

**ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ HUẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ NH HƯNG ĐẾN QUYẾT
ĐỊNH TIẾP TẠC ĐUỐI TRÁI PHIẾU HAPPYBOND ĐỐI C
PHÁT HÀNH BỔ CÔNG TY CỔ PHẦN ĐUỐI CHÂU Á
THÁI BÌNH ĐỐI NG CẠ KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN

TRẦN THỊ O

Thị xã Thiên Huế, tháng 01 năm 2021

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ HUẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ NH HƯNG ĐẾN QUYẾT
ĐỊNH TIẾP TẠC ĐUỐI TRÁI PHIẾU HAPPYBOND ĐỐI C
PHÁT HÀNH BỔ I CÔNG TY CỔ PHẦN ĐUỐI CHÂU Á
THÁI BÌNH ĐỐI NG CẢ KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN

Sinh viên: Trần Thọ

Lớp: K51E – Quản Trị Kinh Doanh

Niên khóa: 2017-2021

Giáo viên hướng dẫn:

TS. Lê Thị Ngọc Anh

Thị xã Thiên Huế, tháng 01 năm 2021

Lời cảm ơn

Trong thời gian làm bài khóa luận tốt nghiệp, tôi đã nhận được nhiều sự giúp đỡ quý báu và nhiệt tình đến từ giáo viên hướng dẫn và quý anh chị trong công ty.

Trước hết tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến cô Lê Thị Ngọc Anh, giáo viên hướng dẫn của đoàn thực tập của tôi, mặc dù luôn trễ deadline nhưng cô vẫn luôn có những góp ý nhiệt tình, kịp thời để góp phần hoàn thành bài nghiên cứu một cách suôn sẻ. Khi hoàn thành bài khóa luận này, tôi cảm thấy rất may mắn khi đã được hướng dẫn bởi một giáo viên luôn hết mình vì sinh viên.

Tiếp đến, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến các quý anh chị trong Tập đoàn Apec nói chung, các anh chị tại phòng kinh doanh trái phiếu nói riêng đã giúp đỡ, giới thiệu và trao đổi các kiến thức về một sản phẩm mà trước đây chưa có cơ hội tiếp xúc trực tiếp. Đặc biệt, cảm ơn anh Nguyễn Đức Hà, trưởng phòng kinh doanh trái phiếu đã luôn giải đáp các thắc mắc cũng như traning về sản phẩm trái phiếu trong quá trình thực tập ở Tập đoàn.

Cuối cùng tôi xin gửi lời cảm ơn đến toàn thể gia đình, bạn bè đã ủng hộ, giúp đỡ tôi trong suốt thời gian vừa qua.

Mặc dù đây là lần đầu tiên thực hiện nghiên cứu một mình nhưng tôi đã cố gắng, nỗ lực hết mình để hoàn thành bài nghiên cứu này vì thế sẽ không tránh được các sai sót trong quá trình trình bày báo cáo, tôi rất mong nhận được sự cảm thông và tận tình chỉ bảo của quý thầy cô trong khoa Quản trị kinh doanh.

Xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên thực hiện

Trần Thảo

M C L C

PHẦN 1: ĐẶT VẤN ĐỀ	1
1. Lí do chọn đề tài:	1
2. Câu hỏi và mục tiêu nghiên cứu:	2
2.1. Câu hỏi nghiên cứu:	2
2.2. Mục tiêu nghiên cứu:	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:	3
3.1. Đối tượng nghiên cứu:	3
3.2. Phạm vi nghiên cứu:	4
4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu:	4
4.1.1. Đối với dữ liệu thứ cấp:	4
4.1.2. Đối với dữ liệu sơ cấp:	4
4.1.3. Phương pháp xác định kích cỡ mẫu:	4
4.1.4. Phương pháp chọn mẫu:	5
4.2. Phương pháp phân tích số liệu:	5
4.2.1. Phân tích thống kê mô tả:	5
4.2.2. Đánh giá độ tin cậy của các thang đo:	5
4.2.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis):	6
4.2.4. Phân tích tương quan:	7
4.2.5. Phân tích hồi quy:	7
5. Bảng các bảng khóa luận:	8
PHẦN 2: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	9
CHƯƠNG 1: TÌNH QUAN VÀ QUYẾT ĐỊNH TIÊU P T C Đ U T TRÁI PHỤ U	
DOANH NGHIỆP C A KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN.....	9
1.1. Trái phụ u doanh nghiệp và hoạt động đầu tư trái phụ u doanh nghiệp c a khách	
hàng cá nhân:	9
1.1.1. Trái phụ u:	9
1.1.2. Trái phụ u doanh nghiệp:	13
1.1.3. Đầu tư trái phụ u:	14
1.2. Lý thuyết và quyết định mua c a khách hàng:	16
1.2.1. Tình quan và hành vi tiêu dùng:	16

