó hạn chế hoạt động kinh doanh của hệ thống ngân hàng. Vì vậy, để thúc đẩy tài chính toàn diện, các ngân hàng cần tăng cường năng lực cạnh tranh của mình hơn. Nghiên cứu của Claessens và Laeven (2005) cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng về 16 quốc gia có hệ thống ngân hàng cạnh tranh đã tác động tích cực đến khả năng tiếp cận tài chính của nhiều công ty.

Nghiên cứu của Love và Peria (2015) về khả năng tiếp cận tài chính của công ty được cải thiện khi có sự gia tăng cạnh tranh ngân hàng. Hay nghiên cứu của Chauvet và Jacolin (2017) chỉ ra tác động tích cực của tài chính toàn diện đến tăng trưởng doanh nghiệp trong điều kiện thị trường các ngân hàng cạnh tranh hơn, và được đo lường bằng thị phần các công ty có khả năng tiếp cận tín dụng ngân hàng gia tăng trong thời gian nghiên cứu.

Phát hiện của Dick (2007), Cohen và Mazzeo (2010) cho rằng cạnh tranh gia tăng dẫn đến ngân hàng có xu hướng tăng số lượng chi nhánh, đồng nghĩa với tác động tích cực đến việc mở rộng đối tượng khách hàng sử dụng các dịch vụ tài chính (thông qua việc đo lường số tài khoản khách hàng tăng lên) và giúp nâng cao khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính (sự hình thành nhiều chi nhánh ngân hàng hơn).

Một nghiên cứu của Owen và Pereira (2016) về tác động của cạnh tranh ngân hàng đến phát triển tài chính toàn diện, mẫu nghiên cứu là 83 quốc gia trong khoảng thời gian 10 năm. Kết quả nghiên cứu cho thấy cạnh tranh ngân hàng, được đo lường bằng ba chỉ số: Chỉ số Lerner, chỉ số H và chỉ số

Boone, thúc đẩy tài chính toàn diện thông qua số lượng truy cập tài khoản và gia tăng các khoản vay của khách hàng.

Bên cạnh đó, nghiên cứu của Mengistu và Perez-Saiz (2018) đánh giá mức độ phát triển tài chính toàn diện dựa trên yếu tố cạnh tranh ngân hàng của các quốc gia vùng lân cận Sahara, châu Phi. Thông qua các chỉ tiêu đo lường khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính chính thức, bao gồm: Tài khoản ngân hàng, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ và cấp tín dụng. Kết quả nghiên cứu của Mengistu và Perez-Saiz (2018) cho thấy gia tăng cạnh tranh có xu hướng làm gia tăng khả năng tiếp cận sản phẩm, dịch vụ tài chính.

Một nghiên cứu khá thú vị khác về tác động tích cực của cạnh tranh đến tài chính toàn diện là của Chauvet và Jacolin (2017) xem xét khả năng tiếp cận tài chính của các công ty có bị ảnh hưởng bởi mức độ cạnh tranh ngân hàng hay không? Với cơ sở dữ liệu của 55.596 công ty ở 79 quốc gia, kết quả cung cấp bằng chứng thực nghiệm vững chắc khi thị trường ngân hàng cạnh tranh thúc đẩy khả năng tiếp cận sản phẩm, dịch vụ tài chính của các công ty. Đặc biệt, các công ty nước ngoài và công ty sở hữu nhà nước là những đối tượng chịu ảnh hưởng sâu sắc hơn. Ngoài ra, nghiên cứu cũng cho kết quả ở các quốc gia có hệ thống ngân hàng cạnh tranh sẽ giúp quy mô tài sản công ty trong nước gia tăng đáng kể bằng sự hỗ trợ từ các sản phẩm liên quan đến vốn từ ngân hàng cho các doanh nghiệp.

Nghiên cứu thực nghiệm ở quốc gia Mexico của Marín và Schwabe (2019) về tác động của cạnh tranh để phát triển tài chính toàn diện thông qua chỉ tiêu đo lường là sự gia tăng số lượng tài khoản ngân hàng trên số lượng dân số của quốc gia này. Kết quả cho thấy số lượng tài khoản gia tăng trung bình 40% sau hàng loạt các chính sách khuyến khích các ngân hàng gia tăng cạnh tranh. Nghiên cứu cũng khẳng định các chính sách tạo điều kiện cạnh tranh cho các ngân hàng đã đóng vai trò quan trọng trong hầu hết các giải pháp phát triển tài chính toàn diện tại Mexico.

Đo lường một khía cạnh khác của cạnh tranh tác động đến phát triển tài chính toàn diện có nghiên cứu của Gopalan và Rajan (2015), đã đo lường mức độ cạnh tranh của hệ thống ngân hàng trong nước dưới ảnh hưởng của việc gia nhập các ngân hàng nước ngoài, mẫu nghiên cứu bao gồm 57 nền kinh tế mới nổi và đang phát triển trong giai đoạn 2004–2009. Bằng chứng thực nghiệm cho thấy dưới áp lực cạnh tranh từ các ngân hàng nước ngoài, khả năng tiếp cận tài chính của các quốc gia tăng lên đáng kể. Đồng nghĩa, cạnh tranh có tác động tích cực đến phát triển tài chính toàn diện của nhiều quốc gia.

Tuy nhiên, cũng tồn tại quan điểm trái chiều nhưng không phổ biến cho rằng cạnh tranh tác động tiêu cực đến phát triển tài chính toàn diện. Diễn hình là kết quả nghiên cứu của Petersen và Rajan (1995), Beck và cộng sự (2003), Chong và cộng sự (2013) cho rằng các công ty có khả năng tiếp cận tài chính nhiều hơn khi thị trường tín dụng tập trung (ít cạnh tranh hơn) và thông tin thị trường là đầy đủ.

Nghiên cứu của Carbó-Valverde và cộng sự (2009) cho thấy ngân hàng cạnh tranh làm giảm các hạn chế tiếp cận tài chính của các công ty Tây Ban Nha. Kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của Cetorelli và Gambera (2001) cho rằng cạnh tranh hệ thống ngân hàng giảm thúc đẩy các công ty gia tăng khả năng tiếp cận tài chính nhiều hơn.

