TÁC ĐỘNG CỦA NỀN TẢNG CÔNG NGHỆ ĐẾN Ý ĐỊNH DUY TRÌ HỢP ĐỒNG BẢO HIỂM NHÂN THỌ: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI MỘT DOANH NGHIỆP BẢO HIỂM HÀNG ĐẦU Ở VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Thanh Quý*

Nghiên cứu này phân tích tác động của nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ trong bối cảnh một doanh nghiệp bảo hiểm hàng đầu tại Việt Nam. Dữ liệu được thu thập từ 250 khách hàng thông qua bảng hỏi cấu trúc và được phân tích bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả CFA cho thấy mô hình đo lường phù hợp tốt với dữ liệu, các thang đo đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ, đồng thời đáp ứng giá trị phân biệt. Kết quả SEM khẳng định bốn nhân tố của nền tảng công nghệ gồm tính tiện lợi giao dịch số, sự minh bạch thông tin, hiệu quả hỗ trợ trực tuyến và an toàn-bảo mật số đều tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến ý định duy trì hợp đồng. Trong đó, minh bạch thông tin có ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là an toàn-bảo mật. Mô hình giải thích 44,8% biến thiên của ý định duy trì, qua đó gợi ý ưu tiên quản trị nền tảng theo hướng minh bạch, bảo mật và tối ưu trải nghiệm.

• Từ khóa: *nền tảng công nghệ; bảo hiểm nhân thọ; ý định duy trì hợp đồng; minh bạch thông tin; SEM.*

This study examines how technological platforms influence customers' intention to maintain life insurance contracts in the context of a leading insurance enterprise in Vietnam. Data were collected from 250 customers through a structured questionnaire and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The results of the Confirmatory Factor Analysis (CFA) show that the measurement model fits the data well, and the scales meet the requirements of reliability, convergent validity, and discriminant validity. The SEM results indicate that four factors of the technological platform, including digital transaction convenience, information transparency, online support efficiency, and digital safety and security, have positive and statistically significant effects on the intention to maintain life insurance contracts. Among these factors, information transparency has the strongest impact, followed by safety and security. The model explains 44.8% of the variance in maintenance intention, suggesting that platform management should focus on enhancing transparency, strengthening security, and optimizing user experience.

• Key words: *technological platform, life insurance, contract maintenance intention, information transparency, SEM.*

Ngày nhận bài: 21/12/2025
Ngày gửi phản biện: 30/01/2026
Ngày duyệt đăng: 10/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.24

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số đang tái định hình hoạt động và cạnh tranh của ngành bảo hiểm, đặc biệt tại các điểm chạm như tư vấn, phát hành hợp đồng, chăm sóc sau bán và giải quyết quyền lợi. Nền tảng công nghệ tác động trực tiếp đến chất lượng dịch vụ cảm nhận thông qua tốc độ xử lý, mức độ minh bạch và tính an toàn của giao dịch số; hiệu quả phụ thuộc lớn vào năng lực thiết kế và quản trị trải nghiệm số của doanh nghiệp (Eckert & Osterrieder, 2020; Eckert et al., 2022).

Trong bảo hiểm nhân thọ, duy trì hợp đồng quyết định tính bền vững danh mục và hiệu quả tài chính dài hạn. Khách hàng có thể gián đoạn đóng phí khi trải nghiệm nền tảng kém, như thao tác phức tạp, thông tin thiếu nhất quán, hỗ trợ chậm hoặc lo ngại an toàn dữ liệu. Vì vậy, xác định các thuộc tính nền tảng công nghệ thúc đẩy ý định duy trì hợp đồng là yêu cầu quản trị cấp thiết tại Việt Nam.

