

# TÁC ĐỘNG CỦA CÔNG NGHỆ BẢO HIỂM ĐẾN HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÁC CÔNG TY BẢO HIỂM TẠI VIỆT NAM

Nguyễn Thị Thuý Hồng<sup>1\*</sup>, Nguyễn Thị Hồng Lan<sup>1</sup>

\*Tác giả liên hệ, Email: hong12g@hou.edu.vn. ORCID: 0009-0003-7374-5310

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 16/02/2026

Ngày phản biện đánh giá: 17/04/2026

Ngày bài báo được duyệt đăng: 14/05/2026

DOI:10.59266/houjs.2026.1254

**Tóm tắt:** Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố tác động đến ứng dụng công nghệ bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh tại Việt Nam, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của các công ty bảo hiểm. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định lượng với mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Kết quả khảo sát 300 nhà quản lý tại 20 công ty bảo hiểm ở ba thành phố lớn của Việt Nam cho thấy nhóm nhân tố khách quan (chính sách Chính phủ, cạnh tranh ngành, cơ sở hạ tầng kỹ thuật số) tác động mạnh hơn nhóm nhân tố chủ quan (cam kết lãnh đạo, sự chuẩn bị công nghệ, năng lực nhân lực) đến ứng dụng công nghệ bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh. Để nâng cao hiệu quả kinh doanh, các nhóm giải pháp được đề xuất bao gồm hoàn thiện khung pháp lý, nâng cao năng lực của doanh nghiệp, đầu tư sâu rộng vào công nghệ bảo hiểm, xây dựng hệ thống đo lường hiệu quả đầu tư công nghệ và thúc đẩy hợp tác trong hệ sinh thái công nghệ bảo hiểm.

**Từ khóa:** công nghệ bảo hiểm, hiệu quả kinh doanh, nhân tố chủ quan, nhân tố khách quan

## I. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh công nghệ bảo hiểm ngày càng đóng vai trò quan trọng, thay đổi mọi hoạt động, sản phẩm và dịch vụ của ngành bảo hiểm; nhiều nghiên cứu trên thế giới đã làm rõ bản chất, ảnh hưởng của công nghệ bảo hiểm đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Trên thế giới, công nghệ bảo hiểm được tiếp cận theo ba hướng.

Thứ nhất về bản chất và vai trò trong chuỗi giá trị. Số hóa tác động sâu rộng từ phát triển sản phẩm, định giá, phân phối đến bồi thường (Eling & Lehmann, 2018). Stoeckli và cộng sự (2018) phân chia công nghệ bảo hiểm thành các nhóm như dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo, chuỗi khối, kết nối vạn vật và nền tảng số; Braun và Häusle (2025) khẳng định vai trò tái cấu trúc mô hình kinh doanh truyền thống. Thứ hai về các nhân tố ảnh hưởng. Dựa trên các lý thuyết

<sup>1</sup> Trường Đại học Mở Hà Nội, Hà Nội, Việt Nam

TAM (Davis, 1989), TOE (Tornatzky & Fleischer, 1990) và DOI (Rogers, 2003), Cappiello (2020) chỉ ra năng lực công nghệ, nguồn lực tài chính, văn hóa đổi mới và áp lực cạnh tranh là yếu tố then chốt. Lin và cộng sự (2020) nhấn mạnh vai trò của lãnh đạo, nhân lực và môi trường pháp lý. *Thứ ba về mối quan hệ với hiệu quả kinh doanh*. Mức ảnh hưởng phụ thuộc vào quy mô doanh nghiệp, trình độ công nghệ và đặc thù thị trường (Eling & Lehmann, 2018). Cappiello (2020) đã khẳng định tác động tích cực của công nghệ bảo hiểm là giảm chi phí, nâng cao trải nghiệm khách hàng và mở rộng thị phần.

Tại Việt Nam, thị trường bảo hiểm phát triển nhanh chóng, đòi hỏi các công ty phải ứng dụng công nghệ bảo hiểm để đổi mới mô hình kinh doanh. Một số tác giả đã đề cập xu hướng này cùng hạn chế về khung pháp lý và thách thức chuyển đổi số, nhưng các nghiên cứu chuyên sâu về nhân tố ảnh hưởng và tác động đến hiệu quả kinh doanh vẫn còn khiêm tốn. Đó là khoảng trống mà nhóm nghiên cứu hướng tới. Nghiên cứu này nhằm phân tích tác động của các nhân tố đến ứng dụng công nghệ bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh các công ty bảo hiểm Việt Nam.

