BỘ GIÁO DỤC ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

PHAN THỊ THANH THỦY

PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN AN BÌNH

CHUYÊN NGÀNH: TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG
MÃ SỐ: 60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2011

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: Tiến sĩ Võ Thị Thúy Anh

Phản biện 1: PGS. TS. Nguyễn Ngọc Vũ

Phản biện 2: PGS. TS. Hoàng Xuân Quế

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 01 tháng 07 năm 2011.

Có thể tìm hiểu tại:
- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng.
- Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài.

Hiện nay, thị trường chứng khoán Việt Nam có trên 100 Công ty chứng khoán đang hoạt động và tất cả đều thực hiện nghiệp vụ môi giới chứng khoán. Vì vậy, hoạt động môi giới như "miếng bánh nhỏ chia cho nhiều người ăn", cạnh tranh giữa các công ty chứng khoán như là vấn đề sống còn…

Vì lý do trên, đề tài "***Phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty cổ phần Chứng khoán An Bình***" đã được lựa chọn nhiên cứu nhằm phát triển hoạt động môi giới, đẩy mạnh doanh thu cũng như tăng thị phần của hoạt động môi giới của Công ty trên thị trường chứng khoán Việt Nam.

2. Mục đích nghiên cứu của luận văn.

- Hệ thống hóa các vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động môi giới chứng khoán của công ty chứng khoán và phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của công ty chứng khoán.

- Phân tích thực trạng hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình, từ đó đánh giá kết quả đạt được, hạn chế và các nguyên nhân làm hạn chế hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty.

- Đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty cổ phần Chứng khoán An Bình.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

- Đối tượng nghiên cứu của luận văn là hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình.

- Phạm vi nghiên cứu của luận văn là nghiên cứu hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình từ khi thành lập (11/2006) đến cuối năm 2009.

4. Phương pháp nghiên cứu.

Để thực hiện mục đích nghiên cứu luận văn tác giả sử dụng phương pháp so sánh, thống kê mô tả, phân tích, điều tra xã hội học để luận giải thực trạng phát triển hoạt động môi giới chứng khoán, từ đó, đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình.

5. Ý nghĩa thực tiễn của luận văn.

Việc hệ thống hóa các vấn đề lý luận và khảo sát thực tiễn hoạt động của một CTCK đặc thù không chỉ có ý nghĩa trong việc phát triển hoạt động môi giới của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình, …

6. Kết cấu của Luận văn.

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, Luận văn được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1: Những vấn đề chung về công ty chứng khoán và phát triển hoạt động môi giới chứng khoán.

Chương 2: Thực trạng phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình.

Chương 3: Một số giải pháp phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình.

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ CÔNG TY CHỨNG KHOÁN VÀ PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN

1.1. Tổng quan về Công ty chứng khoán.

1.1.1. Khái niệm Công ty chứng khoán.

Tại Việt Nam, theo Quyết định số 27/2007/QĐ – BTC ngày 24 tháng 4 năm 2007 về quy chế tổ chức và hoạt động của CTCK thì: "*Công ty chứng khoán là tổ chức có tư cách pháp nhân hoạt động kinh doanh chứng khoán, bao gồm một, một số hoặc toàn bộ các hoạt động: Môi giới chứng khoán, tự doanh chứng khoán, bảo lãnh phát hành chứng khoán, tư vấn đầu tư chứng khoán"*.

Môi giới chứng khoán là nghiệp vụ phổ biến nhất mà CTCK đăng ký hoạt động.

1.1.2. Vai trò của Công ty chứng khoán.

1.1.2.1. Vai trò huy động vốn

Các CTCK thường đảm nhiệm vai trò này qua các hoạt động bảo lãnh phát hành và môi giới chứng khoán.

1.1.2.2. Thực hiện tư vấn đầu tư.

Tư vấn đầu tư là dịch vụ CTCK cung cấp cho khách hàng trong lĩnh vực đầu tư chứng khoán; chia tách, hợp nhất, sát nhập doanh nghiệp, phát hành và niêm yết chứng khoán.

1.1.2.3. Tạo ra các sản phẩm mới.

1.1.3. Các hoạt động cơ bản của Công ty chứng khoán

1.1.3.1 Hoạt động môi giới chứng khoán.

CTCK đại diện cho khách hàng giao dịch thông qua cơ chế giao dịch tại Sở giao dịch chứng khoán hay thị trường OTC mà chính khách hàng phải chịu trách nhiệm với quyết định mua bán của giao dịch đó.

1.1.3.2. Hoạt động tự doanh chứng khoán.

Tự doanh chứng khoán là nghiệp vụ mà trong đó CTCK tự tiến hành các giao dịch mua bán các chứng khoán cho chính mình.

1.1.3.3. Hoạt động quản lý danh mục đầu tư.

Là hoạt động mà CTCK nhận quản lý vốn của của khách hàng thông qua việc mua bán chứng khoán, nắm giữ chứng khoán vì mục đích sinh lợi và bảo toàn vốn cho khách hàng.