Về mặt học thuật, các nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ tài chính số tại Việt Nam đã ghi nhận vai trò của lợi ích cảm nhận, niềm tin và rủi ro cảm nhận đối với hành vi tiếp tục sử dụng dịch vụ, đồng thời sử dụng phổ biến mô hình phương trình cấu trúc để kiểm định quan hệ giữa các khái niệm tiềm ẩn (Khuông, 2022; Đỗ & Trần, 2025). Tuy nhiên, bằng chứng thực nghiệm cho bối cảnh bảo hiểm nhân thọ còn hạn chế, nhất là các nghiên cứu đặt trọng tâm vào nền tảng công nghệ như nhóm tiền tố trực tiếp của ý định duy trì hợp đồng.

Khoảng trống nghiên cứu thể hiện ở ba phương diện. Thứ nhất, còn thiếu các mô hình định lượng

** Trường Đại học Kinh tế & Quản trị Kinh doanh - ĐH Thái Nguyên; email: thanhquynguyen@tueba.edu.vn*

tập trung vào trải nghiệm nền tảng công nghệ trong quá trình thực hiện nghĩa vụ hợp đồng bảo hiểm nhân thọ. Thứ hai, các thuộc tính nền tảng số liên quan đến minh bạch thông tin, hỗ trợ trực tuyến và an toàn bảo mật chưa được chuẩn hoá và kiểm định đồng thời trong một mô hình cấu trúc hướng đến hành vi duy trì. Thứ ba, còn thiếu các nghiên cứu trường hợp tại doanh nghiệp bảo hiểm với dữ liệu khách hàng đủ điều kiện thẩm định mô hình đo lường và mô hình cấu trúc bằng SEM. Một số bằng chứng gần đây về hành vi tái tục bảo hiểm tại Việt Nam cho thấy vai trò của hài lòng và rủi ro cảm nhận đối với ý định tái mua, gợi ý cần mở rộng sang bảo hiểm nhân thọ với trọng tâm là nền tảng công nghệ (Nguyễn, 2025).

Trên cơ sở đó, nghiên cứu này phân tích tác động của nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ tại một doanh nghiệp bảo hiểm hàng đầu ở Việt Nam. Nghiên cứu sử dụng mô hình phương trình cấu trúc để thẩm định mô hình đo lường và kiểm định các quan hệ cấu trúc giữa các thành tố của nền tảng công nghệ và ý định duy trì hợp đồng, qua đó cung cấp bằng chứng thực nghiệm phục vụ hàm ý quản trị.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

Các nghiên cứu về số hoá trong bảo hiểm cho thấy các ứng dụng số tác động mạnh tới trải nghiệm khách hàng tại các điểm chạm then chốt của vòng đời hợp đồng, từ ký kết, điều chỉnh hợp đồng đến tương tác dịch vụ và xử lý yêu cầu. Vì vậy, việc tách các thành tố chất lượng của nền tảng công nghệ để kiểm định tác động đến hành vi hậu mua, đặc biệt là ý định duy trì hợp đồng, là hướng tiếp cận phù hợp cả về lý thuyết lẫn thực tiễn (Eckert & Osterrieder, 2022).

2.1. Tính tiện lợi của giao dịch số (CON)

Tính tiện lợi phản ánh mức độ khách hàng thực hiện nhanh và ít tốn công các thao tác liên quan hợp đồng trên nền tảng số. Trong bảo hiểm nhân thọ, tiện lợi thể hiện qua đóng phí, tra cứu hợp đồng, cập nhật thông tin và gửi yêu cầu dịch vụ một cách đơn giản. Khi nền tảng giảm nỗ lực sử dụng, khách hàng có xu hướng duy trì tương tác và giảm ý định gián đoạn; các bằng chứng tại Việt Nam cũng cho thấy tính hữu ích và dễ sử dụng là tiền tố quan trọng của ý định sử dụng (Pham, 2022).

2.2. Sự minh bạch của thông tin (TRA)

Minh bạch thông tin là mức độ rõ ràng, đầy đủ và nhất quán của thông tin về quyền lợi, nghĩa vụ, điều khoản và quy trình dịch vụ trên nền tảng số. Minh bạch giúp giảm bất cân xứng thông tin, củng cố niềm tin và ổn định ý định duy trì hợp đồng (Bach, 2020).