## II. Cơ sở lý thuyết

### 2.1. Các khái niệm chính

#### *Công nghệ bảo hiểm*

Theo Braun và Schreiber (2017), công nghệ bảo hiểm là việc ứng dụng các công nghệ vượt trội để đổi mới và tự động hóa ngành bảo hiểm với ba loại mô hình kinh doanh chính: (1) Công ty bảo hiểm thuần số; (2) Nền tảng so sánh và phân phối; (3) Nhà cung cấp công nghệ hỗ trợ. Stoeckli và cộng sự (2018) đã chỉ ra các công ty bảo hiểm

có thể tự động hóa quy trình thẩm định và quản lý việc giải quyết khiếu nại hiệu quả hơn. Hơn nữa, công nghệ bảo hiểm nâng cao giá trị của ngành bảo hiểm như thiết kế sản phẩm, bảo lãnh, tính toán bảo hiểm, quản lý khiếu nại và nâng cao trải nghiệm khách hàng (Zarifis & Cheng, 2022).

#### *Hiệu quả kinh doanh*

Hiệu quả kinh doanh được đo lường bằng lợi nhuận, năng suất, sự hài lòng của khách hàng, năng lực đổi mới và tăng trưởng thị trường (Abrokwah-Larbi & Awuku-Larbi, 2024). Hiệu quả hoạt động thể hiện thông qua việc định giá tốt và tối đa hoá lợi nhuận. Bên cạnh đó, hiệu quả kinh doanh còn đến từ nguồn doanh thu mới của các công ty bảo hiểm nhờ nâng cao hiệu quả chi phí, xây dựng và đổi mới cách thức tiếp cận và cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Trên cơ sở đó, công ty bảo hiểm có thể xác định được mức độ rủi ro để cung cấp phí tham gia bảo hiểm một cách chính xác (Wu & Monfort, 2023).

### 2.2. Khung lý thuyết

#### 2.2.1. Tác động của công nghệ bảo hiểm đến hiệu quả kinh doanh

Công nghệ bảo hiểm có tác động tích cực đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua việc tăng doanh thu, cải thiện tương tác và cá nhân hóa dịch vụ khách hàng, hỗ trợ ra quyết định (Wu & Monfort, 2023). Bên cạnh đó, thủ tục hành chính, cơ sở hạ tầng công nghệ, năng lực quản lý và trình độ nhân viên là những nhân tố tác động đến việc ứng dụng công nghệ bảo hiểm (Tran & Nguyen, 2024). Công nghệ bảo hiểm còn nâng cao hiệu quả kinh doanh thông qua tối ưu hóa chi phí vận hành và giảm thiểu rủi ro. Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và chuỗi khối cho phép phân tích chính xác hồ sơ rủi ro, định giá sản phẩm hợp lý, phát hiện

gian lận trong bồi thường và hạn chế tổn thất (Cappiello, 2020). Theo Stoeckli và cộng sự (2018), việc tích hợp công nghệ vào quy trình nghiệp vụ rút ngắn thời gian xử lý hợp đồng và bồi thường, đồng thời nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Đặc biệt, công nghệ bảo hiểm còn giúp công ty mở rộng thị trường và đa dạng hóa kênh phân phối. Thông qua các nền tảng số, ứng dụng di động và kênh trực tuyến, công ty có thể tiếp cận phân khúc khách hàng mới, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ và những nơi mạng lưới truyền thống còn hạn chế (Eling & Lehmann, 2018). Khả năng xử lý giao dịch theo thời gian thực giúp duy trì mối quan hệ lâu dài và gia tăng tỷ lệ tái ký hợp đồng. Công nghệ bảo hiểm không chỉ là công cụ vận hành mà còn là công cụ chiến lược thúc đẩy tăng trưởng doanh thu, nâng cao năng suất và hiệu quả tài chính của các công ty bảo hiểm.

### 2.2.2. Các yếu tố tác động ứng dụng công nghệ bảo hiểm trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh

Theo Kopka & Fornahl (2024), tác động của công nghệ bảo hiểm đến hiệu quả kinh doanh của công ty phụ thuộc vào một số nhân tố chủ quan và nhân tố khách quan sau:

#### *Nhân tố chủ quan*

Việc áp dụng công nghệ bảo hiểm phụ thuộc vào *cơ sở hạ tầng kỹ thuật, kỹ năng số của nhân viên và định hướng của công ty* (Grover và cộng sự, 2022). Cùng quan điểm đó, Gupta và cộng sự (2022) nhấn mạnh năng lực quản lý và nhận thức của đội ngũ nhân viên có tác động đáng

kể đến việc hiệu quả ứng dụng công nghệ bảo hiểm. Bên cạnh đó, Zarifis và Cheng (2022) chỉ rõ ngoài sự chuẩn bị về công nghệ và năng lực nguồn nhân lực thì *cam kết của lãnh đạo* cũng là yếu tố then chốt thúc đẩy ứng dụng công nghệ bảo hiểm và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Tầm nhìn chiến lược và khả năng lãnh đạo theo định hướng đổi mới kỹ thuật số là tiền đề quan trọng cho các dự án công nghệ bảo hiểm (Jatobá và cộng sự, 2023).