1.1.3.4. Hoạt động tư vấn đầu tư chứng khoán.

Là việc đội ngũ tư vấn của CTCK sử dụng các công cụ phân tích cơ bản, phân tích kỷ thuật và các thông tin thu thập được để đưa ra lời khuyên cho khách hàng về thời điểm mua, bán hay nên nắm giữ chứng khoán…

1.1.3.5. Hoạt động bảo lãnh phát hành.

Bảo lãnh phát hành là việc tổ chức bão lãnh giúp tổ chức phát hành thực hiện các thủ tục trước khi chào bán chứng khoán, …

1.1.3.6. Các nghiệp vụ khác: Lưu ký chứng khoán; Hoạt động tín dụng.

1.2. Hoạt động môi giới của Công ty chứng khoán.

1.2.1. Khái niệm môi giới chứng khoán.

Theo Luật Chứng khoán 70/2006/QH 11 ngày 01/01/2007 của Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam khóa XI thì *"Môi giới chứng khoán là việc Công ty chứng khoán làm trung gian thực hiện mua, bán chứng khoán cho khách hàng"*.

1.2.2. Vai trò của hoạt động môi giới chứng khoán.

1.2.2.1. Đối với nhà đầu tư.

* Góp phần làm giảm chi phí giao dịch

* Cung cấp thông tin và tư vấn cho khách hàng.

* Cung cấp cho khách hàng các dịch vụ tài chính giúp khách hàng thực hiện các giao dịch theo yêu cầu vì mục đích của họ.

1.2.2.2. Đối với Công ty chứng khoán.

Chính đội ngũ MGCK góp phần tăng tính cạnh tranh cho công ty, thu hút khách hàng và da dạng hóa sản phẩm dịch vụ của CTCK.

1.2.2.3. Đối với thị trường.

* Góp phần phát triển các dịch vụ và hàng hóa trên thị trường
* Góp phần hình thành nền văn hóa đầu tư.

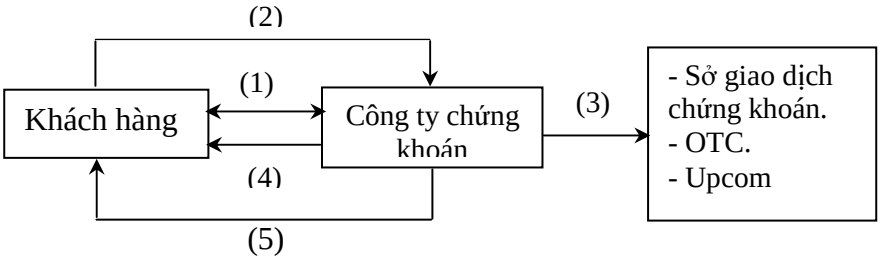
1.2.3. Phân loại môi giới chứng khoán.

Tùy theo qui định của mỗi nước, cách thức hoạt động của từng Sở giao dịch chứng khoán mà người ta có thể phân chia thành nhiều loại nhà môi giới khác nhau như sau:

* Môi giới dịch vụ.
* Môi giới chiết khấu.
* Môi giới ủy nhiệm hay môi giới thừa hành.
* Môi giới độc lập hay môi giới 2 đô la.
* Nhà môi giới chuyên môn.

1.2.4. Quy trình hoạt động môi giới chứng khoán.

Có thể khái quát quy trình thực hiện trong hoạt động môi giới này theo sơ đồ sau:



Sơ đồ 1.1: Quy trình hoạt động MGCK

1.3. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển của hoạt động MGCK.

1.3.1. Quan điểm về phát triển hoạt động MGCK

Phát triển hoạt động MGCK bao gồm các hoạt động nhằm thúc đẩy và tăng cường hơn nữa vai trò của trung gian môi giới chứng khoán

của CTCK như: Đẩy mạnh việc kết nối giữa NĐT mua với NĐT bán chứng khoán bằng các giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ, mở rộng mạng lưới, thu hút khách hàng, nâng cao chất lượng tư vấn, chăm sóc khách hàng,...

1.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển của hoạt động MGCK.

1.3.2.1. Chỉ tiêu về sự phát triển quy mô giao dịch.

** Số lượng tài khoản giao dịch và tốc độ phát triển của số lượng tài khoản giao dịch.*

** Doanh thu hoạt động môi giới chứng khoán và tốc độ phát triển của doanh thu hoạt động môi giới.*

** Tốc độ gia tăng giá trị chứng khoán giao dịch.*

1.3.2.2. Chỉ tiêu về thị phần trong hoạt động môi giới chứng khoán.

Thị phần môi giới chứng khoán của công ty càng cao cho thấy công ty đã thu hút được lượng giao dịch chứng khoán lớn từ NĐT, công ty thu được phí càng cao.

1.3.2.3. Chỉ tiêu về mạng lưới hoạt động.

Nếu số lượng chi nhánh, đại lý, điểm giao dịch của CTCK rộng lớn thì khả năng tiếp cận, chăm sóc khách hàng, cũng như việc khách hàng giao dịch với CTCK sẽ được thuận tiện hơn

1.3.2.4. Chỉ tiêu về sự đa dạng của các sản phẩm dịch vụ môi giới và dịch vụ hỗ trợ.

Sản phẩm môi giới có nhiều loại khách nhau, cung cấp cho nhiều đối tượng khách hàng có nhu cầu đầu tư hoặc khả năng tài chính khác nhau thể hiện sự đa dạng của sản phẩm MGCK mà CTCK cung cấp.

