

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

TRẦN THỊ THÙY DƯƠNG

**CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ CỦA CÔNG TY TNHH BẢO HIỂM
NHÂN THỌ PRUDENTIAL VIỆT NAM
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG**

Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH

Mã số: 60.34.05

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng, Năm 2012

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học : **PGS.TS. LÊ THẾ GIỚI**

Phản biện 1: **TS. PHẠM THỊ LAN HƯƠNG**

Phản biện 2: **TS. NGUYỄN ĐÌNH HUỖNH**

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại Học Đà Nẵng vào ngày 17 tháng 8 năm 2012.

** Có thể tìm hiểu luận văn tại:*

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại Học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh Tế, Đại học Đà Nẵng.

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Nhằm phát triển bền vững, các doanh nghiệp BHNT cần chú trọng về uy tín, không ngừng nghiên cứu cải tiến, cung cấp những sản phẩm, dịch vụ tốt nhất, thỏa mãn tối đa nhu cầu khách hàng. Có nhiều yếu tố đóng góp vào sự thành công như : nguồn nhân lực, sản phẩm – dịch vụ cung cấp, giá thành ... Tuy nhiên, do quá trình hội nhập kinh tế quốc tế nên các ưu thế nói trên giữa các doanh nghiệp bị thu hẹp và không còn mang tính tiên quyết trong quá trình cạnh tranh. Lúc này, yếu tố CLDV đóng vai trò quyết định đối với khách hàng khi lựa chọn và tiêu dùng sản phẩm hay dịch vụ, đây cũng là vấn đề mang tính cấp bách đối với các DNBH hiện nay.

Là một cộng tác viên của công ty bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam tại Đà Nẵng (PRUVN), tôi chọn đề tài ***“ Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam trên địa bàn TP Đà Nẵng ”*** làm luận văn thạc sĩ của mình, không ngoài mục đích đo lường chất lượng dịch vụ tại đây từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ khách hàng của Prudential.

2. Mục đích nghiên cứu

Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến CLDV của PRUVN, nhận dạng các vấn đề liên quan đến CLDV từ đó đề xuất giải pháp nhằm cải thiện và nâng cao CLDV tại công ty.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Các nhân tố ảnh hưởng đến CLDV BHNT tại PRUVN

3.2. Phạm vi nghiên cứu

KH của PRUVN tại Đà Nẵng. Độ tuổi từ 25 - 55

4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sơ bộ bằng phương pháp định tính và thảo luận tay đôi nhằm xây dựng thang đo nháp về CLDV BHNT

Nghiên cứu chính thức bằng phương pháp định lượng. Sử dụng bảng câu hỏi điều tra. Phân tích hệ số tin cậy Cronbach Anpha, yếu tố khám phá EFA, hồi quy bội để đánh giá thang đo.

5. Ý nghĩa của đề tài

Đánh giá ưu và nhược điểm về CLDV BHNT hiện tại của PRUVN từ đó rút ra bài học kinh nghiệm, đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao CLDV BH.

6. Kết cấu của luận văn

Mở đầu

Chương 1: Cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ và các mô hình đo lường chất lượng dịch vụ

Chương 2: Thiết kế nghiên cứu

Chương 3: Phân tích kết quả nghiên cứu

Kết luận và hàm ý chính sách

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ VÀ CÁC MÔ HÌNH ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

1.1. KHÁI NIỆM DỊCH VỤ VÀ BẢN CHẤT CỦA DỊCH VỤ

1.1.1. Khái niệm về dịch vụ

Có nhiều quan điểm khác nhau về dịch vụ. Dịch vụ là một hoạt động vô hình và không tồn trữ được, được thực hiện cho KH nhằm làm thỏa mãn nhu cầu mong đợi của KH.

1.1.2. Bản chất của dịch vụ

Tính vô hình; Tính không thể tách rời khỏi nguồn gốc; Tính không đồng nhất; Tính không thể cất trữ.

1.1.3 Khoảng cách trong sự cảm nhận chất lượng dịch vụ

Có 7 khoảng cách trong cảm nhận CLDV. Theo Brown và Bond (1995), khoảng cách 5 *Sự khác biệt giữa sự mong đợi của khách hàng và sự cảm nhận của họ về dịch vụ được cung cấp như một kết quả của những ảnh hưởng gắn liền với khách hàng* được xem như là thước đo thực sự của chất lượng dịch vụ.

1.2. CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

1.2.1. Khái niệm và đặc điểm chất lượng dịch vụ

Gronroos (1984) định nghĩa CLDV được nhận thức như là kết quả của một quá trình đánh giá khách hàng, so sánh giữa sự mong đợi của họ với dịch vụ thực sự mà họ đã nhận được.

1.2.2 Các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ

- Chất lượng kỹ thuật: là khía cạnh kết quả, tức xem kết quả của quá trình cung cấp dịch vụ đem lại cho khách hàng cái gì?

- Chất lượng chức năng: là khía cạnh của quá trình, tức xem xét các chức năng của dịch vụ được thực hiện như thế nào?

1.2.3 Năm thành phần của chất lượng dịch vụ

Theo Parasuraman, Zeithaml và Berry (1988, 1991, 1993) thì CLDV gồm 5 khía cạnh (gọi là thang đo SERVQUAL):

1. Tính hữu hình; 2. Độ tin cậy; 3. Độ đáp ứng; 4. Độ đảm bảo; 5. Độ thấu cảm

1.3 GIỚI THIỆU BẢO HIỂM NHÂN THỌ

1.3.1. Các loại hình bảo hiểm nhân thọ

Có hai nhóm sản phẩm BHNT: sản phẩm chính và sản phẩm bổ trợ. Có 3 dạng sản phẩm chính: Bảo hiểm định kỳ; Bảo hiểm trọn đời; Bảo hiểm hỗn hợp.