#### *Nhân tố khách quan*

Nhóm nhân tố khách quan gồm *chính sách của chính phủ, cạnh tranh trong ngành và cơ sở hạ tầng kỹ thuật số* có tác động sâu rộng đến việc áp dụng công nghệ bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh (Flavián và cộng sự, 2022). Ứng dụng công nghệ số sẽ giúp các công ty bảo hiểm nắm bắt cơ hội thị trường tốt hơn từ đó cải thiện hiệu quả tài chính (Schwaeke và cộng sự, 2024). Để tối đa hóa lợi ích, việc tăng cường hệ sinh thái bên ngoài là rất quan trọng đối với các công ty bảo hiểm để đạt được sự tăng trưởng dựa trên công nghệ bảo hiểm (Yu và cộng sự, 2023).

### 2.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Nhóm nghiên cứu xây dựng mô hình nghiên cứu gồm biến độc lập (nhân tố chủ quan: NTC; nhân tố khách quan: NTK), biến trung gian (công nghệ bảo hiểm: IT và biến phụ thuộc (hiệu quả kinh doanh: HQKD) (Hình 1).

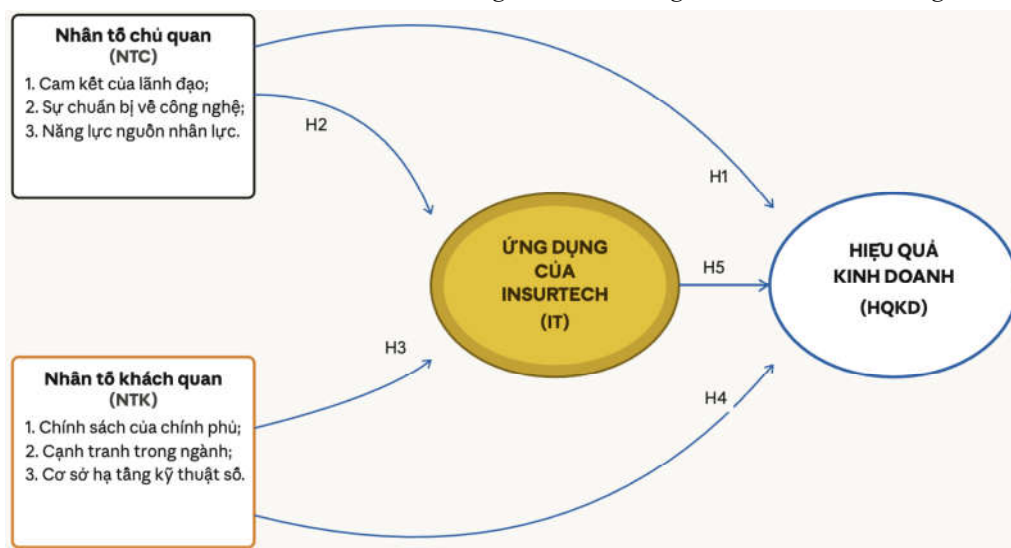
Dựa trên mô hình nghiên cứu, nhóm tác giả kiểm định năm giả thuyết về mối quan hệ giữa các biến như Bảng 1:

Bảng 1. Tổng hợp các giả thuyết nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

Giả thuyết	Nội dung	Cơ sở lý thuyết
H1	NTC có tác động cùng chiều đến HQKD	Khung TOE (Tornatzky & Fleischer, 1990); (Thảo & Quang, 2024)
H2	NTC có tác động cùng chiều đến IT	Mô hình TAM (Davis, 1989); Khung TOE (Tornatzky & Fleischer, 1990)

Giả thuyết	Nội dung	Cơ sở lý thuyết
H3	NTK có tác động cùng chiều đến IT	Lý thuyết DOI (Rogers, 2003); Khung TOE (Tornatzy & Fleischer, 1990)
H4	NTK có tác động cùng chiều đến HQKD	Eling & Lehmann (2018); Khung TOE (Tornatzy & Fleischer, 1990)
H5	IT có tác động cùng chiều đến HQKD	Wu & Monfort (2023); Stocckli và cộng sự (2018); Cappiello (2020)

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất từ mô hình nghiên cứu, 2026



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu, 2026

Hình 1. Mô hình nghiên cứu các nhân tố tác động đến ứng dụng InsurTech và hiệu quả kinh doanh

### III. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả sử dụng phương pháp định lượng kết hợp mô hình phương trình cấu trúc (SEM) với ba bước chính.

