

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU VỀ Ý ĐỊNH ĐẦU TƯ CHỨNG KHOÁN

1.1 Khái niệm liên quan

1.1.1 Thế hệ Gen Z

Gen Z (viết tắt của Generation Z) là một thuật ngữ khá mới và phổ biến hiện nay (Nguyễn Quốc Anh, 2023). Cụm từ này ám chỉ nhóm bạn trẻ tuổi mới lớn sinh từ năm 1995 đến 2012. Tuy nhiên, độ tuổi phổ biến nhất và được chấp nhận rộng rãi là 1997 – 2012. Thế hệ Z thường xuyên kết nối và thích giao tiếp thông qua công nghệ hơn là tiếp xúc trực tiếp (Pol và Kl, 2019). Đặc điểm của Gen Z luôn suy nghĩ đến việc họ đã có ảnh hưởng, có nhu cầu tiến triển, thích ý tưởng tự làm, mong muốn đạt được mục tiêu nghề nghiệp, có phong cách khởi nghiệp hơn, ưa thích giao tiếp trực tiếp, và có sự tôn trọng và trung thành rõ ràng (Mandelbaum, 2016).

Đúng như mong đợi từ sự đa dạng về biệt danh mà Thế hệ Gen Z đã có, các nhà nghiên cứu mới bắt đầu kiểm tra và hiểu bản chất cũng như đặc điểm của nhóm nhân khẩu học này. Bối cảnh của Gen Z Thế giới mà Gen Z được lớn lên đầy rẫy căng thẳng, thực địa chính trị, bạo lực và bất ổn xã hội sau ngày 11/9 (Dana Schwieger và cộng sự, 2018).

Thế hệ Gen Z, còn được biết đến với tên gọi là 'người kỹ thuật số bản địa', có phong cách học độc đáo như đa nhiệm trong quá trình học, và một cách suy nghĩ và tiếp cận thông tin độc đáo (Prensky, 2001; Prensky, 2001). Do đó, phương pháp giảng dạy trong giáo dục đại học cần phải thích nghi với những biến thể này để phù hợp với "phương pháp học" nhiều công nghệ, tự nhiên và đa giác quan (Lai và Hong, 2015).

Theo các khái niệm của các bài nghiên cứu có thể thấy được thế hệ Gen Z nằm trong thời đại đổi mới và phát triển được áp dụng những công nghệ tiên tiến, những thông tin được đề cập nhanh chóng chỉ bằng những cú chạm. Trong việc đầu tư cũng vậy, Gen Z có thể dễ dàng nắm bắt được các thông tin trên thị trường qua các ứng dụng, phần mềm từ các doanh nghiệp, các tổ chức tài chính qua đó Gen Z có

thể học, tìm tòi và đầu tư cho bản thân mình. Tuy nhiên việc tự tìm hiểu này sẽ bị nhiều yếu tố tác động đến và có nguy cơ rủi ro kiến thức dẫn đến đầu tư một cách lệch lạc, không có hiệu quả cho bản thân mình. Bài nghiên cứu này sẽ tìm hiểu các yếu tố tác động đến, cũng như tìm ra các sai lầm khi thế hệ Gen Z đang và có ý định đầu tư cho bản thân.

1.1.2 Thị trường tài chính Việt Nam

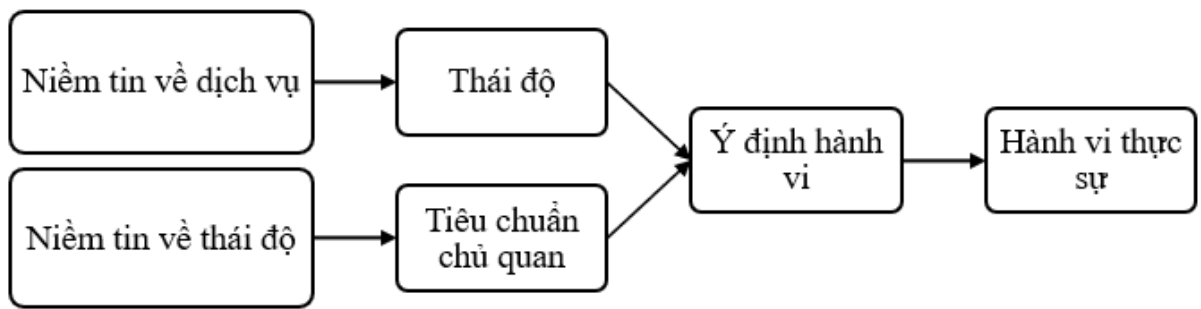
Thị trường chứng khoán là một thị trường tại đó cổ phiếu được mua và bán (Zuravicky, 2005). Trong một nền kinh tế, bên cạnh vai trò là nguồn đầu tư tài chính, thị trường chứng khoán còn thực hiện chức năng như một cơ chế báo hiệu cho các nhà quản lý về các quyết định đầu tư và là chất xúc tác cho quản trị doanh nghiệp (Võ Thị Hiếu và cộng sự, 2020). Bên cạnh đó, thị trường chứng khoán được biết đến là kênh hiệu quả nhất để tăng vốn của công ty (Zuravicky, 2005).

Mặc dù thị trường chứng khoán Hồ Chí Minh đã được phát triển đáng kể cả về số lượng cổ phiếu niêm yết và giá trị giao dịch trong 1 năm qua, sự biến động giá dường như biến động khó lường qua các giai đoạn khác nhau và sự hiểu biết về hành vi của các nhà đầu tư cá nhân và các yếu tố hành vi ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của họ là rất hạn chế (Võ Thị Hiếu và cộng sự, 2020). Các yếu tố hành vi là các yếu tố tâm lý bao gồm cảm xúc và nhận thức, đóng vai trò quan trọng trong quá trình ra quyết định của các nhà đầu tư (Waweru và cộng sự, 2008).

1.2 Lý thuyết nền tảng

1.2.1 Thuyết hành động hợp lý

Theo TRA (Theory of Reasoned Action), mối liên hệ giữa hai câu hỏi phụ thuộc vào thái độ và chuẩn mực chủ quan của người thực hiện hành vi. Thái độ là tình trạng cảm xúc tích cực hoặc tiêu cực đối với hành vi cụ thể, như được định nghĩa bởi Davis và cộng sự (1989) và .Chuẩn mực chủ quan là nhận thức thực hiện hành động của một người rằng người quan trọng đối với họ nghĩ gì về hành vi đó, như được mô tả bởi Fishbein và Ajzen (1975). Tiêu chí chủ quan cho biết mức độ ảnh hưởng của những người khác đến ý định hành vi và vai trò của các nhóm lợi ích trong hành vi của khách hàng, theo Venkatesh và Davis (2000). Các mô hình TRA đã được sử dụng thành công trong nhiều tình huống và lĩnh vực để dự đoán biểu hiện của hành vi và ý định hành vi.



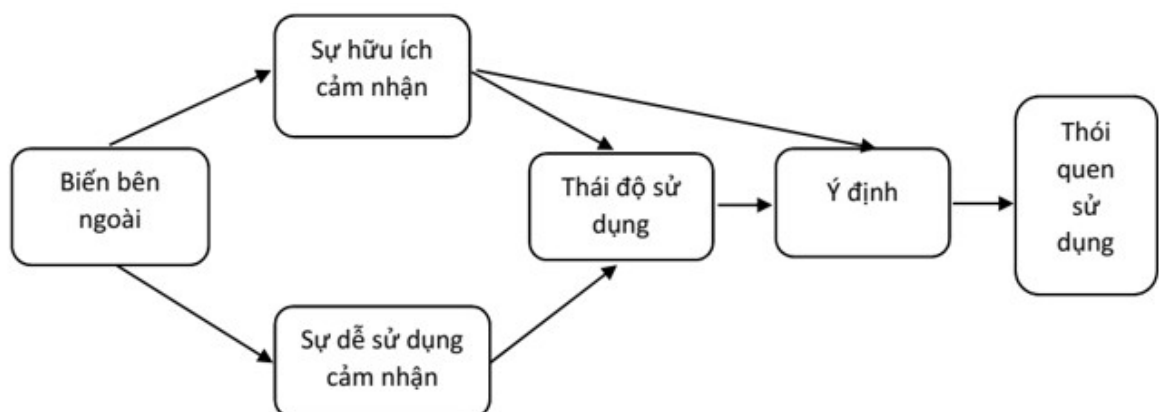
Hình 1. 1 Mô hình nghiên cứu TRA

Nguồn: Fishbein & Ajzen (1975)

1.2.2 Thuyết hành vi chấp nhận công nghệ

Mô hình TAM (Technology acceptance model) xem xét mối quan hệ và tác động của tính hữu dụng được cảm nhận và tính dễ sử dụng được cảm nhận đối với thái độ dẫn đến và cuối cùng là ý định đến hành động thực tế.

Người sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến nhận ra lợi ích của các giao dịch như tiền gửi tiết kiệm và thanh toán hóa đơn hiệu quả hơn và tiết kiệm thời gian cho khách hàng qua quầy. Nhận thức dễ sử dụng (Davis, 1989) là mức độ mà một người tin rằng một hệ thống cụ thể có thể được sử dụng mà không cần nỗ lực. Nói cách khác, E-Banking thuận tiện nhưng chính khách hàng lại không sử dụng vì bất tiện. Ngược lại, nếu người dùng thấy dịch vụ ngân hàng qua Internet dễ dàng và đơn giản, họ có nhiều khả năng sử dụng dịch vụ hơn. Khi công nghệ trở nên dễ sử dụng hơn, người dùng sẽ thấy nó hữu ích hơn (Wang và cộng sự, 2003).



Hình 1. 2 Mô hình nghiên cứu TAM

Nguồn: Ajzen (1991)

1.2.3 Lý thuyết hành vi có kế hoạch

Ngoài những lý thuyết thường được sử dụng để giải thích hành vi như TRA, TAM, UTAUT, lý thuyết TPB (Ajzen, 1991). Lý thuyết này bao gồm các yếu tố chính:

Nhận thức kiểm soát hành vi, Thái độ đối với hành vi, và Chuẩn chủ quan. Nhận thức kiểm soát hành vi phản ánh mức độ dễ hay khó khi cá nhân thực hiện hành vi, điều này phụ thuộc vào sự sẵn có của các nguồn lực và cơ hội để thực hiện hành vi đó. Thái độ đề cập đến cảm nhận tích cực hoặc tiêu cực của cá nhân đối với hành vi, trong khi chuẩn chủ quan biểu hiện ảnh hưởng của xã hội đến hành vi cá nhân.

Mô hình TPB đã được nghiên cứu và mở rộng thông qua việc bổ sung thêm nhiều yếu tố giải thích khác. Do đó, trong mỗi ngữ cảnh cụ thể, TPB sẽ được áp dụng một cách phù hợp để lý giải ý định hành vi trong phạm vi bối cảnh đó.

1.2.4 Lý thuyết về giới tính hành vi

Có hai lý thuyết khác nhau giải thích các khía cạnh quan trọng liên quan đến ý định của nhà đầu tư cá nhân về mức độ rủi ro trong các khoản đầu tư của họ. Một trường phái lý thuyết nhấn mạnh các yếu tố như giới tính, thu nhập, tài sản và các yếu tố khác liên quan đến quản lý đầu tư và ra quyết định. Trường phái còn lại tập trung vào các yếu tố tâm lý, lập luận rằng chúng đóng góp đáng kể vào quá trình ra quyết định đầu tư của cá nhân.

Theo các nhà nghiên cứu thuộc trường phái học thuật đầu tiên, giới tính đóng vai trò quan trọng trong hành vi của nhà đầu tư. Bajtelsmit và Bernasek (1996); Hallahan, Faff và McKenzie (2004); và Worthington (2006) đều kết luận rằng sự khác biệt giới tính là yếu tố quan trọng trong việc tránh rủi ro. Bajtelsmit, Bernasek và Jianakoplos (1999); Hariharan, Chapman và Domian (2000); và Olsen và Cox (2001) cũng nhận thấy rằng phụ nữ thường ngần ngại đầu tư vào các tài sản có rủi ro cao hơn so với nam giới.

Mặc dù nhiều nghiên cứu nhấn mạnh các đặc điểm nhân khẩu học của nhà đầu tư cá nhân nhằm làm rõ hành vi đầu tư của họ, cũng có nhiều nghiên cứu tập trung vào các yếu tố tâm lý liên quan đến hành vi đầu tư cá nhân. Ví dụ, Carducci và Wong (1998) nhận thấy rằng những nhà đầu tư có đặc điểm tính cách kiểu A có xu hướng chấp nhận rủi ro cao hơn trong tất cả các vấn đề tài chính; điều này có thể liên quan đến việc những người có tính cách kiểu A thường có thu nhập cao hơn (Thoresen và Low, 1990) so với những người kiểu B. Wong và Carducci (1991), cũng cung cấp bằng chứng về nhu cầu cân nhắc kỹ lưỡng của một số tính cách trong việc quản lý tài chính của họ.

1.2.5 Lý thuyết hành động hợp lý

Lý thuyết Hành Động Hợp Lý (Theory of Reasoned Action) được Fishbein và Ajzen phát triển vào năm 1975, giải thích rằng hành vi của con người được thực hiện bởi vì cá nhân có ý định thực hiện nó và liên quan đến các hoạt động được thực hiện theo ý chí tự do của họ. Hành vi theo ý chí tự do dựa trên giả định rằng con người hành động theo cách hợp lý. Thứ hai, con người cân nhắc tất cả các thông tin. Thứ ba, con người xem xét rõ ràng hoặc ngầm định các hệ quả của hành động của họ.

Ngoài ra, Ajzen và Fishbein (1977) trong nghiên cứu của Claudia và MN (2019) cho rằng Lý thuyết Hành Động Hợp Lý bị ảnh hưởng bởi hai yếu tố chính là thái độ hành vi (yếu tố nội sinh) và các chuẩn mực chủ quan (yếu tố ngoại sinh). Yếu tố nội sinh xuất phát từ chính bản thân cá nhân, trong khi các yếu tố ngoại sinh ảnh hưởng đến tư duy của một người từ môi trường xung quanh. Theo Septyanto (2013), các biến số ngoại sinh/ngoại tại bao gồm nhân khẩu học, đặc điểm tính cách, niềm tin về các đối tượng, thái độ đối với các đối tượng, đặc điểm nhiệm vụ và tình huống. Các thái độ này tương tác với nhau. Gamel và cộng sự (2022) giải thích rằng Lý thuyết Hành Động Hợp Lý (TRA) giả định rằng hầu hết các hành vi cá nhân có thể được xem như là một chức năng của thái độ của họ đối với hành vi đó và các chuẩn mực chủ quan.