2.3. Hiệu quả hỗ trợ trực tuyến (SUP)

Hiệu quả hỗ trợ trực tuyến thể hiện khả năng phản hồi nhanh và giải quyết vấn đề đúng trọng tâm, nhất quán trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Hỗ trợ tốt giúp giảm trở ngại sử dụng và hạn chế nguy cơ gián đoạn hợp đồng; các nghiên cứu về chatbot dựa trên tri thức cũng cho thấy tác động tích cực đến hiệu quả dịch vụ (Ngai et al., 2021).

2.4. An toàn và bảo mật số (SEC)

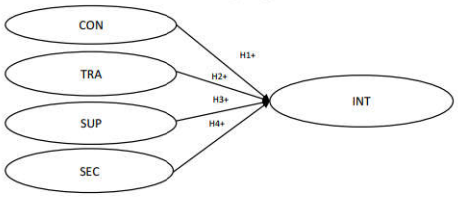
An toàn và bảo mật số phản ánh mức độ khách hàng tin rằng dữ liệu cá nhân và giao dịch được bảo vệ, qua đó hình thành và duy trì niềm tin khi tương tác số. Khi cảm nhận bảo mật cao, ý định tiếp tục sử dụng dịch vụ số tăng, điều đã được ghi nhận trong bối cảnh FinTech tại Việt Nam (Nguyen et al., 2021).

2.5. Ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ (INT)

Ý định duy trì hợp đồng là khuynh hướng tiếp tục đóng phí và giữ hiệu lực hợp đồng trong các kỳ tiếp theo, đồng thời hạn chế chấm dứt sớm. Ý định này chịu ảnh hưởng mạnh bởi trải nghiệm dịch vụ và rủi ro cảm nhận; nghiên cứu tại Việt Nam về tái mua bảo hiểm cũng cho thấy vai trò then chốt của hài lòng và rủi ro cảm nhận (Nguyen, Dao & Pham, 2025).

2.6. Khung mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Hình 1: Khung nghiên cứu



Trên cơ sở các lập luận trên, nghiên cứu đề xuất mô hình trong đó tính tiện lợi, minh bạch thông tin, hiệu quả hỗ trợ trực tuyến và an toàn-bảo mật của nền tảng công nghệ tác động trực tiếp đến ý định duy trì hợp đồng. Mô hình được kiểm định bằng SEM để đồng thời thẩm định mô hình đo lường và các quan hệ cấu trúc giữa các biến tiềm ẩn. Cách tiếp cận này phù hợp khi nghiên cứu các khái niệm trừu tượng và kiểm định quan hệ nhân quả trong một cấu trúc tổng thể (Dash & Paul, 2021).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng thiết kế định lượng, cắt ngang nhằm kiểm định tác động của các thuộc tính nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ. Mô hình khái niệm và các giả thuyết được đề xuất ở Mục 2.6 được kiểm định bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Bối cảnh nghiên cứu là một doanh

nghiệp bảo hiểm hàng đầu tại Việt Nam, hướng đến khách hàng đã có trải nghiệm giao dịch và sử dụng dịch vụ trên nền tảng số của doanh nghiệp. Nghiên cứu triển khai theo SEM phẳng.

3.2. Đối tượng khảo sát, chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Đối tượng khảo sát là khách hàng đã và đang sở hữu hợp đồng bảo hiểm nhân thọ tại doanh nghiệp nghiên cứu, đồng thời có trải nghiệm sử dụng nền tảng số cho các tác vụ liên quan hợp đồng. Dữ liệu được thu thập bằng bảng hỏi cấu trúc triển khai trên Google Form, trong đó người trả lời đánh giá mức độ đồng ý đối với các phát biểu đo lường theo thang đo Likert. Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện có kiểm soát điều kiện tham gia. Quá trình thu thập kết thúc khi đạt 250 phiếu hợp lệ. Dữ liệu được rà soát trước phân tích để loại các phiếu không hợp lệ.