1.2.2. Thói quen mua sắm của khách hàng:	17
1.2.3. Mô hình hành vi mua sắm của khách hàng:	18
1.2.4. Tiến trình ra quyết định mua của khách hàng:	19
1.2.5. Những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua:	23
1.3. Mô hình giải thích hành vi mua của khách hàng:	30
1.3.1. Mô hình hành động hợp lý (Theory of reasoned action - TRA) của Ajzen & Fishbein:	30
1.3.2. Mô hình hành vi dự định (Theory of planned behaviour- TPB) của Ajzen:	31
1.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết nghiên cứu:	32
TIÊU CHUẨN NG 1	41
CHUẨN NG 2: PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH ĐUỔI TRÁI PHIẾU HAPPYBOND CỦA KHÁCH HÀNG TẠI	42
2.1. Tổng quan về Tập đoàn Apec:	42
2.1.1. Giới thiệu về Tập đoàn Apec:	42
2.1.2. Tầm nhìn, sứ mệnh và triết lý kinh doanh:	43
2.1.3. Tổ chức bộ máy quản lý:	44
2.1.4. Các lĩnh vực hoạt động:	44
2.1.5. Công ty thành viên:	45
2.1.6. Tình hình nhân sự giai đoạn 2018 – 2020:	45
2.1.7. Kết quả kinh doanh của Tập đoàn Apec trong giai đoạn 2017 – 2019:	48
2.1.8. Giới thiệu trái phiếu Happybond:	49
2.2. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư trái phiếu Happybond được phát hành bởi Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng:	54
2.2.1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu:	54
2.2.2. Đặc điểm hành vi đầu tư trái phiếu Happybond được phát hành bởi Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng:	56
2.2.3. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư trái phiếu Happybond được phát hành bởi Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng:	57
THIẾT LẬP MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	69
TIÊU CHUẨN NG 2	70

CHƯƠNG 3: ĐÌNH HỒ VÀ GIỚI PHÁP NHẬP M THU HÚT KHÁCH HÀNG	
ĐU T TRÁI PHI U HAPPYBOND C A CÔNG TY C PH N ĐU T CHÂU	
Á THÁI BÌNH D NG	71
3.1. Đình hồ ng phát triển s n ph m trái phi u c a Công ty C ph n Đu t Châu Á	
Thái Bình D ng trong th i gian t i:.....	71
3.2. Gi i pháp nh m thu hút khách hàng đ u t trái phi u Happybond c a Công ty C	
ph n Đu t Châu Á Thái Bình D ng:.....	71
3.2.1. Đ i v i lãi su t:	72
3.2.2. Các gi i pháp khác:	72
PH N 3: K T LU N VÀ KI N NGH	73
1. K t lu n:	73
2. H n ch :	73
3. Ki n ngh đ i v i T p đoàn Apec:	74
TÀI LI U THAM KH O	
PH L C	

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: So sánh trái phiếu và cổ phiếu	12
Bảng 2: Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi quyết định tiêu dùng	23
Bảng 3: Thang đo cho các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp cận đầu tư	36
Bảng 4: Thang đo cho các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp cận đầu tư chính thức	39
Bảng 5: Tình hình nhân lực của Tập đoàn Apec trong giai đoạn 2018 – 2020.....	46
Bảng 6: Kết quả kinh doanh của Tập đoàn Apec trong giai đoạn 2017 - 2019	48
Bảng 7: Các gói trái phiếu Happybond phát hành từ ngày 01/12/2020	50
Bảng 8: Lãi suất bán lại trái phiếu của các gói Happybond có tài sản đảm bảo	51
Bảng 9: Lãi suất của gói Happybond không có tài sản đảm bảo.....	53
Bảng 10: Đặc điểm mẫu nghiên cứu	54
Bảng 11: Đặc điểm mẫu và việc đã đầu tư trái phiếu Happybond chưa	56
Bảng 12: Đặc điểm mẫu và việc đã đầu tư loại trái phiếu Happybond nào	56
Bảng 13: Đặc điểm mẫu và việc biết đến trái phiếu Happybond qua nguồn nào	57
Bảng 14: Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo.....	59
Bảng 15: Cronbach's Alpha của các nhân tố sau khi loại bỏ biến	60
Bảng 16: Kết quả kiểm định KMO and Bartlett's Test	61
Bảng 17: Ma trận xoay phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư	62
Bảng 18: Phân tích tương quan Pearson.....	63
Bảng 19: Đánh giá độ phù hợp của mô hình	64
Bảng 20: Kết quả ANOVA.....	65
Bảng 21: Kết quả mô hình hồi quy và quyết định tiếp cận đầu tư	65
Bảng 22: Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu	68

