

Ảnh hưởng của thái độ với rủi ro đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ

Mai Thị Hương
Bùi Thị Thu Hà

Khoa Bảo hiểm, Trường Đại học Lao động - Xã hội

Trên thực tế, mô hình bảo hiểm rất đa dạng các giả định về lo sợ rủi ro (từ các mức độ có liên quan hay phụ thuộc hoàn toàn vào lo ngại rủi ro. Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu thu thập từ các cá nhân trên địa bàn thành phố Hà Nội để kiểm tra ảnh hưởng của thái độ đối với rủi ro đến quyết định tham gia bảo hiểm nhân thọ (BHNT) của khách hàng cá nhân từ đó đưa ra một số khuyến nghị cho doanh nghiệp bảo hiểm. Trong phạm vi của nghiên cứu này, thái độ đối với rủi ro được xem xét riêng trong lĩnh vực tài chính.

1. Cơ sở lý thuyết

Trên thế giới việc nghiên cứu về bảo hiểm nhân thọ nói chung và hành vi mua Bảo hiểm nhân thọ cũng như khảo sát nhu cầu về bảo hiểm nhân thọ đã có rất nhiều. Các nghiên cứu cũng chỉ ra một trong số những rào cản trong việc tham gia bảo hiểm nhân thọ ở người dân thuộc về các yếu tố tâm lý xã hội như thái độ rủi ro và nhận thức lợi ích.

Trong hầu hết các nghiên cứu liên quan đến bảo hiểm nhân thọ cho thấy một trong những yếu tố góp phần ảnh hưởng quan trọng nhất đến hành vi mua bảo hiểm phải được kể đến đó là nhận thức rủi ro, ác cảm rủi ro hay thái độ đối với rủi ro. Biến số này đã được khẳng định trong rất nhiều nghiên cứu tuy nhiên kết quả vẫn còn nhiều khác biệt. Một số nghiên cứu cho rằng nhận thức rủi ro cùng với nhận thức lợi ích là các yếu tố cấu thành thái độ đối với hành vi mua bảo hiểm nhân thọ (Omar, 2007). Ngược lại, cũng có nhiều người biết về sự không chắc chắn và lo ngại rủi ro thì ý định mua bảo hiểm cũng ngày càng gia tăng.

Trên thực tế, các khái niệm như xu hướng rủi ro, tìm kiếm rủi ro, phòng ngừa rủi ro, v.v. được sử dụng rộng rãi và được xem là phổ biến với nhiều nhà nghiên cứu rủi ro. Trong khi hành vi rủi ro đã được nghiên cứu mạnh mẽ thì lại có rất ít nghiên cứu tồn tại liên quan đến sự nghi ngờ của mọi người đối với rủi ro- ví dụ, thái độ rủi ro, chẳng hạn như xu hướng rủi ro hay ác cảm rủi ro.

Nhận thức rủi ro là ý kiến và niềm tin của một người về mức độ rủi ro liên quan đến kết cục của sự việc là tích cực hay tiêu cực (Al-Rawad và Al Khattab, 2015; Rohmann, 2002). Tuy nhiên, để có được sự hiểu biết về cách con người suy nghĩ và cảm nhận về rủi ro cần một số khía cạnh phải xem xét và điều này liên quan đến thái độ rủi ro. Thái độ rủi ro của một người là những ý định để đánh giá một tình huống không

chắc chắn theo một cách thuận lợi hay không thuận lợi. Thái độ rủi ro chính là xu hướng và tư duy của một người liên quan đến việc chấp nhận hoặc tránh rủi ro trong các tình huống với các kết quả không chắc chắn. Theo đó, thái độ đối với rủi ro được chia thành xu hướng bao gồm: Xu hướng chấp nhận rủi ro và xu hướng né tránh rủi ro (Rohmann, 2002). Hai xu hướng này có thể được hiểu như hai cực của yếu tố thái độ.

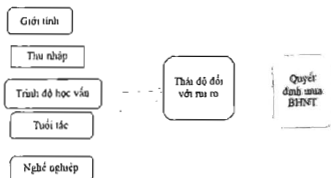
Trong lĩnh vực bảo hiểm, thái độ đối với hành vi có thể chịu ảnh hưởng bởi thái độ đối với rủi ro hay thái độ đối với sản phẩm (Fletcher và Hastings, 1984). Trong đó thái độ đối với rủi ro sẽ chịu ảnh hưởng các biến số nhân khẩu học như tuổi tác, trình độ học vấn, thu nhập, nghề nghiệp. Trong phạm vi của nghiên cứu này, thái độ rủi ro được hiểu là khả năng hay mức độ chấp nhận rủi ro tài chính.

