

MỤC LỤC

	Trang
LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
NHẬN XÉT	iii
NHẬN XÉT	iv
KÍ HIỆU CÁC CỤM TỪ VIẾT TẮT	viii
LỜI MỞ ĐẦU.....	ix
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN.....	1
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu.....	1
1.2. Tổng quan về dịch vụ tư vấn khách hàng.....	1
1.2.1. Khái niệm về dịch vụ tư vấn khách hàng tại công ty chứng khoán:.....	1
1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ tư vấn khách hàng tại công ty chứng khoán:.....	1
1.2.3. Vai trò của dịch vụ tư vấn và chăm sóc khách hàng tại Công ty Chứng Khoán:.....	2
1.3. Các chỉ tiêu phát triển dịch vụ tư vấn khách hàng đầu tư dành cho KHCN.....	2
1.4. Nhân tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư chứng khoán của khách hàng cá nhân.....	3
1.4.1. Mô hình nghiên cứu.....	4
1.4.2. Đánh giá các nhân tố.....	4
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA QUY TRÌNH TƯ VẤN TẠI CÔNG TY CHỨNG KHOÁN RỒNG VIỆT.....	7
2.1. Tổng quan về Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.....	7
2.1.1. Lịch sử phát triển của Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.....	7
2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy của Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.....	8
2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.....	10
2.2. Quá trình phát triển dịch vụ Phân tích và tư vấn dành cho khách hàng tại Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.....	14
2.3. Xây dựng bản câu hỏi khảo sát.....	17
2.4. Phân tích dữ liệu.....	20
2.5. Đặc điểm nghiên cứu.....	20
2.6. Phân tích thống kê mô tả.....	21
2.6.1. DCI: Ý định đầu tư.....	21
2.6.2. BRD: Hình ảnh công ty.....	23
2.6.3. IMF: Thông tin doanh nghiệp.....	24
2.6.4. IDL: Ý kiến từ người tư vấn.....	25
2.6.5. FIN: Nhu cầu tài chính cá nhân.....	26

2.6.6. SCR: Bảo mật.....	27
2.7. Thực trạng phát triển dịch vụ Phân tích và tư vấn dành cho khách hàng tại Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.....	28
2.7.1. Thực trạng hiện tại của quy trình tư vấn.....	29
2.7.2. Ưu điểm của quy trình tư vấn.....	35
2.7.3. Nhược điểm của quy trình tư vấn.....	37
2.8. Thực trạng phát triển sản phẩm hỗ trợ quy trình tư vấn.....	38
2.8.1. Ưu điểm của sản phẩm.....	38
2.8.2. Nhược điểm của sản phẩm.....	42
CHƯƠNG 3 Giải pháp cải tiến quy trình tư vấn khách hàng tại Công ty cổ phần Chứng khoán Rồng Việt.....	44
3.1 Đề xuất giải pháp nhằm gia tăng ý định đầu tư của khách hàng.....	44
3.1.1. Hình ảnh công ty.....	44
3.1.2. Thông tin doanh nghiệp.....	45
3.1.3. Ý kiến từ người tư vấn.....	46
3.1.4. Nhu cầu tài chính cá nhân.....	46
3.1.5. Bảo mật.....	47
3.2 Một số giải pháp nhằm phát triển quy trình tư vấn tại Hội sở công ty Chứng khoán Rồng Việt.....	48
Tài liệu tham khảo.....	52

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ,....

BẢNG BIỂU	Trang
Bảng 2.1: Bảng câu hỏi khảo sát.....	19
Bảng 2.2: Thống kê mẫu nghiên cứu	20
Bảng 2.3: Các hướng dẫn và ưu đãi cho CTV	29
Bảng 2.4: Phân loại khách hàng.....	31
Bảng 2.5: Đặc điểm khách hàng	32
Bảng 2.6: Phí giao dịch tại CTCK Rồng Việt.....	38
Bảng 2.7: Bảng phí của m15Dragon.....	41
Bảng 3.1: Giá trị trung bình nhân tố "Hình ảnh công ty"	44
Bảng 3.2: Giá trị trung bình nhân tố "Thông tin doanh nghiệp".....	45
Bảng 3.3: Giá trị trung bình nhân tố "Ý kiến từ người tư vấn"	46
Bảng 3.4: Giá trị trung bình nhân tố "Nhu cầu tài chính cá nhân"	47
Bảng 3.5: Giá trị trung bình nhân tố "Bảo mật".....	48
Bảng 3.6: Khảo sát mức độ đồng tình với giải pháp của nhân viên MG Rồng Việt	49
BIỂU ĐỒ	Trang
Biểu đồ 2.1: Số lượng khách hàng cá nhân và tổ chức (4 năm gần nhất).....	11
Biểu đồ 2.2: Tổng tiền và số lượng nhà đầu tư (4 năm gần nhất).....	12
HÌNH ẢNH	Trang
Hình 1.1 : Mô hình nghiên cứu	4
Hình 2.1: Cơ cấu tổ chức	9

KÍ HIỆU CÁC CỤM TỪ VIẾT TẮT

TỪ VIẾT TẮT	GIẢI THÍCH
CTCK	Công ty chứng khoán
RV	Rồng Việt
KHCN	Khách hàng cá nhân
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
MG/Broker	Môi giới
TS	Tập sự
AI	Trí tuệ nhân tạo
CTV	Cộng tác viên
CP	Cổ phiếu
Margin	Cổ phiếu ký quỹ
MXH	Mạng xã hội
HĐ	Hợp đồng
BCTC	Báo cáo tài chính
NAV	Số vốn đầu tư
CCHN	Chứng chỉ hành nghề
CCCM	Chứng chỉ chuyên môn
ĐH/CD	Đại học/Cao đẳng