

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

CÁC YẾU TỐ NHẬP NGẬP QUY ĐỊNH MUA
BẢO HIỂM VẬT CHẤT XE Ô TÔ CỦA KHÁCH HÀNG
TẠI CÔNG TY BẢO HIỂM XUÂN THÀNH

HOÀNG VĂN HUYNH

Niên khóa 2015 - 2019

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



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA
BẢO HIỂM VẬT CHẤT XE Ô TÔ CỦA KHÁCH HÀNG
TẠI CÔNG TY BẢO HIỂM XUÂN THÀNH

Giảng viên hướng dẫn
ThS. Nguyễn Thị Trà My

Sinh viên thực hiện
Hoàng Văn Tuấn
Lớp: K49C – Quản Trị Kinh Doanh
Niên khóa: 2015-2019

Huế, tháng 04/2019

Lời Cảm Ơn

Lời đầu tiên cho phép tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý thầy cô Trường Đại Học Kinh Tế Huế, đặc biệt là quý thầy cô thuộc Khoa Quản trị kinh doanh đã tận tình giảng dạy, truyền thụ những bài học kiến thức sâu sắc và kinh nghiệm rất quý báu giúp tôi có được những hành trang kiến thức cần thiết. Kiến thức và kinh nghiệm mà tôi học được không chỉ là nền tảng để tôi hoàn thành tốt đề tài khóa luận nghiên cứu lần này mà còn là hành trang quý báu trong quá trình công tác sau này.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến cô Th.S Nguyễn Thị Trà My đã chu đáo, ân cần theo sát, tận tình định hướng và dẫn dắt tôi trong quá trình thực tập và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Tôi cũng xin chân thành cảm ơn ban lãnh đạo và toàn thể nhân viên Công ty Bảo hiểm Xuân Thành đã nhiệt tình giúp đỡ, cung cấp số liệu cần thiết và tạo mọi điều kiện thuận lợi để tôi có thể hoàn thành tốt khóa luận tốt nghiệp.

Cuối cùng, tôi xin cảm ơn gia đình, bạn bè, người thân đã động viên, khích lệ tôi cả về vật chất lẫn tinh thần trong suốt quá trình học tập và hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Mặc dù có nhiều cố gắng, nhưng do thời gian có hạn, trình độ và kỹ năng của bản thân còn nhiều hạn chế khiến bài nghiên cứu không tránh khỏi những thiếu sót nên tôi kính mong nhận được lời góp ý xây dựng của quý thầy cô và các bạn sinh viên để luận văn của tôi được hoàn thiện hơn. Xin chân thành cảm ơn!

Huế, tháng 4 năm 2019

Sinh viên thực hiện

Hoàng Văn Huấn

Tr

DANH MỤC VIẾT TẮT

XTI : Công ty cổ phần bảo hiểm Xuân Thành

BHVC : Bảo hiểm vật chất

XCG: Xe cộ gia

GCSNBH : Công ty cổ phần bảo hiểm

PJICO: Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex

PTI: Công ty cổ phần bảo hiểm bưu điện

BIC: Công ty cổ phần bảo hiểm BIDV

QUACERT: Trung tâm chứng nhận tiêu chuẩn

THDS : Trách nhiệm dân sự

MỤC LỤC

DANH MỤC VIẾT TẮT.....	i
DANH MỤC BẢNG.....	v
DANH MỤC BÍU ĐÓNG.....	vii
DANH MỤC HÌNH.....	vii
DANH MỤC SƠ ĐỒ.....	vii
PHẦN I: ĐỀ TÀI VÀ NỘI DUNG.....	8
1.1 Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu.....	8
1.2. Mục tiêu nghiên cứu.....	9
1.2.1 Mục tiêu chung.....	9
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	9
1.2.3 Câu hỏi nghiên cứu.....	9
1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	9
1.3.1 Đối tượng nghiên cứu.....	10
1.3.2 Đối tượng điểu tra.....	10
1.3.3 Phạm vi nghiên cứu.....	10
1.4. Phương pháp nghiên cứu.....	10
1.4.1 Phương pháp thu thập thông tin, số liệu, tài liệu.....	10
1.4.1.1 Dữ liệu thứ cấp.....	10
1.4.1.2. Dữ liệu sơ cấp.....	10
1.4.2 Phương pháp phân tích xử lý số liệu thống kê.....	12
1.5 Quy trình nghiên cứu.....	13
1.6 Cấu trúc khóa luận.....	14
PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU.....	14
CHƯƠNG I: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN LIÊN QUAN ĐẾN	
HÀNH VI MUA BẢO HIỂM VẬT CHẤT XE Ô TÔ CỦA KHÁCH HÀNG.....	14
1.1 Cơ sở lý luận.....	15
1.1.1 Tổng quan về bảo hiểm và BHVC xe ô tô.....	15
1.1.1.1 Khái niệm chung về bảo hiểm.....	15
1.1.1.2 Các loại hình bảo hiểm.....	15
1.1.1.3 Bảo hiểm xe cộ.....	16
1.1.1.4 Bảo hiểm vật chất xe ô tô.....	18