3.3. Thang đo và biến nghiên cứu

Các biến tiềm ẩn gồm CON, TRA, SUP, SEC và biến phụ thuộc INT; tổng cộng 19 biến quan sát với số lượng biến theo từng nhân tố. Các mục hỏi được mã hoá thống nhất theo bộ thang đo. Tóm tắt cấu trúc thang đo và nguồn kế thừa được trình bày tại Bảng 1.

Bảng 1: Cấu trúc thang đo, số biến quan sát và nguồn tham khảo thang đo

Nhân tố	Số biến	Mô tả	Nguồn
CON	4	Mức độ khách hàng cảm nhận giao dịch số thuận tiện, dễ thao tác và tiết kiệm thời gian khi thực hiện các tác vụ liên quan hợp đồng (đóng phí, tra cứu, cập nhật thông tin, gửi yêu cầu).	Pham et al., 2022
TRA	4	Mức độ khách hàng cảm nhận thông tin trên nền tảng số rõ ràng, đầy đủ, nhất quán và dễ truy cập, giúp giảm bất cân xứng thông tin và tăng tin cậy khi ra quyết định liên quan hợp đồng.	Veltri et al., 2023
SUP	4	Mức độ khách hàng cảm nhận kênh hỗ trợ trực tuyến phản hồi nhanh, hướng dẫn hữu ích, giải quyết vấn đề đúng trọng tâm và có khả năng chuyển tiếp sang hỗ trợ con người khi cần.	Ngai et al., 2021
SEC	4	Mức độ khách hàng cảm nhận nền tảng số an toàn, bảo mật, bảo vệ dữ liệu cá nhân và giao dịch; giảm lo ngại rủi ro và củng cố niềm tin khi sử dụng dịch vụ số.	Balapour et al., 2020
INT	3	Khuynh hướng khách hàng tiếp tục duy trì hiệu lực hợp đồng trong tương lai, thể hiện qua ý định tiếp tục đóng phí và hạn chế hành vi rời bỏ.	Shahroodi et al., 2024

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.4. Quy trình phân tích dữ liệu

Quy trình phân tích gồm bốn bước. Bước 1, thống kê mô tả được sử dụng để kiểm tra đặc điểm mẫu và xu hướng dữ liệu. Bước 2, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được thực hiện để thẩm định mô hình đo lường, đánh giá mức độ phù hợp mô hình bằng các chỉ số phù hợp tổng quát như CFI, TLI, RMSEA và SRMR. Bước 3, kiểm định độ tin cậy và giá trị thang đo thông qua Cronbach's alpha, CR, AVE và giá trị phân biệt bằng HTMT trước khi kiểm định mô hình cấu trúc. Bước 4, ước lượng SEM để kiểm định các giả thuyết, báo cáo hệ số đường dẫn chuẩn hoá, mức ý nghĩa thống kê và mức độ giải thích của biến phụ thuộc (R^2).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thống kê mô tả về người trả lời khảo sát

Bảng 2. Đặc điểm nhân khẩu học của người trả lời (n = 250)

Tiêu chí	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	114	45,6
Nữ	136	54,4
Độ tuổi		
Dưới 30 tuổi	67	26,8
31 - 45 tuổi	138	55,2
Trên 45 tuổi	45	18,0
Thu nhập hàng tháng		
Dưới 15 triệu VNĐ	82	16,8
15 - 30 triệu VNĐ	142	56,8
Trên 30 triệu VNĐ	26	10,4
Trình độ học vấn		
Dưới đại học	53	21,2
Đại học	176	70,4
Sau đại học	21	8,4
Thời gian tham gia bảo hiểm		
Dưới 5 năm	86	34,4
5 - 10 năm	122	48,8
Trên 10 năm	42	16,8