Hầu hết các nghiên cứu chỉ tập trung đánh giá khả năng tiếp cận tài chính như một chỉ tiêu đại diện đo lường tài chính toàn diện của mỗi quốc gia. Mặc dù khả năng tiếp cận tài chính rõ ràng là một chỉ số quan trọng về việc sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính sẵn có, nhưng bị giới hạn trong việc phản ánh các đặc điểm rủi ro và nhu cầu tài chính của người đi vay. Chỉ số này loại bỏ các khía cạnh khác trong đo lường tài chính toàn diện, chẳng hạn như, sự sẵn có và mở rộng khả năng

tiếp cận các sản phẩm, dịch vụ tài chính. Do đó, tập trung vào một khía cạnh duy nhất sẽ không nắm bắt được phạm vi rộng lớn của tài chính toàn diện (Sarma & Pais, 2011) và cũng không phản ánh được các kênh mà qua đó, cạnh tranh ngân hàng có thể ảnh hưởng đến tài chính toàn diện ở từng quốc gia. Do đó, nghiên cứu này, theo cách tiếp cận của Sarma (2008), đo lường tài chính toàn diện qua các khía cạnh cụ thể của nền kinh tế, cung cấp những hiểu biết sâu sắc hơn về mối quan hệ giữa lĩnh vực ngân hàng và tài chính toàn diện thông qua việc xem xét cạnh tranh ngân hàng có phải là một trong những yếu tố chính thúc đẩy tài chính toàn diện hay không? Từ đó, cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng khuyến khích các ngân hàng định hướng trong việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ tài chính.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu đánh giá tác động của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện, tiếp cận quan điểm của Sarma (2008), nhóm tác giả thiết kế chỉ số đo lường tài chính toàn diện là: Số tài khoản ngân hàng, số máy ATM, và số chi nhánh ngân hàng. Ngoài ra, nghiên cứu cũng sử dụng thêm tỷ lệ dư nợ tín dụng và huy động vốn trên GDP (Sarma, 2008) để đánh giá tài chính toàn diện trong khu vực dân cư.

Để đo lường tác động của cạnh tranh đến phát triển tài chính toàn diện, kế thừa phương pháp nghiên cứu của Sarma và Pais (2011), nhóm tác giả sử dụng phương pháp hồi quy tuyến tính với dữ liệu bảng không cân bằng của 25 NHTM Việt Nam giai đoạn 2006–2018 và đề xuất mô hình như sau:

$$FI_{it} = \beta_0 + \beta_1 FI_{it-1} + \beta_2 Lerner_{it-1} + \beta_3 Asset_{it-1} + \beta_4 Gov_{it-1} + \beta_5 Profit_{it-1} + \beta_6 NPL_{it-1} + \beta_7 GDPPC_{it-1} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó,

- Biến phụ thuộc:

FI: Chỉ số tài chính toàn diện đo lường bằng 04 chỉ tiêu gồm:

- (1) FI₁: Số tài khoản ngân hàng;
- (2) FI₂: Số máy ATM;
- (3) FI₃: Số chi nhánh ngân hàng;
- (4) FI₄: Tỷ lệ dư nợ tín dụng và huy động vốn trên GDP.

- Các biến độc lập:

Lerner: Chỉ số này phản ánh mức độ cạnh tranh ngân hàng. Đây là chỉ số được các học giả sử dụng khá phổ biến trong rất nhiều nghiên cứu thực nghiệm trước đó liên quan đến lĩnh vực này. Ưu điểm của chỉ số Lerner chính là phương pháp ước lượng được thực hiện theo từng năm và cho từng loại hình sở hữu khác nhau của mỗi ngân hàng (Võ Xuân Vinh & Đặng Bửu Kiềm, 2016), cụ thể:

$$Lerner_{it} = \frac{Price_{it} - MC_{it}}{Price_{it}}$$

Trong đó, Price_{it}: Trị giá của tổng tài sản ngân hàng i vào thời điểm t, được tính bằng tỷ lệ Tổng thu nhập lãi và phí lãi chia cho tổng tài sản (Fu và cộng sự, 2014; Fiordelisi & Mare, 2014; de Guevara và cộng sự, 2005).

MC_{it} : Chi phí cận biên tính trên một đơn vị sản lượng đầu ra, đây là đại lượng không quan sát trực tiếp được nên ước lượng bằng công thức sau (Fu và cộng sự, 2014; Kasman & Carvall, 2014; Fiordelisi & Mare, 2014; Amidu & Wolfe, 2013):

$$MC_{it} = \frac{Cost_{it}}{Q_{it}} [\beta_1 + \beta_2 \ln Q_{it} + \sum_{k=1}^3 \Phi_k \ln W_{kit} + \text{trend}_{it}] \quad (1)$$

Q_{it} : Đại diện cho sản lượng đầu ra của ngân hàng và được đo lường giống như Tổng tài sản;

W_1 : Chi phí huy động vốn, bằng chi phí lãi;

W_2 : Chi phí lao động, bằng chi phí lao động;

W_3 : Chi phí vốn, bằng chi phí hoạt động khác;

trend_{it} : Biến phản ánh sự thay đổi công nghệ ngân hàng i vào năm t ;

$Cost_{it}$: Tổng chi phí ngân hàng i vào thời điểm t , bao gồm chi phí tài chính và chi phí hoạt động, đại lượng này được tính toán bằng hàm chi phí như sau:

$$\begin{aligned} \ln Cost_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \ln Q_{it} + \frac{1}{2} \beta_2 (\ln Q_{it})^2 + \sum_{k=1}^3 \gamma_{kt} \ln W_{kit} + \sum_{k=1}^3 \Phi_k \ln Q_{it} \ln W_{kit} \\ & + \sum_{k=1}^3 \sum_{j=1}^3 \delta_{ij} \ln W_{kit} \ln W_{jit} + \sum_{i=1}^3 \frac{\delta_i}{2} (\ln W_{jit})^2 + \frac{1}{2} \sum_{k=1}^2 \eta_k \text{trend}_{it}^k \\ & + \sum_{i=1}^3 \varsigma_i \ln W_{jit} \text{trend}_{it} + \frac{1}{2} \nu \ln Q_{jit} \text{trend}_{it} + \varepsilon_j \end{aligned}$$

Sau khi triển khai và rút gọn hàm chi phí được phương trình ước lượng như sau:

$$\begin{aligned} \ln Cost_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \ln Q_{it} + \frac{1}{2} \beta_2 (\ln Q_{it})^2 + \gamma_1 \ln W_{1it} + \gamma_2 \ln W_{2it} + \gamma_3 \ln W_{3it} + \\ & \Phi_1 \ln Q_{it} \ln W_{1it} + \Phi_2 \ln Q_{it} \ln W_{2it} + \Phi_3 \ln Q_{it} \ln W_{3it} + \frac{1}{2} \alpha_1 (\ln W_{1it})^2 + \\ & \frac{1}{2} \alpha_2 (\ln W_{2it})^2 + \frac{1}{2} \alpha_3 (\ln W_{3it})^2 + \alpha_4 \ln W_{1it} \ln W_{2it} + \alpha_5 \ln W_{1it} \ln W_{3it} + \\ & \alpha_6 \ln W_{2it} \ln W_{3it} + \eta_1 \text{trend}_{it} + \frac{1}{2} \eta_2 \text{trend}_{it}^2 + \varsigma_1 \ln W_{1it} \text{trend}_{it} + \\ & \varsigma_2 \ln W_{2it} \text{trend}_{it} + \varsigma_3 \ln W_{3it} \text{trend}_{it} + \frac{1}{2} \nu \ln Q_{it} \text{trend}_{it} + \varepsilon_j \end{aligned}$$

Để ước lượng hàm Tổng chi phí $\ln Cost$, đầu tiên sẽ ước lượng các tham số của hàm chi phí. Chi phí biên được tính toán bằng cách lấy đạo hàm bậc nhất của hàm Tổng chi phí và được ước lượng như phương trình (1).