1.3.2. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh bảo hiểm

Là ngành nghề kinh doanh rủi ro, chia sẻ tổn thất với KH.

1.3.3 Những nguyên tắc trong kinh doanh bảo hiểm:

Hoạt động BH dựa trên quy luật số đông. Nguyên tắc phân tán rủi ro. Đầu tư tài chính

1.3.4 Những đặc điểm của dịch vụ bảo hiểm

Sản phẩm, giá cả, bồi thường

1.4 NHẬN XÉT CÁC MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐÃ ĐƯỢC THỰC HIỆN TRONG LĨNH VỰC BẢO HIỂM NHÂN THỌ

1.4.1 Trên thế giới

Riêng đặc thù của ngành bảo hiểm nhân thọ, đã có nhiều nghiên cứu của nhiều tác giả khác nhau và đã đưa ra được những kết quả cụ thể. Điển hình như nghiên cứu của nhóm tác giả: Neetu Bala (trợ lý giáo sư, trường cao đẳng Maharaja Agrasen – Đại học Delhi – Ấn Độ) – Tiến sĩ Sandhu (Giám đốc, SAI Technology Campus, Amritsar, Punjab, Ấn Độ) - Tiến sĩ Naresh Nagpal (Giám đốc Excecutive, Shri SAI Tập đoàn Viện, Chandigarh, Ấn Độ) nghiên cứu được đăng bởi tạp chí kinh doanh và khoa học xã hội quốc tế năm 2011. thang đo phát triển bởi Sureshchandar et al. (2001) gồm 7 yếu tố với 29 biến quan sát đó là: (1) Khả năng hoạt động; (2) Mức độ tin cậy; (3) An toàn và hiệu quả hoạt động; (4) Quy trình và mục đích cung cấp dịch vụ; (5) Vượt trội về mặt vật chất và đạo đức nghề nghiệp; (6) Truyền thông và thuyết trình; (7) Mức độ thành thạo của nhân viên.

Kiểm tra độ tin cậy, phân tích các yếu tố, điểm số trung bình có trọng số, và phân tích hồi quy bội. Sử dụng phần mềm SPSS 11,5.

Hạn chế: nghiên cứu thực hiện ở Punjab – Ấn Độ nên ko thể kết luận cho toàn ngành công nghiệp BHNT. Chọn mẫu ngẫu nhiên, không xác suất để thuận tiện tại một công ty bảo hiểm nhân thọ nhà nước duy nhất do đó độ chính xác không cao. Chỉ lấy mẫu ở công ty LIC là công ty nhà nước, bỏ qua các công ty tư nhân. Bên cạnh đó, còn một số vấn đề trong quá trình nghiên cứu các hệ số độ tin cậy

cho sự mong đợi (E) thấp. Tất cả các kích thước về điểm số mong đợi và kích thước của sự đồng cảm của khoảng cách đo độ tin cậy hệ số dưới 0,60 là giá trị yêu cầu tối thiểu (Malhotra, 2007).

1.4.2 Tại Việt Nam đã có một số công trình nghiên cứu về chất lượng dịch vụ. Một số nghiên cứu trong nước được tham khảo:

- Luận văn thạc sĩ kinh tế: Nguyễn Thành Trung – *Nâng cao chất lượng dịch vụ bảo hiểm của Bảo Việt Việt Nam* (nghiên cứu tại thị trường Long An), đăng trên thư viện luận văn trường đại học kinh tế TP HCM, 2006, trang 31-47

Nghiên cứu đã xây dựng được thang đo CLDV BH khá cơ bản tại Việt Nam. Đề tài này hướng đến nâng cao CLDV BH và phân tích sự hài lòng của KH trong quá trình sử dụng dịch vụ. Một số thang đo chưa phù hợp *Trình độ nhân viên, hình thức văn phòng và trang thiết bị làm việc*. Nghiên cứu có tập trung vào vấn đề hạn chế, đề phòng rủi ro tổn thất cho KH nhưng chưa thực sự hiệu quả .

- Nguyễn Thị Ánh Xuân (2004) cũng chọn lĩnh vực BHNT để nghiên cứu khi làm luận văn thạc sĩ với đề tài *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng mua dịch vụ bảo hiểm nhân thọ*. Luận văn thạc sĩ, trường đại học Bách Khoa TP Hồ Chí Minh. Nghiên cứu này mang tính tham khảo.

1.5 NHỮNG ĐẶC ĐIỂM VỀ CÔNG TY TNHH BẢO HIỂM NHÂN THỌ PRUDENTIAL VIỆT NAM TẠI ĐÀ NẴNG

1.5.1 Giới thiệu về công ty

- Năm 1999 PRUVN chính thức thành lập và hoạt động
- Tên đơn vị: **Công ty TNHH Prudential Việt Nam**

1.5.2 Mạng lưới văn phòng

- Có mặt tại 63 tỉnh thành trên cả nước

- 200 văn phòng chi nhánh và văn phòng tổng đại lý với đầy đủ các trang thiết bị hiện đại nhằm phục vụ tốt nhất cho khách hàng

1.5.3 Tình hình chất lượng nhân viên/ đại lý bảo hiểm của công ty và công tác đào tạo tuyển dụng

Hơn 80.000 nhân viên và tư vấn viên trên toàn quốc. Hàng năm không ngừng tuyển thêm các tư vấn viên/ đại lý. Mở các lớp bồi dưỡng, đào tạo cũng như kiểm tra kiến thức chuyên môn hàng tuần.