Nguồn: Tác giả tính toán

Mẫu khảo sát gồm 250 người trả lời, trong đó nữ chiếm 54,4% và nam chiếm 45,6%, cho thấy cơ cấu giới tính tương đối cân bằng nhưng nghiêng nhẹ về nữ. Về độ tuổi, nhóm 31-45 tuổi chiếm tỷ trọng lớn nhất (55,2%), tiếp đến là dưới 30 tuổi (26,8%) và trên 45 tuổi (18,0%), phản ánh mẫu tập trung vào nhóm khách hàng ở giai đoạn ổn định tài chính và nhu cầu bảo vệ gia đình cao. Về thu nhập, nhóm 15-30 triệu đồng/tháng chiếm đa số (56,8%), trong khi nhóm trên 30 triệu đồng chiếm 10,4%, cho thấy mẫu chủ yếu thuộc phân khúc thu nhập trung bình. Trình độ học vấn của người trả lời tương đối cao, với 70,4% có trình độ đại học, góp phần tăng độ tin cậy khi đánh giá trải nghiệm nền tảng số. Về thời gian tham gia bảo hiểm, nhóm 5-10 năm chiếm 48,8% và dưới 5 năm chiếm 34,4%, cho thấy phần lớn người trả lời có trải nghiệm đủ dài để hình thành nhận định về dịch vụ. Nhìn chung, đặc điểm mẫu phù hợp để phân tích các yếu tố nền tảng công nghệ tác động đến ý định duy trì hợp đồng trong bối cảnh bảo hiểm nhân thọ.

4.2. Phân tích thống kê mô tả các nhân tố

Bảng 3. Thống kê mô tả và ma trận tương quan (N = 250)

Nhân tố	Trung bình	Độ lệch chuẩn	CON	TRA	SUP	SEC	INT
CON	3.061	0.689	1.000	0.265**	0.265**	0.188**	0.364**
TRA	2.696	0.704	0.265**	1.000	0.255**	0.198**	0.421**
SUP	2.795	0.660	0.265**	0.255**	1.000	0.173**	0.356**
SEC	3.103	0.723	0.188**	0.198**	0.173**	1.000	0.341**
INT	3.123	0.687	0.364**	0.421**	0.356**	0.341**	1.000

*Chú ý: ** $p < 0.01$*

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Thống kê mô tả cho thấy giá trị trung bình các nhân tố dao động 2,696-3,123, phản ánh mức đánh giá trung bình-khá; INT (3,123) và SEC (3,103) cao nhất, còn TRA thấp nhất (2,696). Độ lệch chuẩn 0,660-0,723 cho thấy mức phân tán vừa phải, phù hợp cho các phân tích tiếp theo. Các nhân tố độc lập đều tương quan dương và có ý nghĩa với INT ($p < 0,01$), với hệ số r từ 0,341 đến 0,421; trong đó TRA tương quan mạnh nhất ($r = 0,421$), tiếp theo là CON ($r = 0,364$) và SUP ($r = 0,356$). Tương quan giữa các biến độc lập ở mức thấp-trung bình (0,173-0,265), hàm ý nguy cơ đa cộng tuyến không lớn và có thể đưa vào mô hình SEM.

4.3. Các chỉ số độ phù hợp của mô hình phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Bảng 4. Các chỉ số độ phù hợp mô hình CFA

Chỉ số phù hợp	Giá trị	Ngưỡng	Kết luận
CMIN/DF	1.21	< 3.00	Tốt
Giá trị p	0.043	> 0.05	Cận ngưỡng; chấp nhận
CFI	0.986	≥ 0.90 (tốt ≥0.95)	Rất tốt
TLI	0.983	≥ 0.90 (tốt ≥0.95)	Rất tốt
RMSEA	0.029	≤ 0.08 (tốt ≤ 0.06)	Rất tốt
SRMR	0.039	≤ 0.08	Tốt
PCLOSE	0.993	> 0.05	Tốt

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả CFA cho thấy mô hình đo lường đạt mức phù hợp tốt với dữ liệu, thể hiện qua CMIN/DF = 1,21 nhỏ hơn 3,0. Các chỉ số phù hợp gia tăng đều rất cao (CFI = 0,986; TLI = 0,983), vượt ngưỡng khuyến nghị 0,95, cho thấy mô hình giải thích tốt cấu trúc dữ liệu quan sát. RMSEA = 0,029 và SRMR = 0,039 đều thấp, phản ánh sai số xấp xỉ và sai số chuẩn hoá ở mức rất nhỏ. PCLOSE = 0,993 > 0,05 củng cố kết luận RMSEA là phù hợp và mô hình có độ khớp rất tốt. Mặc dù giá trị p = 0,04 thấp hơn 0,05, với cỡ mẫu 250 điều này vẫn thường gặp; tổng thể các chỉ số khác nhất quán khẳng định mô hình đo lường được chấp nhận để chuyển sang SEM.