Chỉ số Lerner cho giá trị càng cao tức là ngân hàng có sức mạnh chi phối giá cao và điều kiện cạnh tranh thị trường sẽ giảm xuống.

Asset: Phản ánh tài sản của ngân hàng so với tổng tài sản của hệ thống ngân hàng. Chỉ số này được tính bằng tỷ lệ tài sản ngân hàng trên tổng tài sản hệ thống ngân hàng.

Gov: Phản ánh mức độ không hiệu quả của hệ thống tài chính (Sarma & Pais, 2011), đo lường bằng tỷ lệ tín dụng cấp cho các doanh nghiệp nhà nước trên tổng dư nợ tín dụng của ngân hàng.

Profit: Lợi nhuận ròng của ngân hàng, tính bằng lợi nhuận sau thuế.

NPL: Tỷ lệ nợ xấu của ngân hàng.

GDPPC: Phản ánh mức độ phát triển nền kinh tế, tính bằng GDP bình quân đầu người hàng năm tại Việt Nam.

Các biến độc lập được lấy độ trễ $t-1$ phản ánh mức độ tác động lên biến phụ thuộc sau khoảng thời gian 01 năm. Mô hình đo lường tác động của các biến nội tại ngân hàng sẽ có hiện tượng nội sinh, do đó, nghiên cứu sử dụng ước lượng GMM hai bước (System Generalized Method of Moments – SGMM) cho phép giải thích tác động các biến có độ trễ lên biến phụ thuộc.

it: Ngân hàng i vào năm t ; β_0 : Hệ số chặn; β_j ($j = 1-7$): Hệ số hồi quy; ε : Phần dư mô hình.

Nghiên cứu cũng sử dụng các kiểm định về đa cộng tuyến, tự tương quan và phương sai thay đổi cho mô hình hồi quy.

Thông qua lược khảo các nghiên cứu trước (Beck và cộng sự, 2003, 2004; Love và Peria, 2015; Gopalan và Rajan, 2015; Carbó-Valverde và cộng sự, 2009) cho thấy có nhiều xu hướng tác động khác nhau của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện: Tương quan cùng chiều, tương quan ngược chiều. Tình hình thực tế trong thời gian qua tại các NHTM Việt Nam cho thấy chiến lược đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ tài chính, gia tăng số lượng chi nhánh, phòng giao dịch, cung cấp thêm nhiều tiện ích cho khách hàng theo đuổi mục tiêu kỳ vọng khai thác tiềm năng thị trường, tìm kiếm khách hàng và mở rộng phạm vi, quy mô hoạt động. Do đó, nghiên cứu xây dựng giả thuyết dựa trên kỳ vọng cạnh tranh ngân hàng có tác động đáng kể đến tài chính toàn diện tại Việt Nam như sau:

Giả thuyết H₁: Cạnh tranh ngân hàng tác động tích cực đến tài chính toàn diện tại Việt Nam.

Ngoài cạnh tranh ngân hàng, nghiên cứu cũng khai thác tác động của các yếu tố: Quy mô ngân hàng, mức độ không hiệu quả của hệ thống tài chính, lợi nhuận ngân hàng, tỷ lệ nợ xấu và thu nhập bình quân đầu người đến tài chính toàn diện. Với kỳ vọng nền kinh tế nói chung và hệ thống tài chính, đặc biệt là các NHTM Việt Nam nói riêng, khai thác tốt các nguồn lực này trong phát triển tài chính toàn diện, nhóm tác giả xây dựng kỳ vọng về ảnh hưởng của các biến kiểm soát đến tài chính toàn diện như sau:

Bảng 1.

Tổng hợp kỳ vọng các biến

Biến kiểm soát	Kỳ vọng nghiên cứu
Quy mô ngân hàng	+
Mức độ không hiệu quả của hệ thống tài chính	–
Lợi nhuận ngân hàng	+
Tỷ lệ nợ xấu	–
Thu nhập bình quân đầu người	+

Ghi chú: Dấu + : Tác động cùng chiều;

Dấu – : Tác động ngược chiều.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả các biến nghiên cứu trong mô hình

Bảng 2.

Thống kê mô tả các biến nghiên cứu

Tên biến	Giá trị trung bình	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Độ lệch chuẩn
<i>Biến phụ thuộc FI</i>				
Số tài khoản ngân hàng (FI ₁)	34.000	28.000	50.000	14.000
Số máy ATM (FI ₂)	6.000	76	20.578	1.984
Số chi nhánh ngân hàng (FI ₃)	210,5608	5	1.154	240,1762
Tỷ lệ dư nợ tín dụng và huy động vốn trên GDP (FI ₄)	61%	5%	250%	67%
<i>Biến độc lập</i>				
Lerner	0,8984	0,6718	1,7607	0,0874
Asset	17,7695	13,1348	20,9074	1,4317
Gov	9,4231	0,0181	71,8763	11,151
Profit	4,6592	0,0299	19,9812	2,7951
NPL	0,0201	0,0051	0,0299	0,0015
GDPPC	5,7349	0,5780	7,5810	0,1560

Nhìn chung các biến nghiên cứu có phân bố đều, phản ánh tương quan giữa các NHTM Việt Nam khá rõ nét. Số tài khoản ngân hàng tăng trưởng đều qua các năm và đạt con số khá cao đến hiện nay. Nhìn chung, đa phần người dân khu vực thành thị đều mở ít nhất một tài khoản ngân hàng, khu vực nông thôn chủ yếu người dân tiếp cận ngân hàng bằng hình thức thẻ tiết kiệm, sổ tiết kiệm có kỳ hạn và vay vốn tín dụng là chính. Số lượng tài khoản có sự chênh lệch lớn giữa các ngân hàng. Các ngân hàng lớn truyền thống vốn sở hữu nhà nước trước đây có ưu thế nhiều hơn về mạng lưới và khách hàng rộng rãi khắp nơi, các NHTM cổ phần phải cạnh tranh gay gắt hơn, đồng thời cung cấp thêm nhiều dịch vụ ưu đãi để thu hút khách hàng, đặc biệt là ở khu vực nông thôn.

Mật độ máy ATM cũng khá cao ở khu vực thành thị và rải rác ở khu vực nông thôn. Tuy nhiên, mức độ chênh lệch giữa các ngân hàng cũng đáng kể. Có những ngân hàng có số lượng máy ATM nhiều, bao phủ khắp các tỉnh thành và quy mô đến tận cấp huyện, xã (Vietinbank, Vietcombank). Ngược lại, vẫn còn những ngân hàng chỉ dừng lại quy mô cấp tỉnh, thành phố và tập trung ở các đô thị lớn (ACB, VIB, VPBank).