DANH MỤC SÁCH ĐỀ

Sách đề 1: Tiến trình quy định mua của người tiêu dùng.....	20
Sách đề 2: Mô hình Học thuyết hành động hợp lý của Ajzen và Fishbein	31
Sách đề 3: Mô hình thuyết hành vi định TPB	32
Sách đề 4: Mô hình nghiên cứu tham khảo	35
Sách đề 5: Mô hình dự xuất nghiên cứu	36
Sách đề 6: Mô hình nghiên cứu dự xuất chính thức	38
Sách đề 7: Các câu hỏi chung của Tập đoàn Apec	44

Tailieu.vn

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: Mô hình hành vi mua của người tiêu dùng.....	18
Hình 2: Tài sản đảm bảo cho hai gói Happybond có tài sản đảm bảo phát hành 01/12/2020	52
Hình 3: Biểu đồ Histogram.....	67

TaiLieu.vn

PHẦN 1: ĐẶT VẤN ĐỀ**1. Lý do chọn đề tài:**

Hiện nay, đầu tư vào trái phiếu hiện đang là một hình thức đầu tư rất phổ biến tại Việt Nam, đặc biệt là các loại trái phiếu doanh nghiệp với mức lãi suất hấp dẫn. Theo số liệu phát hành trái phiếu doanh nghiệp riêng lẻ được công bố thông tin qua Sổ Giao dịch Chứng khoán Hà Nội vào tháng 10/2020, có 20 doanh nghiệp đã phát hành thành công 90 đợt phát hành trái phiếu doanh nghiệp riêng lẻ trên tổng số 44 đợt đăng ký. Giá trị phát hành thành công đạt 9,5 nghìn tỷ đồng, chiếm 62,7% tổng giá trị đăng ký phát hành, giảm 1 nghìn tỷ đồng so với giá trị phát hành tháng 9.

Thêm vào đó, theo thông tin tại các trang báo đầu tư và báo nhân dân về thị trường đầu tư trong năm 2020, giữa thời điểm dịch COVID - 19 đang diễn ra căng thẳng như vậy khiến các kênh đầu tư phổ biến như chứng khoán, vàng, ngoại tệ... đều biến động mạnh mẽ. Trái phiếu doanh nghiệp, đặc biệt là trái phiếu doanh nghiệp bất động sản là một kênh đầu tư khá hấp dẫn, được nhiều nhà đầu tư chú ý đến trong năm 2020.

Tuy nhiên, một thực tế cho thấy rằng không phải loại trái phiếu doanh nghiệp nào khi chào bán ra ngoài thị trường sẽ nhận được số đầu tư đến từ khách hàng, và sẽ khó khăn hơn khi họ đã mua một lần, để khách hàng có thể mua lại thì nó chịu ảnh hưởng rất nhiều yếu tố nội tại của doanh nghiệp đó, yếu tố tâm lý của khách hàng sau khi mua xong,... Bên cạnh các nhân tố tiền quyết đến từ công ty, sản phẩm, nhân viên bán hàng thì các nhóm tham khảo cũng là một nhân tố rất quan trọng, tác động trực tiếp đến hành vi của khách hàng. Chính điều này đã dẫn đến tình huống có công ty phát hành trái phiếu sẽ được khách hàng tin tưởng đầu tư và họ sẽ tiếp tục đầu tư trong tương lai, và còn gì ỉu thì như những xung quanh đến công ty đó để đầu tư chung; nhưng có công ty thì lại không nhận được số chấp nhận của khách hàng, họ đã không hài lòng sau lần mua thử nghiệm, kéo theo đó là một chuỗi không hài lòng với sản phẩm trái phiếu cũng như hình ảnh doanh nghiệp đó.