1.1.2 Lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô.....	28
1.1.2.1 Các yếu tố ảnh hưởng đến hành vi người tiêu dùng.....	28
1.1.2.2 Quá trình quyết định mua của người tiêu dùng.....	32
1.1.3 Các mô hình nghiên cứu hành vi người tiêu dùng.....	35
1.1.3.1 Mô hình học thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action Models- TRA).....	35
1.1.3.2. Mô hình hành vi hoạch định (Theory of Planned Behaviour- TPB).....	36
1.1.3.3 Lý thuyết về hành vi mua bảo hiểm.....	37
1.2 Các số liệu.....	40
1.2.1 Tổng quan thị trường bảo hiểm xe ô tô.....	40
1.2.2 Mô hình quyết định mua bảo hiểm vật chất xe ô tô.....	41
CHƯƠNG II: NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH MUA BẢO HIỂM VẬT CHẤT XE Ô TÔ CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÔNG TY BẢO HIỂM XUÂN THÀNH	45
2.1 Tổng quan về Công ty Bảo hiểm Xuân Thành.....	45
2.1.1 Giới thiệu chung về Tổng công ty cổ phần Bảo Hiểm Xuân Thành (XTI).....	45
2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của Tổng công ty cổ phần bảo hiểm Xuân Thành.....	46
2.1.3 Các chủ sở hữu và bộ máy quản lý.....	48
2.2.1 Thị trường kinh doanh bảo hiểm vật chất xe ô tô tại công ty bảo hiểm Xuân Thành.....	53
2.2.1.1 Tình hình khai thác bảo hiểm vật chất xe ô tô tại XTI.....	53
2.2.1.2 Năng suất lao động, khó khăn và kết quả đạt được của XTI trong những năm qua ..	56
2.3. Kết quả nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô tại Công ty Bảo hiểm Xuân Thành.....	58
2.3.1 Thang kê mô tả.....	58
2.3.1.1 Thang kê mô tả chung để đo lường phản ứng.....	58
2.3.1.2 Thang kê mô tả để đo lường hành vi mua nghiên cứu.....	65
2.3.2 Kiểm tra độ tin cậy của thang đo trước khi tiến hành rút trích các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô của khách hàng.....	67
2.3.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	71
2.3.4 Phân tích hồi quy.....	73

2.3.4.1 Phân tích hời quy để xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định mua bảo hiểm vật chất xe ô tô của khách hàng.	73
2.3.4.2 Kiểm định các khiếm khuyết của mô hình hời quy tuyến tính bội.	75
2.3.5 Kiểm định giá trị trung bình để đánh giá mức độ tác động của các yếu tố đến quyết định mua bảo hiểm vật chất xe ô tô của khách hàng.	80
2.3.5.1 Kiểm định giá trị trung bình các yếu tố trong thang đo “Động cơ mua BHVC xe ô tô”.	80
2.3.5.2 Kiểm định giá trị trung bình các yếu tố trong thang đo “Thăng tiến hiệu công ty bảo hiểm”.	81
2.3.5.3 Kiểm định giá trị trung bình các yếu tố trong thang đo “Dịch vụ khách hàng”	82
CHƯƠNG III: ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP KINH DOANH BẢO HIỂM VẬT CHẤT Ô TÔ CHO CÔNG TY BẢO HIỂM XUÂN THÀNH.	84
3.1 Định hướng kinh doanh của XTI trong 3 năm 2019 – 2021.	84
3.1.1 Định hướng chung.	84
3.1.2 Định hướng kinh doanh bảo hiểm vật chất xe ô tô của XTI.	86
3.2 Giải pháp kinh doanh bảo hiểm vật chất xe ô tô cho XTI.	86
3.2.1 Thúc đẩy động cơ mua BHVC xe ô tô của khách hàng.	86
3.2.2 Tăng cường chất lượng dịch vụ.	87
3.2.3 Phát triển thương hiệu công ty.	88
3.2.4 Công tác tổ chức cán bộ, đội lý.	88
3.2.5 Đầu tư cơ sở vật chất, công nghệ thông tin.	89
PHỤ LỤC III: KẾT LUẬN.	90
3.1 Kết luận.	90
3.2 Hạn chế của dữ liệu và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo.	Error! Bookmark not defined.
3.3 Kiến nghị với công ty bảo hiểm Xuân Thành.	90
TÀI LIỆU THAM KHẢO.	92