1.3 Lược khảo nghiên cứu định lượng liên quan

1.3.1 Thông tin tài chính và phân tích tài chính

Báo cáo tài chính (BCTC) là các biểu mẫu đặc thù nhằm cung cấp thông tin về tài sản, nợ phải trả, vốn chủ sở hữu, thu nhập và chi phí của đơn vị báo cáo (IASB, 2018). Chế độ Kế toán Việt Nam (ban hành theo Thông tư 200/2014/TT-BTC) khái niệm BCTC là các biểu mẫu dùng để cung cấp thông tin về tình hình tài chính, tình hình kinh doanh và các luồng tiền của một DN, đáp ứng yêu cầu quản lý của chủ DN, cơ quan Nhà nước.

Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định của những nhà đầu tư sử dụng các đề xuất của các nhà phân tích để đến quyết định ngắn hạn về việc giữ hoặc bán một cổ phiếu nhất định. Kết quả chỉ ra rằng một dạng mạnh mẽ của báo cáo tóm tắt của nhà phân tích, có nghĩa là báo cáo có thêm thông tin hỗ trợ vị trí của nhà phân tích, giảm

thiểu lỗi quyết định cho lợi nhuận và cũng giảm thiểu lỗi quyết định cho lỗ (Krishnan và Booker, 2002).

1.3.2 Đặc điểm của doanh nghiệp

Đặc điểm doanh có thể hiểu trong phân tích liên quan đến vị trí của doanh nhân trong công ty, liệu những nhà đầu tư có một khoản sở hữu cổ phần đáng kể trong doanh nghiệp và liệu họ có sẵn lòng chia sẻ quyền lực và sở hữu (Stephen Roper, 1998). Việc nhà đầu tư sở hữu một khoản cổ phần trong doanh nghiệp họ sẽ có khả năng tác động tích cực đến với sự sẵn lòng hoặc khả năng của một doanh nghiệp, để tiến hành điều đó ban quản trị của công ty sẽ đề ra các sáng kiến và chiến lược. (Rothwell và Zegveld, 1982).

Hiệu suất của doanh nghiệp có thể được giải thích dựa trên vị trí thị trường hiện tại của doanh nghiệp - được coi là đại diện cho kết quả của chiến lược quá khứ - và các lựa chọn chiến lược hiện tại của họ (Carroll, 1985; Buzzell và Gale, 1987).

1.3.3 Thông tin từ thị trường, báo chí

Nghiên cứu về nhu cầu thông tin xã hội bằng cách nhà đầu tư cá nhân. Kết quả cho thấy hiệu quả hoạt động hàng năm báo cáo cho các nhà đầu tư doanh nghiệp. Kết quả cũng cho thấy sự mạnh mẽ nhu cầu về thông tin thực tế về an toàn và chất lượng sản phẩm cũng như về hoạt động môi trường của công ty (Epstein M, 1994).

Nghiên cứu của Shiller (2000) phát hiện ra rằng thị trường chứng khoán được bị ảnh hưởng bởi thông tin trên thị trường và ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi của các nhà đầu tư. Một số biến số nhân khẩu học đã được xem xét thực nghiệm như giới tính, tuổi tác và mức độ chịu rủi ro của cá nhân để phân tích hành vi mua bán của các nhà đầu tư.

Xác định chỉ số khối lượng tin tức chứng khoán trên web (WSNV) và đo lường tác động của nó đối với hành vi thị trường tài chính. Ông phân loại tin tức theo các khía cạnh trực tiếp và gián tiếp: tin tức trực tiếp đến từ một trang web dành riêng cho tin tức hiện tại của một công ty nhất định; tin tức gián tiếp: công ty được đề cập trên một trang web tin tức khác (Liang, 2006). Kết luận chính của ông là sự tăng đáng kể về khối lượng tin tức chứng khoán trên web thường đi kèm với sự thay đổi đáng kể về giá cổ phiếu. Các kết luận này tương thích với giả thuyết thị trường hiệu quả. Trong khi đó, nghiên cứu tập trung vào các hồ sơ giao dịch mà lợi tức bất

thường có thể được đạt được bằng cách sử dụng thông tin công khai có sẵn (Liang, 2006).

1.3.4 Khuyến nghị từ môi giới

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi của nhà đầu tư. Họ đã lập danh sách câu hỏi để điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi của nhà đầu tư cá nhân. Nghiên cứu của họ cho thấy rằng tiêu chí tối đa hóa tài sản truyền thống rất quan trọng đối với nhà đầu tư, mặc dù họ sử dụng các tiêu chí khác nhau khi chọn cổ phiếu (Obenberger và Nagy, 2008). Các khuyến nghị của các công ty môi giới, các nhà môi giới cổ phiếu cá nhân và các thành viên gia đình và đồng nghiệp thường không được chú ý đến. Một số nhà đầu tư cá nhân giảm giá trị của các mô hình định giá khi phân tích cổ phiếu.

Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định của nhà đầu tư họ sử dụng các khuyến nghị của các nhà phân tích và môi giới trên thị trường tài chính để đưa ra quyết định ngắn hạn cho bản thân, một là nắm giữ hoặc 2 là bán cổ phiếu (Krishnan, 2002).

Các nhà phân tích môi giới (nhà phân tích "bán ra") phát hành các báo cáo như các "khuyến nghị mua" đến các nhà đầu tư. Những báo cáo này cung cấp thông tin và cái nhìn sâu sắc về các công ty cụ thể mà họ theo dõi cho khách hàng bên ngoài ("bên mua"). Hầu hết các nhà phân tích tập trung vào một ngành cụ thể, mặc dù một số là chuyên gia đa ngành, bao gồm nhiều ngành công nghiệp hoặc cổ phiếu không dễ dàng phân loại vào các nhóm ngành (Roni và Kent, 2002) .

1.3.5 Nhu cầu tài chính bản thân

Nhu cầu tài chính cá nhân là khả năng đưa ra các phán đoán sáng suốt, có các quyết định hiệu quả đến việc sử dụng và quản lý tiền (Noctor và cộng sự, 1992). Do đó, nhu cầu tài chính cá nhân được đánh giá bằng cách phản ánh với tỷ lệ sở hữu cổ phiếu với các bên nội bộ trong tổ chức doanh nghiệp (Skousen và cộng sự, 2009). Mức độ sở hữu cổ phiếu càng cao của các bên nội bộ, thì hành vi gian lận trong việc làm giả báo cáo tài chính càng gia tăng. Nếu như một cá nhân có trình độ hiểu biết tài chính thấp có thể dẫn đến việc đưa ra ý định tài chính sẽ không tốt và có thể dẫn đến nhiều vấn đề như chi tiêu bừa bãi, nợ nần hoặc thậm chí phá sản (Danes và Hira, 1987).

1.3.6 Công nghệ kỹ thuật số

Công nghệ tài chính (Fintech): Thuật ngữ Fin Tech, Fin- tech, Fintech cho dù được viết khác nhau nhưng đều là từ ghép của hai từ “Tài chính/Financial” và “Công nghệ/Technology”, mô tả mối quan hệ giữa việc sử dụng các công nghệ ứng dụng Internet (như điện toán đám mây, điện thoại kết nối Internet...) với các dịch vụ tài chính (như hoạt động cho vay và các dịch vụ thanh toán khác...). Thông thường Fintech sẽ liên quan tới các sáng kiến hoặc khó khăn trong quá trình xử lý giao dịch tài chính thông qua mạng Internet. Fintech giúp các công ty có mô hình giao dịch linh hoạt hơn, an toàn hơn, hiệu quả hơn, có nhiều cơ hội lựa chọn dịch vụ và nhà cung cấp hơn... chứ không phải tập trung vào việc thiết kế ra các sản phẩm tài chính (Lee, 2015a).

E- finance (tài chính điện tử): Có nhiều định nghĩa về tài chính điện tử do các nhà kinh tế- tài chính tiếp cận khác nhau đối với thuật ngữ “electronic”; còn thuật ngữ “finance” thì đều được hiểu chung là các sản phẩm, dịch vụ và/ hoặc định chế tài chính trong khu vực tài chính. Thuật ngữ “electronic”, hiểu theo nghĩa rộng là hoạt động giao tiếp và xử lý thông tin điện tử (Allen và cộng sự, 2002). Còn Zask (2001) lại nhấn mạnh vai trò của Internet như là công nghệ điện tử, làm nền móng cho tài chính điện tử. Nhưng cũng cần phải lưu ý, nếu e- Finance được tiếp cận trong mối tương quan với Internet thì người ta sẽ tập trung tiêu chuẩn hóa các sản phẩm tài chính. Còn ngược lại, người ta sẽ tập trung vào năng lực cạnh tranh và sự hợp tác giữa các định chế tài chính khi nhìn nhận từ góc độ các định chế.

1.3.7 Cảm nhận rủi ro

Tiến sĩ Kapil Sharma (2012) về sự so sánh về nhận thức về rủi ro đầu tư giữa những nhà đầu tư không chuyên và chuyên gia trên thị trường Ấn Độ (Tháng 5 - Tháng 8 năm 2012) đánh giá trong nghiên cứu của họ, các chuyên gia và người không chuyên có nhận thức và hiểu biết khác nhau về các chương trình giao tiếp về rủi ro được thiết kế để giáo dục lại người tiêu dùng. Tuy nhiên, phương pháp này có khả năng thành công trong một môi trường mà người tiêu dùng cá nhân không tin tưởng vào các quy định và các chuyên gia khác. Mục tiêu cuối cùng của việc giao tiếp về rủi ro trong dịch vụ tài chính cá nhân nên là thiết lập một quy trình để nhà đầu tư

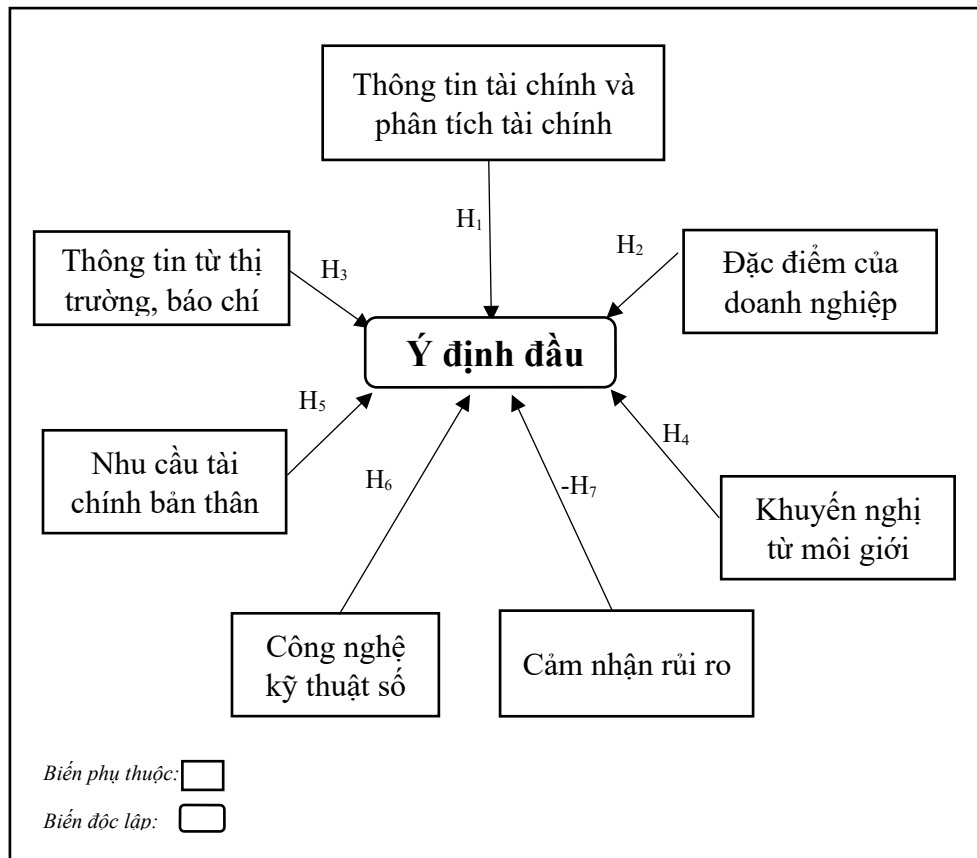
không chuyên tham gia vào quá trình quản lý và giao tiếp về rủi ro theo cách hai chiều.

1.3.8 Ý định đầu tư

Ý định đầu tư bao gồm nhiều yếu tố đóng góp vào sự sẵn lòng của cá nhân tham gia vào các hoạt động đầu tư. Đề tài nghiên cứu Sun và cộng sự (2021) đã nhấn mạnh rằng ý định đầu tư bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như kiến thức, các yếu tố tâm lý, thái độ và sự đổi mới, tất cả đều định hình chiến lược và quyết định đầu tư của cá nhân. Hơn nữa, Sathiyamurthi và cộng sự (2021) lập luận rằng ý định đầu tư chặt chẽ liên quan đến kiến thức, hành vi và động lực tích lũy tài sản.

Theo Kusmawati (2011), ý định đầu tư đại diện cho sự háo hức khám phá các lựa chọn đầu tư khác nhau, sẵn lòng dành thời gian để tiếp tục giáo dục bản thân về đầu tư thông qua các buổi đào tạo và hội thảo, và sẵn sàng thực sự đầu tư. Ngoài ra, Pajar (2017) nhấn mạnh rằng ý định đầu tư phản ánh một ý chí mạnh mẽ để thu thập kiến thức toàn diện về đầu tư và cuối cùng áp dụng kiến thức đó vào thực hành.