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động MGCK của Công ty chứng khoán.

1.4.1. Các nhân tố chủ quan.

1.4.1.1. Chiến lược kinh doanh của công ty.

Mỗi chính sách chiến lược khác nhau sẽ tạo ra được những hiệu quả khác nhau.

1.4.1.2. Biểu phí dịch vụ môi giới.

Một mức phí môi giới rẻ sẽ tạo được sức hút lớn đối với NĐT tham gia mở tài khoản và tiến hành giao dịch…

1.4.1.3. Uy tín và quy mô hoạt động của công ty chứng khoán.

Một CTCK có uy tín và qui mô hoạt động rộng lớn sẽ thu hút được nhiều khách hàng đến với mình,...

1.4.1.4. Chính sách cán bộ của công ty chứng khoán.

1.4.1.5. Năng lực đội ngũ môi giới.

Đối với nhà môi giới, năng lực thể hiện ở việc chiếm được lòng tin của khách hàng, ngày càng thu hút được nhiều khách hàng và thực hiện được nhiều giao dịch qua công ty…

1.4.1.6. Hệ thống thông tin.

Hệ thống thông tin tốt đảm bảo cho việc hiển thị thông tin giao dịch cho khách hàng, thực hiện các giao dịch một cách nhanh chóng, chính xác và an toàn,…

1.4.1.7. Cơ sở vật chất kỹ thuật.

Cơ sở vật chất có ý nghĩa quan trọng trong việc thu hút khách hàng mới và tạo sự thuận lợi trong giao dịch cho các khách hàng .

1.4.1.8. Hệ thống kiểm soát nội bộ.

Hệ thống kiểm soát nội bộ của CTCK hoạt động tích cực giúp CTCK quản lý chặt chẽ hoạt động môi giới…

1.4.2. Các nhân tố khách quan.

1.4.2.1. Chính sách phát triển TTCK của Nhà nước.

Chính sách phát triển TTCK của Nhà nước có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động môi giới

1.4.2.2. Sự phát triển của thị trường chứng khoán.

Sự phát triển của TTCK là nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động MGCK nói chung.

1.4.2.3. Quản lý nhà nước đối với nghề môi giới chứng khoán

Môi trường pháp lý hoàn thiện sẽ đảm bảo cho hoạt động môi giới của các CTCK tuân thủ đúng quy định…

1.4.2.4. Nhân tố thuộc về NĐT.

Tính chuyên nghiệp của NĐT thể hiện qua các phản ứng của họ trên TTCK và những yêu cầu của họ đối với CTCK,…

1.4.2.5. Nhân tố thuộc về hiệp hội môi giới và kinh doanh chứng khoán.

Hiệp hội đề ra các quy tắc, chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp đối với các nhà môi giới và cấp giấy phép hành nghề cho nhà môi giới

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương 1, Luận văn đã trình bày lý luận những vấn đề chung về Công ty chứng khoán và phát triển hoạt động môi giới chứng khoán. Luận văn đi sâu làm rõ khái niệm hoạt động môi giới chứng khoán, các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động môi giới chứng khoán, quan điểm về phát triển hoạt động môi giới chứng khoán cũng như các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển của hoạt động môi giới chứng khoán.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN AN BÌNH

2.1. Giới thiệu chung về Công ty cổ phần Chứng khoán An Bình (ABS).

2.1.1. Lịch sử hình thành ABS.

Ngày 29 tháng 9 năm 2006, Uỷ ban Chứng khoán Nhà nước cấp giấy phép hoạt động cho Công ty cổ phần Chứng khoán An Bình, với vốn điều lệ ban đầu 50 tỷ đồng. Tên giao dịch: AN BINH SECURITIES, tên viết tắt là ABS. Ngày 05 tháng 11 năm 2006, ABS khai trương đi vào hoạt động.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của ABS.

2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của ABS.

Nhìn chung, qua ba năm hoạt động, dù ở trong giai đoạn khó khăn của nền kinh tế nói chung và TTCK nói riêng nhưng ABS đã có gắng để duy trì và hoạt động kinh doanh có hiệu quả. Năm 2008 không được thành công nhưng đây là khó khăn chung, ABS đã nỗ lực phục hồi ở năm 2009 vượt qua giai đoạn khó khăn với nhiều bước đi đúng đắn trong các hoạt động kinh doanh của mình…

2.2. Thực trạng phát triển hoạt động MGCK của Công ty Cổ phần chứng khoán An Bình.

2.2.1. Tình hình chung về hoạt động môi giới của ABS.

Có thể thấy rằng, qua ba năm, hoạt động MGCK của ABS phát triển về quy mô cũng như chất lượng, mặc dù chưa phải là suất sắc nhưng cũng thấy được sự cố gắng để khẳng định mình, phát huy tiềm lực sẵn có của một CTCK còn trẻ để phục vụ tốt cho NĐT…

