

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



NGUYỄN HOÀNG HIẾU

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH
THAM GIA BẢO HIỂM NHÂN THỌ
CỦA KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
AN BÌNH – CHI NHÁNH CẦN THƠ**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
PGS-TS. ĐÀO DUY HUÂN**

CẦN THƠ, 2022

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



NGUYỄN HOÀNG HIẾU

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH
THAM GIA BẢO HIỂM NHÂN THỌ
CỦA KHÁCH HÀNG TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
AN BÌNH – CHI NHÁNH CẦN THƠ**

**LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Mã số: 8340101

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
PGS-TS. ĐÀO DUY HUÂN**

CẦN THƠ, NĂM 2022

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đề tài này là do chính tôi thực hiện. Các số liệu được sử dụng phân tích trong bài nghiên cứu có nguồn gốc rõ ràng. Kết quả nghiên cứu trong luận văn do tôi tự tìm hiểu, phân tích một cách khách quan. Kết quả này chưa từng được công bố trong bất kỳ nghiên cứu nào khác.

Cần Thơ, ngày 03 tháng 4 năm 2022

Tác giả

NGUYỄN HOÀNG HIẾU

LỜI CẢM TẠ

Để có thể hoàn thành đề tài” *Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định tham bảo hiểm nhân thọ của khách hàng tại Ngân hàng TMCP An Bình – Chi nhánh Cần Thơ*” nghiên cứu một cách hoàn chỉnh, bên cạnh nỗ lực cố gắng của bản thân, còn có sự hướng dẫn nhiệt tình của quý Thầy, Cô, cũng như sự động viên, ủng hộ của gia đình, người thân, bạn bè và đồng nghiệp trong suốt thời gian học tập, nghiên cứu và thực hiện luận văn thạc sĩ.

Xin chân thành cảm ơn **Phó Giáo sư, Tiến sĩ Đào Duy Huân**- Người Thầy đã tận tình hướng dẫn, hết lòng giúp đỡ và tạo điều kiện tốt nhất cho tôi hoàn thành đề tài nghiên cứu này. Xin được gửi lời tri ân nhất của tôi đối với những điều mà Thầy đã dành cho tôi.

Chân thành cảm ơn quý Thầy, Cô đang giảng dạy tại Trường Đại học Nam Cần Thơ và Trường Đại Học Cần Thơ đã giúp đỡ và truyền đạt kiến thức trong quá trình tôi hoàn thành khóa học và thực hiện luận văn.

Cảm ơn các bạn bè và đồng nghiệp, đã giúp đỡ, hỗ trợ và động viên tôi trong quá trình thực hiện luận văn.

Xin chân thành cảm ơn.

Tác giả

NGUYỄN HOÀNG HIẾU

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu xác định, đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến ý định mua Bảo hiểm nhân thọ của khách hàng tại Ngân hàng TMCP An Bình – Chi nhánh Cần Thơ. Từ đó đưa ra đề xuất các hàm ý cho lãnh đạo chi nhánh Cần Thơ nhằm nâng cao khả năng mua bảo hiểm nhân thọ của khách hàng và khai thác nghiệp vụ Bảo hiểm nhân thọ cho hiệu quả cao nhất. Số liệu trong nghiên cứu được thu thập từ kết quả khảo sát trực tiếp 300 phiếu.

Số liệu được xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS xử lý cronbach's anpha để loại biến xấu và phương pháp ma trận xoay EFA để nhóm các biến. Tương quan pearson được sử dụng nhằm tìm ra sự chặt chẽ giữa biến phụ thuộc với các biến độc lập và sớm nhận diện vấn đề đa cộng tuyến khi các biến độc lập cũng có tương quan mạnh với nhau.

Cuối cùng, phân tích hồi quy tuyến tính giúp xem xét mối quan hệ tuyến tính – dạng quan hệ đường thẳng giữa biến độc lập (ý định mua BHNT) với biến phụ thuộc. Kết quả phân tích cho thấy có các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua BHNT tại ABbank –Chi nhánh Cần Thơ: Nhận thức giá trị của BHNT, Tính phức tạp của BHNT, Danh tiếng của công ty, Kênh phân phối thích hợp, Kinh nghiệm mua trước đây.

Từ khóa: ngân hàng, bảo hiểm nhân thọ, khách hàng.