1.4 Khung nghiên cứu tiếp cận



Hình 1.3 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Shafeeq Ahmad (2017); Stephen Roper (1996); Phan Trần Trung Dũng (2020); Riki Efendi và Rina Trisnawati (2023).

Khung nghiên cứu được dựa theo các đề tài trước đây để rút trích những nhân tố sẽ tác động ảnh hưởng và sâu sắc đến ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z. Đề tài xây dựng mô hình bằng 7 yếu tố độc lập: Thông tin tài chính và phân tích tài chính (H1); Đặc điểm của doanh nghiệp (H2); Thông tin từ thị trường, báo chí (H3); Khuyến nghị từ môi giới (H4); Nhu cầu tài chính bản thân (H5); Công nghệ kỹ thuật số (H6); và Cảm nhận rủi ro (-H7) ảnh hưởng đến biến phụ thuộc là ý định đầu tư. Mô hình được xây dựng như trên.

1.5 Giả thuyết nghiên cứu

Sau khi tham khảo các bài nghiên cứu trong nước và ngoài nước cũng như đọc tìm ra các khoảng trống của đề tài. Nhóm nghiên cứu đã xác định các yếu tố phù hợp cho bài khóa luận này, nhóm đã xem xét và cân nhắc các mức độ tác động của từng

nhân tố qua các bài nghiên cứu, các yếu tố độc lập sau: “Thông tin tài chính và phân tích tài chính (IF); Đặc điểm của doanh nghiệp (CH); Thông tin từ thị trường, báo chí (NE); Khuyến nghị từ môi giới (RMD); Nhu cầu tài chính bản thân (YON); Công nghệ kỹ thuật số (TE); Cảm nhận rủi ro (PR) và yếu tố phụ thuộc được xác định là Ý định đầu tư (PI).

1.5.1 Ý định đầu tư

Hành động của nhà đầu tư khi có ý định đầu tư vào một cổ phiếu, một loại hình chứng khoán nào đó họ cần phải đưa ra những ý định đầu tư cho bản thân mình. Điều này sẽ khiến cho nhà đầu tư cần phải có những chiến lược và hành vi đúng đắn trước khi ra quyết định cho mình.

Theo nghiên cứu của Joo và Grable (2004), sự thỏa mãn tài chính của cá nhân bị ảnh hưởng bởi yếu tố rủi ro tài chính trong hành vi của họ. Garman và Forgue (1999) cho rằng hành vi tài chính của một cá nhân có thể được đánh giá dựa trên các kỹ thuật quản lý tài chính. Quản lý tài chính bao gồm việc lập kế hoạch để hoàn thành các mục tiêu ngắn hạn và dài hạn như mua nhà, mua ô tô, và đầu tư cho tương lai (Britt và cộng sự, 2012). Ý định đầu tư tài chính cá nhân có thể được phân loại thành hai loại: ý định đầu tư tài chính dài hạn và ngắn hạn (Nga và Yien, 2013). Ý định đầu tư tài chính dài hạn của cá nhân liên quan đến các sản phẩm có kỳ hạn dài nhằm đáp ứng nhu cầu tài chính trong dài hạn, trong khi ý định đầu tư tài chính ngắn hạn liên quan đến việc đáp ứng nhu cầu tài chính trong tương lai gần. Theo Lim, Soutar, và Lee (2013) cho rằng ý định đầu tư tài chính và cảm nhận rủi ro có mối quan hệ tiêu cực. Cùng kết quả, theo Mayfield và cộng sự (2008) thì cảm nhận rủi ro tài chính càng lớn, cá nhân đầu tư tài chính càng ít đầu tư dài hạn hoặc ngắn hạn.

1.5.2 Thông tin tài chính và phân tích tài chính

Qua phân tích báo cáo tài chính, chúng ta có thể nắm bắt được chất lượng kinh doanh, nhưng các vấn đề của phân tích không chỉ được giải quyết bằng các quy trình phân tích ngang và dọc của bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh và báo cáo lưu chuyển tiền tệ. Trong bối cảnh đo lường chất lượng kinh doanh dựa trên báo cáo tài chính, các tỷ số tài chính khác nhau được hình thành từ các báo cáo tài chính cơ bản là quan trọng nhất.

Nhiệm vụ của phân tích báo cáo tài chính là nhận ra các đặc điểm tốt của công ty để chúng ta có thể tận dụng tối đa những lợi thế đó, nhưng cũng cần nhận ra những điểm yếu của công ty để đưa ra các biện pháp khắc phục và cải thiện ý định đầu tư. Vì vậy, có thể đặt giả thuyết cho H1 như sau:.

H₁: Thông tin tài chính và phân tích tài chính sẽ ảnh hưởng đáng kể đến ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z

1.5.3 Đặc điểm của doanh nghiệp

Tỷ lệ tăng tổng tài sản của doanh nghiệp ảnh hưởng đến BĐGCP cũng được đề cập trong Alzomania và A1-Khadhiri (2013), Lashgari và cộng sự (2014), Hooi, Albaity, và Ibrahimy (2015) và Mehmood và cộng sự (2019). Các nghiên cứu này cho rằng, những doanh nghiệp với cơ hội tăng trưởng cao thể hiện sự phát triển của doanh nghiệp trong tương lai và điều này thường gặp ở những doanh nghiệp trẻ, chưa ổn định. Khi NĐT nắm giữ cổ phiếu của những doanh nghiệp có tốc độ tăng trưởng mạnh đồng nghĩa với việc chấp nhận một rủi ro cao trong nó và ảnh hưởng đến ý định đầu tư chứng khoán. Vì vậy, có giả thuyết H2 được đưa ra cần kiểm định ở đây là:

H₂: Đặc điểm của doanh nghiệp sẽ ảnh hưởng đáng kể đến ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z

1.5.4 Thông tin từ thị trường, báo chí

Nói đến tác động của mạng xã hội đến môi trường thông tin-báo chí Việt Nam không thể không nhắc đến tác động của nền truyền thông. Tuy nhiên, đó là một đề tài rộng mà tác giả không thể đề cập hết trong phạm vi của bài báo. Trong khuôn khổ bài viết này, tác giả chỉ nhắc đến một xu hướng không thể đảo ngược ở cả nước ta cũng như các nước khác trên thế giới: mạng internet thúc đẩy các tòa soạn phải trở nên “online.” Với dân số internet ở Việt Nam lên tới 31 triệu người ngay cả những tờ báo chính trị-xã hội và ít chịu sự thay đổi của hoạt động kinh doanh như báo Nhân Dân, báo Lao Động, báo Công An Nhân Dân, Báo Kinh tế, Báo 24h,... cũng đã xuất hiện phiên bản online, điều khó có thể nghĩ tới khi internet xuất hiện tại Việt Nam vào năm 1997. Thêm vào đó, các tòa soạn cũng đã lập trang thông tin riêng của mình trên các mạng xã hội, điển hình là Fire Ant, Vietstock, 24h money... để kết nối nhanh chóng và dễ dàng hơn với người đọc. Một số ví dụ điển hình là

fanpage trên Facebook của tờ Tin nhanh Việt Nam (VNexpress) có gần 1,700,000 lượt like, Tuổi trẻ (1,320,000), Thanh niên (588,000) tính đến thời điểm viết bài. Như thế, nghiên cứu cho rằng sự tác động của thông tin từ thị trường, báo chí có tác động cùng chiều với ý định đầu tư và xây giả thuyết như sau:

H₃: Thông tin từ thị trường, báo chí ảnh hưởng đáng kể đến ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z

1.5.5 Khuyến nghị từ môi giới

Phân tích chứng khoán là cơ sở để lựa chọn cổ phiếu mua và bán. Phán đoán cuối cùng trong báo cáo chính thức của một nhà phân tích tài chính bên bán đánh giá chứng khoán của một công ty là khuyến nghị "mua, bán hoặc giữ". Givoly và Lakonishok (1984) cho rằng "bên cạnh các khuyến nghị về cổ phiếu, dự báo thu nhập có lẽ là kết quả đáng chú ý nhất của các nhà phân tích tài chính," nhưng dự báo thu nhập dường như chỉ là nhiệm vụ phụ trong việc đưa ra các khuyến nghị về cổ phiếu và viết báo cáo hỗ trợ các khuyến nghị này. Mặc dù khuyến nghị cổ phiếu có thể dựa trên một dự báo thu nhập được chuẩn bị kỹ lưỡng, có bằng chứng cho thấy dự báo thu nhập đóng vai trò tương đối nhỏ trong việc ra quyết định khuyến nghị của các nhà phân tích (Balog, 1991; Biggs, 1984).

Chúng tôi cho rằng, khi tạo ra dự báo thu nhập, các nhà phân tích có xu hướng xử lý thông tin theo cách làm lệch dự báo theo hướng hỗ trợ khuyến nghị cổ phiếu của họ. Do đó, chúng tôi dự đoán rằng các dự báo thu nhập của nhà phân tích sẽ lạc quan đối với các khuyến nghị mua và bi quan đối với các khuyến nghị bán. Chúng tôi không kỳ vọng rằng các khuyến nghị giữ sẽ dẫn đến sự thiên lệch đáng kể. Chúng tôi gọi hành vi dẫn đến mô hình thiên lệch này là "ảo tưởng về tính khách quan", phù hợp với ý tưởng rằng mặc dù các nhà phân tích có thể coi hành vi dự báo thu nhập của họ là khách quan, nhưng tính khách quan này là một ảo tưởng. Bài nghiên cứu xây dựng giả thuyết H4 có sự tác động cùng chiều với nhân tố ý định đầu tư:

H₄: Những khuyến nghị từ môi giới sẽ ảnh hưởng đáng kể đến ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z

1.5.6 Nhu cầu tài chính bản thân

Về mặt lý thuyết, theo Lusardi & Mitchell (2007), nhu cầu tài chính bản thân có thể được coi là kiến thức tài chính, mong muốn đạt được trong tài chính nhằm đạt được mức sinh lời của bản thân. Mugo (2016) cho rằng "Kiến thức là sức mạnh" và khi sức mạnh này nằm trong lĩnh vực tài chính, nó sẽ trở thành một công cụ có thể tạo ra lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro tài chính. Megawangi (1989) đề xuất rằng để có nhu cầu tài chính bản thân cần phải phát triển các kỹ năng về tài chính và học cách sử dụng các công cụ tài chính. Các công cụ tài chính là một hình thức của hành vi tài chính trong quá trình ra quyết định. Bài báo nghiên cứu cho rằng yếu tố này có thể tác động đến ý định đầu tư chứng khoán và đưa ra giả thuyết như sau:

H₅: Nhu cầu tài chính bản thân sẽ tác động đáng kể đến với ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z.

1.5.7 Công nghệ kỹ thuật số

Bài nghiên cứu của Rogers (2017), nhận thấy rằng tự hiệu quả từ công nghệ kỹ thuật số là một đặc điểm thay đổi ở cấp độ cá nhân và ảnh hưởng tích cực đến việc chấp nhận các công nghệ mới, và tự hiệu quả công nghệ có mối quan hệ tích cực với sự đổi mới và chấp nhận các công nghệ mới của các nhà lãnh đạo tổ chức. Trong khi đó, nhiều nhà nghiên cứu rất chú ý đến tác động của công nghệ kỹ thuật đối với ý định đầu tư và chấp nhận các sản phẩm hoặc dịch vụ CNTT kể từ khi CNTT bắt đầu được sử dụng rộng rãi cho nhà đầu tư nói chung. Theo lý thuyết của Bandura, những người có tự hiệu quả cao có xu hướng tin rằng họ có thể thực hiện tốt ngay cả khi họ đang ở trong những tình huống khó khăn và có xu hướng coi các nhiệm vụ khó khăn là điều cần phải làm chứ không phải là điều cần tránh.

Do đó, những người sử dụng công nghệ kỹ thuật số có khả năng nỗ lực hơn để học hỏi các kỹ năng và tìm tòi trong khi những người không sử dụng công nghệ thì gặp khó khăn và không nỗ lực hoặc bỏ cuộc giữa chừng. Ngoài ra, những người có sử dụng công nghệ kỹ thuật số thấy việc sử dụng công nghệ mới tương đối dễ dàng hơn và thể hiện thái độ tích cực đối với việc sử dụng công nghệ. Do đó, nghiên cứu giả định rằng sử dụng công nghệ kỹ thuật số ảnh hưởng tích cực đến ý định đầu tư chứng khoán và sử dụng các dịch vụ fintech để đầu tư giả thuyết H₆ sau đây:

H₆: Áp dụng công nghệ kỹ thuật số sẽ ảnh hưởng đáng kể đến ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z

1.5.8 Cảm nhận rủi ro

Mitchell (1999), cho rằng cảm nhận rủi ro là một yếu tố có ảnh hưởng mạnh mẽ trong việc giải thích hành vi mua của người tiêu dùng; bởi vì người tiêu dùng quan tâm đến việc tránh sự mất mát, thiệt hại cho bản thân họ, hơn là cố gắng đạt được những giao dịch thành công. Cảm nhận rủi ro của người tiêu dùng đã được chỉ ra là ảnh hưởng đến quyết định trực tuyến của họ. Điều dễ nhận thấy là một khách hàng đang thực hiện một giao dịch trực tuyến sẽ có cảm giác rủi ro cao hơn khi so sánh với hành vi mua sắm truyền thống. Khi mua từ một cửa hàng trực tuyến, khách hàng phải cung cấp thông tin cá nhân đáng kể, bao gồm địa chỉ, số điện thoại và thậm chí cả thông tin thẻ tín dụng bí mật. Sau khi cung cấp thông tin cần thiết, người mua sắm chỉ có thể hy vọng rằng giao dịch sẽ được xử lý hoàn toàn và chính xác. Trong hầu hết các trường hợp, anh ta hoặc cô ta phải đợi hàng ngày cho đến khi sản phẩm hoặc dịch vụ được giao và giao dịch hoàn tất. Do đó, không nên ngạc nhiên rằng người tiêu dùng sẽ chú ý đến rủi ro trong giao dịch trực tuyến và rủi ro đó có thể ảnh hưởng đến quyết định của họ về việc có nên mua từ nhà cung cấp trực tuyến hay không. Ngoài ra, theo Kim và cộng sự (2009), cảm nhận rủi ro của người tiêu dùng có tác động tiêu cực đối với ý định mua hàng, điều này có nghĩa là mức độ rủi ro cảm nhận càng cao, ý định mua hàng của người tiêu dùng càng ít. Hơn nữa, Chiu và cộng sự (2014), đã tìm thấy rằng cảm nhận rủi ro của người tiêu dùng giảm ý định mua hàng trong thương mại điện tử B2C. Nói cách khác, cảm nhận rủi ro vẫn là một yếu tố tác động tiêu cực đến ý định mua hàng. Do đó, giả thuyết được đề xuất như sau:

H₇: Cảm nhận rủi ro tác động không đáng kể và ngược chiều đến với ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z.