1.5.4 Các hoạt động cộng đồng

Thành lập quỹ Prudent để hỗ trợ các hoạt động cộng đồng của Prudential vốn đầu tư 10 triệu USD Mỹ trong vòng 5 năm (2011-2015). Hiến máu nhân đạo – Hành động vì cuộc sống ...

1.5.5 Sản phẩm bảo hiểm

Phú – Trường An

Phú – Hưng Thịnh

Phú – An Bình

Phú – Bảo Tín

Phú - Toàn Gia An Phúc

Phú – Bảo Gia Đầu Tư

Phú – An Khang Hưu Trí

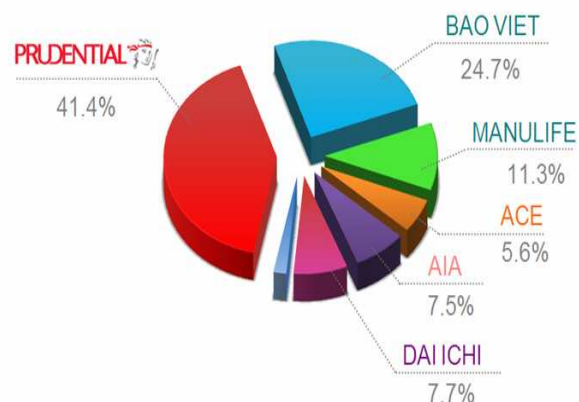
Phú – An Hường Thịnh Vượng

Phú – An Gia Tích Lũy Định Kỳ

Phú – An Gia Thành Tài

Bên cạnh đó còn có thêm 16 sản phẩm phụ kèm theo.

1.5.6 Thị phần của các công ty BHNT tại Việt Nam



1.5.7 Công tác giám định bồi thường khi có nghiệp vụ bảo hiểm phát sinh

- Tình hình chi trả quyền lợi của Prudential Việt Nam năm 2000 - 2010

- ▶ Tổng cộng chi trả 986.347 trường hợp
- ▶ Tổng số tiền 7.181 tỷ đồng

CHƯƠNG 2

THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

2.1 NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

2.1.1 Thiết kế nghiên cứu định tính

Bằng phương pháp thảo luận nhóm tập trung. Tác giả đã đưa ra thảo luận với 10 người, có 3 người là các cán bộ quản lý có kinh nghiệm làm việc lâu năm tại công ty và 07 khách hàng thường xuyên tại PRUVN – những người am hiểu trong lĩnh vực này nhằm trao đổi, khẳng định lại tính phù hợp của việc sử dụng thang đo SERVQUAL trong việc đo lường CLDV trong lĩnh vực BHNT.

2.1.2 Kết quả nghiên cứu định tính.

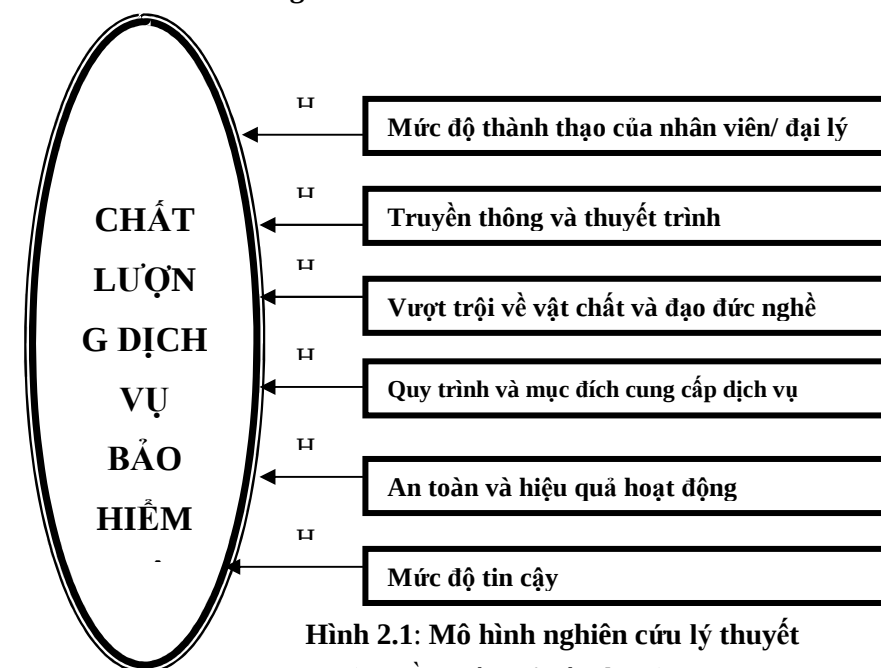
Xác định được 06 yếu tố có ảnh hưởng quyết định đến sự nhận thức của khách hàng về CLDV bảo hiểm:

- (1) Mức độ thành thạo của nhân viên/ đại lý BH;
- (2) Truyền thông và thuyết trình;
- (3) Vượt trội về vật chất và đạo đức nghề nghiệp;
- (4) Quy trình và mục đích cung cấp dịch vụ;
- (5) An toàn và hiệu quả hoạt động;
- (6) Mức độ tin cậy.