#### Bước 1: Xây dựng và kiểm định sơ bộ thang đo

Bảng câu hỏi gồm bốn phần *nhân tố chủ quan* (NTC), *nhân tố khách quan* (NTK), *công nghệ bảo hiểm* (IT) và *hiệu quả kinh doanh* (HQKD) được đo lường bằng thang Likert 5 cấp độ. Khảo sát thí điểm với 20 nhà quản lý từ 10 công ty bảo hiểm tại Hà Nội cho kết quả Cronbach's Alpha của tất cả thang đo đều lớn hơn 0,7, đạt độ tin cậy theo Nunnally và Bernstein (1994).

#### Bước 2: Khảo sát chính thức và kiểm định thang đo

Bảng câu hỏi được gửi tới 300 nhà quản lý có thâm niên từ 5 năm trở lên tại 20 công ty bảo hiểm ở Hà Nội (39,3%), Đà Nẵng (18,9%) và TP. Hồ Chí Minh (41,8%). Kết quả thu về 285 phiếu hợp lệ, với cơ cấu nam 56,8% và nữ 43,2%. Độ tuổi của mẫu từ 31-50 chiếm 77,2%. Trong đó, 100% mẫu có trình độ đại học trở lên: thạc sĩ và tiến sĩ (39,6%); trưởng/phó phòng (51,9%), giám đốc/phó giám đốc chi nhánh (29,5%), quản lý cấp cao (18,6%).

Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm AMOS nhằm phân tích nhân tố khẳng định (CFA), đánh giá độ phù hợp theo các chỉ số CFI > 0,90; TLI > 0,90; RMSEA

< 0,08 (Hu & Bentler, 1999). Tính hợp lệ hội tụ được đánh giá qua AVE > 0,50 và tính hợp lệ phân biệt theo tiêu chí Fornell-Larcker (Hair và cộng sự, 2019).

### Bước 3: Kiểm định mô hình cấu trúc và giả thuyết

Mô hình SEM được kiểm định, đánh giá ý nghĩa thống kê qua hệ số đường dẫn, giá

Bảng 2. Kiểm định Cronbach's alpha của các nhân tố tác động đến ứng dụng InsurTech và hiệu quả kinh doanh của các công ty bảo hiểm Việt Nam

Nhân tố tác động	Số thành tố	Cronback's alpha	Means	Độ lệch chuẩn
Nhân tố chủ quan (NTC)	3	0,944	3,056	0,981
Nhân tố khách quan (NTK)	3	0,942	3,064	1,005
Ứng dụng InsurTech (IT)	2	0,887	3,298	0,998
Hiệu quả kinh doanh (HQKD)	2	0,839	2,378	0,758

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ khảo sát 300 nhà quản lý (SPSS 20.0)

Bảng 2 trình bày kết quả kiểm định Cronbach's Alpha với các thang đo đều đạt độ tin cậy với hệ số vượt ngưỡng 0,7 (Hair và cộng sự, 2019). Trong đó, NTC đạt cao nhất là 0,944, tiếp theo là NTK đạt 0,942, IT đạt 0,887 và HQKD đạt 0,839. Các giá trị trung bình dao động từ 2,378 đến 3,298 đều trên mức trung lập của thang đo Likert

Bảng 3. Kiểm định mô hình SEM các nhân tố tác động đến ứng dụng InsurTech và hiệu quả kinh doanh của các công ty bảo hiểm Việt Nam

Mối quan hệ	Ước tính chuẩn hóa	S.E	C.R	P	SE-Bias	Giả thuyết	Kết quả
NTC→IT	0,065	0,027	2,232	0,026	0,003	H2	Chấp nhận
NTK→IT	0,096	0,024	3,309	***	0,004	H3	Chấp nhận
NTC→HQKD	0,104	0,018	3,321	***	0,004	H1	Chấp nhận
NTK→HQKD	0,088	0,016	2,864	0,004	0,001	H4	Chấp nhận
IT→HQKD	0,350	0,027	8,100	***	0,002	H5	Chấp nhận

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ khảo sát 300 nhà quản lý (SPSS 20.0, Amos).

Ghi chú: \*\*\* mức ý nghĩa 0,01

Kết quả kiểm định mô hình SEM (Bảng 3) khẳng định cả NTC và NTK đều có tác động tích cực đến IT. NTK có tác động mạnh hơn ( $\beta = 0,096$ ,  $p < 0,01$ ) so với NTC ( $\beta = 0,065$ ,  $p < 0,05$ ). Bên cạnh

trị t và p-value. Kết quả cho thấy cả NTC và NTK đều tác động tích cực đến IT và HQKD.

## IV. Kết quả và thảo luận

### 4.1. Kết quả nghiên cứu

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha của các nhân tố tác động đến ứng dụng công nghệ bảo hiểm và HQKD được trình bày trong bảng 1 dưới đây:

5 cấp độ. Giá trị trung bình của HQKD là thấp nhất (2,378). Trong khi độ lệch chuẩn từ 0,758 đến 1,005 cho thấy quan điểm của người tham gia khảo sát tương đối đồng nhất.