1.6 Phương pháp nghiên cứu

1.6.1 Phương pháp thu thập số liệu

Đề tài sẽ khảo sát trong phạm vi khách hàng của CTCP Khoán SSI chi nhánh Cách mạng tháng 8. Đối tượng khảo sát sẽ là các thế hệ Gen Z (1997 – 2012) là khách hàng của CTCP Khoán SSI – CN CMT8. Những người tham gia sẽ đa phần có sử

dụng công cụ trong các phần mềm của Công ty Chứng Khoán SSI và các phần mềm liên quan đến tài chính nhằm có một đánh giá chính xác và cung cấp câu trả lời đáng tin cậy.

Đề tài xác định cỡ mẫu theo ước lượng tổng thể bằng cách sử dụng công thức của Yamane (1967) đối với trường hợp biết quy mô tổng thể: $n = N/(1 + N \times e^2)$. Khách hàng trong độ tuổi Gen Z và với sai số (e) mức thông thường là $\pm 0,05$. Áp dụng công thức xác định cỡ mẫu theo ước lượng tổng thể, số quan sát tối thiểu cần đáp ứng là: $n \geq 150$ số quan sát.

1.6.2 Thang đo mô hình nghiên cứu

Thang đo sẽ được dựa trên các lý thuyết và các nghiên cứu trước đây. Các nhóm thang đo sẽ được điều chỉnh, bổ sung nhằm phù hợp với thực trạng của thế hệ Gen Z của khách hàng Công ty Chứng Khoán SSI tại chi nhánh Cách mạng tháng 8 Thành phố Hồ Chí Minh. Có 8 khái niệm nghiên cứu được sử dụng cho mô hình nghiên cứu này, đó là (1) Ý định đầu tư - PI; (2) Thông tin tài chính và phân tích tài chính - IF; (3) Đặc điểm của doanh nghiệp - CH ; (4) Thông tin từ thị trường, báo chí - NE; (5) Khuyến nghị từ môi giới - RMD; (6) Nhu cầu tài chính bản thân - YON; (7) Công nghệ kỹ thuật số - TE và (8) Rủi ro kiến thức – PR.

Bảng 1. 1 Khái niệm và đo lường các biến

Cấu trúc	Các biến	Giả thuyết	Tác giả
Thông tin tài chính và phân tích tài chính (IF)	IF1	Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo lợi nhuận tốt	Shafeeq Ahmad (2017)
	IF2	Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo tài chính quý tốt	
	IF3	Doanh nghiệp tôi đầu tư có chi trả cổ tức (cổ phiếu, tiền mặt)	
	IF4	Doanh nghiệp tôi đầu tư có giá cổ phiếu hấp dẫn	
Đặc điểm của doanh nghiệp (CH)	CH1	Sản phẩm và dịch vụ	Stephen Roper (1996)
	CH2	Ban lãnh đạo và ban quản trị	
	CH3	Hiệu suất, năng suất của ban lãnh đạo	

	CH4	Áp dụng các công nghệ, trí tuệ nhân tạo	
Thông tin từ thị trường, báo chí (NE)	NE1	Thị trường kinh tế đang tăng mạnh	
	NE2	Tin tích cực từ ban quản trị	Shafeeq Ahmad (2017)
	NE3	Chính phủ, nhà nước có chính sách hỗ trợ	
	NE4	Nhiều nhà đầu tư quan tâm và đánh giá	
Khuyến nghị từ môi giới (RMD)	RMD1	Tôi sẽ xem xét lời khuyến nghị từ nhà môi giới	
	RMD2	Tôi sẽ tham gia vào các group đầu tư của nhà môi giới	Obenberger và Nagy (2008)
	RMD3	Tôi sẽ xem xét nhà môi giới có đủ trình độ và chuyên môn	
	RMD4	Tôi sẽ xem xét khi nhà môi giới đưa ra chiến lược đầu tư dựa trên mục tiêu của tôi	
Nhu cầu tài chính bản thân (YON)	YON1	Tôi muốn có khoản sinh lời cho bản thân	
	YON2	Tôi muốn tối đa hóa dòng tiền nhàn rỗi của bản thân	Noctor và cộng sự (1992)
	YON3	Tôi muốn giảm thiểu được rủi ro khi đầu tư	
	YON4	Tôi muốn nhận được cổ tức (cổ phiếu, tiền mặt) hàng năm của doanh nghiệp	
Công nghệ kỹ thuật số (TE)	TE1	Chiến lược rõ ràng và có hiệu quả	
	TE2	Chỉ báo phân tích kỹ thuật	Allen và cộng sự (2002)
	TE3	Tổng hợp các thông tin trên phần mềm đầu tư	
	TE4	Tăng hiệu suất sinh lời	
Cảm nhận rủi ro (PR)	PR1	Doanh nghiệp không đạt hiệu quả	
	PR2	Giá cổ phiếu sụt giảm	Phan Trần Trung Dũng (2020)
	PR3	Chưa có chiến lược rõ ràng	
	PR4	Danh mục chưa được tối ưu hóa	
Ý định đầu tư (PI)	PI1	Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán trong tương lai	
	PI2	Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán để kiếm thêm thu nhập	Phan Trần Trung Dũng (2020)
	PI3	Giới thiệu bạn bè, người thân về chứng khoán	

1.6.3 Xử lý dữ liệu

Các nhân tố sẽ được kiểm định hệ số Cronbach's Alpha với mục đích kiểm tra tính phù hợp của thang đo. Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo được đảm bảo với hệ số tương quan biến tổng > 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha ≥ 0.6 , các biến và nhân tố không đạt sẽ bị loại khỏi nghiên cứu. Theo đó, kết quả xử lý số liệu sẽ xuất hiện các nhân tố trên đại diện của các biến khảo sát phải có hệ số từ 0.8 trở lên và hệ số tương quan lớn 0.3. Sau đó các nhân tố đã đủ điều kiện của độ tin cậy sẽ được tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA.

- Phân tích nhân tố khám phá EFA:

Có được kết quả dữ liệu từ kiểm định thang đó, tiếp tục phần mềm sẽ xử lý các số liệu và cho thấy hệ số KMO (Kaiser Meyer Olkin) có giá thỏa điều kiện $0.5 \leq \alpha \leq 1$, khi các nhân tố đều thỏa điều kiện để phù hợp với nghiên cứu tiến hành và Kiểm định Barlett (Bartlett's Test of Sphericity) nếu có ý nghĩa thống kê khi Sig.= 0.005 thì các biến quan sát có hiện tượng tương quan với nhau còn nếu không thỏa thì các biến sẽ không có hiện tượng tương quan với nhau.

- Phân tích hồi quy:

Ma trận tương quan: Các thang đo đã đánh giá đạt yêu cầu được dựa vào phân tích sự tương quan. Phân tích ma trận tương quan được thực hiện giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập nhằm khẳng định mối liên hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc này và tiếp theo sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính để tìm ra mô hình phù hợp nhất cho bài nghiên cứu.

Hệ số tương quan lớn hơn 0 cho biết được sự tương quan sẽ làm tăng giá trị dương giữa hai biến, có nghĩa là nếu giá trị của biến này tăng lên thì đồng nghĩa giá trị biến kia sẽ tăng theo và ngược lại. Hệ số tương qua nhỏ hơn 0 thể hiện sự tương quan âm giữa hai biến, nghĩa là nếu giá trị của biến này tăng lên thì sẽ làm giảm giá trị của biến kia và ngược lại.

Giá trị tuyệt đối của hệ số tương quan càng cao thì mức độ tương quan giữa 2 biến càng lớn hoặc dữ liệu càng phù hợp với quan hệ tuyến tính giữa hai biến. Cụ thể, giá trị hệ số tương qua lớn hơn 0 bằng +1 hoặc bằng -1 cho thấy việc dữ liệu hoàn toàn phù hợp với mô hình tuyến tính (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

- Phân tích hồi quy tuyến tính:

Phương pháp phân tích dữ liệu được thực hiện phân tích hồi quy tuyến tính của các nhân tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư chứng khoán của thế hệ Gen Z tại Công ty Cổ phần chứng khoán SSI – CN CMT8, phương trình nghiên cứu hồi quy tuyến tính được xây dựng như sau:

$$PI = \beta_0 + \beta_1 IF + \beta_2 CH + \beta_3 NE + \beta_4 RMD + \beta_5 YON + \beta_6 TE + \beta_7 PR + \varepsilon. \quad (1.6)$$

Phương trình (1.6) mô tả các nhân tố độc lập, gồm có IF: Thông tin tài chính và phân tích tài chính; CH: Đặc điểm doanh nghiệp; NE: Thông tin từ thị trường tài chính, báo chí; RMD: Khuyến nghị từ môi giới; YON: Nhu cầu tài chính của bản

thân; TE: Công nghệ kỹ thuật số; PR: Cảm nhận rủi ro ảnh hưởng đến nhân tố phụ thuộc PI: Ý định đầu tư chứng khoán của thế hệ Gen Z.

Sau khi xem xét các biến có mối quan hệ tuyến tính với nhau thì có thể mô hình hóa mối quan hệ nhân quả bằng hồi quy tuyến tính (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Mô hình nghiên cứu được thực hiện hồi quy tuyến tính theo phương pháp Enter: đưa tất cả các biến độc lập và biến phụ thuộc vào để xem xét các kết quả thống kê có liên quan.

Kiểm định giả thuyết được thực hiện như sau: đánh giá độ phù hợp của mô hình, kiểm định giả thuyết về độ phù hợp của mô hình và kiểm định giả thuyết về mức ý nghĩa thống kê của mô hình. Xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định đầu tư chứng khoán của thế hệ Gen Z tại Công ty Cổ phần chứng khoán SSI – CN CMT8.

Hệ số Beta của nhân tố nào càng lớn thì có thể nhận xét nhân tố đó có mức độ ảnh hưởng cao hơn với các nhân tố khác trong mô hình. Ngoài ra, còn kiểm tra giả định về hiện tượng đa cộng tuyến của mô hình thông qua hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance Inflation Factor). Nếu hệ số VIF đều nhỏ hơn 5, chứng tỏ mô hình này không có hiện tượng đa cộng tuyến. Nếu hệ số VIF lớn hơn 5 thì mô hình này có hiện tượng đa cộng tuyến (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

2.1 Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Thông kê mô tả nghiên cứu được thực hiện qua các đặc điểm giới tính và Công việc hiện tại đang đầu tư của các khách hàng tại CTCP khoán SSI – CN CMT8 tại TP. Hồ Chí Minh.

Bảng 2.1 *Thông kê mô tả*

		Số người	Tỉ lệ phần trăm
Giới tính	Nam (1)	61	31.6%
	Nữ (2)	61	31.6%
	Không muốn nêu cụ thể (3)	71	36.8%
	Tổng	193	100.0%
Công việc hiện tại	Sinh viên (1)	48	24.9%
	Tài chính (2)	53	27.5%
	Ngân hàng (3)	50	25.9%
	Khác (4)	42	21.8%
	Tổng	193	100.0%

Nhận xét bảng thống kê mô tả:

- Giới tính: Trong 193 mẫu khảo sát, có 61 nam chiếm tỷ lệ 31.6%; 61 nữ, chiếm tỷ lệ là 31.6 % và Không muốn nêu cụ thể là 71, 36.8%.

- Công việc hiện tại: Trong 193 mẫu khảo sát, có 48 Sinh viên chiếm tỷ lệ 24.9%, có 53 Tài Chính chiếm tỷ lệ 27.5%, có 50 Ngân hàng chiếm tỷ lệ 25.9% và có 42 là Khác chiếm tỷ lệ 21.8%.

Đặc điểm về các biến nghiên cứu, Bảng 2.1 sau đây thấy được chi tiết được các biến tác động đến ý định đầu tư Chứng khoán của Thế hệ Gen Z tại tình huống: Công ty Chứng khoán SSI – CN CMT8.