(Nội dung thảo luận được trình bày tại Phụ lục 1 trong luận văn chính thức)

2.2 MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ THANG ĐO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BẢO HIỂM NHÂN THỌ

2.2.1 Mô hình nghiên cứu:



Hình 2.1: Mô hình nghiên cứu lý thuyết

(Nguồn: Tác giả xây dựng)

Từ mô hình nghiên cứu được đề nghị, có thể đưa ra các giả thuyết nghiên cứu của đề tài:

Giả thuyết H1: Tồn tại mối quan hệ giữa mức độ thành thạo của nhân viên/ đại lý BH với cảm nhận của KH về CLDV BHNT

Giả thuyết H2: Tồn tại mối quan hệ giữa yếu tố truyền thông và thuyết trình với cảm nhận của KH về CLDV BHNT

Giả thuyết H3: Tồn tại mối quan hệ giữa yếu tố vượt trội về vật chất và đạo đức nghề nghiệp với cảm nhận của KH về CLDV BHNT

Giả thuyết H4: Tồn tại mối quan hệ giữa yếu tố quy trình và mục đích cung cấp dịch vụ với cảm nhận của KH về CLDV BHNT

Giả thuyết H5: Tồn tại mối quan hệ giữa yếu tố an toàn và hiệu quả hoạt động với cảm nhận của KH về CLDV BHNT

Giả thuyết H6: Tồn tại mối quan hệ giữa yếu tố mức độ tin cậy với cảm nhận của KH về CLDV BHNT

2.2.2 Xây dựng thang đo chất lượng dịch vụ BH:

Thang đo được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết về xây dựng thang đo và các nhân tố ảnh hưởng đến CLDV BHNT của công ty BHNT PRUVN như đã nghiên cứu.

Thiết kế câu hỏi đối với kiến thức về BHNT xoay quanh các nội dung như khách hàng biết đến các hoạt động của PRUVN thông qua các hình thức nào, liên lạc với PRUVN thông qua hình thức nào, khi tham gia BHNT tại PRUVN khách hàng quan tâm đến yếu tố nào (*phụ lục 2 luận văn- Tìm hiểu thông tin*). Các nội dung này sẽ cung cấp sơ bộ cho chúng ta biết về nhận thức của khách hàng đối với công ty, vấn đề khách hàng quan tâm khi mua sản phẩm BHNT và muốn liên lạc như thế nào cho thuận tiện.

Bảng 2.2: Các thang đo đối với yếu tố kiến thức về BHNT PRUVN

1. Anh/ chị biết đến các hoạt động bảo hiểm nhân thọ của Prudential Việt Nam thông qua hình thức nào?	
Thông qua nhân viên/ đại lý bảo hiểm	1
Thông qua các hoạt động tuyên truyền quảng cáo	2
Thông qua các chương trình khuyến mãi	3
Thông qua các chương trình tài trợ	4
Thông qua các hình thức khác	5
2. Anh/ chị thường liên lạc với Prudential Việt Nam bằng hình thức nào dưới đây?	
Đến văn phòng đại diện tại địa phương	1
Gặp trực tiếp nhân viên/ đại lý bảo hiểm	2
Thông qua điện thoại, internet	3
Thông qua hình thức khác	4
3. Khi tham gia bảo hiểm nhân thọ anh/ chị quan tâm đến yếu tố nào dưới đây?	
Loại hình bảo hiểm	1
Phí bảo hiểm	2
Công tác giám định, bồi thường	3
Chất lượng nhân viên/ đại lý bảo hiểm	4
Hệ thống văn phòng và mạng lưới đại lý	5
Chính sách khuyến mãi	6
Hoạt động tuyên truyền, quảng cáo	7

(Nguồn: tác giả xây dựng)

Thang đo Likert được vận dụng để đo lường mức độ đồng ý của khách hàng về các phát biểu từ “hoàn toàn đồng ý/ đồng ý”

đến “không đồng ý/ hoàn toàn không đồng ý” trong nghiên cứu này.

Thông qua bước nghiên cứu sơ bộ, xác định bao gồm 29 các yếu tố thành phần tác động đến CLDV BHNT tại PRUVN trên địa bàn TP Đà Nẵng như sau:

Bảng 2.3: Các yếu tố tác động đến CLDV BHNT tại PRUVN

S T T	Nội dung	Mã hóa
	Mức độ thành thạo của nhân viên NVTT	
1	Sẵn lòng giúp đỡ KH và sẵn sàng trả lời các yêu cầu của KH	NV TT1
2	Chăm sóc và quan tâm khách hàng thông qua việc nắm rõ lợi ích của khách hàng	NV TT2
3	Nhân viên/ đại lý BH phải thấu hiểu được các nhu cầu cụ thể của KH	NV TT3
4	Cung cấp dịch vụ nhanh chóng cho KH	NV TT4
5	Nhân viên/ đại lý phải có trình độ chuyên môn và thẩm quyền để giải đáp đầy đủ các thắc mắc và yêu cầu của KH	NV TT5
6	Nhìn chung, anh/ chị đánh giá cao yếu tố mức độ thành thạo của nhân viên/ đại lý	NV TT6
	Truyền thông và thuyết trình TT	
7	Thông tin truyền thông, chủ đề và ngôn ngữ quảng cáo là thu hút	TT1
8	Cơ sở vật chất và các hình thức quảng cáo có sự liên kết	TT2