2.2.2. Thực trạng phát triển quy mô giao dịch môi giới chứng khoán của ABS.

2.2.2.1. Thực trạng phát triển số lượng tài khoản giao dịch của ABS.

Bảng 2.4: Số lượng tài khoản khách hàng và tốc độ tăng số lượng tài khoản của ABS qua các năm

Đơn vị: Tài khoản

Khách hàng \ Năm		2007	2008	Tốc độ tăng 2008 so với 2007	2009	Tốc độ tăng 2009 so với 2008
Trong nước	**Cá nhân**	9.842	13.246	34,59%	18.263	37,88%
	Tổ chức	14	22	57,14%	32	45,45%
Nước ngoài	**Cá nhân**	9	16	77,78%	16	0,00%
	Tổ chức	2	2	0,00%	2	0,00%
Tổng Số lượng tài khoản		**9.867**	**13.286**	**34,65%**	**18.313**	**37,84%**

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của ABS năm 2007-2009)

Tóm lại, qua ba năm hoạt động, số lượng tài khoản mở tại ABS tăng với tốc độ khá cao. Tuy nhiên, số lượng tài khoản NĐT tổ chức trong nước và số lượng tài khoản của NĐT cá nhân, tổ chức người nước ngoài tại ABS còn thấp, chiếm thị phần rất nhỏ so với toàn thị trường. Với mục tiêu chiếm lĩnh thị phần trên TTCK Việt Nam, ABS cần chú trọng và có chiến lược nhằm nâng số lượng tài khoản mở tại công ty cao hơn nữa, nhất là tài khoản của NĐT tổ chức trong nước và khối NĐT nước ngoài.

2.2.2.2. Thực trạng phát triển doanh thu môi giới của ABS.

Nhìn chung, qua ba năm doanh thu hoạt động MGCK của ABS luôn đạt tỷ trọng khá cao trong tổng doanh thu của ABS, cho thấy sự đóng góp phần lớn trong tổng doanh thu hoạt động của ABS. Năm 2008, tốc độ tăng trưởng doanh thu MGCK không đạt kết quả tốt nhưng đã được phục hồi ở năm 2009 và đạt được tốc độ tăng trưởng đột biến so với năm 2008, đạt mức 300,75%, một con số đáng tự hào bởi trong giai đoạn khó khăn của nền kinh tế, cùng với sự cạnh tranh của hơn 100 CTCK khác trên thị trường, ABS đã vượt qua giai đoạn khó khăn và có được kết qủa tốt trong hoạt động MGCK của mình.

2.2.2.3. Thực trạng gia tăng giá trị chứng khoán giao dịch của ABS.

Bảng 2.7: Tốc độ gia tăng giá trị chứng khoán giao dịch tại ABS

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu \ Năm	2007	2008	2009
Tổng giá trị chứng khoán giao dịch tại ABS	6.132	2.507	14.257
Tốc độ gia tăng giá trị chứng khoán giao dịch của ABS	100%	-59,12%	468,69%

(Nguồn: Báo cáo thường niên của ABS năm 2007 - 2009)

Năm 2009, TTCK đang dần dần hồi phục, đồng thời ABS khai thác những thế mạnh của mình đã xây dựng được ở năm 2008 để có được kết quả tốt ở năm 2009, tổng giá trị chứng khoán giao dịch tại ABS tăng cao so với năm 2008, làm cho tốc độ gia tăng giá trị chứng khoán giao dịch của ABS năm 2009 tăng 468,69% so với năm 2008. Năm 2009 được đánh giá là năm thành công của ABS ở hoạt động MGCK.

2.2.3. Thực trạng phát triển mạng lưới hoạt động môi giới của ABS.

Năm 2007, tuy mới đi vào hoạt động nhưng ABS đã có đến 12 chi nhánh, đại lý, điểm giao dịch và một trụ sở.

Năm 2009, ABS nâng cấp và mở mới 3 chi nhánh Thái Bình, Vũng Tàu, Bắc Ninh đưa số chi nhánh lên thành 6 chi nhánh.

Qua 3 năm hoạt động, ABS đều chú trọng việc mở rộng mạng lưới hoạt động của mình bằng việc mở thêm các chi nhánh, đại lý, điểm giao dịch mới, cũng như nâng cấp một số đại lý thành chi nhánh tại một số tỉnh thành có tiềm năng trên cả nước.

2.2.4. Thực trạng phát triển thị phần hoạt động MGCK của ABS.

Bảng 2.9: Thị phần của ABS trong hoạt động MGCK

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Năm	2007	2008	2009
Tổng giá trị chứng khoán giao dịch tại ABS	6.132	2.507	14.257
Tổng giá trị chứng khoán giao dịch toàn thị trường	281.258	181.698	620.823
Thị phần	2,18%	1,38%	2,30%

(Nguồn: Báo cáo thường niên của ABS năm 2007 - 2009)

Qua ba hơn ba năm hoạt động mặc dù số lượng tài khoản của khách hàng tại Công ty khá cao nhưng về thị phần hoạt động MGCK của Công ty trên cả hai Sàn giao dịch vẫn còn thấp, Công ty vẫn chưa nằm trong top 10 CTCK dẫn đầu thị trường về thị phần hoạt động môi giới.