ABSTRACT

This study aims to determine and measure the influence of factors affecting the intention to buy "life insurance" of customers at An Binh Commercial Joint Stock Bank - Can Tho Branch. From there, propose implications for leaders of Can Tho branch in order to improve customers' ability to buy life insurance and for life insurance operations to achieve the highest efficiency. The data in the study was collected from the results of a direct survey of 300 customers

Data were processed by SPSS software, then used cronbach's alpha test to eliminate bad variables and EFA rotation matrix method to group variables. The "pearson" correlation is used to find out the closeness between the dependent variable and the independent variables and early identify the problem of multicollinearity when the independent variables are also strongly correlated.

Finally, linear regression analysis helps to consider the linear relationship - the straight-line relationship between the independent variable (intent to buy life insurance) and the dependent variable. The analysis results show that there are factors affecting the intention to buy life insurance at ABbank – Can Tho branch: Perceived value of life insurance, Complexity of life insurance, Reputation of the company, Appropriate distribution channel, Previous buying experience.

In summary, the research model of factors affecting the intention to buy life insurance of customers at ABbank - Can Tho branch

Keywords: bank, life insurance, customer.

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đề tài nghiên cứu “*Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định tham bảo hiểm nhân thọ của khách hàng tại Ngân hàng TMCP An Bình – Chi nhánh Cần Thơ*” là công trình nghiên cứu của chính bản thân tôi.

Các số liệu và kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

Cần Thơ, ngày ... tháng ... năm 2022

Học viên thực hiện

NGUYỄN HOÀNG HIẾU

MỤC LỤC

Nhận xét của cán bộ hướng dẫn khoa học	Error! Bookmark not defined.
Nhận xét của hội đồng xét duyệt.....	Error! Bookmark not defined.
Lời cảm tạ.....	ii
Tóm tắt	iii
Abstract	iv
Lời cam đoan.....	v
Danh mục bảng biểu.....	ix
Danh mục hình	x
Danh sách các từ viết tắt	xi
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU.....	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu	3
2.1. Mục tiêu nghiên cứu.....	3
2.1.1. Mục tiêu tổng quát:	3
2.1.2. Mục tiêu cụ thể:.....	3
2.2. Câu hỏi nghiên cứu	3
3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu	4
3.1 Đối tượng nghiên cứu.....	4
3.2 Phạm nghiên cứu	4
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
5. Ý nghĩa khoa học của nghiên cứu	4
5.1. Ý nghĩa về lý thuyết	4
5.2. Ý nghĩa về thực tiễn	4
5.3. Ý nghĩa bản thân nhà nghiên cứu.....	4
6. Dự kiến kết cấu luận văn.....	4
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	5

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	6
2.1. Giới thiệu BHNT.....	6
2.1.1. Định nghĩa BHNT	6
2.1.2. Những đặc điểm cơ bản của BHNT	6
2.1.3. Các loại hình BHNT	9
2.2. Cơ sở lý thuyết chung về ý định mua BHNT.....	11
2.2.1. Mô hình hai nhóm nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua BHNT	11
2.2.2. Hành vi người tiêu dùng.....	16
2.3. TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU TRƯỚC	23
2.3.1. Nghiên cứu nước ngoài	23
2.3.2. Nghiên cứu trong nước	24
2.4. Các thành phần, giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất	26
2.4.1. Các thành phần, giả thuyết.....	26
2.4.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	28
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	30
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	32
3.1. Quy trình nghiên cứu	32
3.2. Phương pháp nghiên cứu.....	33
3.2.1. Phương pháp thu thập số liệu.....	33
3.2.2. Phương pháp phân tích.....	34
3.2.3. Diễn giải các phương pháp phân tích.....	34
3.3. Xây dựng thang đo	37
3.3.1. Xây dựng thang đo nghiên cứu	Error! Bookmark not defined.
3.4. Nghiên cứu chính thức	42
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	42
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	43
4.1. Giới thiệu nơi nghiên cứu	43
4.2. Mô tả mẫu	46
4.2.1. Về thời gian tham gia bảo hiểm.	46