Cho đến thời điểm hiện tại, Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương là một trong những công ty đầu tư hàng đầu tại Việt Nam được nhiều nhà đầu tư lựa chọn để đầu tư trái phiếu. Với tình hình kinh doanh quan trọng, các dự án phân bổ trên toàn quốc, các phiếu của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương liên tục tăng điểm suốt một năm qua bất chấp đà giảm chung của thị trường. Điều này đã khẳng định năng lực tài chính của công ty là rất lớn, thu hút phần lớn nhà đầu tư đổ xô vào để mua số phần tài chính của công ty, đặc biệt là trái phiếu. Để đáp ứng tốt hơn nhu cầu khách hàng hiện tại và thành phần lớn như Hà Nội, nơi mà lượng khách hàng tiềm năng đối với số phần trái phiếu rất lớn, Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương cần phải nắm bắt được tiêu chí lựa chọn và hành vi mua trái phiếu của khách hàng, đặc biệt đối với loại trái phiếu Happybond - một loại trái phiếu đặc biệt chính Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương phát hành với rất nhiều ưu đãi dành cho khách hàng. Nhờ thế được điều này, phía công ty đã có những nghiên cứu và phân tích về nhu cầu cũng như thói quen trái phiếu để đưa ra thành phần Hà Nội. Tuy nhiên vẫn chưa có nghiên cứu nào có thể vẽ nên bức tranh đúng đắn quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu của khách hàng trong khi việc tiếp tục đầu tư của khách hàng có tầm ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển của doanh nghiệp trong tương lai bởi vì khi mà khách hàng đã tiếp tục mua nghĩa là họ tin tưởng và sẵn lòng đầu tư cho mọi người xung quanh họ.

Vì vậy, trong thời gian tiếp theo của công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương để hỗ trợ cho Hà Nội, tác giả quyết định lựa chọn đề tài “Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond đặc biệt phát hành bởi Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng cá nhân” làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

2. Câu hỏi và mục tiêu nghiên cứu:

2.1. Câu hỏi nghiên cứu:

Những nhân tố nào ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương?

Mục đích nghiên cứu của đề tài nghiên cứu đó tác động đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương như thế nào?

2.2. Mục tiêu nghiên cứu:

Mục tiêu tổng quát: Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của khách hàng cá nhân, đưa ra những giải pháp góp phần thúc đẩy hành vi tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương.

Mục tiêu cụ thể:

Hệ thống hóa các số lý luận liên quan đến các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua của khách hàng, từ đó đưa xuất mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng cá nhân.

Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng cá nhân.

Xác định mức độ tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng cá nhân.

Đưa xuất một số giải pháp góp phần thúc đẩy quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng cá nhân.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

3.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng.

Đối tượng khảo sát: Các nhóm khách hàng đã đầu tư trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương trên địa bàn thành phố Hà Nội.

3.2. Phạm vi nghiên cứu:

Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện trên địa bàn thành phố Hà Nội.

Về thời gian: Dữ liệu được thu thập từ tháng 11/2020 đến 01/2021. Trong đó dữ liệu thứ cấp từ 2017 đến 2020 thu thập được từ phía tập đoàn. Dữ liệu sơ cấp được thu thập vào tháng 11/2020 đến 12/2020.

4. Phương pháp nghiên cứu:

4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu:

4.1.1. Đối với dữ liệu thứ cấp:

Để hoàn thiện bài khóa luận, tác giả đã thu thập các thông tin liên quan đến dữ liệu nghiên cứu thông qua các nguồn thông tin khác nhau: tài liệu, sách báo và các dữ liệu nghiên cứu khác có liên quan, các khóa luận, chuyên đề từ các khóa trước.

Bên cạnh đó, tác giả cũng thu thập các số liệu liên quan thông qua website và các phòng ban của công ty cung cấp.

4.1.2. Đối với dữ liệu sơ cấp:

Tác giả điểu tra 20 khách hàng đang mua trái phỉu Happybond tại Hà Nội thông qua bảng hỏi để hiểu chính xác thang đo, phác thảo bảng hỏi chính thức, tìm hiểu ý kiến của khách hàng. Bên cạnh đó, có phỏng vấn ý kiến của phòng kinh doanh trái phỉu, chủ yếu là tham khảo các chuyên gia là các top sales và trưởng phòng kinh doanh trái phỉu và các nhân viên thông thường khi chào bán khách hàng quan tâm đến dữ liệu hành vi mua chính xác thang đo và bảng hỏi.