2.2.5. Thực trạng phát triển sản phẩm dịch vụ môi giới chứng khoán và dịch vụ hỗ trợ môi giới chứng khoán của ABS.

** Tháng 3 năm 2008, ABS cung cấp 3 gói dịch vụ môi giới và tư vấn đầu tư chứng khoán mới*

** Tháng 8/2008, ABS chính thức đưa vào sử dụng các sản phẩm dịch vụ giao dịch không sàn.*

** Tháng 09/2009, ABS cho ra thêm hai sản phẩm môi giới chứng khoán mới với nhiều ưu đãi hơn cho khách hàng đó là ABS- Classic Plus, ABS- Vip Supper và dịch vụ hỗ trợ mới đó là ứng trước tự động.*

Có thể thấy, ba năm qua ABS đã cố gắng nỗ lực để mang đến cho khách hàng sử dụng dịch vụ MGCK của Công ty một cách tốt nhất có thể. Tuy chưa phải là một CTCK hàng đầu trên TTCK Việt Nam nhưng những kết quả mà Công ty đạt được và những đóng góp của Công ty cho thấy ABS đã khẳng định một phần nào vị trí của mình trên thị trường.

2.3. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình.

2.3.1. Nhân tố chủ quan.

2.3.1.1. Nhân tố về công nghệ thông tin của ABS.

Năm 2008, ABS đã đầu tư hơn 2 triệu USD để đưa vào sử dụng hệ thống Core Securities do nhà thầu Excel Force của Malaysia cung cấp. Việc đầu tư này của ABS nhằm đáp ứng các yêu cầu nghiệp vụ và tiện ích đa dạng trong hoạt động của Công ty …

2.3.1.2. Quy trình nghiệp vụ môi giới chứng khoán của ABS.

Chính nhờ đưa vào sử dụng phần mềm Core Security đã đóng góp phần lớn vào việc rút ngắn quy trình giao dịch cho khách hàng của ABS, mang đến cho khách hàng nhiều cơ hội thành công hơn khi thực hiện lệnh giao dịch tại ABS.

2.3.1.3. Biểu phí của ABS.

ABS là một CTCK mới thành lập nên cũng chú trọng đến mức biểu phí sao cho phù hợp nhất để thu hút và giữ chân khách hàng.

2.3.1.4. Nhân tố về con người của ABS.

Đội ngũ cán bộ của ABS là những nhân viên chuyên nghiệp, am hiểu thị trường, năng động, nhạy bén, được đào tạo chuyên sâu, có đạo đức nghề nghiệp…

2.3.1.5. Nhân tố về cơ sở vật chất của ABS.

2.3.1.6. Các hoạt động khác của ABS.

* Hoạt động tư vấn niêm yết: Hoạt động này của ABS còn rất hạn chế…

* Hoạt động tư vấn đầu tư: Chất lượng hoạt động tư vấn còn yếu,…

2.3.2. Một số nguyên nhân khách quan.

2.3.2.1. Sự phát triển của TTCK Việt Nam chưa tương xứng với vai trò và vị trí của nó.

Chỉ số VN-Index thường xuyên biến động thất thường với những chu kỳ lên giá, xuống giá khó dự đoán, chưa phản ánh đúng thực trạng của nền kinh tế.

2.3.2.2. Môi trường pháp lý chưa được hoàn chỉnh và đồng bộ.

Luật Chứng khoán vẫn còn hẹp về phạm vi điều chỉnh, mới bao hàm những nội dung cơ bản và chưa bao quát mọi hoạt động trên TTCK theo thông lệ quốc tế; một số quy định của văn bản hướng dẫn Luật Chứng khoán còn chồng chéo, …

2.3.2.3. Sự chuyên nghiệp của các NĐT chưa cao.

Các NĐT cá nhân trên TTCK Việt Nam vẫn còn chưa có cái nhìn dài hạn, vẫn còn trong tình trạng đầu tư lướt sóng, khả năng nhận định cũng như phân tích các thông tin vẫn chưa nhanh nhạy.

2.3.2.4. Nhân tố thuộc về Hiệp hội môi giới và kinh doanh chứng khoán.

2.4. Kết quả khảo sát ý kiến NĐT sử dụng dịch vụ môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình.

2.4.1. Thu thập dữ liệu.

Số lượng NĐT mở tài khoản giao dịch chứng khoán tại chi nhánh ABS Đà Nẵng khá đông nhưng việc tiếp cận khách hàng ABS của tác giả không được thuận lợi. Bên cạnh đó, tâm lý của một số NĐT không muốn phiền hà, không muốn cung cấp thông tin nên tác giả đã không tiếp cận được.

Tác giả đã tiến hành phát 100 bảng điều tra cho NĐT của ABS, sau đó thu thập lại và có được 80 bảng hợp lệ.

2.4.2. Kết quả khảo sát.

Sau khi thu thập lại **Bảng *tham khảo ý kiến NĐT*** tác giả đã tổng hợp các câu hỏi khảo sát theo từng nhóm tiêu chí dưới đây:

** Kinh nghiệm tham gia thị trường:*

** Yếu tố tác động đến quyết định tham gia TTCK*

** Hình thức đầu tư khác của NĐT.*

** Nguồn thông tin ra quyết định đầu tư.*

** Sử dụng sản phẩm MGCK của ABS.*

** Phương thức giao dịch chủ yếu.*

…

2.5.3. Các kết luận rút ra từ kết quả khảo sát.

* Đối với sản phẩm MGCK vẫn còn nhiều NĐT chưa sử dụng các gói sản phẩm MGCK của ABS.