Bảng 2. 2 Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Độc lập	Nội dung	Trung bình	Độ lệch chuẩn
IF: Thông tin tài chính và phân tích tài chính			
IF ₁	Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo lợi nhuận tốt	4.01	0.604
IF ₂	Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo tài chính quý tốt	3.64	0.598
IF ₃	Doanh nghiệp tôi đầu tư chi trả cổ tức (cổ phiếu, tiền mặt)	3.76	0.538
IF ₃	Doanh nghiệp tôi đầu tư có giá cổ phiếu hấp dẫn	3.75	0.523
CH: Đặc điểm doanh nghiệp			
CH ₁	Sản phẩm và dịch vụ	3.75	0.595
CH ₂	Ban lãnh đạo và ban quản trị	3.92	0.509
CH ₃	Hiệu suất, nâng suất của ban lãnh đạo	3.81	0.517
CH ₄	Áp dụng các công nghệ, trí tuệ nhân tạo	3.76	0.555
NE: Thông tin từ thị trường, báo chí			
NE ₁	Thị trường kinh tế đang tăng mạnh	3.98	0.573
NE ₂	Tin tích cực từ ban quản trị	3.79	0.551
NE ₃	Chính phủ, nhà nước có chính sách hỗ trợ	3.93	0.560
NE ₄	Nhiều nhà đầu tư quan tâm và đánh giá	3.92	0.539
RMD: Khuyến nghị từ môi giới			
RMD ₁	Tôi sẽ xem xét lời khuyến nghị từ nhà môi giới	3.75	0.550
RMD ₂	Tôi sẽ tham gia vào các group đầu tư của nhà môi giới	3.81	0.592
RMD ₃	Tôi sẽ xem xét nhà môi giới có đủ trình độ và chuyên môn	3.77	0.523
RMD ₄	Tôi sẽ xem xét khi nhà môi giới đưa ra chiến lược đầu tư dựa trên mục tiêu của tôi	3.91	0.542
YON: Nhu cầu tài chính bản thân			
YON ₁	Tôi muốn có khoản sinh lời cho bản thân	3.99	0.550
YON ₂	Tôi muốn tối đa hóa dòng tiền nhân rồi của bản thân	3.76	0.538
YON ₃	Tôi muốn giảm thiểu được rủi ro khi đầu tư	3.83	0.598
YON ₄	Tôi muốn nhận được cổ tức (cổ phiếu, tiền mặt) hàng năm của doanh nghiệp	3.76	0.564
TE: Công nghệ kỹ thuật số			
TE ₁	Chiến lược rõ ràng và có hiệu quả	3.82	0.577
TE ₂	Chi báo phân tích kỹ thuật	3.78	0.581
TE ₃	Tổng hợp các thông tin trên phần mềm đầu tư	3.69	0.582
TE ₄	Tăng hiệu suất sinh lời	3.90	0.520
PR: Cảm nhận rủi ro			

PR ₁	Doanh nghiệp không đạt hiệu quả	3.79	0.567
PR ₂	Giá cổ phiếu sụt giảm	3.52	0.587
PR ₃	Chưa có chiến lược rõ ràng	3.86	0.506
PR ₄	Danh mục chưa được tối ưu hóa	3.95	0.482

PI: Ý định đầu tư

PI ₁	Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán trong tương lai	3.91	0.584
PI ₂	Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán để kiếm thêm thu nhập	3.74	0.564
PI ₃	Giới thiệu bạn bè, người thân về chứng khoán	3.83	0.598

Bảng 2.2 cho thấy đặc điểm của các biến nghiên cứu có mức trung bình và độ lệch chuẩn:

- Yếu tố IF có đặc điểm lớn nhất là biến IF₁ “Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo lợi nhuận tốt” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 4.01 – 0.604. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là IF₂ “Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo tài chính quý tốt” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.64 – 0.598.

- Yếu tố CH có đặc điểm lớn nhất là biến CH₂ “Ban lãnh đạo và ban quản trị” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.92 – 0.509. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là CH₁ “Sản phẩm và dịch vụ” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.75 – 0.595.

- Yếu tố NE có đặc điểm lớn nhất là biến NE₁ “Thị trường kinh tế đang tăng mạnh” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.98 – 0.573. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là NE₂ “Tin tích cực từ ban quản trị” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.79 – 0.551.

- Yếu tố RMD có đặc điểm lớn nhất là biến RMD₄ “Tôi sẽ xem xét khi nhà môi giới đưa ra chiến lược đầu tư dựa trên mục tiêu của tôi” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.91 – 0.542. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là RMD₁ “Tôi sẽ xem xét lời khuyên nghị từ nhà môi giới” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.75 – 0.550.

- Yếu tố YON có đặc điểm lớn nhất là biến YON₁ “Tôi muốn có khoản sinh lời cho bản thân” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.99 – 0.550. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là YON₂ “Tôi muốn tối đa hóa dòng tiền nhận rồi của bản thân” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.64 – 0.538.

- Yếu tố TE có đặc điểm lớn nhất là biến TE₄ “Tăng hiệu suất sinh lời” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.90 – 0.520. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là TE₃ “Tổng hợp các thông tin trên phần mềm đầu tư” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.69 – 0.582.

- Yếu tố PR có đặc điểm lớn nhất là biến PR₄ “Danh mục chưa được tối ưu hóa” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.95 – 0.482. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là PR₂ “Giá cổ phiếu sụt giảm” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.64 – 0.598.

- Yếu tố PI có đặc điểm lớn nhất là biến PI₁ “Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán trong tương lai” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.91 – 0.584. Và biến có đặc điểm nhỏ nhất là PI₂ “Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán để kiếm thêm thu nhập” với mức giá trị trung bình và độ lệch chuẩn lần lượt là 3.74 – 0.564.

2.2 Kết quả nghiên cứu

2.2.1 Kiểm định độ tin cậy thang đo

Mô hình nghiên cứu định lượng của đề tài gồm có bảy nhân độc lập và một nhân tố phụ thuộc và mỗi nhân tố đo lường có ít nhất 4 mục hỏi. Bảng dưới đây thể hiện kết quả kiểm tra mức độ tin cậy của thang đo trong mô hình nghiên cứu thông qua hệ số Cronbach's Alpha và tương quan biến tổng.

Bảng 2. 3 Kiểm định Cronbach's Alpha

Nhân tố	Số mục hỏi	Hệ số Cronbach's Alpha tổng	Tương quan biến tổng nhỏ nhất	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
IF: Thông tin tài chính và phân tích tài chính	4	0.757	0.539	0.692 - 0.708
CH: Đặc điểm của doanh nghiệp	4	0.676	0.484	0.566 - 0.591
NEF: Thông tin từ thị trường tài chính, báo chí	4	0.732	0.517	0.671 - 0.678
RMD: Khuyến nghị từ môi giới	4	0.739	0.487	0.668 - 0.703
YON: Nhu cầu tài chính của bản thân	4	0.721	0.468	0.604 - 0.683
TE: Công nghệ kỹ thuật số	4	0.723	0.486	0.644 - 0.677
PR: Cảm nhận về rủi ro	4	0.699	0.467	0.610 - 0.644
PI: Ý định đầu tư	4	0.629	0.404	0.491 - 0.577

Bảng 2.3 cho ta thấy, nhân tố *Thông tin tài chính và phân tích tài chính* có bốn mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.757 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.692 (lớn hơn 0.3). Do đó thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

Tương tự, nhân tố *Đặc điểm của doanh nghiệp* có ba mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.676 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.566 (lớn hơn 0.3). Do đó thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

Tiếp theo, nhân tố *Thông tin từ thị trường tài chính, báo chí* có bốn mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.732 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.671 (lớn hơn 0.3). Kết quả này cho thấy, thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

Đề cập đến nhân tố *Khuyến nghị từ môi giới*, nhân tố này có bốn mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.739 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.668 (lớn hơn 0.3). Do đó thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

Tương tự, nhân tố *Nhu cầu tài chính của bản thân* có bốn mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.721 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.604 (lớn hơn 0.3). Do đó thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

Tiếp đến nhân tố *Công nghệ kỹ thuật* có bốn mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.723 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.661 (lớn hơn 0.3). Do đó thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

Tiếp theo nhân tố *Cảm nhận về rủi ro* có bốn mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.699 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.610 (lớn hơn 0.3). Do đó thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

Sau cùng, nhân tố *Ý định đầu tư* có ba mục hỏi với hệ số Cronbach's Alpha = 0.629 (lớn hơn 0.6), và hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0.491 (lớn hơn 0.3).

Kết quả này cho thấy, thang đo đạt độ tin cậy và không có biến quan sát nào bị loại ra khỏi thang đo.

2.2.2 Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) với phép trích phân tích thành phần chính, và ma trận xoay các nhân tố theo phép quay vuông góc varimax được trình bày trong Bảng.

Kết quả phân tích EFA đối với các nhân tố độc lập lần 1 cho thấy, trị KMO là 0.649 (lớn hơn 0.5) và trị kiểm định Sig. Bartlett's Test = 0.000 (nhỏ hơn 0.05), trị số Eigenvalue = 1.126 (lớn hơn 1) theo đó theo đó dữ liệu rút trích được 7 nhân tố với tổng phương sai trích là 59.6% (lớn hơn 50%). Dựa vào ma trận xoay các nhân tố, CH4 đơn lẻ nên loại nhân tố CH4 để có thể nhóm các nhân tố để có kết quả tốt hơn tiếp theo thực hiện lại phân tích EFA.

Chạy kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA đối với nhân tố độc lập lần cuối cho thấy, trị số KMO = 0.828 (lớn hơn 0,5) và trị kiểm định Sig. Bartlett's Test = 0.000 (nhỏ hơn 0.05). Bên cạnh đó, trị số Eigenvalue = 1.717 (lớn hơn 1), dữ liệu rút trích được ba nhân tố với tổng phương sai trích là 57.53% (lớn hơn 50%). Các biến quan sát đều thỏa mãn giá trị hội tụ và giá trị phân biệt, do đó không có biến nào bị loại khỏi phân tích EFA. Dựa trên kết quả ma trận xoay nhân tố, bốn nhân tố được rút trích gồm có: IF với các mục hỏi IF₁, IF₂, IF₃, IF₄; CH với các mục hỏi CH₁, CH₂, CH₃; NEF với các mục hỏi NE₁, NE₂, NE₃, NE₄; RMD với các mục hỏi RMD₁, RMD₂, RMD₃, RMD₄; YON với các mục câu hỏi YON₁, YON₂, YON₃, YON₄; TE với các mục câu hỏi TE₁, TE₂, TE₃, TE₄; PR với các mục câu hỏi PR₁, PR₂, PR₃, PR₄.

Sau cùng nghiên cứu thực hiện phân tích EFA đối với nhân tố phụ thuộc *Ý định đầu tư*. Kết quả trong Bảng 2.4 cho thấy, trị số KMO = 0.643 (lớn hơn 0.5) và trị kiểm định Sig. Bartlett's Test = 0.000 (nhỏ hơn 0.05), trị số Eigenvalue = 1.722 (lớn hơn 1), dữ liệu rút trích được 1 nhân tố với tổng phương sai trích là 57.54% (lớn hơn 50%). Kết quả từ ma trận nhân tố cho thấy, có một nhân tố được rút trích với hệ số nhân tố tải nhỏ nhất là 0.725 và không có biến quan sát nào loại ra khỏi phân tích EFA. Như vậy, nhân tố phụ thuộc PI tương ứng với khái niệm Ý định tài chính bao gồm các biến: PI₁, PI₂ và PI₃.

Bảng 2. 4 Phân tích nhân tố khám phá EFA

Thông số	Nhân tố độc lập		Nhân tố phụ thuộc
	EFA lần 1	EFA lần cuối	EFA lần 1
Trị số KMO	0.649	0.653	0.643
Trị kiểm định Bartlett	0.000	0.000	0.000
Trị số Eigenvalue	1.126	1.717	1.722
Tổng phương sai trích	59.6%	57.5%	57.4%
Hệ số nhân tố tải nhỏ nhất	0.686	0.686	0.725
Số nhân tố rút trích	7	7	1
Số biến bị loại	7	0	0

Tiếp đến, đề tài tiến hành giữ nguyên lại các tên của nhân tố đó lường bởi vì trong quá trình phân tích EFA không xuất hiện các nhân tố mới và không làm thay đổi các mục hỏi. Dựa trên kết quả phân tích EFA, có 7 nhân tố rút trích độc lập và 1 nhân tố rút trích phụ thuộc, sau đây là Bảng 2.5, trình bày các nhân tố rút trích.

Bảng 2. 5 Khái niệm các nhân tố mới

Nhân tố	Nội dung	Mục hỏi
IF	Thông tin tài chính và phân tích tài chính	IF ₁ , IF ₂ , IF ₃ , IF ₄
CH	Đặc điểm của doanh nghiệp	CH ₁ , CH ₂ , CH ₃
NEF	Thông tin từ thị trường, báo chí	NE ₁ , NE ₂ , NE ₃ , NE ₄
RMD	Khuyến nghị từ môi giới	RMD ₁ , RMD ₂ , RMD ₃ , RMD ₄
YON	Nhu cầu tài chính bản thân	YON ₁ , YON ₂ , YON ₃ , YON ₄
TE	Công nghệ kỹ thuật số	TE ₁ , TE ₂ , TE ₃ , TE ₄
PR	Cảm nhận rủi ro	PR ₁ , PR ₂ , PR ₃ , PR ₄
PI	Ý định đầu tư	PI ₁ , PI ₂ , PI ₃

2.2.3 Kết quả hồi quy

2.2.3.1 Ma trận tương quan

Trước khi thực hiện ước lượng phương trình hồi quy, nghiên cứu ước lượng hệ số tương quan qua giữa các gặp biến độc lập và chỉ số VIF để kiểm định mô hình có vi

phạm hiện tượng đa cộng tuyến. Kết quả ước lượng hệ số tương quan và chỉ số VIF được thể hiện qua Bảng 2.6, bảng ma trận tương quan dưới đây:

Bảng 2. 6 Ma trận tương quan

Nhân tố	IF	RMD	NEJ	TE	YON	PR	CH	PI	VIF
PI	1.00								1.016
	-.012								
RMD	.866	1.00							1.010
	-.039	-.035							
NEJ	.594	.633	1.00						1.025
	-.080	-.028	.061						
TE	.267	.696	.398	1.00					1.034
	.031	-.025	.041	.105					
YON	.668	.729	.572	.147	1.00				1.031
	.082	.080	-.005	-.030	.113				
PR	.258	.269	.942	.676	.119	1.00			1.030
	-.005	-.019	.134	.105	-.027	.036			
CH	.941	.794	.063	.145	.706	.618	1.00		1.033
PI	.235	.308	.171	.192	.322	.331	-.395	1.00	----

Bảng 2.6 cho thấy, hệ số tương quan giữa PR nhân tố độc lập NEJ có giá trị cao nhất ($r = 0.942$) và nhân tố TE có chỉ số VIF cao nhất là 1.034. Kết quả này xác nhận mô hình nghiên cứu không vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến nghiêm trọng. Tiếp theo, kết quả hồi quy được trình bày dưới đây.

2.2.3.2 Hồi quy

Bảng 2.7 trình bày kết quả hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của CTCP Chứng khoán SSI – CN CMT8. Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật điều chỉnh sai số chuẩn để kiểm soát hiện tượng phương sai của sai số thay đổi tồn tại trong mô hình hồi quy.