2. Mô hình và phương pháp nghiên cứu

2.1. Mô hình tác động của thái độ đối với rủi ro đến hành vi mua BHNT

Dựa trên tổng quan các nghiên cứu lý thuyết về thái độ đối với rủi ro cũng như lý thuyết về hành vi mua bảo hiểm nhân thọ. Đề tài đã đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của thái độ đối với rủi ro đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ như sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Giả thuyết nghiên cứu của mô hình bao gồm:

Giả thuyết H1: Thái độ đối với rủi ro ảnh hưởng tiêu cực đến ý định mua bảo hiểm nhân thọ

Giả thuyết H2: Tuổi tác, giới tính, nghề, trình độ học vấn có ảnh hưởng tích cực đến quyết định mua BHNT

Giả thuyết H3: các biến nhân khẩu học có ảnh hưởng đến thái độ đối với rủi ro

Nhóm nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy xác suất đa biến (Binary logistics regression) để ước lượng ảnh hưởng của thái độ đối với rủi ro đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ.

Mô hình nghiên cứu sẽ bao gồm:

Biến phụ thuộc: Tham gia BHNT : thể hiện trạng thái thực tế của các nhân trong mẫu tham khảo với tham dự kỹ thuật xử lý biến giả như sau:

Tham gia = 1: khi các cá nhân đã tham gia vào BHNT

Chưa tham gia = 0: khi các cá nhân không tham gia vào BHNT

Biến độc lập:

- Thái độ rủi ro (TDRR): đo lường yếu tố này nghiên cứu sử dụng phương pháp khảo sát giá định dựa trên việc tham khảo kinh nghiệm của một số nghiên cứu trước đây như sau:

Nhóm nghiên cứu yêu cầu người được khảo sát lựa chọn một trong 2 tình huống giá định:

(1) đầu tư 1 số tiền để chắc chắn có được 20% lãi suất với xác suất là 50% và không có lãi với xác suất là 50%.

(2) đầu tư một số tiền như vậy để chắc chắn có được 10% lãi.

Nghiên cứu sử dụng biến giả với thái độ rủi ro = 1 nếu chọn phương án 1 tương đương với thích rủi ro và nhận giá trị = 0 nếu họ chọn tình huống 2 (sợ rủi ro).

2.2. Phương pháp phân tích dữ liệu

Mục tiêu của nghiên cứu là xem xét ảnh hưởng của thái độ đối với rủi ro tác động đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ. Nghiên cứu này áp dụng mô hình định lượng dựa trên nghiên cứu của Condliffe và Fiorentino (2014). Mô hình dưới dạng tổng quát như sau:

$$\text{Log}(P_i / (1 - P_i)) = a_0 + bTDRR_i + bX_i$$

Trong đó:

b là hệ số hồi quy của mô hình

X_i: là các biến giải thích của mô hình

TDRR: là thái độ rủi ro

P_i: là xác suất để 1 người tham gia BHNT

Các hệ số ước lượng sẽ cho biết khi các biến giải thích thay đổi 1 đơn vị thì xác suất mua bảo hiểm nhân thọ sẽ thay đổi như thế nào.

Nghiên cứu sử dụng số liệu phỏng vấn sơ cấp trực tiếp từ các đối tượng là khách hàng cá nhân (hiện tại và tiềm năng) trên địa bàn thành phố Hà Nội, với 350 phiếu thu về hợp lệ trong đó có 159 đối tượng đã tham gia và 191 đối tượng chưa tham gia BHNT.

3. Kết quả và thảo luận

Kết quả phân tích mô tả đã thống kê cho thấy số lượng người khảo sát được hỏi có cơ sở phân bố đa dạng và rải rác ở tất cả các ngành nghề lĩnh vực cùng như trình độ học vấn. Bên cạnh đó, kết quả điều tra khảo sát cũng cho thấy các giá trị nhận được cũng không bị tập trung quá nhiều vào một nhóm đối tượng. Nhóm các đối tượng đã tham gia và chưa tham gia cũng đảm bảo tính tương đồng cũng như các đối tượng được hỏi về tình trạng thích hay không thích rủi ro cũng có kết quả phân bố tương tự. Điều này đảm bảo tính khách quan cho phân tích hồi quy sau này.

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy các biến giải thích Tuổi tác; trình độ học vấn và thu nhập có ảnh hưởng và tương quan đến thái độ rủi ro của một người trong khi đó nghề nghiệp và giới tính không có tương quan. Biến độc lập thái độ rủi ro có tương quan với biến phụ thuộc là tham gia BHNT. Các biến độc lập và biến giải thích bao gồm tuổi, trình độ học vấn và thu nhập đều có tương quan với biến phụ thuộc. Hai biến giải thích trình độ học vấn và thu nhập có tương quan với nhau. Điều này có thể phù hợp trên thực tế khi trình độ học vấn càng cao thì thu nhập càng nhiều.