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Thang đo lường các yếu tố ảnh hưởng quyết định mua BHVC xe ô tô.....	43
Bảng 2.2: Kết quả hoạt động kinh doanh của XTI qua 3 năm 2015 -2017	51
Bảng 2.3: Tình hình thực hiện công tác khai thác bảo hiểm vật chất xe ô tô.....	54
Bảng 2.4 Thang kê ghi nhận tính khách hàng.....	59
Bảng 2.5 Thang kê đầu tư khách hàng	59
Bảng 2.6: Thang kê trình độ học vấn của khách hàng.....	60
Bảng 2.7: Thang kê nghề nghiệp khách hàng.....	61
Bảng 2.8 Thu nhập trung bình của khách hàng	62
Bảng 2.9: Thang kê nơi cư trú của khách hàng	64
Bảng 2.10: Thang kê tình trạng hôn nhân của khách hàng	64
Bảng 2.11: Thang kê thời gian mua BHVC, địa điểm mua, mục đích sử dụng và số lần va chạm của khách hàng	65
Bảng 2.12: Thang kê kênh thông tin khách hàng biết đến BHVC xe ô tô	67
Bảng 2.13: Đánh giá độ tin cậy của thang đo trước khi tiến hành kiểm định	68
Bảng 2.14 Kết quả phân tích biến phụ thuộc “Quyết định mua”	70
Bảng 2.15 Kiểm định KMO và Bartlett’s Test cho biến “Quyết định mua”	70
Bảng 2.16 Kết quả phân tích hệ số Cronbach’s Alpha cho biến “Quyết định mua”	70
Bảng 2.17 Kiểm định KMO và Bartlett cho 5 biến quan sát.....	71
Bảng 2.18 Kết quả phân tích nhân tố EFA	71
Bảng 2.19: Thang kê phân tích hệ số hồi quy (Model summary)	74
Bảng 2.20 Kết quả kiểm định ANOVA.....	74
Bảng 2.21 Kết quả mô hình hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm của khách hàng.....	75

Bảng 2.22 Kiểm định đa biến tuyến.....	78
Bảng 2.23 Kiểm định One Sample T-test với các tiêu chí của thành phần “Ý kiến nhóm tham khảo”	80
Bảng 2.24 Kiểm định One Sample T-test với các tiêu chí “Thị trường hiệu công ty báo hiệu”	81
Bảng 2.25: Kiểm định One Sample T-test với các tiêu chí của nhân tố “Dịch vụ khách hàng”	83

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Bảng trình độ học vấn của khách hàng	60
Bảng 2.2: Thông kê nghề nghiệp khách hàng	62
Bảng 2.3: Thông kê thu nhập khách hàng	63
Bảng 2.4 : Bảng độ biến thiên mối quan hệ giữa giá trị dự đoán và phần dư	77
Bảng 2.5: Bảng phân phối của phần dư	78

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1: Các loại hình báo hiệu xe cộ giao	17
Hình 2.2 : Quy trình xử lý báo hiệu báo hiệu vật chướng ngại vật xe ô tô	24
Hình 2.3: Quá trình quy định mua (Kotler & Armstrong).....	32
Hình 2.4: Thuyết hành động hợp lý (TRA)	36
Hình 2.5: Mô hình hành vi hoạch định.....	37
Hình 2.6: Nhu cầu mua báo hiệu phản ánh	37
Hình 2.7: Mô hình nghiên cứu trước dự án	41
Hình 2.8: Mô hình nghiên cứu sau khi quy	79

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1: Quy trình nghiên cứu tài	14
Sơ đồ 2.1: Sơ đồ báo máy tính	48

PHẦN 1: ĐẶT VẤN ĐỀ

1.1 Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Trong bối cảnh nền kinh tế - xã hội phát triển, sự phát triển giao thông trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng ngày càng tăng cao. Để đáp ứng nhu cầu vận chuyển hàng hoá cũng như lưu thông, mạng XCG ngày càng tăng trong lúc hệ thống cơ sở hạ tầng giao thông Việt Nam còn thấp kém, chưa đáp ứng được với sự gia tăng của các phương tiện giao thông, dẫn đến tai nạn giao thông ngày một tăng cao và mức độ tổn thất ngày càng nghiêm trọng. Theo số liệu của Tổng Cục Thống kê, năm 2017, trên địa bàn cả nước đã xảy ra 20.280 vụ tai nạn giao thông. Trong đó, bao gồm 9.770 vụ tai nạn giao thông tử vong nghiêm trọng trở lên và 10.310 vụ va chạm giao thông.

Nhóm giảm thiểu các tổn thất do tai nạn giao thông gây ra, một trong những biện pháp hiệu quả góp phần vào việc khắc phục các tổn thất cho các đối tượng khi tham gia giao thông không may gặp rủi ro là việc sử dụng dịch vụ bảo hiểm của các doanh nghiệp triển khai kinh doanh bảo hiểm xe cơ giới.