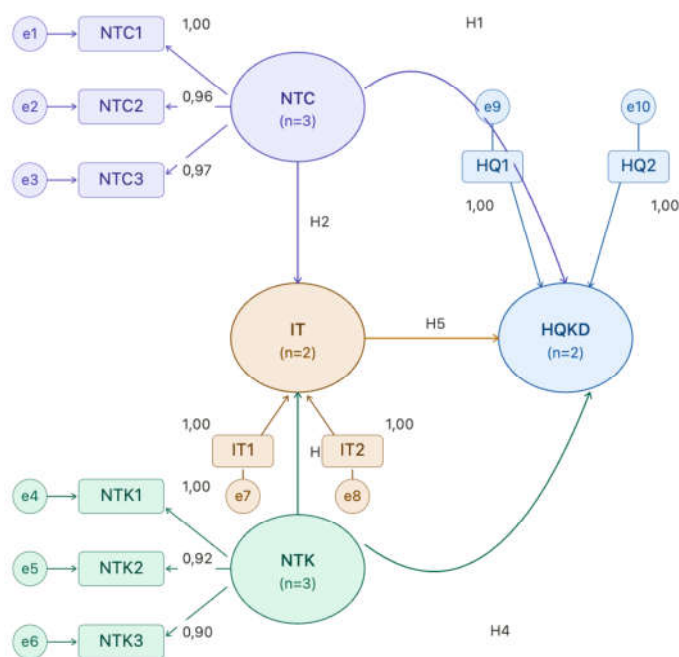
Mô hình SEM được kiểm định với 5 giả thuyết (H1-H5) đều được chấp nhận (Bảng 3).

đó, NTC, NTK và IT cũng tác động đến HQKD. Trong đó, IT có tác động mạnh nhất ( $\beta = 0,350$ ,  $p < 0,01$ ) so với NTC ( $\beta = 0,104$ ,  $p < 0,01$ ) và NTK ( $\beta = 0,088$ ,  $p < 0,05$ ).

Hình 2 phản ánh kiểm định mô hình SEM về tác động của NTC và NTK đến HQKD. Kết quả cho thấy NTC và NTK tác động đến HQKD với các chỉ số đạt yêu cầu: Chi-square/df = 3,818 (< 5), CFI = 0,967 và TLI = 0,958 (> 0,90), GFI = 0,936 (> 0,90), RMSEA = 0,056 (< 0,08). Bên cạnh đó, tất cả các biến quan sát đều có hệ số

biến tiềm ẩn tương ứng ở mức cao (từ 0,90 đến 1,00). Điều này thể hiện độ tin cậy và tính hợp lệ của thang đo. Cụ thể, NTC có hệ số tải từ 0,96 đến 1,00; NTK từ 0,90 đến 1,00. Trong khi đó, IT và HQKD đều có hệ số tải là 1,00. Điều này cho thấy các biến quan sát đo lường tốt và thang đo có độ tin cậy và tính hợp lệ hội tụ cao (Hình 2).

Chi-square/df = 3,818; CFI = 0,967; TLI = 0,958; GFI = 0,936; RMSEA = 0,056; P = 0,000



Hình 2. Mô hình SEM kiểm định các nhân tố tác động đến ứng dụng công nghệ bảo hiểm và HQKD

(Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ khảo sát 300 nhà quản lý, SPSS 20.0, AMOS)

#### 4.2. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy bộ công cụ đo lường phù hợp với bối cảnh ngành bảo hiểm Việt Nam, với cả 4 nhân tố đều đạt Cronbach's Alpha vượt 0,7; khẳng định tính nhất quán cao của các biến quan sát. Điều này phù hợp với tiêu chuẩn của Hair và cộng sự (2019) và tương đồng với kết quả của Eling và Lehmann (2018), Cappiello (2020) khi khẳng định công nghệ bảo hiểm là nhân tố then chốt giúp

doanh nghiệp nâng cao hiệu quả vận hành, cải thiện trải nghiệm khách hàng và tối ưu hóa quản trị rủi ro.

Giá trị trung bình của HQKD thấp nhất (2,378) phản ánh sự thận trọng của các nhà quản lý khi thừa nhận tác động tích cực của công nghệ bảo hiểm đến HQKD. Điều này có thể lý giải bởi thực trạng ứng dụng công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam còn ở giai đoạn đầu, chưa khai thác hiệu quả các công nghệ số (Eling

& Lehmann, 2018). Phát hiện này tương đồng với quan điểm của Cappiello (2020) về áp lực chi phí đầu tư ban đầu và độ trễ trong chuyển hóa đầu tư thành HQKD. Đặc biệt, IT có tác động mạnh nhất đến HQKD ( $\beta = 0,350$ ,  $p < 0,01$ ), vượt trội so với tác động trực tiếp của NTC ( $\beta = 0,104$ ) và NTK ( $\beta = 0,088$ ). Phát hiện này tương đồng với nghiên cứu của Stoeckli và cộng sự (2018) cho rằng công nghệ bảo hiểm là cầu nối trung gian quan trọng chuyển hóa các tác động thành nâng cao HQKD.