Dựa trên những kết quả thu thập được từ điểu tra và kết quả phỏng vấn chuyên gia, tác giả lấy các số liệu chính để điểu chỉnh lại bảng hỏi khảo sát. Bảng hỏi sau khi được điểu chỉnh được dùng cho việc khảo sát chính thức của dữ liệu. Kết quả khảo sát được tổng hợp, phân tích dữ liệu phục vụ cho dữ liệu, để từ đó tìm kiếm được mô hình nghiên cứu phù hợp.

Cách thức tiến hành thu thập dữ liệu: phát phiếu khảo sát tại số điểm chăm sóc khách hàng của sản phẩm trái phỉu Happybond.

4.1.3. Phương pháp xác định kích cỡ mẫu:

Trong phân tích thống kê, mẫu phải đủ lớn để đảm bảo độ tin cậy nhất định.

Theo Hair & các cộng sự (1998): để tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) kích thước mẫu tối thiểu để đảm bảo tính đại diện cho tổng thể theo nguyên tắc mẫu được chọn phải gấp 5 lần số biến để kiểm tra.

Bên cạnh đó, theo nghiên cứu của Hoàng Trọng Chu & Chu Nguyễn Mạnh Ngọc - 2005 “số quan sát (cỡ mẫu) ít nhất phải bằng 4 hay 5 số lần biến trong phân tích nhân tố”.

Qua các khảo định trên, bảng hỏi khảo sát bao gồm 23 biến quan sát, vì thế nên cỡ mẫu sẽ là 115. Tuy nhiên, để tránh các trường hợp rơi rớt, tác giả đã khảo sát 150 mẫu nhằm thu được đủ 130 mẫu do có một số khách hàng chưa điền.

4.1.4. Phương pháp chọn mẫu:

Tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất với kỹ thuật lấy mẫu thuận tiện để điểu tra thu thập số liệu vì dễ lấy và danh sách và thông tin khách hàng là dữ liệu quan trọng và bao quát của công ty.

4.2. Phương pháp phân tích số liệu:

Sau khi khảo sát bằng bảng hỏi và thu được số liệu, việc xử lý dữ liệu tiến hành thông qua phần mềm SPSS 20.0 để thống kê thông tin của dữ liệu và rút gọn mô hình để xuất, và phần mềm AMOS 20.0 để kiểm tra mô hình phù hợp với thông tin thực tế của mô hình để xuất và mô hình tác động của các nhân tố đến quyết định tiếp tục mua của khách hàng cá nhân. Các thủ tục như sau:

4.2.1. Phân tích thống kê mô tả:

Dùng để thống kê số lượng và tỷ lệ % để điểm của khách hàng được phân và phân cũng như ý kiến của họ về những vấn đề được nghiên cứu, mô hình chung để tư vấn nghiên cứu và giải thích, để tuối, thu nhập, nghề nghiệp,... đưa vào kết quả thống kê đó, để giúp để biết để điểm của để tư vấn để tra thông qua các tiêu chí tần số, biến động, giá trị trung bình, để lệch chuẩn, phương sai,...

4.2.2. Đánh giá độ tin cậy của các thang đo:

Để kiểm định mô hình để chốt chốt của các biến quan sát trong thang đo để quan hệ với nhau thông qua phép kiểm định Cronbach's Alpha. Phép kiểm định này phản ánh mức độ để quan hệ chốt chốt giữa các biến quan sát trong cùng 1

yếu tố. Nó cho biết trong các biến quan sát của một yếu tố, biến nào đã đóng góp phần vào việc đo lường khái niệm yếu tố, biến nào không.

Hệ số Cronbach's Alpha phải có giá trị từ 0,6 đến gần 1 thì mới đủ điều kiện để bỏ các biến trong cùng một yếu tố có tương quan với nhau (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Trong một thang đo, hệ số tương quan biến tổng (Corrected – total Correlation) thể hiện số tương quan giữa một biến quan sát với tất cả các biến khác trong thang đo. Theo Nunnally và Burnstein (1994) nếu một biến đo lường có hệ số tương quan biến tổng Corrected Item – Total Correlation lớn hơn hoặc bằng 0,3 thì biến đó đạt yêu cầu và ngược lại nếu hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 được xem là biến rác và loại khỏi thang đo.