Biến FI₃ thể hiện có sự chênh lệch về số lượng chi nhánh giữa các NHTM Việt Nam và sự chênh lệch trong cùng hệ thống ngân hàng qua thời gian rất rõ nét. Số lượng chi nhánh, phòng giao dịch các ngân hàng đều có sự gia tăng trong giai đoạn 2006–2018. Trong đó, đứng đầu là các ngân hàng:

BIDV, Vietinbank, VCB, Techcombank, SHB, Sacombank với số lượng đều trên 500 chi nhánh, phòng giao dịch trải đều cả nước. Các ngân hàng này hiện nay cũng đang duy trì ổn định mạng lưới hoạt động của mình.

Tỷ lệ dư nợ tín dụng và huy động vốn trên GDP bình quân nhìn chung phản ánh được tình hình tài chính của hệ thống các NHTM trong nước. Tuy nhiên, tỷ lệ này vẫn có khoảng cách khá lớn giữa các ngân hàng với nhau. Nguyên nhân xuất phát từ lợi thế về quy mô và phạm vi hoạt động. Các ngân hàng tùy vào lợi thế của mình mà khai thác sản phẩm, dịch vụ cho từng loại đối tượng khách hàng khác nhau, phân khúc thị trường khác nhau để từ đó mang lại lợi nhuận cao nhất cho mình.

Còn các biến độc lập: Lerner, Gov, Profit lại có độ lệch chuẩn cao thể hiện có sự khác biệt rất lớn của các NHTM. Qua đó, thể hiện sức cạnh tranh, mức độ hiệu quả trong hoạt động tài chính và lợi nhuận của các NHTM cũng có sự khác biệt lớn.

4.2. Kết quả nghiên cứu

Về phương pháp ước lượng, nghiên cứu sử dụng các phương pháp phổ biến trong việc xử lý dữ liệu dạng bảng. Đầu tiên, kiểm định F giữa mô hình Pooled OLS và mô hình tác động cố định (Fixed Effects Model – FEM) cho kết quả thống kê Chi bình phương nhỏ hơn 5%, tức là mô hình của biến phụ thuộc được lựa chọn là FEM. Nghiên cứu cũng sử dụng kiểm định Hausman để lựa chọn giữa mô hình tác động cố định (FEM) và mô hình tác động ngẫu nhiên (Random Effects Model – REM), kết quả thống kê Chi bình phương cũng nhỏ hơn 5% cho thấy mô hình FEM hoàn toàn phù hợp.

Theo Dwumfour (2017), Neanidis và Varvarigos (2009), và Blundell và Bond (1998), giữa đặc điểm kinh doanh và vốn của ngân hàng có mối quan hệ tương quan được chứng minh thực nghiệm nên mô hình nghiên cứu này bị nội sinh. Do đó, nghiên cứu sử dụng kết quả ước lượng bằng phương pháp SGMM thay thế cho kết quả ước lượng bằng phương pháp FEM nhằm khắc phục hiện tượng nội sinh. Bảng 2 trình bày kết quả ước lượng của mô hình nghiên cứu, mối quan hệ giữa các biến phụ thuộc và biến độc lập đều có ý nghĩa thống kê đáng tin cậy.

Bảng 3.

Kết quả ước lượng của mô hình nghiên cứu

Biến	FI ₁	FI ₂	FI ₃	FI ₄
FI _{t-1}	0,4398*** (0,0314)	0,1718*** (0,0476)	0,3588*** (0,0295)	-0,0671 (-0,0469)
Lerner _{t-1}	-0,2058*** (0,0387)	-0,328*** (-0,0489)	-0,6419*** (-0,0779)	-0,2189*** (-0,0843)
Asset _{t-1}	0,0001 (0,0010)	0,0089 (0,0008)	-0,0386*** (-0,0007)	-0,0020 (-0,0010)
Gov _{t-1}	-0,0029*** (-0,0100)	0,0019 (0,0030)	-0,0018 (-0,0010)	0,0030*** (0,0010)

Biến	FI ₁	FI ₂	FI ₃	FI ₄
Profit _{t-1}	-0,0069 (-0,0048)	0,0045 (0,0060)	0,0482*** (0,0060)	0,0273*** (0,0051)
NPL _{t-1}	0,0087*** (0,0090)	0,0038** (0,0070)	0,0088*** (0,0050)	0,0028*** (0,0010)
GDPPC _{t-1}	0,00901** (0,0009)	0,0010*** (0,0004)	0,0010*** (0,0007)	0,0089*** (0,0008)
Kiểm định AR (1)	0,0010	0,0000	0,0000	0,0010
Kiểm định AR (2)	0,2910	0,2210	0,4050	0,3410
Kiểm định Hansen	0,4510	0,2310	0,3740	0,2050

Ghi chú: *, **, ***, lần lượt tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 10%, 5% và 1%.

- Về mối quan hệ giữa FI và các biến độc lập:

- *Kết quả nghiên cứu tác động của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện:*

Bảng 2 phản ánh mối tương quan ngược chiều giữa biến Lerner và FI ở tất cả các biến phụ thuộc: FI_i. Kết quả kiểm định đáng tin cậy ở mức ý nghĩa 1% đo lường tác động âm của biến Lerner. Như đã giới thiệu ở trên, chỉ số Lerner phản ánh ngân hàng có sức mạnh chi phối giá cao, đồng nghĩa điều kiện cạnh tranh thị trường sẽ giảm xuống. Vì vậy, tác động ngược chiều của Lerner cho thấy cạnh tranh ngân hàng tác động dương đến các chỉ tiêu phản ánh tài chính toàn diện của hệ thống NHTM Việt Nam. Như vậy, khi cạnh tranh NHTM gia tăng sẽ có hiệu quả tích cực, đóng góp thúc đẩy phát triển tài chính toàn diện tại Việt Nam. Do đó, giả thuyết H₁ được chấp nhận.

- *Kết quả nghiên cứu tác động của biến độc lập khác lên tài chính toàn diện:*

Kết quả nghiên cứu đo lường tác động của quy mô ngân hàng đến tài chính toàn diện: Biến Assets chỉ có ý nghĩa thống kê với biến FI₃, như vậy, quy mô ngân hàng gia tăng thể hiện qua việc các NHTM không ngừng thành lập thêm các chi nhánh nhằm thu hút nhiều khách hàng hơn nữa.

Về biến Gov đo lường mức độ không hiệu quả của hệ thống tài chính: Có tác động âm đến biến phụ thuộc FI₁ (số tài khoản ngân hàng) và tác động dương đến FI₄ (tỷ lệ cấp tín dụng và huy động vốn đến GDP). Điều này phản ánh tỷ lệ cấp tín dụng cho các doanh nghiệp nhà nước ảnh hưởng đến việc gia tăng số lượng tài khoản. Nguyên nhân có thể do các ngân hàng trong thời gian dài tập trung hướng đến mục tiêu các ngân hàng bán lẻ, đối tượng khách hàng cá nhân là chủ yếu, nên tập trung nhiều vào các doanh nghiệp nhà nước sẽ có tác động tiêu cực đến khả năng phát triển tài chính toàn diện. Tuy nhiên, các giao dịch với các doanh nghiệp này thường có giá trị lớn nên ảnh hưởng đáng kể đến tỷ lệ dư nợ tín dụng và mức vốn huy động.