Khác Nicoletti (2021), nhóm nghiên cứu nhận thấy NTK tác động mạnh hơn NTC đến IT ( $\beta = 0,096$  so với  $0,065$ ). Sự khác biệt được lý giải bởi đặc thù thị trường bảo hiểm mới nổi tại Việt Nam, nơi khung pháp lý, chính sách và áp lực cạnh tranh quốc tế là nhân tố chính thúc đẩy chuyển đổi số. Điều này cũng tương đồng với Eling và cộng sự (2022) về các thị trường tài chính đang phát triển.

Kết quả nghiên cứu cho thấy 5 giả thuyết (H1-H5) đều được chấp nhận. Việc NTK tác động mạnh hơn NTC đến IT phản ánh thực tế rằng trong bối cảnh hiện nay, các yếu tố bên ngoài đóng vai trò quan trọng hơn động lực nội tại trong thúc đẩy chuyển đổi số.

## V. Giải pháp và kết luận

### 5.1. Giải pháp

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất năm nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh các công ty bảo hiểm Việt Nam:

*Thứ nhất, các cơ quan quản lý nhà nước cần hoàn thiện khung pháp lý và chính sách về công nghệ bảo hiểm.* Kết quả kiểm định cho thấy NTK gồm chính sách của Chính phủ và môi trường pháp

lý có tác động mạnh nhất đến quá trình ứng dụng công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam. Điều này khẳng định vai trò chất xúc tác của thể chế trong giai đoạn đầu chuyển đổi số. Do đó, một khung pháp lý đồng bộ về chia sẻ dữ liệu, định danh số, bảo mật thông tin khách hàng và phân phối bảo hiểm trực tuyến cần được ưu tiên hoàn thiện. Bên cạnh đó, Chính phủ cần ban hành các chính sách hỗ trợ tài chính và ưu đãi thuế cho các công ty bảo hiểm đi đầu trong ứng dụng công nghệ. Việc tăng cường tác động tích cực từ NTK sẽ thúc đẩy IT phát huy hiệu quả trung gian, từ đó góp phần nâng cao HQKD của ngành bảo hiểm.

*Thứ hai, các công ty bảo hiểm Việt Nam cần nâng cao năng lực nội bộ và thúc đẩy đổi mới sáng tạo.* Tác động của NTC đến IT thấp hơn so với NTK cho thấy các công ty cần xây dựng và triển khai chiến lược chuyển đổi số với lộ trình rõ ràng, ưu tiên phát triển nguồn nhân lực số và khuyến khích tư duy đổi mới sáng tạo. Điều này sẽ giúp các công ty bảo hiểm đẩy mạnh tác động gián tiếp thông qua IT và trực tiếp đến HQKD. Trên cơ sở đó, các công ty bảo hiểm có thể tối đa hóa hiệu quả của HĐKD.

*Thứ ba, các công ty bảo hiểm Việt Nam cần ưu tiên đầu tư ứng dụng công nghệ bảo hiểm sâu rộng và đồng bộ.* Giải pháp then chốt này xuất phát từ phát hiện IT có tác động mạnh nhất đến HQKD, vượt xa tác động trực tiếp của NTC và NTK. Hơn nữa, giá trị trung bình của HQKD thấp cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa khai thác hết tiềm năng của công nghệ. Do đó, các công ty cần ứng dụng công nghệ bảo hiểm trong xét duyệt bồi thường và phát hiện gian lận, giám sát

rủi ro, định giá sản phẩm cá nhân hóa, và minh bạch hóa hợp đồng bảo hiểm. Việc đầu tư chiến lược và toàn diện vào công nghệ số sẽ là chìa khóa giúp các công ty bảo hiểm cải thiện HQKD.

*Thứ tư, các công ty bảo hiểm cần xây dựng hệ thống đo lường hiệu quả đầu tư công nghệ.* Giá trị trung bình HQKD chưa cao còn phản ánh sự thận trọng của các nhà quản lý khi đánh giá tác động của công nghệ bảo hiểm đối với HQKD. Để khắc phục, các công ty cần thiết lập bộ chỉ số đánh giá hiệu quả công nghệ bảo hiểm bao gồm các chỉ tiêu tài chính và các chỉ tiêu phi tài chính. Hệ thống đo lường này không chỉ tạo cơ chế trách nhiệm giải trình rõ ràng mà còn giúp ban lãnh đạo nhận diện chính xác hơn các giá trị mà công nghệ mang lại, từ đó đưa ra quyết định phân bổ nguồn lực và đầu tư công nghệ hiệu quả hơn.