Công ty Bảo Hiểm Xuân Thành Bắc Miền Trung trực thuộc Tổng Công ty bảo hiểm Xuân Thành có trụ sở chính tại Hà Nội. Công ty hoạt động và kinh doanh chủ yếu trong lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ. Bảo hiểm XCG là một nghiệp vụ bảo hiểm truyền thống của công ty. Bảo Hiểm Xuân Thành đã triển khai nghiệp vụ này trên địa bàn Tỉnh T.T Huế trong suốt 8 năm qua. Nghiệp vụ bảo hiểm này chiếm tỷ trọng khoảng 60% trong tổng doanh thu của công ty hàng năm, do vậy định hướng kinh doanh của công ty tập trung đầu tư rất lớn về nhân lực cũng như các nguồn lực khác cho việc kinh doanh nghiệp vụ bảo hiểm vật chất (BHVC) xe ô tô.

Thị trường Huế được đánh giá là một trong những thị trường có tiềm năng khai thác rất lớn về bảo hiểm phi nhân thọ bởi thu nhập của người dân trên địa bàn Thừa Thiên Huế ngày càng gia tăng, nhu cầu mua sắm xe ô tô ngày càng nhiều, số lượng xe cơ giới tăng trưởng rất nhanh từ 10-15%/năm (Theo tổng cục thống kê tỉnh T.T Huế năm 2017). Mặc dù vậy, nhiều người dân chưa hiểu được lợi ích của việc tham gia BHVC xe ô tô hoặc có thể nhiều người dân đang lo ngại thủ tục thanh toán bảo hiểm phức tạp, khó khăn, nên số người tham gia BHVC xe ô tô vẫn còn hạn chế.

Từ những vấn đề nêu trên, để tìm kiếm giải pháp tối ưu nhằm đẩy mạnh công tác khai thác và mở rộng thị trường lĩnh vực BHVC xe Ô tô, chúng tôi cần có nghiên cứu nào khai thác khía cạnh này tại công ty. Vì vậy, tác giả quyết định lựa chọn đề tài: **“Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm vật chất xe ô tô của khách hàng tại Công Ty Bảo Hiểm Xuân Thành”** làm đề tài nghiên cứu khóa luận tốt nghiệp.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

1.2.1 Mục tiêu chung

Xác định và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm vật chất xe ô tô của khách hàng tại XTI để đó để xuất những giải pháp giúp ban lãnh đạo phân vân tới hạn nhu cầu của khách hàng, khai thác thị trường bảo hiểm vật chất xe ô tô hiệu quả hơn.

1.2.2 Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn để đưa ra mô hình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô của khách hàng.

- Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô của khách hàng tại XTI.

- Xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định mua BHVC xe ô tô của khách hàng tại XTI.

- Đề ra những đề xuất, giải pháp giúp ban lãnh đạo công ty đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và nâng cao nghiệp vụ khai thác BHVC xe ô tô có hiệu quả hơn.

1.2.3 Câu hỏi nghiên cứu

- Lý thuyết nào được sử dụng để nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua của người tiêu dùng?

- Mô hình nào được dùng trong nghiên cứu về quyết định mua BHVC xe ô tô?

- Những yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô tại công ty?

- Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định mua BHVC xe ô tô như thế nào?

- Giải pháp để nâng cao công tác khai thác BHVC xe ô tô tại công ty là gì?

1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1.3.1 Đối tượng nghiên cứu

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định BHVC xe ô tô của khách hàng tại công ty báo hiếu Xuân Thành.

1.3.2 Đối tượng điểu tra

Khách hàng đã và đang tham gia báo hiếu vật chất xe ô tô của công ty.

1.3.3 Phạm vi nghiên cứu

-Phạm vi không gian: Địa bàn Tỉnh Thừa Thiên Huế.

-Phạm vi thời gian:

+Thông tin thời gian: Các tài liệu, số liệu thu thập liên quan đến BHVC xe ô tô tại công ty qua 3 năm từ 2015-2017.

+Thông tin số liệu: Thu thập thông tin thông qua phỏng vấn khách hàng trong tháng 3 năm 2019.

-Phạm vi nội dung: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô của khách hàng tại XTI và từ đó đưa ra các giải pháp cho ban lãnh đạo công ty nhằm khai thác thị trường BHVC xe ô tô có hiệu quả hơn.

1.4.Phương pháp nghiên cứu

1.4.1 Phương pháp thu thập thông tin, số liệu, tài liệu

1.4.1.1 Dữ liệu thứ cấp

Tổng hợp số liệu từ các báo cáo về khách hàng tham gia báo hiếu tại Công ty báo hiếu Xuân Thành.

Các báo cáo tài chính, báo cáo hàng năm và hoạt động kinh doanh qua những năm gần đây của công ty.

Ngoài ra còn sử dụng thông tin thông kê được đăng trên các tạp chí, báo tin Hiệp hội báo hiếu Việt Nam...

1.4.1.2.Dữ liệu sơ cấp

Dữ liệu sơ cấp thu được bằng phương pháp phỏng vấn cá nhân trực tiếp thông qua bảng hỏi điểu tra.