Biến Profit chỉ có tác động mang ý nghĩa thống kê đến biến FI₃, FI₄: Kết quả này phản ánh lợi nhuận ngân hàng có ảnh hưởng đến quyết định mở thêm chi nhánh của ngân hàng và gia tăng tỷ lệ cấp tín dụng và huy động vốn. Thực tế cũng chứng minh rằng các ngân hàng không ngừng mở rộng quy mô khi hoạt động có lãi, chứng tỏ ngân hàng tận dụng hiệu quả kinh doanh để đầu tư và phát triển lớn mạnh hơn.

Tuy nhiên, kết quả thống kê của nghiên cứu không đủ cơ sở kết luận biến Asset, Gov, Profit ảnh hưởng đến FI (không đạt được kỳ vọng nghiên cứu ban đầu) vì mức độ tác động chỉ ảnh hưởng đến một vài biến phụ thuộc. Do đó, đề tài không đo lường được ảnh hưởng của các yếu tố trên đến FI tại Việt Nam trong giai đoạn vừa qua.

Nghiên cứu tìm thấy mối tương quan dương giữa biến NPL và FI. Điều này hoàn toàn ngược với kỳ vọng ban đầu. Kết quả này phản ánh rằng hoạt động cho vay của các ngân hàng mặc dù được chú trọng và đẩy mạnh thường xuyên trong chiến lược kinh doanh của ngân hàng nhưng kết quả đã không làm phát triển tài chính toàn diện tại Việt Nam một cách bền vững. Điều này được lý giải bằng thực tế cụ thể khi các NHTM Việt Nam tập trung quá nhiều vào các khoản vay chứa đựng rủi ro, mặc dù đánh đổi bằng lợi nhuận kỳ vọng cao. Ngoài ra, các tiêu chí thẩm định và xét duyệt cho vay bị coi nhẹ trong một số hợp đồng tín dụng có giá trị lớn. Kết quả là khi biến động nền kinh tế trong nước và thế giới xảy ra đã đưa các ngân hàng vào tình trạng nợ xấu tăng cao, các khoản nợ khó có khả năng thu hồi. Cho nên, mục tiêu phát triển tài chính toàn diện bước đầu đạt những thành tựu nhất định nhưng không mang lại hiệu quả bền vững cho hoạt động kinh doanh ngân hàng.

Ngoài ra, cũng tìm thấy mối quan hệ cùng chiều của biến GDPPC đến FI. Kết quả này giống với kỳ vọng ban đầu. Điều này cho thấy khi thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam tăng sẽ góp phần thúc đẩy sự phát triển của tài chính toàn diện. Khi thu nhập người dân tăng, họ bắt đầu tìm kiếm các sản phẩm, dịch vụ tài chính với nhiều mục đích khác nhau: Tiết kiệm, đầu tư, thanh toán, bảo hiểm...

4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả mô hình hồi quy đo lường tác động của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện tại Việt Nam đã giúp kiểm định các giả thuyết nghiên cứu chính xác. Thông qua đó, nghiên cứu rút ra một số nhận xét sau:

- *Thứ nhất*, nghiên cứu cho kết quả kiểm định đáng tin cậy về ảnh hưởng cùng chiều của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện. Kết quả này chỉ ra việc các ngân hàng gia tăng cạnh tranh trước bối cảnh chung của nền kinh tế đã đóng góp tích cực vào việc gia tăng tài chính toàn diện tại Việt Nam trên rất nhiều lĩnh vực: Số tài khoản khách hàng tăng lên, hệ thống máy ATM nhiều hơn tạo thuận lợi cho khách hàng khi không phải đến tận ngân hàng để giao dịch, số lượng chi nhánh không ngừng mở rộng nhằm thu hút và khuyến khích người dân tiếp cận với các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng, tỷ lệ cấp tín dụng và huy động vốn trên GDP cũng gia tăng, chứng tỏ khách hàng ngày càng mong muốn và có khả năng tiếp cận nguồn vốn chính thống hơn. Nguyên nhân có thể được lý giải là do mỗi quan tâm hàng đầu khi lựa chọn chiến lược cạnh tranh là chú trọng vào các đặc điểm hỗ trợ ngày càng nhiều khách hàng tiếp cận các sản phẩm, dịch vụ tài chính của ngân hàng. Như vậy, sẽ giúp ngân hàng mở rộng phạm vi, gia tăng thị phần, từ đó tạo nhiều cơ hội cho người dân đến giao dịch tại ngân hàng.

- *Thứ hai*, bên cạnh xem xét tác động của cạnh tranh ngân hàng, nhóm tác giả cũng nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố khác đến tài chính toàn diện. Kết quả nghiên cứu cho thấy khi ngân hàng lựa chọn khuyến khích khách hàng sử dụng các sản phẩm tín dụng nhằm giúp khách hàng có nguồn vốn phục vụ cho các nhu cầu: Tiêu dùng, sản xuất vừa mang lại nguồn thu cho ngân hàng vừa thúc đẩy tài chính toàn diện. Tuy nhiên, ngân hàng cũng đối mặt với nguy cơ gia tăng rủi ro nợ xấu. Nguyên nhân có thể từ phía ngân hàng lẫn khách hàng. Chuyên môn thẩm định khách hàng và dự án hay phương án sản xuất kinh doanh còn hạn chế. Khách hàng chưa có kinh nghiệm trong quản lý dòng

vốn vay mà ngân hàng không can thiệp sâu hơn vào hoạt động kinh doanh của từng khách hàng. Ngoài ra, trong thời gian vừa qua, Việt Nam đối mặt hậu quả khủng hoảng kinh tế, hoạt động sản xuất kinh doanh trong nước cũng bị ảnh hưởng, đặc biệt là lĩnh vực bất động sản, từ đó ảnh hưởng đến hệ thống tài chính chung của cả nước và NHTM nói riêng.

- *Thứ ba*, kết quả nghiên cứu đáng tin cậy cho thấy ảnh hưởng tích cực của thu nhập bình quân đầu người đến tài chính toàn diện. Như vậy, khi thu nhập người dân gia tăng sẽ góp phần đưa người dân tiếp cận các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng để tích lũy, đầu tư hoặc sử dụng các dịch vụ thanh toán tiện ích khác kèm theo. Hơn nữa, trong hầu hết các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đều hướng đến thu hút ngày càng nhiều nguồn vốn từ khu vực dân cư, tạo ra nhiều kênh đầu tư, sinh lời hiệu quả, đồng thời cũng hỗ trợ người dân mở rộng sản xuất kinh doanh, phát triển đất nước và thụ hưởng các tiện ích từ các sản phẩm, dịch vụ tài chính.