4.2.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis):

Phân tích nhân tố khám phá, dùng để rút gọn một tập hợp K biến quan sát thành một tập F (với $F \leq K$) các nhân tố có ý nghĩa hơn.

Phân tích nhân tố là kỹ thuật chủ yếu để tóm tắt dữ liệu gồm nhiều biến quan sát phụ thuộc lẫn nhau thành một tập hợp biến ít hơn nhưng vẫn chứa đựng hầu hết nội dung của tập biến ban đầu (Hair và cộng sự, 1998). Các tiêu chí trong phân tích EFA:

Hệ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin) là một chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố khám phá EFA. Trị số của KMO phải đạt giá trị 0,5 trở lên ($0,5 \leq KMO \leq 1$) là điều kiện để phân tích nhân tố là phù hợp. Nếu trị số này nhỏ hơn 0,5, thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với tập dữ liệu nghiên cứu.

Kiểm định Bartlett dùng để xem xét các biến quan sát trong nhân tố có tương quan với nhau hay không. Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig Bartlett's Test < 0,05), chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố. Trị số Eigenvalue để dùng cho phân biến thiên được gọi thích bởi một nhân tố, chỉ có những nhân tố nào có giá trị Initial Eigenvalue ≥ 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích.

Tổng phương sai trích: phần trăm biến thiên của các biến quan sát được giải thích bởi các nhân tố phải đạt mức $\geq 50\%$ Phương sai trích hệ số được sử dụng

là Principal Axis Factoring với phép xoay Promax để tối ưu hóa số lượng biến có hệ số lớn từ cùng một nhân tố, và các nhân tố không có sự tương quan lẫn nhau.

Factor Loading là chỉ tiêu để đo lường mức ý nghĩa thống kê của EFA. $Factor Loading > 0,3$ được xem là mức tối thiểu, $Factor Loading > 0,4$ được xem là quan trọng, $Factor Loading > 0,5$ được xem là có ý nghĩa thống kê. Hệ số tải nhân tố (*Factor Loading*) hay còn gọi là trọng số nhân tố, giá trị này biểu thị mức độ quan hệ tương quan giữa biến quan sát với nhân tố. Hệ số tải nhân tố càng cao, nghĩa là tương quan giữa biến quan sát đó với nhân tố càng lớn và ngược lại. Trong bảng ma trận xoay, hệ số này của các biến quan sát được tải lên phải $\geq 0,5$ (50 %).

Để đo lường tính khác biệt giữa các nhân tố, trong ma trận xoay nếu một biến quan sát được tải lên cả hai nhân tố thì chấp nhận khi hiệu số của hai hệ số tải hai nhân tố $\geq 0,3$ (30%) và biến quan sát đó sẽ được xếp vào nhóm có hệ số tải cao hơn nếu giá trị hiệu số chênh lệch dưới 0,3 thì biến đó bỏ loại.

4.2.4. Phân tích tương quan:

Trước khi tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính bội, phải xem xét mối tương quan giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc vì một trong những điều kiện cần để phân tích hồi quy là biến độc lập phải có tương quan với biến phụ thuộc nên nếu không phân tích tương quan này biến độc lập không tương quan với biến phụ thuộc thì ta loại biến độc lập đó ra khỏi phân tích hồi quy. Điều kiện để có ý nghĩa thống kê là $Sig. < 0,05$ có nghĩa là hai biến có tương quan với nhau, hệ số tương quan càng lớn thì tương quan càng chặt chẽ.

4.2.5. Phân tích hồi quy:

Đây là bước quan trọng nhất của nghiên cứu, các giả thuyết và mô hình nghiên cứu sẽ được kiểm định bằng việc thực hiện phân tích hồi quy. Phương pháp phân tích hồi quy nhằm xác định vai trò quan trọng của từng yếu tố trong việc đánh giá mối quan hệ giữa chúng với quyết định sử dụng dịch vụ tín dụng từ khách hàng cá nhân.