4.2.2 Giới tính	47
4.2.3 Độ tuổi.....	48
4.2.4 Trình độ học vấn	49
4.2.5 Nghề nghiệp.	50
4.3 Đánh giá độ tin cậy của của thang đo CRONBACH'S ALPHA.	51
4.4 Phân tích nhân tố khám phá EFA.....	52
4.4.1 Đối với biến độc lập.....	52
4.4.2 Đối với biến phụ thuộc.....	54
4.5 Phân tích mô hình hồi quy đa biến.....	56
4.6. Thảo luận kết quả nghiên cứu	57
TÓM TẮT CHƯƠNG 4.....	59
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN –HÀM Ý	60
5.1. Kết luận	60
5.2. Hàm ý quản trị.....	60
5.2.1. Về Kênh phân phối.....	60
5.2.2. Về danh tiếng	61
5.2.3. Về Giá trị.....	61
5.2.4 Về Chăm sóc khách hàng.....	62
5.3. Hạn chế đề tài.....	62
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	64
PHỤ LỤC 1	66
PHỤ LỤC 2.....	67
PHỤ LỤC 3.....	74
PHỤ LỤC 04.....	79

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 3. 1 Thang đo Ý định mua BHNT	38
Bảng 3. 2 Thang đo Nhận thức giá trị sản phẩm.....	38
Bảng 3. 3 Thang đo Tính phức tạp của sản phẩm.....	39
Bảng 3. 4 Thang đo Danh tiếng của công ty.....	39
Bảng 3. 5 Thang đo Đại lý bảo hiểm	40
Bảng 3. 6 Thang đo Tính sẵn có của kênh phân phối	41
Bảng 3. 7 Thang đo Kinh nghiệm mua bảo hiểm trước đây	41
Bảng 4. 1 Thời gian tham gia bảo hiểm của đối tượng khảo sát:.....	46
Bảng 4. 2 Giới tính của đối tượng khảo sát.....	47
Bảng 4. 3 Độ tuổi của đối tượng khảo sát.....	48
Bảng 4. 4 Trình độ học vấn của đối tượng khảo sát.	49
Bảng 4. 5 Nghề nghiệp của đối tượng khảo sát.	50
Bảng 4. 6 Tổng hợp Đánh giá độ tin cậy của của thang đo cronbach's alpha	51
Bảng 4. 7 Tổng hợp các biến bị loại sau khi đánh giá độ tin cậy của của thang đo cronbach's alpha.....	52
Bảng 4. 8 Phân tích giá trị KMO and Bartlett's Test	53
Bảng 4. 9 Ma trận xoay	53
Bảng 4. 10 Giá trị KMO and Bartlett's Test.....	54
Bảng 4. 11 Giá trị Eigenvalues ban đầu.....	54
Bảng 4. 12 Ma trận chưa xoay	55
Bảng 4. 13 Hệ số xác định và kiểm định Durbin-Watson.....	56
Bảng 4. 14 Phân tích ANOVA ^a	56
Bảng 4. 15 Coefficients ^a	57

DANH MỤC HÌNH

Hình 2. 1 Mô hình về hành vi mua của người tiêu dùng	17
Hình 2. 2 Quá trình ra quyết định của người tiêu dùng	21
Hình 2. 3 Nhân tố ảnh hưởng tới quyết định mua hàng.....	22
Hình 2. 4 Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua BHNT tại ABbank – Chi nhánh Cần Thơ	30
Hình 3. 1 Quy trình nghiên cứu	33
Hình 4. 1 Thời gian tham gia bảo hiểm của đối tượng khảo sát	46
Hình 4. 2 Giới tính của đối tượng khảo sát	48
Hình 4. 3 Độ tuổi của đối tượng khảo sát.	49
Hình 4. 4 Trình độ học vấn của đối tượng khảo sát.	50
Hình 4. 5 Nghề nghiệp của đối tượng khảo sát.....	51
Hình 4. 6 Mô hình Hồi quy có dạng	57

DANH SÁCH CÁC TỪ VIẾT TẮT

BH	: Bảo hiểm.
BHNT	: Bảo hiểm nhân thọ.
DN	: Doanh nghiệp.
ĐBSCL	: Đồng bằng sông Cửu Long.
GDP	: Tổng sản phẩm quốc nội.
HHBHVN	: Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam
NHNN	: Ngân hàng Nhà nước.
NHTM	: Ngân hàng thương mại.
PGD	: Phòng giao dịch
TP	: Thành phố.
ABBank	: Ngân hàng thương mại cổ phần An Bình