Kế thừa các nghiên cứu trước, nhóm tác giả cũng đưa các biến khác vào mô hình để nghiên cứu tác động của quy mô ngân hàng, mức độ hiệu quả của hệ thống tài chính, lợi nhuận ngân hàng đến tài chính toàn diện trong trường hợp Việt Nam. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu chưa có cơ sở để kết luận mối tương quan giữa các yếu tố trên đến phát triển tài chính toàn diện thời gian qua.

5. Gợi ý chính sách

Từ kết quả của nghiên cứu đề ra, nhóm tác giả có một số các gợi ý chính sách cho các nhà quản trị ngân hàng cũng như các cấp quản lý có liên quan cụ thể như sau:

- *Thứ nhất*, việc các ngân hàng thực hiện chiến lược cạnh tranh sẽ giúp thúc đẩy tài chính toàn diện tại Việt Nam. Đây là kết luận quan trọng đóng góp cho các nhà quản trị ngân hàng và các nhà hoạch định chính sách cần xem xét và quan tâm hơn.

- *Thứ hai*, để cạnh tranh ngân hàng phát huy hơn nữa vai trò tích cực phát triển tài chính toàn diện, các nhà quản trị ngân hàng cần tiếp tục thực hiện một cách hiệu quả các chiến lược cạnh tranh cụ thể. Trong đó, gia tăng khả năng tiếp cận các sản phẩm, dịch vụ tài chính cho người dân. Đây chính là tiền đề cơ bản đầu tiên để người dân có thể mở rộng hơn nữa nhu cầu sử dụng như: Tiết kiệm, đầu tư, bảo hiểm... Từ đó, tác động trở lại đến hệ thống thanh toán quốc gia theo hướng cải tiến và hiện đại hóa. Điều này tạo ra một vòng tròn tác động tuần hoàn qua lại hiệu quả. Chi tiết như sau:

- Đa dạng hóa dịch vụ thanh toán như: Thanh toán điện tử liên ngân hàng, chuyển khoản điện tử, hệ thống thông tin...

- Đa dạng hóa tổ chức cung cấp tài chính như: Đại lý, ngân hàng liên kết, thanh toán qua điện thoại thông minh, ứng dụng ngân hàng nhằm mở rộng mạng lưới và ngày càng đa dạng hơn các hình thức phân phối thông qua các kênh này.

- Tăng cường bảo mật, bảo vệ thông tin người tiêu dùng, tuyên truyền các kiến thức về tài chính nhiều hơn cho người dân như: Kế hoạch đầu tư, lập ngân sách cho dòng tiền, tư vấn quản lý tài chính, phòng ngừa rủi ro... nhằm giúp người dân tự tin, chủ động tiếp cận và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ tài chính ngân hàng.

Kết quả nghiên cứu cho thấy mặt trái của phát triển tài chính toàn diện là tỷ lệ nợ xấu gia tăng. Điều này đặt ra yêu cầu cho tổ chức tài chính cần tăng cường quản trị và kiểm soát rủi ro khi cấp tín dụng cho khách hàng, hoàn thiện quy trình thẩm định, xét duyệt và quản lý vốn vay.

Ngoài ra, chính phủ cần có những chính sách, đề án thúc đẩy trực tiếp tài chính toàn diện, đặc biệt cho bộ phận thiếu điều kiện như: Hộ nghèo, dân tộc vùng sâu vùng xa, phụ nữ thôn bản... Đây là những đối tượng gặp khó khăn chính trong việc tiếp cận tài chính chính thức. Một khi cuộc sống của bộ phận người dân này được cải thiện, thu nhập tăng lên sẽ tạo động lực và cơ hội giúp họ chủ động hơn trong tìm kiếm các sản phẩm, dịch vụ tài chính. Ngoài ra, song song với các chương trình hỗ trợ tài chính, chính phủ cần đầu tư phát triển các chương trình giáo dục tài chính cụ thể cho đối tượng này để đảm bảo phát triển đồng bộ trong tầng lớp dân cư.

Các nhà quản lý có thể thông qua các tổ chức tài chính trung gian như: Ngân hàng chính sách xã hội, tổ chức tài chính vi mô để triển khai các sản phẩm, dịch vụ tài chính ra cộng đồng. Dựa vào lợi thế về quy mô và phạm vi hoạt động, các tổ chức tài chính này có thể cung cấp đa dạng các hình thức dựa trên điện thoại di động, công nghệ số đến hầu hết người dân.

Nên tận dụng lợi thế của mạng xã hội như là một hình thức đa dạng kênh phân phối. Thông qua đó giúp chia sẻ thông tin, tác động đến nhu cầu và khuyến khích người dân sử dụng sản phẩm, dịch vụ tài chính. Đồng thời là kênh kết nối giữa các tổ chức tài chính và người sử dụng sản phẩm, dịch vụ tài chính.

6. Kết luận

Cạnh tranh ngân hàng thật sự là vấn đề cần xem xét khi nghiên cứu phát triển tài chính toàn diện tại Việt Nam. Từ kết quả mô hình hồi quy với dữ liệu bảng, nghiên cứu đã chỉ ra cạnh tranh ngân hàng tác động cùng chiều với tài chính toàn diện, bổ sung vào cơ sở lý luận và thực tiễn về mức độ ảnh hưởng đáng kể của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện. Điều đó cho thấy các NHTM Việt Nam cần gia tăng cạnh tranh, không chỉ giúp củng cố vị trí của mình mà còn góp phần thúc đẩy tài chính toàn diện. Từ đó tạo động lực phát triển hoạt động kinh doanh ngân hàng hơn nữa.

Ngoài ra, nghiên cứu cũng tìm thấy ảnh hưởng của các yếu tố khác đến tài chính toàn diện như: Tác động cùng chiều của tỷ lệ nợ xấu, thu nhập bình quân đầu người. Đây là cơ sở để gợi ý các chính sách hỗ trợ nhằm đưa ra giải pháp hoàn thiện góp phần khai thác hiệu quả hơn lợi ích của cạnh tranh ngân hàng đến tài chính toàn diện.

Chú thích

Bài báo được trích một phần từ đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường: “Tác động cạnh tranh Ngân hàng đến tài chính toàn diện: Nghiên cứu trường hợp Việt Nam”. Mã số: CS-2019-27. Chủ nhiệm: Trầm Thị Xuân Hương.

Tài liệu tham khảo

- Agle, B. R., Mitchell, R. K., & Sonnenfeld, J. A. (1999). Who matters to CEOs? An investigation of stakeholder attributes and salience, corporate performance, and CEO values. *Academy of Management Journal*, 42(5), 507–525. doi: 10.2307/256973
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411–423.