❖ Xác định quy mô mẫu và phương pháp chọn mẫu

Phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên được sử dụng để chọn ra 165 khách hàng của công ty để phỏng vấn. Những khách hàng này được lấy từ danh sách khách hàng

của công ty bảo hiểm Xuân Thành. Từ đó, chúng tôi sử dụng hàm Random trong Excel rồi chọn ngẫu nhiên danh sách 165 khách hàng để tiến hành điều tra. Theo Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2010), việc chọn danh sách theo hàm Random trong Excel đảm bảo tính ngẫu nhiên trong việc chọn mẫu.

❖ **Xây dựng thang đo**

Để hình thành thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô vì vậy các bước xây dựng thang đo theo thứ tự như sau:

➤ **Đặt tài liệu, tìm hiểu những cơ sở lý thuyết**

Hình thành cơ sở lý thuyết để từ đó xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua của người tiêu dùng, đặc biệt đối với BHVC xe ô tô.

➤ **Phỏng vấn chuyên gia**

Cùng chuyên gia thảo luận mô hình nghiên cứu để xuất, từ đó xác định chi tiết các yếu tố cần thiết trong từng nhóm yếu tố ảnh hưởng để quyết định mua BHVC xe ô tô của khách hàng tại XTI. Dựa trên những ý kiến thảo luận của chuyên gia để xây dựng bảng hỏi nháp.

Những chuyên gia được lựa chọn để phỏng vấn lấy ý kiến là những người có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực nghiên cứu, phòng kinh doanh, cán bộ quản lý thị trường....

➤ **Phỏng vấn thử**

Tiến hành phỏng vấn thử 20 mẫu để điều chỉnh bảng hỏi sao cho việc xác định các nhân tố và các biến quan sát phù hợp nhất, từ đó hình thành bảng hỏi chính thức của đề tài nghiên cứu.

❖ **Thi thử kiểm định bảng hỏi**

Bảng hỏi nháp được xây dựng dựa trên ý kiến tham khảo của chuyên gia trước khi tiến hành điều tra thử 20 khách hàng. Kết quả điều tra thử được nhập vào phần mềm SPSS để kiểm tra độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha. Kết quả xử lý SPSS cho bảng hỏi nháp số là căn cứ quan trọng để hoàn thiện thành bảng hỏi chính thức.

Bảng hỏi chính thức được xây dựng theo hai phần:

(1) Thông tin cá nhân để thông phỏng vấn: Giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, thu nhập, nơi cư trú.

(2) Thông tin chính được xây dựng theo hai dòng

Dòng 1: Các biến độc lập liên quan đến sự dùng xe ô tô như *thời gian đã tham gia bảo hiểm, địa điểm khách hàng, mục đích sử dụng xe, số lần xảy ra tai nạn*.

Dòng 2: Sự dùng thang đo Likert với 5 mức để đánh giá (từ *hoàn toàn không đồng ý* đến *hoàn toàn đồng ý*).

Hai nội dung chính trong thông tin chính được gồm:

(1) *Đo lường đặc điểm cá nhân*: Đo lường mua BHVC xe ô tô

(2) *Đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua BHVC xe ô tô*: Ý kiến nhóm tham khảo, thông tin hiệu công ty bảo hiểm, chất lượng dịch vụ bảo hiểm, chất lượng đội ngũ nhân viên.

1.4.2 Phương pháp phân tích xử lý số liệu thống kê

- *Phương pháp thống kê mô tả*: Sự dùng các bảng tần suất để đánh giá những đặc điểm của biến của mẫu điều tra thông qua việc tính toán các tham số thống kê như: giá trị trung bình (mean), độ lệch chuẩn (Std Deviation) của các biến quan sát, sự dùng các bảng tần suất mô tả sự bố các đặc điểm của mẫu nghiên cứu.

- *Phương pháp phân tích độ tin cậy của thang đo* bằng hệ số Cronbach's Alpha

Các biến đo lường có hệ số thống kê quan biến từng $< 0,3$ sẽ bị loại và tiêu chuẩn chọn thang đo là hệ số Alpha phải $> 0,6$ (Nunnally & Burnstein, 1994). Các thang đo không đạt tiêu chuẩn sẽ bị loại ra khỏi mô hình.

- *Phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA)*

Sau khi phân tích hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, các thang đo được đánh giá theo phương pháp phân tích nhân tố khám phá.

Thông qua phân tích nhân tố ta có thể đánh giá được mức độ tác động của các yếu tố có trong mô hình đến biến phụ thuộc “*Quyết định mua*” để từ đó xác định yếu tố nào tác động mạnh nhất, yếu tố nào tác động yếu nhất đến mô hình nghiên cứu. Ngoài ra còn có thể đánh giá được độ giá trị hội tụ (Convergent validity) và độ giá trị phân biệt (discriminant validity) của thang đo.