*Thứ năm, các công ty bảo hiểm Việt Nam cần thúc đẩy hợp tác chiến lược với các bên liên quan.* Việc NTK có tác động mạnh hơn NTC đến IT cho thấy môi trường bên ngoài là động lực quan trọng thúc đẩy chuyển đổi số trong ngành bảo hiểm Việt Nam. Để khai thác tối đa tiềm năng đổi mới sáng tạo từ môi trường bên ngoài đồng thời duy trì thế mạnh nội bộ, các công ty bảo hiểm cần chủ động xây dựng các mô hình hợp tác chiến lược với các công ty khởi nghiệp công nghệ bảo hiểm, các tập đoàn công nghệ lớn, tổ chức tài chính và cơ sở nghiên cứu. Cách tiếp cận này giúp các công ty bảo hiểm kiểm nghiệm các mô hình kinh doanh mới, chia sẻ rủi ro đầu tư, đẩy nhanh tiến độ ứng dụng công nghệ và tăng cường vai trò trung gian của IT trong việc nâng cao HQKD.

## 5.2. Kết luận

Nghiên cứu đã làm rõ mối quan hệ giữa các nhân tố tác động đến công nghệ bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh của các công ty bảo hiểm Việt Nam. *Về mặt học thuật*, nghiên cứu khẳng định vai trò trung gian của công nghệ bảo hiểm chuyển hóa các tác động của môi trường bên trong và bên ngoài thành hiệu quả kinh doanh trong bối cảnh bảo hiểm Việt Nam. *Về mặt thực tiễn*, nghiên cứu đề xuất năm nhóm giải pháp: hoàn thiện khung pháp lý; nâng cao năng lực nội tại và đổi mới sáng tạo; ưu tiên đầu tư công nghệ bảo hiểm; xây dựng hệ thống đo lường hiệu quả đầu tư; và thúc đẩy hợp tác chiến lược trong hệ sinh thái công nghệ bảo hiểm. Triển khai đồng bộ các giải pháp này sẽ giúp các công ty bảo hiểm Việt Nam nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững trong kỷ nguyên số.

### Tài liệu tham khảo

- Abrokwah-Larbi, K., & Awuku-Larbi, Y. (2024). The impact of artificial intelligence in marketing on the performance of business organizations: Evidence from SMEs in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(4), 1090-1117. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2022-0207>
- Bộ Tài chính. (2024). *Báo cáo thống kê thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2024*. <https://www.studocu.vn/vn/document/dai-hoc-kinh-te-quoc-dan/kinh-te-bao-hiem/so-lieu-thi-truong-bao-hiem-nam-2024-bao-cao-tong-hop/141504966>
- Braun, A., & Häusle, N. (2025). Digital insurance and InsurTech. In G. Dionne (Ed.), *Handbook of Insurance* (3rd ed.). Springer. [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-69561-2\\_8](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-69561-2_8)