- Autry, C. W., Daugherty, P. J., & Richey, R. G. (2001). The challenge of reverse logistics in catalog retailing. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 31(1), 26–37. doi: 10.1108/09600030110366384
- Barney, J. B. (1996). The resource-based theory of the firm. *Organizational Science*, 7(5), 469–469.
- Bernon, M., Rossi, S., & Cullen, J. (2011). Retail reverse logistics: A call and grounding framework for research. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41(5), 484–510. doi: 10.1108/09600031111138835
- Blumberg, D. F. (1999). Strategic examination of reverse logistics & repair service requirements, needs, market size, and opportunities. *Journal of Business Logistics*, 22(2), 141–159.
- Bollen, K. A. (1989). A new incremental fit index for general structural equation models. *Sociological Methods & Research*, 17(3), 303–316.
- Bontis, N., Booker, L. D., & Serenko, A. (2007). The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in the banking industry. *Management Decision*, 45(9), 1426–1445. doi: 10.1108/00251740710828681
- Bowersox, D. J., & Daugherty, P. J. (1995). Logistics paradigms: The impact of information technology. *Journal of Business Logistics*, 16(1), 65–80.
- Christmann, P. (2000). Effects of “best practices” of environmental management on cost advantage: The role of complementary assets. *Academy of Management Journal*, 43(4), 663–680. doi: 10.5465/1556360
- Chun, R., da Silva, R., Davies, G., & Roper, S. (2005). *Corporate Reputation and Competitiveness*. London: Routledge.
- Cleveland, H., & Jacobs, G. (1999). Human choice: The genetic code for social development. *Futures*, 31(9), 959–970. doi: 10.1016/S0016-3287(99)00055-5
- Closs, D. J., Goldsby, T. J., & Clinton, S. R. (1997). Information technology influences on world class logistics capability. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 27(1), 4–17.
- Closs, D. J., & Savitskie, K. (2003). Internal and external logistics information technology integration. *The International Journal of Logistics Management*, 14(1), 63–76. doi: 10.1108/09574090310806549
- Closs, D. J., & Xu, K. (2000). Logistics information technology practice in manufacturing and merchandising firms – An international benchmarking study versus world class logistics firms. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 30(10), 869–886.
- Corsi, T. M., & Boyson, S. (2003). Real-time e-supply chain management: Diffusion of new technologies and business practices. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 39(2), 79–82.
- Công ty Cổ phần Gemadept. (2018). *Bản tin Logistics*. Truy cập từ http://www.gemadept.com.vn/assets/uploads/myfiles/files/BanTin/Logistics/BAN%20TIN%20LOGISTICS_THANG%2006-2015.pdf
- Daugherty, P. J., Myers, M. B., & Richey, R. G. (2002). Information support for reverse logistics: The influence of relationship commitment. *Journal of Business Logistics*, 23(1), 85–106.

- Daugherty, P. J., Richey, R. G., Genchev, S.E., & Chen, H. (2005). Reverse logistics: Superior performance through focused resource commitments to information technology. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 41(2), 77–92.
- Dawe, R. L. (1994). An investigation of the pace and determination of information technology use in the manufacturing materials logistics system. *Journal of Business Logistics*, 15(1), 229–260.
- Day, G. S. (1994). The capabilities of market-driven organizations. *Journal of Marketing*, 58(4), 37–52. doi: 10.2307/1251915
- Dias, K. T., & Braga Junior, S. S. (2016). The use of reverse logistics for waste management in a Brazilian grocery retailer. *Waste Management & Research*, 34(1), 22–29.
- Dierickx, I., & Cool, K. (1989). Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management Science*, 35(12), 1504–1511.
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of Marketing*, 61(2), 35–51.
- Dowling, G. (2000). *Creating corporate reputations: Identity, image and performance: Identity, image and performance*. OUP Oxford.
- Dowling, G. R. (1994). *Corporate reputations: Strategies for developing the corporate brand*. London: Kogan Page.
- Ellram, L. M., la Londe, B. J., & Weber, M. M. (1989). Retail logistics. *International Journal of Physical Distribution & Materials Management*, 19(12), 29–39. doi: 10.1108/EUM00000000000348
- Fombrun, C. J. (1996). *Realizing Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- Fombrun, C. J., & Rindova, V. P. (2000). The road to transparency: Reputation management at Royal Dutch/Shell. *The Expressive Organization*, 7(1), 7–96.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What’s in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33(2), 233–258.
- Freeman, R. E., & Reed, D. L. (1983). Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance. *California Management Review*, 25(3), 88–106. doi: 10.2307/41165018
- Friedman, A., & Miles, S. (2002). Developing stakeholder theory. *Journal of Management Studies*, 39(1), 1–21.
- Georgiadis, P., & Besiou, M. (2010). Environmental and economical sustainability of WEEE closed-loop supply chains with recycling: A system dynamics analysis. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 47(5–8), 475–493. doi: 10.1007/s00170-009-2362-7
- Govindan, K., Soleimani, H., & Kannan, D. (2015). Reverse logistics and closed-loop supply chain: A comprehensive review to explore the future. *European Journal of Operational Research*, 240(3), 603–626. doi: 10.1016/j.ejor.2014.07.012
- Guiltinan, J. P., & Nwokoye, N. G. (1975). Developing distribution channels and systems in the emerging recycling industries. *International Journal of Physical Distribution*, 6(1), 28–38.
- Gupta, S., & Palsule-Desai, O. D. (2011). Sustainable supply chain management: Review and research opportunities. *IIMB Management Review*, 23(4), 234–245. doi: 10.1016/j.iimb.2011.09.002

- Guzmán, F., Abimbola, T., Shamma, H. M., & Hassan, S. S. (2009). Customer and non-customer perspectives for examining corporate reputation. *Journal of Product & Brand Management*, 18(5), 326–337. doi: 10.1108/10610420910981800
- Jacobs, G., & Asokan N. (1999). Towards a comprehensive theory of social development. In *Human Choice*. USA: World Academy of Art & Science.
- Hair, J., Black, B., Babin, B., & Anderson, R. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey, USA: Prentice Hall.
- Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(8), 607–618.
- Herbig, P., & Milewicz, J. (1993). The relationship of reputation and credibility to brand success. *Journal of Consumer Marketing*, 10(3), 18–24. doi: 10.1108/EUM0000000002601
- Hoelter, K. A. (1990). Overall fit in covariance structure models: Two types of sample size effects. *Psychological Bulletin*, 107(2), 256–259.
- Horvath, P., Autry, C., & Wilcox, W. (2005). Liquidity implications of reverse logistics for retailers: A Markov chain approach. *Journal of Retailing*, 81(3), 191–203. doi: 2005.07.003
- Huang, Y.-C., Rahman, S., Wu, Y.-C. J., & Huang, C.-J. (2015). Salient task environment, reverse logistics and performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 45(9/10), 979–1006.
- Jack, E. P., Powers, T. L., & Skinner, L. (2010). Reverse logistics capabilities: Antecedents and cost savings. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 40(3), 228–246. doi: 10.1108/09600031011035100
- Jayaraman, V., & Luo, Y. (2007). Creating competitive advantages through new value creation: A reverse logistics perspective. *Academy of Management Perspectives*, 21(2), 56–73.
- Kang, M., & Johnson, K. (2009). Identifying characteristics of consumers who frequently return apparel. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 13(1), 37–48. doi: 10.1108/13612020910939860
- Lambert, D. M. (1982). *Strategic Physical Distribution Management (The Irwin series in marketing)*. McGraw-Hill/Irwin.
- Lewis, I., & Talalayevsky, A. (2000). Third-party logistics: Leveraging information technology. *Journal of Business Logistics*, 21(2), 173–186.
- Li, X., & Olorunniwo, F. (2008). An exploration of reverse logistics practices in three companies. *Supply Chain Management*, 13(5), 381–386. doi: 10.1108/13598540810894979
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *The Academy of Management Review*, 22(4), 853–868. doi: 10.2307/259247
- Mollenkopf, D. A., Frankel, R., & Russo, I. (2011). Creating value through returns management: Exploring the marketing–operations interface. *Journal of Operations Management*, 29(5), 391–403. doi: 10.1016/j.jom.2010.11.004
- Nguyễn Đình Thọ, & Nguyễn Thị Mai Trang. (2011). *Nghiên cứu khoa học Marketing – Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*. TP.HCM: NXB Lao động.