Trong EFA, phương pháp trích được sử dụng là “Principle component” với phép quay Varimax. Tiêu chuẩn của phương pháp này là trị số KMO phải nằm trong khoảng từ 0,5 đến 1 ($0,5 \leq KMO \leq 1$) và kiểm định Bartlett's có mức ý nghĩa $Sig \leq 0,05$ để chọn

từ dữ liệu dùng phân tích EFA hoàn toàn thích hợp và giữa các biến có mối quan hệ với nhau. Ngoài ra, giá trị Eigenvalues phải lớn hơn 1, tổng phần trăm sai trích lớn hơn 50% và hệ số tải nhân tố (Factor loading) lớn hơn 0,4. Các trường hợp không thỏa mãn các điều kiện trên sẽ bỏ loại bỏ.

- Phương pháp phân tích hồi quy

Mô hình hồi quy được lựa chọn xây dựng là mô hình hàm hồi quy tuyến tính bội

có dạng:
$$Y = \beta_0 + \beta_1 F_1 + \beta_2 F_2 + \dots + \beta_n F_n + e_i$$

Trong đó:

- Y là biến phụ thuộc
- β_k là các hệ số hồi quy riêng phần
- F_i là các biến độc lập trong mô hình
- e_i là biến độc lập ngẫu nhiên.

Từ việc phân tích hồi quy có thể xác định được yếu tố nào có mối quan hệ với biến “Quyết định mua BHVC xe ô tô” để đưa vào trong mô hình, yếu tố nào không có mối quan hệ hay không có ý nghĩa thống kê thì sẽ loại bỏ ra khỏi mô hình.

Ngoài ra phương pháp này còn đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội thông qua kiểm định ANOVA, kiểm tra hiện tượng “tự tương quan” theo phương pháp Durbin – Watson và kiểm tra “đa cộng tuyến” có trong mô hình.

- Phương pháp kiểm định phân phối chuẩn

Xác định giá trị trung bình (Mean), trung vị (Mediane) và độ lệch (Skewness) của các yếu tố trong thang đo.

- Phương pháp kiểm định One Sample T - Test

Kiểm định giá trị trung bình của tổng nhân tố trong từng yếu tố tác động trong thang đo với nguyên tắc bác bỏ giả thiết:

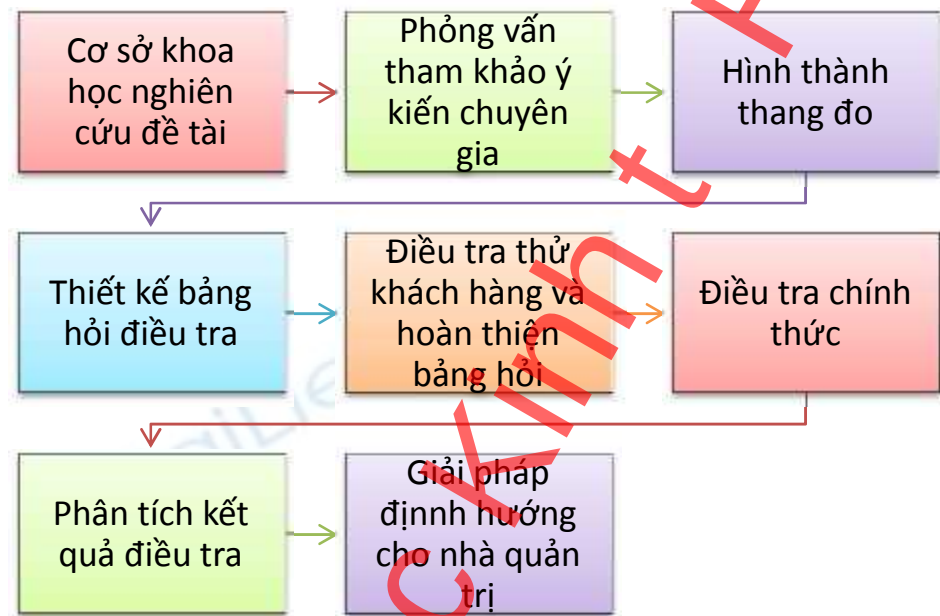
Sig < 0,05: Bác bỏ giả thiết H_0

Sig > 0,05: Chấp nhận giả thiết H_0

1.5 Quy trình nghiên cứu

Trong nghiên cứu, thiết kế nghiên cứu được xem là những vấn đề quan trọng để bắt đầu tiến hành nghiên cứu, bao gồm xác định quy trình nghiên cứu, xây dựng mô

hình nghiên cứu, phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu, phương pháp chọn mẫu. Do đó, căn cứ vào lý thuyết đã đề cập trên và những nghiên cứu liên quan, tác giả đề xuất quy trình nghiên cứu như sau :



Sơ đồ 1.1: Quy trình nghiên cứu đề tài

1.6 Cấu trúc khóa luận

Phần 1: ĐẶT VẤN ĐỀ

Phần 2: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Chương 1: Tổng quan về vấn đề nghiên cứu.

Chương 2: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định mua báo hiêm vật chất xe ô tô của khách hàng tại công ty báo hiêm Xuân Thành.