Vì vậy để tránh hiện tượng đa cộng tuyến, 2 biến giải thích này sẽ được đưa vào dưới dạng biến nhân để xem xét tác động đồng thời của chúng. Hai biến giới tính và nghề nghiệp sẽ được loại ra khi tiến hành hồi quy.

Kết quả hồi quy

Mô hình 1: Xem xét ảnh hưởng của các biến nhân khẩu học đến thái độ đối với rủi ro

Kết quả dự báo ảnh hưởng của các biến giải thích đến thái độ đối với rủi ro được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 1: Kết quả dự báo ảnh hưởng của các nhân tố đến thái độ đối với rủi ro

| | B | S.E | Wald | df | Sig. | Exp(B) |
|----------|--------|-------|--------|----|-------|---------|
| TUOI | -1,005 | 0,173 | 33,746 | 1 | 0,000 | 0,366 |
| THUNHAP | -0,990 | 0,176 | 11,244 | 1 | 0,001 | 0,555 |
| HOCVAN | -1,180 | 0,256 | 21,265 | 1 | 0,000 | 0,307 |
| Constant | 5,973 | 0,635 | 88,507 | 1 | 0,000 | 392,665 |

Kết quả cho thấy, trình độ học vấn là yếu tố có ảnh hưởng lớn nhất đến thái độ rủi ro của một người, theo đó với tương quan âm, nghiên cứu này cho rằng với những người càng có trình độ học vấn thì càng ít thích rủi ro. Tuổi tác và thu nhập cũng có ảnh hưởng tương tự. Tuổi tác càng lớn thì xác suất khả năng thích rủi ro của người đó càng giảm đi. Bên cạnh đó, thu nhập cao cũng khiến cho mức độ mạo hiểm của họ giảm đi.

Từ kết quả trên có thể viết mô hình hồi quy như sau:

$$\text{Log}(p/(1-p)) = 5,973 - 1,18 * \text{HOCVAN} - 1,005 * \text{TUOI} - 0,59 * \text{THUNHAP}$$

Nhu vậy: cứ HOCVAN tăng thêm 1 đơn vị thì Log của tỷ lệ xác suất thích rủi ro sẽ giảm đi 1,18 lần ; cứ TUOI tăng thêm 1 đơn vị thì Log của tỷ lệ xác suất thích rủi ro sẽ giảm đi 1,005 lần.

Nhìn vào bảng Exp (B) ta có thể hiểu: cứ 1 đơn vị

học vấn tăng thêm thì khả năng thích rủi ro sẽ giảm đi 0,307 lần tương tự như vậy, nếu thu nhập tăng thêm 1 đơn vị thì khả năng thích rủi ro sẽ giảm đi 0,555 lần. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra mô hình dự báo được 80% kết quả so với thực tế.

Mô hình 2: xem xét ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định mua BHNT

Bảng 2: Kết quả phân tích ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ

| | B | S.E. | Wald | Df | Sig. | Exp(B) |
|----------|--------|-------|--------|----|-------|--------|
| TUOI | 0,603 | 0,190 | 10,078 | 1 | 0,002 | 1,827 |
| THUNHAP | 0,812 | 0,201 | 16,339 | 1 | 0,000 | 2,253 |
| HOCVAN | 1,049 | 0,295 | 12,683 | 1 | 0,000 | 2,854 |
| TDRR(1) | -2,026 | 0,339 | 31,992 | 1 | 0,000 | 7,587 |
| Constant | -6,787 | 0,789 | 73,185 | 1 | 0,000 | 0,001 |

Kết quả cho thấy các biến khảo sát đều đảm bảo ý nghĩa trong mô hình. Các hệ số -2 log likelihood đảm bảo phù hợp với quy mô nghiên cứu. Mô hình có khả năng dự báo được 85,7% xác suất tham gia bảo hiểm của một người. Trong đó, xác suất tham gia bảo hiểm bị ảnh hưởng bởi thái độ rủi ro là lớn nhất; tuổi tác, học vấn và thu nhập cũng có ảnh hưởng nhưng không đáng kể.

Theo đó mô hình hồi quy vi xác suất tham gia BHNT được viết như sau:

$$\text{Log}(p/1-p) = -6,787 - 2,026 * \text{TDRR} + 1,049 * \text{HOCVAN} + 0,603 * \text{TUOI} + 0,812 * \text{THUNHAP}$$

Dựa vào kết quả ở cột EXP (B) ta có thể hiểu:

Cứ TDRR tăng lên 1 đơn vị thì khả năng mua bảo hiểm sẽ giảm đi 7,587 lần.