	với dịch vụ	
--	-------------	--

9	Các nhân viên/ đại lý luôn xuất hiện với trang phục gọn gàng và chuyên nghiệp	TT 3
1 0	Các thiết bị, đồ đạc và cơ sở vật chất luôn được nâng cấp hiện đại	TT 4
1 1	Nhìn chung, anh/ chị đánh giá cao về yếu tố truyền thông và thuyết trình của PRUVN cung cấp	TT 5
	Vượt trội về mặt vật chất và đạo đức nghề nghiệp MVMD	
1 2	Trang bị các hình ảnh, tờ rơi, biển quảng cáo, giao diện văn phòng chi nhánh hấp dẫn	D V M D1
1 3	Bố trí các điều kiện cơ sở vật chất, đồ đạc, môi trường xung quanh thoải mái (như nhiệt độ, thông gió, tiếng ồn, hương thơm) nhằm phục vụ KH khi giao dịch tại văn phòng đại lý	D V M D2
1 4	Nhân viên/ đại lý có đạo đức nghề nghiệp trong mọi công việc	D V M D3
1 5	Tỷ lệ lợi nhuận của BHNT cao hơn so với các công cụ tiết kiệm khác (tiền gửi ngân hàng, trái phiếu chính phủ ...)	D V M D4
1 6	Nhìn chung, anh/ chị đánh giá cao về yếu tố vượt trội về mặt vật chất và đạo đức nghề nghiệp của PRUVN cung cấp	D V M D5

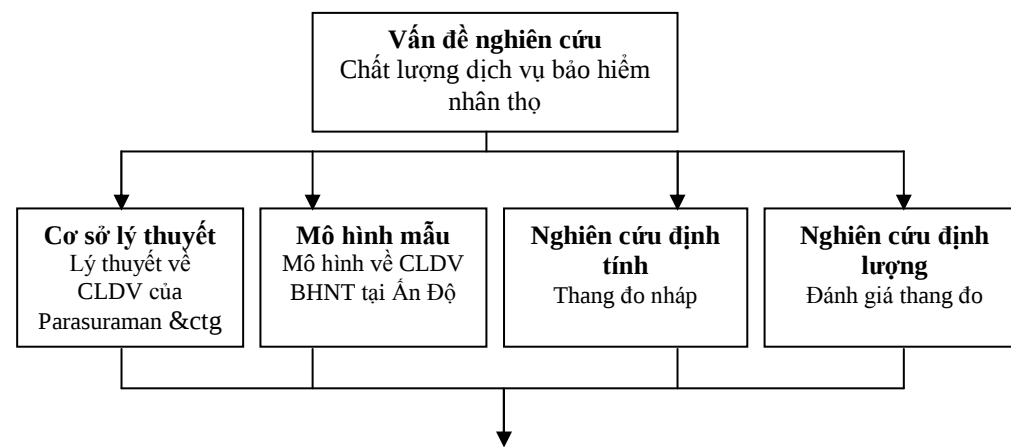
	Quy trình và mục đích cung cấp dịch vụ CN	
1 7	Số lượng nhân viên/ đại lý là đủ để đáp ứng nhu cầu KH	C N1
1 8	Kịp thời phục hồi các hợp đồng mất hiệu lực, sự thay đổi trong bổ nhiệm, địa chỉ và hình thức thanh toán.	C N2

1		C
9	Cung cấp dịch vụ đúng ngay lần đầu tiên	N 3
2	Nhìn chung, anh/ chị đánh giá cao về yếu tố quy trình và mục đích cung cấp dịch vụ PRUVN cung cấp	C N 4
	An toàn và hiệu quả hoạt động ATHQ	
2		A
1	Thuận tiện để thanh toán phí bảo hiểm đúng ngày	T H Q 1
2		A
2	Đem lại cho KH cảm giác an toàn và yên tâm trong các giao dịch	T H Q 2
2		A
3	Tăng cường ứng dụng khoa học kĩ thuật (tin học, mạng hoạt động ...) để phục vụ KH hiệu quả hơn.	T H Q 3
2		A
4	Nhìn chung, anh/ chị đánh giá cao yếu tố an toàn và hiệu quả hoạt động tại PRUVN cung cấp	T H Q 4
	Mức độ tin cậy TC	

2		T
5	Các tiện nghi đầy đủ và cần thiết nhằm cung cấp các dịch vụ KH tốt	C 1
2	Mở rộng việc sử dụng các ứng dụng hiện đại và thay thế việc thanh toán phí bảo hiểm thủ công bằng cách sử dụng phương thức thanh toán bù trừ điện tử, thanh toán qua internet ...	T C 2
2		T
7	Các nhân viên phục vụ KH có hành vi thích hợp	C 3
2		T
8	Vị trí của các văn phòng giao dịch thuận tiện	C 4
2		T
9	Nhìn chung, anh/ chị đánh giá cao mức độ tin cậy của PRUVN	C 5

(Nguồn: Tác giả xây dựng)

2.3 QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU



Hình 2.2 Quy trình nghiên cứu

(Nguồn: Tác giả xây dựng)

2.4 NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG

2.4.1 Đối tượng nghiên cứu.

KH có tham gia các hợp đồng BHNT của công ty PRUVN trên địa bàn TP Đà Nẵng. Độ tuổi từ 25 đến 55.