Chương 3: Định hướng và giải pháp kinh doanh Báo hiêm vật chất xe ô tô cho Công ty báo hiêm Xuân Thành.

Phần 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG I: MÔ TẢ VỀ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN LIÊN QUAN ĐẾN HÀNH VI MUA BÁO HIỂM VẬT CHẤT XE Ô TÔ CỦA KHÁCH HÀNG

1.1 Cơ sở lý luận

1.1.1 Tổng quan về bảo hiểm và BHVC xe ô tô

1.1.1.1 Khái niệm chung về bảo hiểm

Theo Monique Gaullier: Bảo hiểm là một nghiệp vụ mà người được bảo hiểm cam đoan trả một khoản tiền gọi là phí bảo hiểm theo hình mong muốn để cho mình hoặc để cho người thứ ba trong trường hợp xảy ra rủi ro sẽ nhận được một khoản tiền bù các tổn thất được trả bởi người bảo hiểm. Người bảo hiểm nhận trách nhiệm đối với toàn bộ rủi ro và đền bù các thiệt hại theo các phương pháp của thị trường.

Tập đoàn bảo hiểm AIG của Mỹ định nghĩa: Bảo hiểm là một cách, theo cách này, một người, một doanh nghiệp hay một tổ chức chuyển nhượng rủi ro cho công ty bảo hiểm, công ty đó sẽ bồi thường cho người được bảo hiểm các tổn thất thuộc phạm vi bảo hiểm và phân chia giá trị thiệt hại giữa tất cả những người được bảo hiểm.

Theo Luật Kinh doanh bảo hiểm của Việt Nam (2000): “Kinh doanh bảo hiểm là hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm nhằm mục đích sinh lợi, theo đó doanh nghiệp bảo hiểm chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, trên cơ sở bên mua bảo hiểm đóng phí bảo hiểm để doanh nghiệp bảo hiểm trả tiền bảo hiểm cho người thứ ba hoặc bồi thường cho người được bảo hiểm khi xảy ra sự việc.

1.1.1.2 Các loại hình bảo hiểm

Theo quy định của Luật kinh doanh bảo hiểm Việt Nam thì căn cứ và tính chất bảo hiểm chia thành 2 lĩnh vực chính: Bảo hiểm nhân thọ và Bảo hiểm phi nhân thọ.

❖ Bảo hiểm nhân thọ (life insurance)

Bảo hiểm nhân thọ là loại hình bảo hiểm qua đó công ty bảo hiểm cam kết sẽ trả một số tiền theo thỏa thuận khi có sự việc bảo hiểm xảy ra liên quan đến sinh mạng và sức khỏe con người. Bảo hiểm nhân thọ sẽ đáp ứng một số nhu cầu nhất định của khách hàng. Chứng nhân hợp đồng bảo hiểm hữu trí cung cấp khoản tiền hàng năm cho khách hàng khi đã vượt hạn; hoặc là hợp đồng bảo hiểm nhân thọ hợp vụ mang tính đảm bảo và mang tính tiết kiệm sẽ chi trả một khoản tiền khi hợp đồng bảo hiểm đáo hạn hoặc khách hàng bất ngờ tử, chết ... theo nội dung đã cam kết trên hợp đồng.

Bảo hiểm nhân thọ bao gồm các nghiệp vụ:

- Bảo hiểm trả n

- Bảo hiểm sinh kỳ
- Bảo hiểm tử kỳ
- Bảo hiểm hỗn hợp
- Bảo hiểm trả tiền định kỳ

❖ **Bảo hiểm phi nhân thọ (non-life insurance)**

Là loại nghiệp vụ bảo hiểm tài sản, trách nhiệm dân sự và các nghiệp vụ bảo hiểm khác không thuộc bảo hiểm nhân thọ.

Theo Luật kinh doanh bảo hiểm Việt Nam (09/12/2000) thì bảo hiểm phi nhân thọ bao gồm:

- Bảo hiểm sức khỏe và bảo hiểm tai nạn con người.
- Bảo hiểm tài sản và bảo hiểm thiệt hại.
- Bảo hiểm hàng hoá vận chuyển đường bộ, đường biển, đường sông, đường sắt và đường không.
- Bảo hiểm hàng không.
- Bảo hiểm xe cộ giao.
- Bảo hiểm cháy, nổ.
- Bảo hiểm thân tàu và trách nhiệm dân sự của chủ tàu.
- Bảo hiểm trách nhiệm chung.
- Bảo hiểm tín dụng và rủi ro tài chính.

Ngoài ra, bảo hiểm phi nhân thọ cũng còn một số loại nghiệp vụ khác như bảo hiểm xây dựng và lắp đặt, bảo hiểm đầu khí, bảo hiểm du lịch, bảo hiểm trách nhiệm của người đi xe đạp lao động... các nghiệp vụ bảo hiểm phi nhân thọ khác do chính phủ quy định.