Cứ 1 đơn vị học vấn tăng lên thì khả năng mua BHNT sẽ tăng lên 2,854 lần

Tương tự như vậy với tuổi tác là 1,827 và thu nhập là 2,253 lần

4. Kết luận và khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, giống như kỳ vọng và phù hợp với các nghiên cứu trước đó, thái độ đối với rủi ro thực sự có ảnh hưởng đến quyết định tham gia BHNT của các nhân, cụ thể, người càng thích rủi ro thì xác suất mua bảo hiểm càng giảm. Trong nghiên cứu này, thái độ rủi ro được đo lường thông qua biến giả với việc chọn mức điểm cao hơn (1) cho quyết định không chắc chắn và có nhiều rủi ro và với mức điểm thấp hơn (0) cho quyết định mang tính chắc chắn nhưng mức kỳ vọng lợi nhuận thấp hơn. Điều này hoàn toàn phù hợp trên thực tế với thực trạng mua bảo hiểm nhân thọ trên thị trường. Điều này cũng cho thấy với các mức độ rủi ro cao, nguy cơ rủi ro lớn thì khả năng mua bảo hiểm càng cao tuy nhiên, với những rủi ro về tài chính như thang đo nghiên cứu cho thấy càng chấp nhận rủi ro tài chính, các cá nhân thường sẽ tham gia vào những loại hình đầu tư khác mang tính sinh lời cao hơn so với việc tham gia Bảo hiểm nhân thọ. Điều này phù hợp với trình độ học vấn, tuổi tác và thu nhập cũng là yếu tố ảnh hưởng đến cá

thái độ rủi ro và quyết định mua bảo hiểm nhân thọ. Dựa vào kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm giúp các doanh nghiệp BHNT đưa ra những chiến lược hợp lý trong việc gia tăng quyết định tham gia BHNT của khách hàng. Một trong số đó là việc truyền thông nhằm thay đổi thái độ của đối tượng là rất quan trọng. Trên thực tế sản phẩm bảo hiểm nhân thọ là sản phẩm vô hình, là các hợp đồng đã định trước với rất nhiều thuật ngữ và yếu tố phức tạp. Do vậy để hiểu được sản phẩm không hề dễ dàng bởi vậy việc làm cho sản phẩm bảo hiểm trở nên đơn giản hơn và dễ hiểu hơn với khách hàng là điều hoàn toàn cần thiết. Để làm được điều này các doanh nghiệp bảo hiểm cần hình thành hóa các yếu tố vô hình của sản phẩm thành các yếu tố dễ hình dung hơn như: tích hợp các yếu tố đầu tư trong sản phẩm để tăng sức hấp dẫn; Phát triển các yếu tố bổ sung cho các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ; Đa dạng hóa các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ. Bên cạnh đó, các giải pháp liên quan đến tăng cường hoạt động truyền thông và quảng bá sản phẩm hay nâng cao chất lượng đội ngũ truyền thông và kênh phân phối (đại lý; bancassurance; trực tuyến...) để gia tăng thái độ tích cực cho khách hàng đối với sản phẩm bảo hiểm nhân thọ từ đó góp phần thúc đẩy hành vi mua trong tương lai cũng là một trong những giải pháp cấp bách hiện thời để gia tăng quyết định mua bảo hiểm nhân thọ trong tương lai./.

Tài liệu tham khảo

- Amaefula Chinwendu, Chukwukere Austin Okezie và Remigus Mejeha (2012), Risk attitude and insurance: A causal analysis, Tạp chí American Journal of Economics, Số 2(3), Trang: 30-32.
- Brahmana Rayenda, Ritzky Karina Brahmana và Gestli Memarista (2018), Planned Behaviour in Purchasing Health Insurance, Tạp chí The South East Asian Journal of Management.
- Ninh Lê Khương và Huỳnh Hữu Thọ (2013), Ảnh hưởng của thái độ đối với rủi ro đến quyết định đầu tư trong điều kiện không chắc chắn về thị trường đầu ra của doanh nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long, Tạp chí phát triển kinh tế, Số 282, Trang: 94-110.
- Omar Ogenyi Eje (2007), The retailing of life insurance in Nigeria: an assessment of consumers' attitudes, Tạp chí The Journal of Retail Marketing Management Research.
- Weber Elke U, Ann Renee Blais và Nancy E Betz (2002), A domain specific risk attitude scale: Measuring risk perceptions and risk behaviors, Tạp chí Journal of Behavioral Decision Making, Số 15(4), Trang: 263-290.