* Khả năng đáp ứng nhu cầu tư vấn thông tin của nhân viên MGCK ABS chưa được tốt, chưa hoàn toàn làm hài lòng khách hàng.

* Nguồn thông tin ra quyết định đầu tư của NĐT ABS số đông vẫn chưa dựa vào sự tư vấn của nhân viên MGCK của Công ty…

2.5. Đánh giá chung về hoạt động MGCK của Công ty Cổ phần chứng khoán An Bình.

2.5.1. Kết quả đạt được.

Thứ nhất: *ABS được đánh giá là một trong những CTCK tiên phong trong việc đưa ra các sản phẩm, dịch vụ mới trên TTCK Việt Nam.*

Thứ hai: *Tốc độ tăng trưởng số lượng tài khoản giao dịch là khá cao.*

Thứ ba: *Doanh thu môi giới đóng góp phần lớn trong tổng doanh thu của ABS qua các năm,..*

Thứ tư*:* *Mạng lưới hoạt động phủ khắp hầu hết các tỉnh, thành phố trọng điểm trong cả nước.*

Thứ năm: *Ứng dụng thành công hệ thống công nghệ thông tin hiện đại (phần mềm* Core Securities*) vào hoạt động kinh doanh của ABS trong đó có hoạt động môi giới chứng khoán…*

2.5.2. Hạn chế.

Thứ nhất: *Thị phần hoạt động môi giới của Công ty vẫn còn rất thấp so với các CTCK khác trên thị trường.*

Thứ hai: *Số lượng tài khoản tại Công ty tăng lên qua các năm với tốc độ khá cao nhưng số lượng tài khoản giao dịch thường xuyên với Công ty vẫn còn ít.*

Thứ ba: *Thiếu về số lượng nhân viên môi giới có đủ năng lực, trình độ để cung cấp cho khách hàng dịch vụ môi giới hoàn chỉnh nhất.*

2.6. Đánh giá khả năng phát triển của hoạt động MGCK của ABS.

Những yếu tố nội tại của Công ty cho thấy ABS có một nền tảng tốt để khai thác mọi tiềm lực nhằm phát triển hoạt động MGCK đó là:

- Công ty đã đưa vào sử dụng hệ thống thông tin hiện đại đó là phần mềm Core Securities…

- Hệ thống mạng lưới được mở trên những địa bàn kinh tế trọng điểm …

- Công ty chuẩn bị kế hoạch tăng vốn điều lệ lên 600 tỷ đồng. Đây là điều kiện giúp tăng cường năng lực cạnh tranh để khẳng định vị thế; …

Sự phục hồi của TTCK năm 2009 chính là tiền đề để cho năm 2010 và những năm về sau được phát triển ổn định và bền vững hơn.

Các yếu tố nội lực của ABS, định hướng chiến lược của Ban lãnh đạo ABS cũng như những điều kiện chung của TTCK cũng như của nền kinh tế Việt Nam cho thấy ABS có khả năng để phát triển hoạt động MGCK trong tương lai.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Qua chương 2 này, luận văn đã khái quát về quá trình hình thành và phát triển của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình qua hơn 3 năm hoạt động. Với việc tìm hiểu thực trạng hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty, thấy được những kết quả đạt và những hạn chế …

Đánh giá khả năng phát triển hoạt động MGCK của ABS trong những năm tiếp theo. Điều kiện thị trường, các yếu tố nội tại đều thuận lợi để ABS có thể phát triển hoạt động MGCK của mình.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN CHỨNG KHOÁN AN BÌNH

3.1. Cơ hội và thách thức đối với hoạt động MGCK cũng như toàn bộ hoạt động của ABS.

3.1.1. Cơ hội.

TTCK luôn là cơ hội cho tất cả Doanh nghiệp tham gia trên thị trường, ABS không ngoại lệ.

3.1.2. Thách thức.

TTCK Việt Nam nhỏ bé, một miếng bánh nhỏ chia đều cho tất cả. Trong tương lai, có các CTCK nước ngoài tham gia vào TTCK thì sự cạnh tranh còn khốc liệt hơn.

3.2. Định hướng và mục tiêu phát triển của Công ty Cổ phần chứng khoán An Bình

3.2.1. Định hướng phát triển thị trường chứng khoán Việt Nam từ năm 2010 đến 2020.

* Về định hướng chiến lược, dự kiến năm 2015, quy mô vốn hóa thị trường đạt 65-70% GDP và đến năm 2020 quy mô vốn hóa thị trường đạt 90-100% GDP.

3.1.2. Định hướng và mục tiêu phát triển của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình.

** Các mục tiêu chủ yếu của ABS.*

** Định hướng phát triển trung và dài hạn của ABS.*

- Tập trung phát triển lĩnh vực môi giới.