1.1.1.3 Bảo hiểm xe cộ giao

Bảo hiểm XCG là một trong những loại hình thuộc bảo hiểm phi nhân thọ Theo Nghị định 103/2008/NĐ-CP ngày 16/09/2008 của Chính phủ, XCG gồm các loại: ô tô, máy kéo, xe máy thi công, xe máy nông nghiệp, lâm nghiệp, rơ moóc hoặc sơ mi rơ moóc được kéo bởi xe ô tô hoặc máy kéo, xe mô tô hai bánh, xe mô tô ba bánh, xe gắn

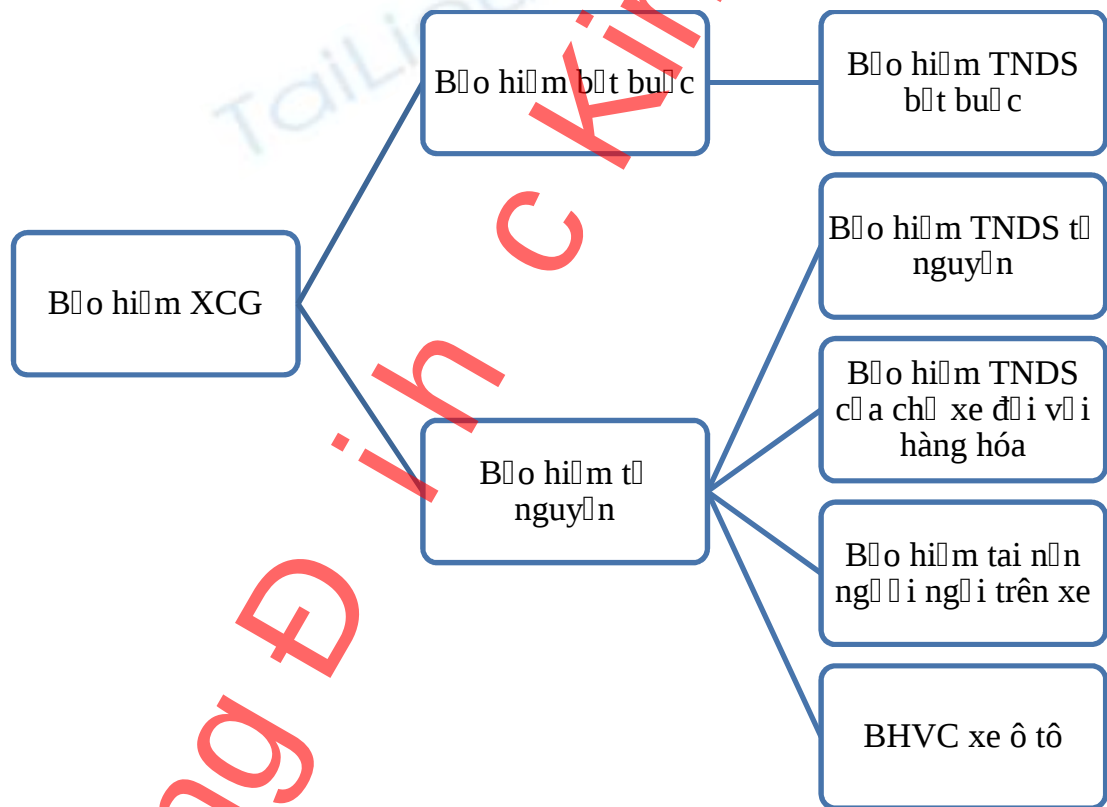
máy và các loại xe t_hng t_h (k_h c_h xe c_h gi_i dùng cho ng_h i tàn t_ht) có tham gia giao thông.

❖ Các loại hình b_o hi_m xe c_h gi_i:

➢ B_o hi_m b_t bu_c: B_o hi_m b_t bu_c trách nhi_m dân s_h c_h a ch_h xe c_h gi_i đ_i v_i ng_h i th_h ba (v_h ng_h i và tài s_hn).

➢ B_o hi_m t_h nguy_hn, bao g_hm :

- B_o hi_m t_h nguy_hn trách nhi_m dân s_h c_h a ch_h xe c_h
- B_o hi_m trách nhi_m dân s_h c_h a ch_h xe c_h gi_i đ_i v_i hàng hoá trên xe.
- B_o hi_m tai n_hn ng_h i ng_h i trên xe và lái, ph_h xe.
- BHVC xe



Hình 2.1: Các loại hình b_o hi_m xe c_h gi_i

❖ Vai trò c_h a d_hch v_h b_o hi_m xe c_h gi_i

- Ịn đ_hnh tình hình tài chính c_h a ch_h xe khi r_hi ro b_o hi_m x_hy ra

R_hi ro khi s_h đ_hng XCG có th_h x_hy ra b_t ng_h do s_h b_t c_hn c_h a ch_h ph_hng t_hn ho_hc các y_hu t_h khách quan bên ngoài. Đ_h gi_hm thi_hu t_h i đa nh_h ng h_hu qu_h khi r_hi ro