Kết quả ước lượng hồi quy ở Bảng 2.7 cho thấy, hệ số hồi quy của nhân tố CH; TE; YON; RMD; NEF và IF đều mang dấu dương và có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa lần lượt là 0.314; 0.300; 0.259; 0.251; 0.242 và 0.238 ($p < 0.01$). Ngoài ra, nhân tố TE có hệ số hồi quy chuẩn hóa lớn nhất ($Beta = 0.301$). Kết quả này cho thấy, nhân tố (CH) đặc điểm doanh nghiệp có mối tương quan cùng chiều đến ý định đầu tư chứng khoán của thế hệ Gen Z. Trong đó nhân tố PR mang dấu âm và có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa là - 0.447. Kết quả này cho thấy, tất cả các

yếu tố trên đều có hiện tượng tương quan với ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z.

Bảng 2. 7 Kết quả hồi quy

Nhân tố	PI: Ý định đầu tư		
	β	Sig.	Beta
Hằng số	-0.401	0.408	---
CH	0.314	.000	0.301
TE	0.300	.000	0.285
YON	0.259	.000	0.244
RMD	0.251	.000	0.235
IF	0.238	.000	0.233
NEF	0.242	.000	0.227
PR	-0.506	.000	-0.447
Số quan sát	193		
R ² điều chỉnh	58%		
Durbin-Watson	2.041		

*** mức ý nghĩa 1%; ** mức ý nghĩa 5%; * mức ý nghĩa 10%.

2.3 Thảo luận kết quả nghiên cứu

Thông qua kết quả nghiên cứu của những nhân tố ảnh hưởng đến ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z tình huống tại: CTCP Chứng khoán SSI – CN CMT8 gồm có: Thông tin tài chính và phân tích tài chính; Đặc điểm của doanh nghiệp; Thông tin từ thị trường, báo chí; Khuyến nghị từ môi giới; Nhu cầu tài chính bản thân và Công nghệ kỹ thuật số . Các nhân tố này tương quan cùng chiều đến ý định đầu tư Chứng khoán của Thế hệ Gen Z, tuy nhiên có một nhân tố ngược chiều với ý định đầu tư đó là Cảm nhận rủi ro và đúng với giả thuyết ban đầu của bài nghiên cứu.

Khi có được kết quả hồi quy thì bài nghiên cứu thấy được yếu tố đặc điểm doanh nghiệp tác động mạnh nhất với mức tác động là 0.301, điều này thể hiện rằng các dịch vụ, sản phẩm của doanh nghiệp; ban lãnh đạo và các cố vấn của doanh nghiệp ảnh hưởng đến việc ra ý định đầu tư của thế hệ Gen Z.

Bên cạnh đó nhân tố công nghệ kỹ thuật số tác động mạnh thứ hai sau yếu tố đặc điểm doanh nghiệp có mức tác động là 0.285. Yếu tố này đang đi với thời đại trong việc ngày càng phát triển công nghệ, các hệ thống AI kỹ thuật số đang mạnh mẽ và được áp dụng chuyên sâu về trong lĩnh vực tài chính. Điều này làm khẳng định giả thuyết H₇ có tác động và tương quan đối với ý định đầu tư.

Kết quả cũng thấy được cảm nhận rủi ro tác động ngược chiều với ý định đầu tư điều này khẳng định giả thuyết trước đó. Có thể hiểu được rằng giới trẻ Gen Z ngày nay rất thích rủi ro và không sợ các tác động xấu đối với doanh nghiệp của mình đầu tư và những điều này không làm ảnh hưởng đến việc đưa ra ý định đầu tư của mình.

CHƯƠNG 3:

KẾT LUẬN

3.1 Các điểm chính của nghiên cứu

Nghiên cứu này đã sử dụng dữ liệu thu thập từ 193 khách hàng của Công ty Chứng khoán SSI Cách mạng tháng tám bằng bảng hỏi trực tuyến để nhằm phân tích mẫu để xem xét ảnh hưởng của các yếu tố tác động đến Ý định đầu tư như thế nào. Trong quá trình thu thập dữ liệu tại Công ty SSI thì thế hệ Gen Z. Điều quan trọng đa phần các thế hệ Gen Z hiện tại đang đầu tư nhiều ở nhóm đi làm hoặc đã ra trường và có kinh nghiệm về tài chính, theo khảo sát Sinh viên năm trong 24.9% khảo sát, thể hiện rằng việc trong những lúc học tập và được các thầy cô trao đổi. Sinh viên muốn tận dụng những thứ đã có được trong quá trình học tập và thể hiện bản thân, mong muốn đầu tư, thách thức bản thân kiếm thêm thu nhập trên Sàn chứng khoán. Khảo sát cũng cho thấy việc nam và nữ không quan trọng ai thích đầu tư hay không mà là ai có kiến thức để đầu tư chứng khoán nên việc nam và nữ có khảo sát bằng nhau cũng là điều dễ hiểu.

3.2 Hàm ý chính sách

Trong đó kết quả đặc điểm mẫu nghiên cứu cho thấy được các nhân tố có đặc điểm, liên kết chặt chẽ và giải thích một phần nào đó cho các biến. Tuy nhiên, một số nhân tố có các biến cần được cải thiện và điều này sẽ là giải pháp cho CTCP Chứng khoán SSI – CN CMT8 nắm bắt được sau này đối với thế hệ Gen Z, các biến như sau:

Đối với nhân tố IF: Thông tin tài chính và phân tích tài chính, mục hỏi “Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo tài chính quý tốt” có mức độ đồng ý thấp nhất (3.64). Điều này thể hiện rằng thế hệ Gen Z hiện tại vẫn chưa nắm được các phương pháp phân tích BCTC của một doanh nghiệp hoặc có thể không quan tâm quá nhiều về doanh nghiệp của mình đang đầu tư có những chuyển biến mới trong tình hình HĐKD. Môi giới tại Công ty Chứng khoán có thể nắm bắt được điều này và định hướng cho thế hệ Gen Z.

Đối với nhân tố CH: Đặc điểm doanh nghiệp, mục hỏi “Sản phẩm dịch vụ tốt” có mức độ đồng ý thấp nhất (3.75). Thế hệ Gen Z không tập chung vào quá nhiều vào

sản phẩm cốt lõi của Doanh nghiệp mà có thể họ chỉ quan tâm đến mức sinh lời từ Doanh nghiệp đó có biến động hơn là việc tìm hiểu vào sản phẩm, dịch vụ của một doanh nghiệp. Điều này có thể giúp cho việc khuyến nghị đưa ra những cổ phiếu dễ dàng hơn.

Mục hỏi “Áp dụng các công nghệ, trí tuệ nhân tạo” có mức độ đồng ý thấp nhất (3.76). Đây có thể khá mới mẻ đối với giới trẻ và đặc biệt là thế hệ Gen Z khi chưa nắm bắt được thông tin các Doanh nghiệp của mình đang đầu tư có áp dụng công nghệ, trí tuệ nhân tạo, hoặc họ vẫn chưa quan tâm quá nhiều về việc chuyển biến của thời buổi công nghệ kỹ thuật số. Điều này giúp cho môi giới đưa ra những thông tin cần thiết và những doanh nghiệp đang tiềm ẩn và chuyển giao kỹ thuật số.

Đối với nhân tố NE: Thông tin từ thị trường, báo chí, mục hỏi “Tin tích cực từ ban quản trị” có mức độ đồng ý thấp nhất (3.79). Đối với một doanh nghiệp thì việc ban quản trị đưa ra kế hoạch hoặc có sự thay đổi trong bộ máy quản lý lãnh đạo vẫn còn hơi khó để thế hệ trẻ Gen Z nắm được. Điều này ảnh hưởng đến giá trị cốt lõi, phát triển bền vững của một Doanh nghiệp, vì thế Công ty Chứng Khoán SSI – CN CMT8 có thể thấy được và có những chuyên gia phân tích chuyên nghiệp đưa ra những thông tin bổ ích hơn đối với thế hệ Gen Z.

Đối với nhân tố RMD: Khuyến nghị từ môi giới, mục hỏi “Tôi sẽ xem xét khuyến nghị từ môi giới” và “Tôi sẽ xem xét nhà môi giới có đủ trình độ và chuyên môn” có mức độ đồng ý thấp nhất lần lượt (3.75; 3.77). Chứng tỏ rằng CTCP Chứng khoán SSI – CN CMT8 cần nâng cao về trình độ, chuyên môn của mỗi nhân viên, và nâng cao tính thuyết phục đối với các đối tượng như thế hệ Gen Z. Thế hệ Gen Z hiện tại khá ưu điểm là có được lập trường của bản thân và thích chứng tỏ bản thân hơn là nghe theo một ai đó.

Đối với nhân tố YON: Nhu cầu tài chính bản thân, mục hỏi “Tôi muốn đa dạng hóa dòng tiền nhân rồi của bản thân” có mức độ đồng ý thấp nhất (3.76). Thế hệ trẻ Gen Z hiện tại vẫn chưa có quá nhiều kinh nghiệm trong việc tối ưu hóa dòng tiền của mình đúng cách và có thể coi là con thiếu sót trong việc này, chưa có được kế hoạch phân bổ dòng tiền của bản thân như thế nào cho hợp lý. Môi giới Chứng khoán có thể nắm bắt được điều đó và cùng đồng hành với Gen Z để xây dựng dòng

tiền cho người đó, điều này có hiệu quả sẽ tạo được sự tin tưởng nhiều hơn đối với thế hệ Gen Z.

Đối với nhân tố PR: Cảm nhận rủi ro, mục hỏi “Chưa có chiến lược rõ ràng” và “Danh mục chưa được tối ưu hóa” có mức độ đồng ý thấp nhất lần lượt (3.95 – 3.86). Điều này có thể hiểu được là thế trẻ Gen Z vẫn chưa tìm được một phương pháp, chiến lược để họ có thể tự đầu tư và lựa chọn được cổ phiếu cho mình, họ vẫn còn do dự khi mua hoặc bán một loại hình đầu tư nào đó. Môi giới có thể lên chiến lược và định hướng cho thế hệ trẻ Gen Z trong quá trình đầu tư và cung cấp các phương pháp để cho thế hệ trẻ Gen Z cải thiện hơn trong đầu tư của mình.

3.3 Giới hạn và hướng nghiên cứu tiếp theo

Đề tài nghiên cứu của tác giả được thực hiện trong thời gian ngắn nên còn khá nhiều sơ sót trong quá trình là nghiên cứu cũng như các cơ sở lý luận đưa ra chưa rõ ràng. Mặc dù đã cố gắng để đảm bảo tính chính xác và độ tin cậy của dữ liệu và phân tích, nhưng vẫn tồn tại một số yếu điểm có thể ảnh hưởng đến sự toàn vẹn và rộng rãi của kết quả nghiên cứu. Một trong những hạn chế lớn của bài nghiên cứu này là về mẫu dữ liệu nghiên cứu không đại diện cho toàn bộ Thế hệ Gen Z. Dữ liệu được thu thập có thể chủ quan và không thể đại diện cho tất cả các phân khúc của thế hệ này, dẫn đến sự hạn chế trong việc tổng quát hóa kết quả.

Hy vọng các bài nghiên cứu sau tăng cường việc thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau và đảm bảo mẫu dữ liệu đủ lớn và đa dạng để đại diện cho các đặc điểm và quan điểm đa dạng của Thế hệ Gen Z. Nghiên cứu có thể mở rộng phạm vi của phân tích để xem xét sâu hơn về các yếu tố tác động, bao gồm cả các yếu tố tài chính, xã hội, văn hóa và tâm lý, và mối tương quan giữa chúng. Tiếp tục theo dõi và xem xét bổ sung thêm các yếu tố mới nhằm đánh giá yếu tố tác động đến ý định đầu tư của Thế hệ Gen Z để nắm bắt các xu hướng mới và thay đổi trong quan điểm và hành vi đầu tư của họ.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu này nhằm mục đích đưa ra các yếu tố tác động đến với ý định đầu tư Chứng khoán của thế hệ Gen Z, nhằm nâng cao và thúc đẩy sự đầu tư của thế hệ Gen Z ngày nay, và củng cố lại về mặt hành vi tài chính cho thế hệ Gen Z. Kết quả nghiên cứu cho thấy ý định đầu tư chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố: Thông tin tài chính và phân tích tài chính; Đặc điểm của doanh nghiệp; Thông tin từ thị trường, báo chí; Khuyến nghị từ môi giới; Nhu cầu tài chính bản thân và Công nghệ kỹ thuật số. Yếu tố Cảm nhận rủi ro tác động ngược chiều đối với ý định đầu tư, điều này thể hiện rằng việc nhà đầu tư ở độ tuổi thế hệ Gen Z không sợ hãi trong việc đầu tư, cổ phiếu sụt giảm hoặc doanh nghiệp đang trong tình trạng kinh doanh không tốt, có thể thế hệ Gen Z thích lợi nhuận cao và đi đôi với rủi ro cao. Đề tài có những đóng góp cho hữu ích cho CTCP Chứng khoán SSI – CN CMT8 và mong muốn phát triển, thúc đẩy đầu tư cho thế hệ Gen Z.

Điều này có thể giúp cho các tổ chức khác trong ngành hiểu rõ hơn về thế hệ Gen Z và tập chung khuyến khích, thúc đẩy nhằm đáp ứng tốt nhu cầu cho Gen Z. Những kết quả từ nghiên cứu cũng có thể áp dụng cho bản thân của các thế hệ Gen Z nhằm cải thiện lại tâm lý đầu tư, nâng cao kiến thức và đầu tư hiệu quả hơn trong tương lai.