2.4.2. Mẫu nghiên cứu

Chọn ngẫu nhiên 200 KH đều trên các quận Thanh Khê, Hải Châu, Liên Chiểu, Cẩm Lệ, Sơn Trà, Ngũ Hành Sơn.

2.4.3 Phương pháp thu thập dữ liệu

Trực tiếp thông qua bảng câu hỏi – 200 bảng.

2.4.4 Thiết kế bảng câu hỏi.

+ Phần 1: Bao gồm những câu hỏi đánh giá chung và các câu hỏi để thu thập các thông tin về cá nhân của người trả lời.

+ Phần 2: Những câu hỏi liên quan đến các yếu tố thành phần của 6 khía cạnh CLDV bảo hiểm trong mô hình nghiên cứu.

(Nội dung chi tiết của Bảng câu hỏi được trình bày tại Phụ lục 2 trong luận văn chính thức).

2.4.5 Phương pháp xử lý số liệu.

Sử dụng phần mềm SPSS 16.0. 200 bảng câu hỏi điều tra sau khi làm sạch chỉ còn 184 bảng hợp lệ.

Phân tích Hệ số tin cậy Cronbach Alpha được sử dụng để loại các biến rác và kiểm định mức độ tương quan chặt chẽ của các biến trong thang đo. Phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng chủ yếu để thu nhỏ các biến và nhóm các nhân tố tác động đến CLDV BHNT.

Phân tích hồi quy bội nhằm xác định các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến cảm nhận của KH về CLDV bảo hiểm.

Thang đo sau quá trình kiểm định nói trên sẽ được đưa vào phân tích đánh giá thực trạng CLDV bảo hiểm của PRUVN thông qua phương pháp mô tả.

CHƯƠNG 3

PHÂN TÍCH KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Như các bảng biểu kết quả đã được trình bày tại các phụ lục của báo cáo luận văn chính thức, tác giả rút ra được các kết quả như sau:

3.1 MÔ TẢ MẪU

3.1.1 Thống kê mẫu theo độ tuổi, thu nhập và trình độ học vấn

Độ tuổi tham gia BHNT chủ yếu ở tuổi từ 28 đến 50 tuổi.

Tỷ lệ đại học/ cao đẳng chiếm đa số.

Sự khác nhau về trình độ học vấn, độ tuổi, thu nhập nên quá trình cân nhắc trả lời câu hỏi cũng khác nhau, qua đó ta có thể nắm bắt được tâm lý khác nhau ảnh hưởng nhiều đến nhận thức chất lượng dịch vụ.

3.1.2 Đánh giá khả năng nhận biết các hoạt động BHNT tại PRUVN của khách hàng

Đa số khách hàng biết đến hoạt động của DN thông qua nhân viên/ đại lý BH chủ động liên hệ, tiếp xúc 96% khách hàng đồng ý.

Đánh giá các hình thức mà khách hàng thường xuyên sử dụng để liên lạc với PRUVN

Hình thức chủ yếu là thông qua nhân viên/ đại lý BH chiếm 97,7%

3.2 KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH THANG ĐO

3.2.1 Kết quả phân tích Cronbach alpha.

Kết quả từ các bảng trên cho thấy các thang đo đều có Cronbach Alpha >0.6. Các biến quan sát trong mỗi thang đo cũng đều có hệ số tương quan biến tổng >0.3 ngoại trừ biến “ NVTT5” và “DVMD4” (có hệ số tương quan biến tổng là 0,299 và 0,020) vì vậy ta loại 2 biến này ra khỏi thang đo.

3.2.2 Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

3.2.2.1 Kết quả phân tích

Hệ số KMO = 0.764 (>0.5) do đó đã đạt yêu cầu. Với phép quay Varimax và sau khi loại các hệ số truyền tải <0.5 hoặc khác biệt giữa hai nhân tố nhỏ hơn 0.3 ta có kết quả: quan sát “CN3” bị loại bỏ.

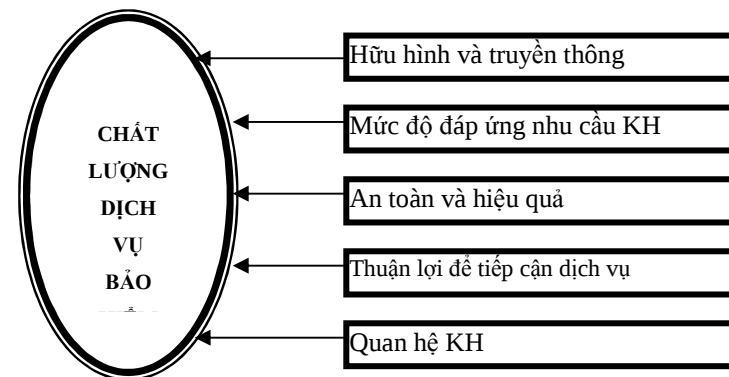
Sau khi tiếp tục loại bỏ 1 quan sát ở bước 1, còn 20 quan sát được tiếp tục đưa vào phân tích một lần nữa vẫn theo điều kiện

như trên. Kết quả có 5 nhân tố được rút trích. Hệ số KMO = 0.875 (>0.5) là đạt yêu cầu

3.2.2.2 Giải thích và đặt tên nhân tố

Các nhân tố sau khi phân tích được nhóm thành 5 yếu tố và đặt tên lại như sau: (1) các yếu tố hữu hình và truyền thông; (2) mức độ đáp ứng nhu cầu KH; (3) mức độ an toàn và hiệu quả; (4) mức độ thuận lợi để tiếp cận dịch vụ; (5) quan hệ KH