- Parente, J., Macedo, L. C., Cardoso, R. C., & Ferreira, V. (2009). Varejo e responsabilidade social. In Parente, Juracy; Gelman, Jacob J. *Varejo e responsabilidade social*. Bookman Editora, Cap.
- Patterson, K. A., Grimm, C. M., & Corsi, T. M. (2003). Adopting new technologies for supply chain management. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 39(2), 95–121.
- Penrose, E. T. (1959). *The theory of the growth of the firm*. New York: Wiley.
- Phillips, R., Freeman, R. E., & Wicks, A. C. (2003). What stakeholder theory is not. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 479–502. doi: 10.5840/beq200313434
- Pohlen, T. L., & Farris, M. T. (1992). Reverse logistics in plastics recycling. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 22(7), 35–47.
- Quariguasi Frota Neto, J., Walther, G., Bloemhof, J., van Nunen, J. A. E. ., & Spengler, T. (2010). From closed-loop to sustainable supply chains: The WEEE case. *International Journal of Production Research*, 48(15), 4463–4481. doi: 10.1080/00207540902906151
- Richey, R. G., Genchev, S. E., & Daugherty, P. J. (2005). The role of resource commitment and innovation in reverse logistics performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 35(4), 233–257. doi: 10.1108/09600030510599913
- Richey, R. G., & Wheeler, A. R. (2004). A new framework for supply chain manager selection: Three hurdles to competitive advantage. *Journal of Marketing Channels*, 11(4), 89–103. doi: 10.1300/J049v11n04_06
- Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23(12), 1077–1093.
- Rogers, D. S., & Tibben-Lembke, R. S. (1999). *Going Backwards: Reverse Logistics Trends and Practices*. Pittsburgh, PA: Reverse Logistics Executive Council Press.
- Rose, C., & Thomsen, S. (2004). The impact of corporate reputation on performance: Some Danish evidence. *European Management Journal*, 22(2), 201–210.
- Ross, A. (2002). A multi-dimensional empirical exploration of technology investment, coordination and firm performance. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 32(7), 591–609. doi: 10.1108/09600030210442603
- Siltaoja, M. E. (2006). Value priorities as combining core factors between CSR and reputation—a qualitative study. *Journal of Business Ethics*, 68(1), 91–111.
- Sirmon, D. G., Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2007). Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box. *Academy of Management Review*, 32(1), 273–292. doi: 10.5465/amr.2007.23466005
- Smaiziene, I., & Jucevicius, R. (2010). Organizations and competitiveness. Facing multidimensional nature of corporate reputation: Challenges for managing reputation. *Social Sciences/Socialiniai Mokslai*, 3(69), 48–56.
- Srinivasan, R., Lilien, G. L., & Rangaswamy, A. (2002). Technological opportunism and radical technology adoption: An application to e-business. *Journal of Marketing*, 66(3), 47–60.

- Srivastava, S. K. (2007). Green supply-chain management: A state-of-the-art literature review. *International Journal of Management Reviews*, 9(1), 53–80. doi: 10.1111/j.1468-2370.2007.00202.x
- Stock, J. R. (1992). *Reverse Logistics*. Oak Brook, IL: Council of Logistics Management.
- Stock, J. R., & Mulki, J. P. (2009). Product returns processing: An examination of practices of manufacturers, wholesalers/distributors, and retailers. *Journal of Business Logistics*, 30(1), 33–62.
- Stock, J., Speh, T., & Shear, H. (2006). Managing product returns for competitive advantage. *MIT Sloan Management Review*, 48(1), 57–62.
- Sundarraj, R. P., & Talluri, S. (2003). A multi-period optimization model for the procurement of component-based enterprise information technologies. *European Journal of Operational Research*, 146(2), 339–351.
- Thiell, M., Zuluaga, J. P. S., Montanez, J. P. M., & Hoof, V. B. (2011). Green logistics: Global practices and their implementation in emerging markets. In *Green finance and sustainability: Environmentally-aware business models and technologies* (pp. 334–357). IGI Global.
- Thủ tướng chính phủ. (2015). *Quyết định số 16/2015/QĐ-TTg quy định về thu hồi, xử lý sản phẩm thải bỏ*, ban hành ngày 22/05/2015. Truy cập từ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/tai-nguyen-moi-truong/Quyết-dinh-16-2015-QĐ-TTg-thu-hoi-xu-ly-san-pham-thai-bo-275511.aspx>
- UBND TP. Đà Nẵng. (2008). *Quyết định số 41/2008/QĐ-UBND về ban hành đề án “Xây dựng Đà Nẵng - Thành phố môi trường”*. Truy cập từ <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/bo-may-hanh-chinh/Quyết-dinh-so-41-2008-QĐ-UBND-de-an-xay-dung-Da-Nang-thanh-pho-moi-truong-194143.aspx>
- Walsh, G., & Beatty, S. E. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: Scale development and validation. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 127–143. doi: 10.1007/s11747-007-0015-7
- Wernerfelt, B. (1995). The resource-based view of the firm: Ten years after. *Strategic Management Journal*, 16(3), 171–174. doi: 10.1002/smj.4250160303
- Xie, S., & Hayase, K. (2007). Corporate environmental performance evaluation: A measurement model and a new concept. *Business Strategy and the Environment*, 16(2), 148–168. doi: 10.1002/bse.493
- Ye, F., Zhao, X., Prahinski, C., & Li, Y. (2013). The impact of institutional pressures, top managers’ posture and reverse logistics on performance—Evidence from China. *International Journal of Production Economics*, 143(1), 132–143. doi: 10.1016/j.ijpe.2012.12.021
- Zacharia, Z. G., Sanders, N. R., & Nix, N. W. (2011). The emerging role of the third-party logistics provider (3PL) as an orchestrator. *Journal of Business Logistics*, 32(1), 40–54. doi: 10.1111/j.2158-1592.2011.01004.x
- Zhou, K. Z., Yim, C. K., & Tse, D. K. (2005). The effects of strategic orientations on technology-and market-based breakthrough innovations. *Journal of Marketing*, 69(2), 42–60.