- Braun, A., & Schreiber, F. (2017). The current InsurTech landscape: Business models and disruptive potential. *Institute of Insurance Economics, University of St. Gallen*. <https://www.econstor.eu/handle/10419/226646>
- Cappiello, A. (2020). The digital (r)evolution of insurance business models. *American Journal of Economics and Business Administration*, 12(1), 1-13. <https://doi.org/10.3844/ajebasp.2020.1.13>
- Chính phủ. (2023). *Nghị định số 13/2023/NĐ-CP ngày 17/4/2023 về bảo vệ dữ liệu cá nhân*. [http://thuvienso.dut.udn.vn/bitstream/DUT/6851/1/BaiTapChi\\_XM6TDVZ2.pdf](http://thuvienso.dut.udn.vn/bitstream/DUT/6851/1/BaiTapChi_XM6TDVZ2.pdf)
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Eling, M., & Lehmann, M. (2018). The impact of digitalization on the insurance value chain and the insurability of risks. *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, 43(3), 359-396. <https://doi.org/10.1057/s41288-017-0073-0>
- Eling, M., Nuessle, D., & Staubli, J. (2022). The impact of artificial intelligence along the insurance value chain and on the insurability of risks. *The Geneva Papers on Risk and Insurance - Issues and Practice*, 47(2), 205-241. <https://doi.org/10.1057/s41288-020-00201-7>
- Flavián, C., Pérez-Rueda, A., Belanche, D., & Casaló, L. V. (2022). Intention to use analytical artificial intelligence (AI) in services - the effect of technology readiness and awareness. *Journal of Service Management*, 33(2), 293-320. <https://doi.org/10.1108/JOSM-10-2020-0378>
- Grover, P., Kar, A. P., & Dwivedi, Y. D. (2022). Understanding artificial intelligence adoption in operations management: Insights from the review of academic literature and social media discussions. *Annals of Operations Research*, 308, 177-213. <https://doi.org/10.1007/s10479-020-03683-9>
- Gupta, S., Ghardallou, W., Pandey, D. K., & Sahu, G. P. (2022). Artificial intelligence adoption in the insurance industry: Evidence using the technology-organization-environment framework. *Research in International Business and Finance*, 63, Article 101757. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2022.101757>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis (8th ed.)*. Cengage. <https://researchdiscovery.drexel.edu/esploro/outputs/book/Multivariate-data-analysis/991019295303204721>
- Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam - IAV. (2024). *Báo cáo thống kê thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2024*. IAV. <https://hjs.huflit.edu.vn/index.php/hjs/article/view/209>
- Jatobá, M. N., Ferreira, J. J., Fernandes, P. O., & Teixeira, J. P. (2023). Intelligent human resources for the adoption of artificial intelligence: A systematic literature review. *Journal of Organizational Change Management*, 36(7), 1099-1124. <https://doi.org/10.1108/JOCM-03-2022-0075>
- Kopka, A., & Fornahl, D. (2024). Artificial intelligence and firm growth - Catch-up processes of SMEs through integrating AI into their knowledge bases. *Journal of Small Business Economics*, 62(1), 63-85. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00754-6>
- Lin, L., Hung, P. H., Chou, D. W., & Lai, C. W. (2020). Financial performance and corporate social responsibility: Empirical evidence from Taiwan. *Asia Pacific Management Review*, 25(4), 218-229. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1029313217302191>
- Nicoletti, B. (2021). Insurance 4.0: Benefits and challenges of digital transformation. *Palgrave Studies in Financial Services Technology*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-58426-9>

- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press. doi:10.4324/9780203710753-35
- Schwaeke, J., Peters, A., Kanbach, D. K., Kraus, S., & Jones, P. (2024). The new normal: The status quo of AI adoption in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 63(3), 1297-1331. <https://doi.org/10.1080/00472778.2024.2379999>
- Stoekli, E., Dremel, C., & Uebernickel, F. (2018). Exploring characteristics and transformational capabilities of InsurTech innovations to understand insurance value creation in a digital world. *Electronic Markets*, 28(3), 287-305. <https://doi.org/10.1007/s12525-018-0304-7>
- Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books
- Tran, P. T., & Nguyen, V. Q. (2024). Business performance and forecast of business performance of insurance enterprises in Vietnam. *Hanoi Open University Journal of Science*, 118(8). <https://doi.org/10.59266/houjs.2024.442>
- Wu, C. W., & Monfort, A. (2023). Role of artificial intelligence in marketing strategies and performance. *Psychology & Marketing*, 40(3), 484-496. <https://doi.org/10.1002/mar.21737>
- Yu, X., Xu, S., & Ashton, M. (2023). Antecedents and outcomes of artificial intelligence adoption and application in the workplace: The socio-technical system theory perspective. *Information Technology & People*, 36(1), 454-474. <https://doi.org/10.1108/ITP-04-2021-0254>
- Zarifis, A., & Cheng, X. (2022). A model of trust in Fintech and trust in InsurTech: How artificial intelligence and the context influence it. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 36, Article 100739. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2022.100739>

## IMPACTS OF INSURTECH ON THE BUSINESS PERFORMANCES OF INSURANCE COMPANIES IN VIETNAM

Nguyen Thi Thuy Hong<sup>1</sup>, Nguyen Thi Hong Lan<sup>1</sup>

**Abstract:** *This study aims to identify the factors influencing the adoption of InsurTech and business performances in Vietnam, thereby proposing solutions to improve the business performances of insurance companies. The study employs a quantitative approach using Structural Equation Modeling (SEM), with measurement scales validated through Cronbach's Alpha reliability testing and Confirmatory Factor Analysis (CFA). Survey results from 300 managers working at 20 insurance companies across three major cities in Vietnam reveal that objective factors (government policies, industry competition, and digital infrastructure) exert a stronger influence than subjective factors (leadership commitment, technological readiness, and human resource capabilities) on both the adoption of InsurTech and business performance. To enhance the business performances of Vietnam's insurance companies, the proposed solution groups include improving the legal framework, strengthening corporate capabilities, investing extensively in InsurTech, establishing systems for measuring technology investment effectiveness, and fostering collaboration within the InsurTech ecosystem.*

**Keywords:** *business performances, InsurTech, objective factors, subjective factors, Vietnam*

---

<sup>1</sup> Hanoi Open University, Hanoi, Vietnam