4.4. Độ tin cậy và giá trị hội tụ của các thang đo

Bảng 5. Độ tin cậy và giá trị hội tụ

Nhân tố	Số biến	Cronbach's α	CR	AVE
CON	4	0.851	0.852	0.590
TRA	4	0.859	0.860	0.606
SUP	4	0.837	0.839	0.567
SEC	4	0.884	0.885	0.658
INT	3	0.811	0.811	0.590

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả cho thấy các thang đo đạt độ tin cậy nội tại tốt, với Cronbach's alpha dao động từ 0,811 đến 0,884, đều vượt ngưỡng chấp nhận 0,70. Độ tin cậy tổng hợp CR nằm trong khoảng 0,811-0,885, khẳng định mức độ nhất quán của các biến quan sát trong từng nhân tố. Về giá trị hội tụ, AVE của các thang đo đạt từ 0,567 đến 0,658, đều cao hơn 0,50, cho thấy các biến quan sát giải thích được phần lớn phương sai của khái niệm tiềm ẩn. Nhân tố SEC thể hiện chất lượng thang đo nổi bật nhất ($\alpha = 0,884$; CR = 0,885; AVE = 0,658). Nhìn chung, các thang đo đáp ứng đồng thời tiêu chí độ tin cậy và giá trị hội tụ, đủ điều kiện để tiếp tục kiểm định mô hình cấu trúc.

4.5. Giá trị phân biệt (HTMT)

Bảng 6. Giá trị phân biệt (HTMT)

	CON	TRA	SUP	SEC	INT
CON	1.000	0.310	0.313	0.217	0.436
TRA	0.310	1.000	0.298	0.226	0.504
SUP	0.313	0.298	1.000	0.201	0.432
SEC	0.217	0.226	0.201	1.000	0.404
INT	0.436	0.504	0.432	0.404	1.000

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả HTMT cho thấy tất cả các cặp nhân tố đều có giá trị thấp (0,201-0,504) và nhỏ hơn ngưỡng khuyến nghị 0,85, do đó đạt giá trị phân biệt. Giá trị HTMT lớn nhất là TRA-INT = 0,504, vẫn ở mức an toàn, cho thấy hai khái niệm liên quan nhưng không trùng lặp. Các cặp còn lại giữa các nhân tố độc lập dao động khoảng 0,201-0,313, hàm ý sự khác biệt khái niệm rõ ràng. Như vậy, mô hình đo lường đáp ứng yêu cầu giá trị phân biệt, đủ điều kiện chuyển sang kiểm định mô hình cấu trúc SEM.

4.6. Các chỉ số độ phù hợp của mô hình cấu trúc (SEM)

Bảng 7. Các chỉ số độ phù hợp mô hình SEM

Chỉ số phù hợp	Giá trị	Ngưỡng	Kết luận
CMIN/DF	1.205	< 3.00	Tốt
Giá trị p	0.048	> 0.05	Cận ngưỡng; chấp nhận
CFI	0.986	≥ 0.90 (tốt ≥0.95)	Rất tốt
TLI	0.984	≥ 0.90 (tốt ≥ 0.95)	Rất tốt
RMSEA	0.029	≤ 0.08 (tốt ≤0.06)	Rất tốt
SRMR	0.039	≤ 0.08	Tốt
PCLOSE	0.995	> 0.05	Tốt

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Các chỉ số độ phù hợp cho thấy mô hình cấu trúc SEM đạt mức phù hợp rất tốt với dữ liệu: CMIN/DF = 1,205 nhỏ hơn 3,0; CFI = 0,986 và TLI = 0,984 đều vượt ngưỡng 0,95. RMSEA = 0,029 và SRMR = 0,039 ở mức rất thấp, phản ánh sai số xấp xỉ và sai số chuẩn hoá nhỏ. PCLOSE = 0,995 > 0,05 củng cố kết luận mô hình phù hợp tốt theo tiêu chí RMSEA. Dù giá trị p = 0,048 hơi thấp hơn 0,05, tổng thể các chỉ số còn lại nhất quán cho phép chấp nhận mô hình để diễn giải các quan hệ nhân quả.