- Chuẩn bị kế hoạch tăng vốn điều lệ lên 600 tỷ đồng nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh …

** Kế hoạch phát triển trong tương lai đối với Bộ phận môi giới chứng khoán.*

- Chuyên nghiệp hóa đội ngũ nhân sự với tác phong hướng tới khách hàng cơ cấu tổ chức.

- Triển khai dịch vụ thanh toán trực tuyến cho NĐT thông qua việc kết hợp với hệ thống Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình.

3.3. Một số giải pháp phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần chứng khoán An Bình.

3.3.1. Từng bước hoàn thiện, đa dạng hóa các sản phẩm môi giới, dịch vụ hỗ trợ.

3.3.1.1. Đối với sản phẩm môi giới chứng khoán.

ABS cần thường xuyên tìm hiểu ý kiến NĐT để có những điều chỉnh hợp lý nhất.

* Sản phẩm ABS – Credit

* Sản phẩm ABS Organization

3.3.1.1. Đối với dịch vụ hỗ trợ môi giới chứng khoán.

Thêm một số dịch vụ gia tăng khác như:

- Cơ chế rút tiền âm trong tài khoản…

- Cơ chế chuyển tiền liên thông giữa các tài khoản ủy quyền.

- Việc đăng ký quyền được thực hiện trực tuyến.

3.3.2. Xây dựng đội ngũ nhân viên môi giới chuyên nghiệp cả về chất và lượng cùng với chế độ lương thưởng hợp lý.

3.3.2.1. Nâng cao năng lực trình độ chuyên môn của nhân viên môi giới.

Liên tục cập nhật những kỹ năng mới cho nhân viên, nhân viên môi giới không chỉ am hiểu lĩnh vực tài chính mà còn cần thông hiểu các lĩnh vực khác nữa để giải quyết tốt yêu cầu công việc của mình.

3.3.2.2. Xây dựng hình ảnh nhân viên MGCK có chuyên môn, khác biệt so với các CTCK khác trên thị trường.

Cần tạo dựng được một hình ảnh nhân viên MGCK của ABS có chuyên môn, khác biệt so với nhân viên MGCK của các CTCK khác, có như vậy mới gợi nhắc cho NĐT khi nói đến nhân viên MGCK là họ lập tức nghĩ đến thương hiệu ABS trên TTCK.

3.3.2.3. Đưa ra các chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp riêng đối với nhân viên môi giới của Công ty.

ABS cần chú trọng hơn việc xây dựng một chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp riêng cho nhân viên môi giới để cho khách hàng, chính mỗi cá nhân nhân viên tự đánh giá.

3.3.2.4. Xây dựng chế độ lương thưởng hợp lý, tạo động lực cho nhân viên.

Để không muốn mất người tài ABS cần chú trọng hơn nữa đến chế độ lương thưởng, chính sách đãi ngộ riêng đối với nhân viên gắn bó lâu năm cũng như nhân viên mới để tránh tình trạng chảy máu chất xám.

3.3.3. Xây dựng một biểu phí hợp lý.

ABS nên xây dựng một biểu phí hợp lý, mang tính cạnh tranh phù hợp với điều kiện chung để tránh mất khách hàng. Có 74% NĐT chọn CTCK vì chênh lệch mức phí giao dịch.

3.3.4. Nâng cấp, cải tiến về cơ sở vật chất kỹ thuật của ABS

ABS cần nghiên cứu, có những cải tiến mới, ứng dụng công nghệ thông tin cho mọi hoạt động MGCK của ABS, nâng cấp hệ thống này sao cho phù hợp hơn, nhiều ứng dụng hơn …

3.3.5. Mở rộng mạng lưới đến các tỉnh, thành phố có tiềm năng.

Tiếp tục mở rộng địa điểm kinh doanh của Công ty đến một số tỉnh, thành phố có tiềm lực trong nước.

3.3.6. Tăng cường mối quan hệ khách hàng.

3.3.6.1. *Phân loại, đánh giá, quản lý khách hàng theo nhóm.*

- Phân loại khách hàng ở nhiều cấp độ khác nhau.

- Hoặc có thể phân theo nhóm khách hàng cùng nhóm ngành nghề để công tác tiếp cận, cung cấp thông tin một cách kịp thời.

3.3.6.2. Tăng cường hoạt động thu hút khách hàng dành thị phần.

Mở rộng mạng lưới ở các tỉnh thành có tiềm năng khách hàng nhằm thu hút NĐT về phía mình.

Công ty nên xây dựng một biểu phí hợp lý, mang tính cạnh tranh phù hợp với điều kiện chung để tránh mất khách hàng.

3.3.7. Từng bước hoàn thiện mô hình hoạt động MGCK của ABS.

ABS có thể xây dựng mô hình hoạt động môi giới theo mô hình phòng môi giới như các CTCK đã áp dụng trong năm 2009. Ngoài các nhân viên MGCK có đủ trình độ, kinh nghiệm của Công ty thì ABS có thể sử dụng các cộng tác viên…

3.3.8. Đẩy mạnh các hoạt động tư vấn niêm yết và các hoạt động khác có liên quan.