3.2.3 Mô hình điều chỉnh



Hình 3.1 Mô hình nghiên cứu điều chỉnh

(Nguồn: tác giả tự xây dựng)

3.2.4. Các giả thuyết cho mô hình điều chỉnh

Các giả thuyết của mô hình điều chỉnh như sau:

- + HA1: Cảm nhận về các yếu tố hữu hình và truyền thông có tương quan cùng chiều với cảm nhận về CLDV BHNT của KH
- + HA2: Cảm nhận về mức độ đáp ứng nhu cầu KH có tương quan cùng chiều với cảm nhận về CLDV BHNT
- + HA3: Cảm nhận về sự an toàn và hiệu quả có tương quan cùng chiều với cảm nhận về CLDV BHNT
- + HA4: Cảm nhận về mức độ thuận lợi tiếp cận dịch vụ có tương quan cùng chiều với cảm nhận về CLDV BHNT

+ HA5: Cảm nhận về mối quan hệ với KH có tương quan cùng chiều với cảm nhận về CLDV BHNT

3.2.5 Kiểm định các yếu tố của mô hình

5 nhân tố được đưa vào kiểm định mô hình. Giá trị của từng nhân tố là giá trị trung bình của các biến quan sát thành phần thuộc nhân tố đó. Kết quả của phân tích hồi quy sẽ được sử dụng để kiểm định các giả thuyết từ H1 đến H5 đã mô tả ở trên.

3.2.3 Kết quả phân tích hồi quy bội

Mô hình hồi quy có 5 biến có mức ý nghĩa < 0.05

Với hệ số R^2 hiệu chỉnh bằng $= 0.847$ có nghĩa là có khoảng 84.1% phương sai của sự thỏa mãn được giải thích bởi 5 biến độc lập: yếu tố hữu hình và truyền thông, Mức độ đáp ứng nhu cầu KH, An toàn và hiệu quả, Thuận lợi để tiếp cận dịch vụ, Quan hệ KH. Trong các biến trên không có hiện tượng đa cộng tuyến (do tất cả các giá trị VIF của các biến nhỏ).

Mô hình hồi quy:

Cảm nhận về CLDV BHNT = 0.293 hữu hình và truyền thông
+ 0.445 mức độ đáp ứng nhu cầu KH
+ 0.618 an toàn và hiệu quả
+ 0.456 thuận lợi để tiếp cận dịch vụ
+ 0.434 quan hệ KH

3.2.7 Kiểm định giả thuyết

Với hệ số B bé hơn 0.01 có nghĩa là các yếu tố này có ảnh hưởng thuận chiều với mức độ cảm nhận về CLDV BHNT tại PRUVN. Vậy các giả thuyết được chấp nhận.

3.3 PHÂN TÍCH MỨC ĐỘ ẢNH HƯỞNG CỦA TỪNG NHÂN TỐ ĐẾN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BẢO HIỂM TẠI PRUDENTIAL VIỆT NAM TẠI ĐÀ NẴNG

3.3.1 Mức độ hữu hình và truyền thông

Nhìn chung KH đánh giá khá cao tiêu chí này và khá quan tâm đến các yếu tố bên ngoài như cơ sở vật chất, hình ảnh tác phong của nhân viên, cách bài trí văn phòng có phù hợp với dịch vụ. Các yếu tố này là trực quan cảm nhận đầu tiên của KH về CLDV của công ty, do đó các nhà quản trị cần lưu ý vấn đề này.

3.3.2 Mức độ đáp ứng nhu cầu KH

Đây yếu tố được KH đánh giá là có ảnh hưởng lớn đến CLDV của công ty. Tuy nhiên, còn có một vài trường hợp tiêu cực làm ảnh hưởng đến toàn bộ, do đó PRUVN cần lưu ý hơn trong công tác quản lý nhân viên/ đại lý BH.

3.3.3 Mức độ an toàn và hiệu quả khi giao dịch

Khi giao dịch, mức độ an toàn thu hút được sự quan tâm của KH khá cao. Đây là mức độ tin cậy tạo ra sự an tâm hơn cho KH trong quá trình giao dịch.

3.3.4 Mức độ thuận lợi để KH tiếp cận dịch vụ

Đa số KH đánh giá các văn phòng giao dịch của PRUVN đầy

đủ tiện nghi nhằm tạo sự thoải mái nhất cho KH khi làm việc tại đây. Đây là yếu tố khá quan trọng nhằm tạo không khí thoải mái trong giao dịch, các yếu tố về thẩm mỹ có vai trò khá lớn trong sự đánh giá ngầm của KH về hình ảnh công ty.

3.3.5 Mức độ quan hệ KH

Nhìn chung KH đánh giá cao tiêu chí này và cho nó là một yếu tố vô cùng quan trọng, đặc biệt là lực lượng nhân viên/ đại lý cần lưu ý để chăm sóc KH tốt hơn.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

1. KẾT QUẢ CHỦ YẾU CỦA ĐỀ TÀI

Kết quả của bước nghiên cứu sơ bộ thông qua phương pháp nghiên cứu định tính với kỹ thuật thảo luận tay đôi đã xác định mô hình nghiên cứu gồm 06 nhân tố tác động đến CLDV BHNT là: (1) Mức độ thành thạo của nhân viên/ đại lý BH; (2) Truyền thông và thuyết trình; (3) Vượt trội về vật chất và đạo đức nghề nghiệp; (4) Quy trình và mục đích cung cấp dịch vụ; (5) An toàn và hiệu quả hoạt động; (6) Mức độ tin cậy. Đồng thời, xây dựng được thang đo nháp về CLDV bảo hiểm với 29 biến quan sát.