Sau khi xây ra mô hình hồi quy, tiến hành đánh giá và kiểm định các thông số của các phân tích hồi quy. Để kiểm định sự phù hợp của mô hình, các nhà nghiên cứu sử dụng hệ số xác định R^2 hiệu chỉnh (Adjusted R Square) để đánh giá sự phù hợp của mô hình với tập dữ liệu mẫu. Tuy nhiên R^2 hiệu chỉnh có thể không có giá trị khi khái quát hóa, khi đó phải dùng kiểm định F. Bên cạnh đó, cần kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến bằng hệ số phóng đại phương sai VIF ($VIF < 2$, đối với nghiên cứu sử dụng thang đo Likert). Kiểm tra tính độc lập của sai số, hay kiểm tra quan hệ của các phần dư bằng kiểm định Durbin Watson. Hệ số Beta chuẩn hóa của biến nào càng cao thì mức độ tác động của biến đó vào quyết định tiếp tục đến từ khách hàng càng lớn.

Đối với các nghiên cứu sử dụng thang đo Likert thì dùng hệ số Beta chuẩn hóa để lập phương trình hồi quy. Chúng ta có thể so sánh xem xét mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định sử dụng, yếu tố có hệ số β (Beta chuẩn hóa) càng lớn thì mức độ ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đến từ càng cao.

5. Bảng các câu hỏi khóa luận:

Nội dung của khóa luận gồm 3 phần:

Phần 1: Đặt vấn đề

Phần 2: Nội dung và kết quả nghiên cứu

Chương 1: Tổng quan về quyết định tiếp tục đến từ trái phiếu doanh nghiệp của khách hàng cá nhân.

Chương 2: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tiếp tục đến từ trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương của khách hàng cá nhân.

Chương 3: Định hướng và giải pháp nhằm thu hút khách hàng cá nhân tiếp tục đến từ trái phiếu Happybond của Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương.

Phần 3: Kết luận và kiến nghị

PHẦN 2: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ QUY TRÌNH TIẾP TRÁI PHIẾU DOANH NGHIỆP CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN****1.1. Trái phiếu doanh nghiệp và hoạt động của trái phiếu doanh nghiệp của khách hàng cá nhân:****1.1.1. Trái phiếu:****❖ Khái niệm:**

Trái phiếu là một chứng nhận nghĩa vụ nợ của người phát hành bắt buộc phải trả cho người sở hữu trái phiếu với một khoản tiền cụ thể. Trong một thời gian xác định và với một lãi suất theo quy định. Người phát hành có thể là doanh nghiệp hay một tổ chức chính quyền như Kho bạc nhà nước và chính quyền.

❖ Đặc điểm của trái phiếu:

Người phát hành trái phiếu có thể là doanh nghiệp (gọi là trái phiếu doanh nghiệp) hay một tổ chức của chính quyền công lập: Kho bạc nhà nước (gọi là trái phiếu kho bạc) hoặc chính quyền (gọi là công trái hoặc trái phiếu chính phủ).

Bất cứ cá nhân, doanh nghiệp hoặc chính phủ đều có thể mua trái phiếu hay trái ch. Trên trái phiếu có thể ghi tên trái chủ gọi là trái phiếu ghi danh hoặc không được ghi tên thì gọi là trái phiếu vô danh.

Đặc điểm nổi bật của trái phiếu dưới góc nhìn của nhà đầu tư:

Người cho nhà phát hành trái phiếu vay tiền gọi là trái chủ. Trái chủ không chịu bất cứ trách nhiệm nào với hiệu quả sản xuất vay của người vay. Nhà phát hành phải có nghĩa vụ thanh toán số nợ theo cam kết trong hợp đồng cho vay.

Trái phiếu đem lại nguồn thu là tiền lãi, đây là khoản thu cụ thể định thời kỳ và nó không phải thu vào kết quả kinh doanh.

Bản chất trái phiếu là chứng khoán nợ, do đó trình bày công ty bằng gì thì hay phá sản thì cụ thể phần của công ty trình bày hết phải được thanh toán cho nhà người nắm giữ trái phiếu trình bày như một nghĩa vụ bắt buộc. Sau khi trả trái phiếu, cụ thể phần mà được chia cho các cổ đông.

Tính thanh khoản cao hơn thì ngân sách tài trợ giảm.

Đặc điểm nổi bật của trái phiếu dưới góc nhìn của doanh nghiệp:

Trái phiếu là hình thức huy động vốn của doanh nghiệp nhằm giải quyết nhu cầu vốn vay ngân hàng, đặc biệt là nguồn vốn dài hạn.