ABS cần xây dựng một đội ngũ phân tích có đủ năng lực trình độ để mang đến những thông tin tổng hợp, phân tích, dự báo chính xác, hữu ích đối với Công ty cũng như đối với nhân viên MGCK, giúp nhân viên MGCK có được những thông tin tư vấn cho khách hàng được nhanh nhạy, kịp thời.

3.3.9. Đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu phân tích thị trường

Hiện tại, ABS đã xây dựng phòng Tư vấn đầu tư với đội ngũ nghiên cứu, phân tích thị trường hỗ trợ cho hoạt động tư vấn đầu tư và hoạt động MGCK. Tuy nhiên cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động này để mang lại cho nhân viên MGCK cũng như NĐT những thông tin chính xác và hữu ích hơn nữa, phản ánh đúng những biến động cũng như dự đoán xu hướng biến động của TTCK theo các thời điểm khác nhau của nền kinh tế.

3.4. Kiến nghị đối với một số cơ quan khác.

3.4.1. Kiến nghị đối với Chính phủ.

** Hoàn thiện khung pháp lý về chứng khoán và TTCK, thể chế và chính sách.*

** Hỗ trợ thị trường phát triển bằng việc tăng cung chứng khoán cả về lượng và chất.*

3.4.2. Đối với Ủy ban Chứng khoán Nhà nước .

** Tăng cường đào tạo phổ biến kiến thức về chứng khoán và đầu tư cho rộng rãi công chúng.*

** Tăng cường năng lực quản lý giám sát các thành phần tham gia thị trường.*

** Cải tiến hệ thống đào tạo hành nghề cho nhân viên môi giới.*

3.4.3. Đối với Ngân hàng Thương mại Cổ phần An Bình.

ABB cần tạo điều kiện cho ABS nhằm phát triển các hoạt động của Công ty cũng như hoạt động MGCK như: Triển khai các dịch vụ tài chính, tương lai khi luật cho phép sẽ thực hiện các hợp đồng margin chứng khoán...

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Các giải pháp hướng đến việc thúc đẩy phát triển hoạt động môi giới chứng khoán về quy mô cũng như chất lượng dịch vụ, mang lại cho khách hàng dịch vụ môi giới ngày hoàn thiện hơn nhằm thu hút khách hàng, tăng doanh thu, thị phần của ABS trên TTCK.

Bên cạnh đó, tác giả cũng đưa ra một số kiến nghị đối với các cơ quan chức năng nhằm tạo điều kiện cho ABS cũng như thị trường chứng khoán Việt Nam có được những điều kiện thuận lợi để phát triển.

KẾT LUẬN

Việt Nam gia nhập WTO năm 2007 đã tạo điều kiện cho các Doanh nghiệp trong nước cũng như nước ngoài có cơ hội giao thương, hợp tác, cạnh tranh một cách lành mạnh. Việt Nam ngày càng thu hút được sự quan tâm của NĐT nước ngoài, các tổ chức, các quỹ đầu tư, đây cũng chính là cơ hội để TTCK Việt Nam phát triển. Thời gian để các CTCK 100% vốn nước ngoài tham gia TTCK đã cận kề, vì vậy, các CTCK cũng cần chuẩn bị, xây dựng cho mình một hành trang vững chắc trên con đường hội nhập nhiều cơ hội nhưng cũng chứa đựng nhiều thách thức sống còn. Với Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình, việc hoàn thiện các hoạt động trong đó có hoạt động môi giới chứng khoán là yêu cầu cấp thiết để đưa Công ty trở thành nhà bán lẻ hàng đầu trên TTCK Việt Nam nhưng vẫn đảm bảo các điều kiện để phát triển an toàn, hiệu quả và bền vững.

Với mong muốn trên, luận văn "***Phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty cổ phần Chứng khoán An Bình***" đã nghiên cứu, luận giải và làm sáng tỏ vấn đề sau:

- Hệ thống các kiến thức cơ bản về Công ty chứng khoán và phát triển hoạt động môi giới của chứng khoán.

- Qua phân tích hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình, luận văn đã nêu rõ những kết quả đạt được và những hạn chế đồng thời tìm ra những nguyên nhân của những hạn chế đó.

Bên cạnh đó, để khách quan, việc tham khảo ý kiến NĐT khi sử dụng dịch vụ môi giới chứng khoán của Công ty của luận văn một phần nào thấy rõ hơn những hạn chế, thiếu sót cũng như nhưng kết quả đạt được của hoạt động này.

- Trên cơ sở lý thuyết và thực tiễn, luận văn đã đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình. Đồng thời đề xuất một số kiến nghị đối với cơ quan quản lý Nhà nước để việc thực hiện các giải pháp của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình được thuận lợi hơn.

Tác giả mong rằng những giải pháp được đề xuất ở luận văn này phù hợp, hữu dụng với tình hình của hoạt động môi giới chứng khoán của Công ty Cổ phần Chứng khoán An Bình trong thời gian đến. Đồng thời, tác giả hy vọng đây còn là nguồn thông tin tham khảo đối với một số Công ty chứng khoán khác trên thị trường chứng khoán Việt Nam cũng như các nhà hoạch định chính sách, các nhà quản lý thị trường chứng khoán.