Kết quả của bước nghiên cứu chính thức bằng phương pháp nghiên cứu định lượng, sử dụng bảng câu hỏi để khảo sát ý kiến khách hàng. Thông qua sử dụng các kỹ thuật xử lý dữ liệu bằng phần mềm thống kê SPSS 16 để đánh giá thang đo, kiểm nghiệm mô hình nghiên cứu và hình thành thang đo chính thức về chất lượng dịch vụ BHNT, làm cơ sở cho việc phân tích, đánh giá thực trạng CLDV của PRUVN. Kết quả kiểm định mô hình đã loại 02 biến: “ NVTT5” và “DVMD4” có hệ số tương quan biến và tổng rất nhỏ, nhỏ hơn so với tiêu chuẩn cho phép (0,3) ra khỏi mô hình nghiên cứu. . Phân tích nhân tố khám phá từ 21 quan sát loại thêm biến “CN3” vì có hệ số tải <0,5. Từ đó, xác định 05 nhân tố tác động đến CLDV bảo hiểm, với 20 biến quan sát .

Qua phân tích thực trạng về CLDV của PRUVN cho thấy những người được khảo sát đánh giá tương đối cao đối với CLDV của Prudential Việt Nam trong thời gian qua, trong đó có một số chỉ tiêu đánh giá rất cao. Tuy nhiên, còn một số chỉ tiêu để KH đánh giá còn thấp làm ảnh hưởng đến CLDV của công ty, phát hiện các điểm yếu đang tồn tại tại PRUVN là: KH có sự sánh lợi nhuận khi tham

gia BHNT và các hình thức tiết kiệm khác, khó có thể đánh giá được trình độ của nhân viên/ đại lý. Bên cạnh đó, còn có 1 nhóm KH cũng cho rằng họ chưa nhận được sự quan tâm chăm sóc và liên hệ thường xuyên của đội ngũ nhân viên/ đại lý BH.

2 HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

- Phạm vi nghiên cứu còn hẹp, chỉ trên TP Đà Nẵng
- Chỉ đánh giá CLDV bảo hiểm tại PRUVN mà chưa có sự so sánh về CLDV giữa các DNBH đang hoạt động tại Việt Nam nên tính khái quát hoá chưa cao.

Trong nghiên cứu này, mặc dù có 02 biến là: “ NVTT5 (Nhân viên/ đại lý phải có trình độ chuyên môn và thẩm quyền để giải đáp đầy đủ các thắc mắc và yêu cầu của KH)” và “DVMD4 (Tỷ lệ lợi nhuận của BHNT cao hơn so với các công cụ tiết kiệm khác (tiền gửi ngân hàng, trái phiếu chính phủ ...) chưa có mối tương quan mật thiết với CLDV bảo hiểm. Tuy nhiên, trong tương lai khi thị trường bảo hiểm Việt Nam thật sự phát triển thì các yếu tố nói trên sẽ có vai trò quan. Vì vậy, đây là vấn đề đặt ra để các nghiên cứu tiếp theo tiếp tục kiểm nghiệm.

3. NHỮNG HÀM Ý CHÍNH SÁCH ĐỐI VỚI NHÀ QUẢN TRỊ CỦA PRUDENTIAL VIỆT NAM

4.3.1 Các giải pháp:

4.3.1.1 Đào tạo nhằm gia tăng mức độ thành thạo của nhân viên/ đại lý BH

- Nâng cao số lượng và chất lượng của mạng lưới đại lý BH
- Gia tăng các dịch vụ hỗ trợ sau bán hàng

4.3.1.2 Đẩy mạnh các hoạt động truyền thông, gia tăng các yếu tố hữu hình

- Đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền, quảng cáo:
- Đa dạng hóa các hình thức khuyến mại.

- Thực hiện tốt công tác giám định, bồi thường

4.3.1.3 Gia tăng mức độ đáp ứng nhu cầu KH

- Thêm nhiều văn phòng đại lý
- Nâng cao chất lượng nhân viên

4.3.1.4 Tạo điều kiện thuận lợi để KH tiếp cận dịch vụ

- Đơn giản hoá các thủ tục quy định
- Tăng tính linh hoạt của chính sách phí bảo hiểm
- Đa dạng hoá các kênh phân phối sản phẩm

3.2 Các kiến nghị:

3.2.1 Nâng cao vai trò quản lý của Nhà nước đối với hoạt động kinh doanh BH

- Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện Luật kinh doanh bảo hiểm. Tăng cường các hoạt động kiểm tra, giám sát chặt chẽ và áp dụng các biện pháp chế tài, xử phạt nghiêm minh đối với các hành vi vi phạm, nhằm tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh, bình đẳng giữa các DNBH.

3.2.2 Nâng cao vai trò của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam

- Tăng cường kiểm tra và xử phạt nghiêm minh đối với hành vi sai phạm.
- Cần lưu trữ, quản lý và cung cấp thông tin kịp thời cho các doanh nghiệp thành viên nhằm đối phó với các tình trạng gian lận BH.
- Tăng cường sự hợp tác giữa các DNBH để cùng nhau phát triển và khai thác thị trường.