Chi phí huy động vốn trong nhiều trường hợp thấp hơn so với chi phí vay ngân hàng tùy kỳ hạn. Trong nhiều trường hợp, các doanh nghiệp khó tiếp cận với nguồn vay trung – dài hạn của ngân hàng do các giới hạn về tài sản an toàn của ngân hàng cũng như các điều kiện khắt khe khác.

Hình ảnh và danh tiếng của doanh nghiệp đối với các nhà đầu tư được nâng cao nhờ hiện diện trên thị trường trái phiếu

(Nguồn: phòng kinh doanh trái phiếu tại Hội sở Hà Nội của Tập đoàn Apec)

Lợi thế của trái phiếu:

An toàn và ổn định

Kỳ hạn ổn định

Lãi suất vượt trội

Đa dạng hóa danh mục

Phù hợp xu hướng của thị trường

(Nguồn: phòng kinh doanh trái phiếu tại Hội sở Hà Nội của Tập đoàn Apec)

❖ Phân loại trái phiếu:

Phân loại theo nguồn phát hành

Trái phiếu của Chính phủ: Đáp ứng nhu cầu chi tiêu của Chính phủ, Chính phủ phát hành trái phiếu để huy động tiền nhàn rỗi trong dân và các tổ chức kinh tế, xã hội. Chính phủ luôn được coi là Nhà phát hành có uy tín nhất trên thị trường. Vì vậy, trái phiếu Chính phủ được coi là loại chứng khoán có ít rủi ro nhất.

Trái phiếu của doanh nghiệp: Là loại trái phiếu do doanh nghiệp nhà nước, công ty cổ phần và công ty trách nhiệm hữu hạn phát hành để tăng vốn hoạt động. Trái phiếu doanh nghiệp có nhiều loại và rất đa dạng.

Trái phiếu của ngân hàng và các tổ chức tài chính: Các tổ chức này có thể phát hành trái phiếu để tăng thêm vốn hoạt động.

Phân loại lãi và trái phiếu

Trái phiếu có lãi suất cố định: Là trái phiếu mà lãi suất được xác định theo một tỷ lệ phần trăm (%) cố định tính theo mệnh giá.

Trái phiếu có lãi suất biến đổi (lãi suất thả nổi): Là trái phiếu mà lãi suất được trả trong các kỳ có sự khác nhau và được tính theo một lãi suất có sự biến đổi theo một lãi suất tham chiếu.

Trái phiếu có lãi suất bằng không: Là trái phiếu mà người mua không nhận được lãi, nhưng được mua với giá thấp hơn mệnh giá (mua chiết khấu) và được hoàn trả bằng mệnh giá khi trái phiếu đáo hạn.

Phân loại theo mục đích mua bán thanh toán của người phát hành

Trái phiếu bán để mua: Là trái phiếu mà người phát hành dùng một tài sản có giá trị làm vật thế chấp cho việc phát hành. Khi nhà phát hành một khoản thanh toán, thì trái chủ có quyền thu và bán tài sản đó để thu hồi lợi suất tín dụng người phát hành còn nợ. Trái phiếu bán để mua thường bao gồm một số lợi ích chuyển giao sau:

Trái phiếu có tài sản cầm cố: Là trái phiếu bán để mua bằng việc người phát hành cầm cố một bất động sản để thế chấp thanh toán cho trái chủ. Thông thường giá trị tài sản cầm cố lớn hơn tổng mệnh giá của các trái phiếu phát hành để mua bán quyền lợi cho trái chủ.

Trái phiếu bán để mua bằng chứng khoán ký quỹ: Là trái phiếu được bán để mua bằng việc người phát hành thông thường là đem ký quỹ số chứng khoán để chuyển nhượng mà mình sở hữu để làm tài sản thế chấp.

Trái phiếu không bán để mua: Là trái phiếu phát hành không có tài sản làm vật thế chấp mà chỉ bán để mua bằng uy tín của người phát hành.

Phân loại dựa vào hình thức trái phiếu

Trái phiếu vô danh: Là trái phiếu không ghi tên của người mua và trong sổ sách của người phát hành. Trái chủ là người được hưởng quyền lợi.

Trái phiếu ghi danh: Là trái phiếu có ghi tên của người mua và trong sổ sách của người phát hành.

Phân loại dựa vào tính chất trái phiếu