PHỤ LỤC 1:

PHIẾU KHẢO SÁT: BẢNG CÂU HỎI

A. THÔNG TIN CHÍNH

Phụ lục 1.1 Phiếu khảo sát

1. Quyết định đầu tư	Mức độ đồng ý				
PI - Sau khi tìm hiểu chứng khoán, bạn sẽ:					
PI1. Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán trong tương lai	1	2	3	4	5
PI2. Tôi sẽ đầu tư vào chứng khoán để kiếm thêm thu nhập	1	2	3	4	5
PI3. Giới thiệu bạn bè, người thân về chứng khoán	1	2	3	4	5
2. Thông tin tài chính và phân tích tài chính	Mức độ đồng ý				
IF - Bạn đọc được các thông tin, phân tích tài chính, bạn cảm thấy:					
IF1. Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo lợi nhuận tốt	1	2	3	4	5
IF2. Doanh nghiệp tôi đầu tư có báo cáo tài chính quý tốt	1	2	3	4	5
IF3. Doanh nghiệp tôi đầu tư có chi trả cổ tức (cổ phiếu, tiền mặt)	1	2	3	4	5
IF4. Doanh nghiệp tôi đầu tư có giá cổ phiếu hấp dẫn	1	2	3	4	5
3. Đặc điểm doanh nghiệp	Mức độ đồng ý				
CH - Tôi quan tâm đến giá trị doanh nghiệp, cụ thể:					
CH1. Sản phẩm và dịch vụ	1	2	3	4	5
CH2. Ban lãnh đạo và ban quản trị	1	2	3	4	5
CH3. Hiệu suất, năng suất của ban lãnh đạo	1	2	3	4	5
CH4. Áp dụng các công nghệ, trí tuệ nhân tạo	1	2	3	4	5
4. Thông tin từ thị trường, báo chí	Mức độ đồng ý				
NE - Tôi quan tâm tin tức từ báo chí liên quan doanh nghiệp, cụ thể:					
NE1. Thị trường kinh tế đang tăng mạnh	1	2	3	4	5
NE2. Tin tích cực từ ban quản trị	1	2	3	4	5
NE3. Chính phủ, nhà nước có chính sách hỗ trợ	1	2	3	4	5
NE4. Nhiều nhà đầu tư quan tâm và đánh giá	1	2	3	4	5
5. Khuyến nghị từ môi giới	Mức độ đồng ý				
RMD - Sau khi xem xong phần khuyến nghị từ môi giới, bạn sẽ:					
RMD1. Tôi sẽ xem xét lời khuyến nghị từ nhà môi giới	1	2	3	4	5
RMD2. Tôi sẽ tham gia vào các group đầu tư của nhà môi giới	1	2	3	4	5
RMD3. Tôi sẽ xem xét nhà môi giới có đủ trình độ và chuyên môn	1	2	3	4	5
RMD4. Tôi sẽ xem xét khi nhà môi giới đưa ra chiến lược đầu tư dựa trên mục tiêu của tôi	1	2	3	4	5

	1	2	3	4	5
6. Nhu cầu tài chính của bản thân	Mức độ đồng ý				
YON - Tôi quan tâm đến nhu cầu:					
YON1 - Tôi muốn có khoản sinh lời cho bản thân	1	2	3	4	5
YON2 - Tôi muốn tối đa hóa dòng tiền nhân rồi của bản thân	1	2	3	4	5
YON3 - Tôi muốn giảm thiểu được rủi ro khi đầu tư	1	2	3	4	5
YON4 - Tôi muốn nhận được cổ tức (cổ phiếu, tiền mặt) hàng năm của doanh nghiệp	1	2	3	4	5
7. Công nghệ kỹ thuật số	Mức độ đồng ý				
TE - Tôi quan tâm đến áp dụng công nghệ kỹ thuật số vào đầu tư, cụ thể:					
TE1. Chiến lược rõ ràng và có hiệu quả	1	2	3	4	5
TE2. Chi báo phân tích kỹ thuật	1	2	3	4	5
TE3. Tổng hợp các thông tin trên phần mềm đầu tư	1	2	3	4	5
TE4. Tăng hiệu suất sinh lời	1	2	3	4	5
8. Cảm nhận về rủi ro	Mức độ đồng ý				
PR - Tôi cảm thấy lo lắng khi mà:					
PR1. Doanh nghiệp không đạt hiệu quả	1	2	3	4	5
PR2. Giá cổ phiếu sụt giảm	1	2	3	4	5
PR3. Chưa có chiến lược rõ ràng	1	2	3	4	5
PR4. Danh mục chưa được tối ưu hóa	1	2	3	4	5

B. THÔNG TIN KHÁCH HÀNG

Phụ lục 1. 2 Thông tin khách hàng

1. Giới tính: <input type="checkbox"/> Nam <input type="checkbox"/> Nữ <input type="checkbox"/> Khác
2. Công việc hiện tại: <input type="checkbox"/> Tài chính <input type="checkbox"/> Ngân hàng <input type="checkbox"/> Dược sĩ <input type="checkbox"/> Khác (vui lòng ghi rõ):
3. Mục đích đầu tư: <input type="checkbox"/> Kiếm thêm thu nhập <input type="checkbox"/> Gửi tiết kiệm <input type="checkbox"/> Tìm tài <input type="checkbox"/> Khác

PHỤ LỤC 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH

- Phân tích nhân tố khám phá-EFA lần 1:

Phụ lục 2. 1 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.649
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	1246.709
df	378
Sig.	.000

Phụ lục 2. 2 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.801	10.003	10.003	2.801	10.003	10.003	2.386	8.523	8.523
2	2.636	9.413	19.416	2.636	9.413	19.416	2.331	8.324	16.847
3	2.320	8.285	27.701	2.320	8.285	27.701	2.276	8.127	24.974
4	2.168	7.743	35.444	2.168	7.743	35.444	2.258	8.064	33.038
5	2.085	7.445	42.889	2.085	7.445	42.889	2.227	7.953	40.991
6	1.829	6.533	49.421	1.829	6.533	49.421	2.157	7.705	48.696
7	1.718	6.137	55.558	1.718	6.137	55.558	1.910	6.821	55.517
8	1.126	4.022	59.580	1.126	4.022	59.580	1.138	4.063	59.580
9	.878	3.135	62.714						
10	.838	2.992	65.707						
11	.792	2.830	68.537						
12	.790	2.821	71.358						
13	.769	2.748	74.105						
14	.705	2.516	76.622						
15	.649	2.319	78.940						
16	.631	2.253	81.194						
17	.588	2.100	83.293						
18	.565	2.019	85.312						

19	.516	1.842	87.154					
20	.506	1.807	88.961					
21	.479	1.709	90.670					
22	.468	1.672	92.342					
23	.433	1.545	93.887					
24	.405	1.448	95.335					
25	.372	1.329	96.663					
26	.357	1.276	97.940					
27	.301	1.076	99.016					
28	.276	.984	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Phụ lục 2. 3 Rotated Component Matrixa

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
IF4	.782							
IF1	.756							
IF3	.747							
IF2	.742							
RMD4		.756						
RMD2		.751						
RMD1		.749						
RMD3		.706						
NE3			.746					
NE4			.744					
NE2			.739					
NE1			.735					
TE2				.758				
TE4				.754				
TE3				.713				
TE1				.703				

YON4					.799			
YON3					.736			
YON1					.702			
YON2					.686			
PR2						.742		
PR3						.725		
PR4						.716		
PR1						.695		
CH1							.784	
CH3							.771	
CH2							.761	
CH4								.884

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

- Phân tích nhân tố khám phá EFA – lần 2:

Phụ lục 2. 4 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.653
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	1230.137
df	351
Sig.	.000

Phụ lục 2. 5 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.800	10.372	10.372	2.800	10.372	10.372	2.385	8.834	8.834
2	2.635	9.761	20.133	2.635	9.761	20.133	2.328	8.623	17.457
3	2.320	8.591	28.724	2.320	8.591	28.724	2.274	8.422	25.879
4	2.168	8.028	36.752	2.168	8.028	36.752	2.257	8.358	34.237
5	2.083	7.716	44.468	2.083	7.716	44.468	2.225	8.240	42.478
6	1.810	6.705	51.173	1.810	6.705	51.173	2.158	7.994	50.471
7	1.717	6.358	57.531	1.717	6.358	57.531	1.906	7.060	57.531
8	.892	3.304	60.834						
9	.857	3.174	64.008						
10	.818	3.029	67.037						
11	.792	2.935	69.971						
12	.779	2.885	72.856						
13	.710	2.629	75.485						
14	.661	2.449	77.934						
15	.635	2.353	80.287						
16	.607	2.249	82.536						
17	.570	2.109	84.645						
18	.516	1.910	86.556						
19	.506	1.874	88.429						
20	.484	1.791	90.221						
21	.472	1.750	91.970						
22	.445	1.647	93.617						
23	.415	1.538	95.155						
24	.372	1.379	96.534						
25	.358	1.326	97.860						
26	.302	1.119	98.979						
27	.276	1.021	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Phụ lục 2. 6 Rotated Component Matrix^a

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
IF4	.784						
IF1	.753						
IF3	.748						
IF2	.742						
RMD4		.757					
RMD2		.751					
RMD1		.750					
RMD3		.706					
NE3			.746				
NE4			.741				
NE2			.740				
NE1			.738				
TE2				.758			
TE4				.754			
TE3				.713			
TE1				.703			
YON4					.799		
YON3					.736		
YON1					.702		
YON2					.686		
PR2						.743	
PR3						.724	
PR4						.717	
PR1						.695	
CH1							.788
CH3							.768
CH2							.761

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a
 a. Rotation converged in 6 iterations.

Phụ lục 2. 7 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.643
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	68.016
df	3
Sig.	.000

Phụ lục 2. 8 Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.722	57.404	57.404	1.722	57.404	57.404
2	.686	22.852	80.256			
3	.592	19.744	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Phụ lục 2. 9 Component Matrix

	Component
	1
PI3	.782
PI1	.765
PI2	.725

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

- Đo lường hệ số Cronbach's Alpha:

Phụ lục 2. 10 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	4

Phụ lục 2. 11 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IF1	11.14	1.725	.556	.700
IF2	11.51	1.741	.554	.701
IF3	11.39	1.886	.539	.708
IF4	11.40	1.877	.573	.692

Phụ lục 2. 12 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.677	3

Phụ lục 2. 13 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CH1	7.736	.748	.489	.591
CH2	7.565	.883	.484	.591
CH3	7.674	.856	.504	.566

Phụ lục 2. 14 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	4

Phụ lục 2. 15 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NE1	11.642	1.648	.524	.674
NE2	11.839	1.688	.527	.672
NE3	11.694	1.682	.517	.678
NE4	11.705	1.709	.529	.671

Phụ lục 2. 16 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	4

Phụ lục 2. 17 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RMD1	11.49	1.668	.538	.675
RMD2	11.42	1.569	.550	.669
RMD3	11.47	1.782	.487	.703
RMD4	11.33	1.671	.550	.668

Phụ lục 2. 18 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	4

Phụ lục 2. 19 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YON1	11.35	1.771	.468	.683
YON2	11.59	1.786	.475	.679
YON3	11.51	1.637	.499	.667
YON4	11.58	1.589	.599	.604

Phụ lục 2. 20 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	4

Phụ lục 2. 21 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TE1	11.37	1.725	.486	.677
TE2	11.41	1.650	.540	.644
TE3	11.50	1.689	.507	.664

TE4	11.30	1.805	.514	.661
-----	-------	-------	------	------

Phụ lục 2. 22 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	4

Phụ lục 2. 23 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PR1	11.34	1.464	.467	.647
PR2	11.61	1.365	.522	.610
PR3	11.27	1.573	.470	.644
PR4	11.18	1.604	.483	.638

Phụ lục 2. 24 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	3

Phụ lục 2. 25 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI1	7.58	.912	.446	.519
PI2	7.75	.982	.404	.577
PI3	7.65	.874	.465	.491

- Đặt tên các nhân tố mới:

COMPUTE IF=MEAN(IF1,IF2,IF3,IF4). EXECUTE.

COMPUTE CH=MEAN(CH1,CH2,CH3). EXECUTE.

COMPUTENEF=MEAN(NE1,NE2,NE3,NE4).EXECUTE.

COMPUTE RMD=MEAN(RMD1,RMD2,RMD3,RMD4).EXECUTE.

COMPUTE YON=MEAN(YON1,YON2,YON3,YON4).EXECUTE.

COMPUTE TE=MEAN(TE1,TE2,TE3,TE4).EXECUTE.

COMPUTE PR=MEAN(PR1,PR2,PR3,PR4).EXECUTE.

COMPUTE PI=MEAN(PI1,PI2,PI3).EXECUTE.

CORRELATIONS

/VARIABLES=IF CH NEF RMD YON TE PR PI

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

- Ma trận tương quan:

Phụ lục 2. 26 Correlations

		IF	CH	NEF	RMD	YON	TE	PR	PI
IF	Pearson Correlation	1	-.012	-.039	-.080	.031	.082	-.005	.235**
	Sig. (2-tailed)		.866	.594	.267	.668	.258	.941	.001
	N	193	193	193	193	193	193	193	193
CH	Pearson Correlation	-.012	1	-.035	-.028	-.025	.080	-.019	.308**
	Sig. (2-tailed)	.866		.633	.696	.729	.269	.794	.000
	N	193	193	193	193	193	193	193	193
NEF	Pearson Correlation	-.039	-.035	1	.061	.041	-.005	.134	.171*
	Sig. (2-tailed)	.594	.633		.398	.572	.942	.063	.017
	N	193	193	193	193	193	193	193	193
RMD	Pearson Correlation	-.080	-.028	.061	1	.105	-.030	.105	.192**
	Sig. (2-tailed)	.267	.696	.398		.147	.676	.145	.008
	N	193	193	193	193	193	193	193	193
YON	Pearson Correlation	.031	-.025	.041	.105	1	.113	-.027	.322**
	Sig. (2-tailed)	.668	.729	.572	.147		.119	.706	.000
	N	193	193	193	193	193	193	193	193
TE	Pearson Correlation	.082	.080	-.005	-.030	.113	1	.036	.331**
	Sig. (2-tailed)	.258	.269	.942	.676	.119		.618	.000
	N	193	193	193	193	193	193	193	193
PR	Pearson Correlation	-.005	-.019	.134	.105	-.027	.036	1	-.395**
	Sig. (2-tailed)	.941	.794	.063	.145	.706	.618		.000
	N	193	193	193	193	193	193	193	193
PI	Pearson Correlation	.235**	.308**	.171*	.192**	.322**	.331**	-.395**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.017	.008	.000	.000	.000	

N	193	193	193	193	193	193	193	193
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Phân tích hồi quy tuyến tính:

Phụ lục 2. 27 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.580	.565	.29109

a. Predictors: (Constant), PR, IF, CH, YON, NEF, TE, RMD

b. Dependent Variable: PI

Phụ lục 2. 28 ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.682	7	3.097	36.555	.000 ^b
	Residual	15.676	185	.085		
	Total	37.358	192			

a. Dependent Variable: PI

b. Predictors: (Constant), PR, IF, CH, YON, NEF, TE, RMD

Phụ lục 2. 29 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.401	.483		-.830	.408		
	IF	.238	.049	.233	4.853	.000	.985	1.016
	CH	.314	.050	.301	6.279	.000	.990	1.010
	NEF	.242	.051	.227	4.719	.000	.976	1.025
	RMD	.251	.052	.235	4.855	.000	.967	1.034
	YON	.259	.051	.244	5.049	.000	.970	1.031
	TE	.300	.051	.285	5.890	.000	.971	1.030
	PR	-.506	.055	-.447	-9.227	.000	.968	1.033

a. Dependent Variable: PI

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Trong nước:

- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Tài liệu học tập Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS 2008 tập 1*.
- Lê Hà Diễm Chi (2020), *Các yếu tố đặc trưng của doanh nghiệp ảnh hưởng đến biến động giá cổ phiếu niêm yết trên sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh*, Tạp chí Kinh tế và Ngân hàng Châu Á tháng 01.02.2021 số 178+179.
- Nguyễn Thị Bích Thủy và cộng sự (2023), *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định đầu tư chứng khoán: nghiên cứu đối với các nhà đầu tư th hệ z tại Việt Nam*, JED-1012j.
- Nguyễn Thị Ngọc Diệp và Nguyễn Minh Kiều (2013), *Các yếu tố tài chính ảnh hưởng đến quyết định đầu tư của nhà đầu tư cá nhân tại sàn giao dịch*.
- Phan Trần Trung Dũng (2020), *Các Nhân Tố Tác Động Tới Ý Định Đầu Tư Chứng Khoán Phái Sinh Của Nhà Đầu Tư Cá Nhân: Trường Hợp Nghiên Cứu Tại Việt Nam*, Kinh tế và Quản lý ISSN 1859-3666
- Trương Đông Lộc (2014), *Các nhân tố ảnh hưởng đến sự thay đổi giá của cổ phiếu: các bằng chứng từ sở giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh*.
- Võ Thị Hiếu, Bùi Hữu Phước và Bùi Nhất Vương (2020), *Tác động của các yếu tố hành vi đến quyết định và hiệu quả đầu tư của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh*.
- Thùy Lê (2019), *Chiến lược giáo dục tài chính tại Đông Nam Á: Thực trạng và giải pháp*

Nước ngoài:

- Ajzen, I. (1991), *The theory of planned behavior. Organizational behavior and human decision processes*, 50 (2), 179-21.
- Ali, Thanh và Sachithra (2021), *The Application of Digital Technology and the Learning Characteristics of Generation Z in Higher Education*.
- Allen và cộng sự, 2002, *E-Finance: An Introduction*, Franklin Allen James McAndrews Philip Strahan 01-36.

- Alzomania và Al-Khadhiri (2013), *Impact of Internal Factors on Bank Profitability*:
- Bajtelsmit và Bernasek (1996), *Why Do Women Invest Differently Than Men?*, Financial Counseling and Planning, Volume 7, 1996.
- Bajtelsmit, Bernasek và Jianakoplos (1999), *Gender differences in defined contribution pension decisions*, Financial Services Review 8 (1999) 1–10.
- Bakar và Yi (2016), *The Impact of Psychological Factors on Investors' Decision Making in Malaysian Stock Market: A Case of Klang Valley and Pahang*, Procedia Economics and Finance 35 (2016) 319 – 328.
- Balog (1991), *Analysts' Earnings Forecasts and Stock Recommendations: A Comparative Study*, 0306-686X.
- Biggs (1984), *The Role of Earnings Forecasts in Stock Recommendations*, MA 02163 617.495.6125.
- Britt và cộng sự (2012), *Assessing Client Stress and Why It Matters to Financial Advisors*, ISSN 1537-1816.
- Buzzell và Gale (1987), *The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance*, ISBN 0-02-904430-8.
- Chiu và cộng sự (2014), *Understanding customers' repeat purchase intentions in B2C e-commerce: the roles of utilitarian value, hedonic value and perceived risk*, Information Systems Journal Volume 24, Issue 1.
- Claudia-MN (2019), *Energy*, Energy 187 (2019) 116003.
- Comparative Study between Saudi Arabia and Jordan*, Journal of Applied Finance & Banking, vol. 4, no. 1, 2014, 125-140.
- Dana Schwieger và cộng sự, (2018), *Information Systems Education Journal*, Volume 16, No. 3 June 2018 ISSN: 1545-679X.
- Danes và Hira (1987), *Money Management Knowledge of College Students*, Vol 17, Issue 1.
- David L. Loudon, Albert J, Della Bitta (1989) *Consumer Behavior: Concepts and Applications; McGraw-Hill International editions: Marketing series 0 trong tổng số McGraw-Hill series in marketing*, ISSN 2691-4433.

- Davis, F.D, Bagozzi, R.P. and Warshaw, P.R, (1992). *Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace*, Journal of Applied Social Psychology, 22(14), 1111-1132.
- Davis, F.D. (1989), *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, 13(3), 319-340.
- Epstein, M. (1994), *The demand for social information by individual investors: Evidence from annual reports*. Journal of Accounting Research, 32(2), 115-135.
- Garman và Fogue (1999), *Personal finance*, e-Book.
- Givoly và Lakonishok (1984), *The Quality of Analysts' Forecasts of Earnings*, ISSN: 0015-198X (Print) 1938-3312
- Hallahan, Faff và McKenzie (2004), *An empirical investigation of personal financial risk tolerance*, Financial Services Review 13 (2004) 57–78.
- Hariharan, Chapman và Domian (2000), *Risk tolerance and asset allocation for investors nearing retirement*, Financial Services Review 9 (2000) 159–170.
- Hooi, Albaity, và Ibrahimy (2015), *Determinants of capital structure: evidence from Malaysian firms*, Vol. 12 No. 3/4, 2020.
- Joo & Grable (2004), *An Exploratory Framework of the Determinants of Financial Satisfaction*, Journal of Family and Economic Issues, Vol. 25(1), Spring 2004 □ 2004 Human Sciences Press, Inc.
- Kapil Sharma (2012), *Impact of Dividend Policy on the Value of Indian Banks*, ISSN 0973-3167.
- Katarina Zager và Lajos Zager (2006), *The role of financial information in decision making process*, Special Edition on Consumer Satisfaction – Global Perspective.
- Kim và cộng sự (2009), *Trust and Satisfaction, Two Stepping Stones for Successful ECommerce Relationships: A Longitudinal Exploration*, Information Systems Research. 20, (2), 237-257.
- Krishnan và Booker (2002), *Investors' Use of Analysts' Recommendations*, Behavioral Research in Accounting (2002) 14 (1): 129–156.
- Kusmawati, D. (2011), *The role of financial literacy on investment intention: A case of Indonesian students*. International Journal of Business and Society, 12(1), 141-152.

- Lai, K.-W., and Hong, K.-S. (2015) *Technology Use and Learning Characteristics of Students in Higher Education: Do Generational Differences Exist?*, British Journal of Educational Technology (46:4), pp 725-738.
- Lashgari và cộng sự (2014), *The Effect of Financial Leverage on the Growth Rate of Companies*, e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925. Volume 5, Issue 3. (Sep.-Oct. 2014), PP 17-25.
- Lee, David Kuo Chuen (2015a), *Handbook of Digital Currency: Bitcoin, Innovation, Financial Instruments, and Big Data*, 1st Edition, ISBN-9780128021170, Academic Press.
- Liang (2006), *Mining associations between web stock news volumes and stock prices*, International Journal of Systems Science Vol. 37, No. 13, 20 October 2006, 919–930.
- Lim, Soutar, và Lee (2013), *Factors Affecting Investment Intentions: A Consumer Behaviour Perspective*, ISBN 978-3-319-30885-2.
- Lusardi và Mitchell (2007), *Baby Boomer Retirement Security: The Roles Of Planning, Financial Literacy, And Housing Wealth*, JEL No. D91,E21.
- Mandelbaum, A. (2016), *What Should Your Hotel Know About Generation Z?*
- Mayfield và cộng sự (2008), *Investment Management and Personality Type*, Financial Services Review 17 (2008) 219 –236.
- Megawangi (1989), *The Development of Financial Skills for Personal Growth*, ISSN: (Online) 2071-3185, (Print) 2522-7343.
- Mehmood và ctg (2019), *Value-at-Risk Analysis for Measuring Stochastic Volatility of Stock Returns: Using GARCH-Based Dynamic Conditional Correlation Model*, DOI: 10.1177/2158244021100575.
- Mihály Ormos và Miklós Vázsonyi (2011), *Impacts of Public News on Stock Market Prices: Evidence from, S và P500*. Vol. , Issue. 2, February 2011(pp.01-17).
- Mitchell (1999), *Consumer perceived risk: conceptualisations and models*, Vol. 33 Iss 1/2 pp. 163 – 195.
- Mugo (2016), *The Power of Financial Knowledge in Decision Making*, NBER Working Paper No. 17821.

- Muhammad Ilyas, Moeljadi và Achmad Hemly Djawahir (2021). *The effect of financial knowledge and financial well-being on investment intention mediated by financial attitude: A study on millennial generation and Gen Z in Malang City*, *Research in Business & Social Science*, IJRBS vol 10 no 8 ISSN: 2147 – 4478.
- Muhammad Naeem Akhtar và Iram Batool (2014), *Psychological Factors, Information Asymmetry And Investment Decision-Making*, *Actual problems of economics*.
- Nagy RA, Obenberger RW (1994), *Factors influencing individual investor behavior*, *Financ. Anal. J.*, 63-68
- Nga và Yien (2013), *The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start-Up Intentions*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 95, No. 2 (August 2010), pp. 259-282.
- Noctor và cộng sự (1992), *Financial literacy: a discussion of concepts and competences of financial literacy and opportunities for its introduction into young people's learning*, London: National Foundation for Educational Research.
- Pajar, A. (2017), *The influence of financial literacy on investment intention and investment behavior among college students in Indonesia*. *Journal of Economics, Finance and Banking*, 15(1), 1-10.
- Pol, P., & Kl, B. (2019), *Education sciences Mobile Technology and Generation Z in the English Language Classroom — A Preliminary Study*, *Education Sciences*, 9(3), 1–11.
- Prensky, M. (2001), *Digital natives, digital immigrants. On the Horizon*. NCB University Press, Vol 9(5).
- Regina Aprilia, Hardi Hardi và Al-Azhar A (2017), *Pengaruh Financial Stability, Personal Financial Need, Ineffective Monitoring, Change in Auditor Dan Change in Director Terhadap Financial Statement Fraud Dalam Perspektif Fraud Diamond*. *JOM Fekon Vol.4 No.1 (Februari) 2017*.
- Richard Rogers (2017), *Digital Methods for Cross-platform Analysis, To appear in Jean Burgess et al. (eds.), The SAGE Handbook of Social Media*. London:

- Riki Efendi và Rina Trisnawati (2023), *Analysis of factors affecting student's interest in investing in the capital market*, InCaF Proceeding of International Conference on Accounting and Finance, Vol.1, 2023, PP: 19-25.
- Robert W. Fairlie và Alicia M. Robb (2009), *Gender differences in business performance: evidence from the Characteristics of Business Owners*, Uc santa cruz previously published works.
- Roni Michaely và Kent L. Womack (1999), *Brokerage Recommendations: Stylized Characteristics, Market Responses, and Biases, Behavioral Finance II*, Advances in Behavioral Finance II, 2005 – Citeseer.
- Rothwell và Zegveld, *Innovation and the Small and Medium-Sized Firm*, Frances Pinter, London, 1982.
- Sage, 2017.
- Sathiyamurthi và cộng sự (2021), *Computational analysis and intelligence for mediating effect of investment knowledge on investment intention and investment behaviors*. 2214-7853 2021 Elsevier Ltd.
- Scheinkman và Xiong (2003), *Overconfidence and Speculative Bubbles*.
- Septyanto (2013), *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investor Individu Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Sekuritas Di Bursa Efek Indonesia (Bei)*, Jurnal Ekonomi, Volume 4 Nomor 2, November 2013.
- Shafeeq Ahmad (2017), *Factors Influencing Individual Investors' Behavior: An Empirical Study of Pakistan Financial Markets*, DOI: 10.4172/2167-0234.1000297.
- Shiller (2000), *Measuring bubble expectations and investor confidence*, JEL No. G12.
- Skousen, Christopher J., Kevin R. Smith, and Charlotte J. Wright (2009) *Detecting and Predicting Financial Statement Fraud: The Effectiveness of The Fraud Triangle and SAS No.99*". *Journal of Advances in Financial Economics*, Vol. 13, pp. 53-81.
- Stephen Roper (1998), *Entrepreneurial Characteristics, Strategic Choice and Small Business Performance*. *Small Business Economics*, Vol. 11, No.1(Aug., 1998), pp. 11-24.

- Sun và cộng sự (2021), Green Finance, Fintech and Environmental Protection: Evidence from China. *Environ. Sci. Ecotechnology* 2021, 7, 100107.
- Ton và Dao (2014), *The Effects of Psychology on Individual Investors' Behaviors: Evidence from the Vietnam Stock Exchange*, *Journal of Management and Sustainability*; Vol. 4, No. 3; 2014 ISSN 1925-4725 E-ISSN 1925-4733.
- Venkatesh và Davis (2000), *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*, *Management Science* 46(2):186-204.
- Wang (2001). *Overconfidence, Investor Sentiment, and Evolution*. *Journal of Financial Intermediation* 10, 138–170 (2001)
- Waweru và cộng sự, (2008), *The effects of behavioural factors in investment decision-making: a survey of institutional investors operating at the Nairobi Stock Exchange*, *Int. J. Business and Emerging Markets*, Vol. 1, No. 1, 2008
- Wiasuti và Lestari (2020), *The generation Z characteristics and hotel choices*.
- Zask (2001) , *The E-finance report*, ISBN: 0071364277.
- Zuravicky, (2005), *The Stock Market*,QA117.Z87 2005.