4.7. Mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

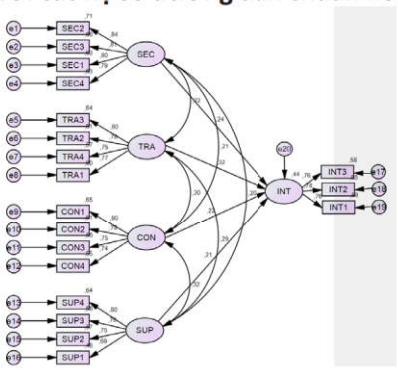
Bảng 8. Kết quả mô hình cấu trúc

Giả thuyết	Đường tác động	β	Sai số chuẩn (SE)	Giá trị p	Kết luận
H1	CON → INT	0.221	0.109	0.006	Chấp nhận
H2	TRA → INT	0.327	0.102	<0.001	Chấp nhận
H3	SUP → INT	0.211	0.088	0.001	Chấp nhận
H4	SEC → INT	0.238	0.092	<0.001	Chấp nhận
R^2(INT) = 0.448					

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Kết quả SEM cho thấy cả bốn giả thuyết H1-H4 đều được ủng hộ, vì các đường tác động từ CON, TRA, SUP và SEC đến INT đều có ý nghĩa thống kê ($p \leq 0,006$). Trong đó, minh bạch thông tin (TRA) có tác động mạnh nhất đến ý định duy trì hợp đồng ($\beta = 0,327$; $p < 0,001$), tiếp theo là an toàn-bảo mật (SEC) ($\beta = 0,238$; $p < 0,001$). Tính tiện lợi (CON) và hiệu quả hỗ trợ trực tuyến (SUP) cũng tác động tích cực với mức ảnh hưởng tương đương ($\beta = 0,221$ và 0,211), khẳng định vai trò của trải nghiệm giao dịch và hỗ trợ trên nền tảng số. Giá trị $R^2(INT) = 0,448$ cho thấy mô hình giải thích 44,8% biến thiên của ý định duy trì hợp đồng.

Hình 2: Mô hình phương trình cấu trúc (SEM) với các hệ số đường dẫn chuẩn hoá



Hình 2 cho thấy mô hình SEM với các hệ số đường dẫn chuẩn hoá đều mang dấu dương, khẳng định các nhân tố nền tảng công nghệ thúc đẩy ý định duy trì hợp đồng (INT). Trong các tác động trực tiếp, TRA → INT là mạnh nhất ($\beta \approx 0,32$), tiếp theo là SEC → INT ($\beta \approx 0,24$), CON → INT ($\beta \approx 0,22$) và SUP → INT ($\beta \approx 0,21$), phù hợp với kết quả kiểm định giả thuyết. Các hệ số tải chuẩn hoá của biến quan sát lên các nhân tố nhìn chung ở mức khá cao (xấp xỉ từ ~0,69 đến ~0,84), cho thấy các thang đo đo lường tốt khái niệm tiềm ẩn. Mô hình giải thích khoảng 44% phương sai của INT ($R^2 \approx 0,44$), thể hiện năng lực giải thích khá tốt đối với hành vi duy trì hợp đồng. Đồng thời, các nhân tố độc lập có tương quan dương ở mức vừa phải, gợi ý chúng có liên hệ nhưng vẫn phân biệt, phù hợp để cùng đưa vào mô hình cấu trúc.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu kiểm định mô hình SEM về tác động của nền tảng công nghệ đến ý định duy trì hợp đồng bảo hiểm nhân thọ với 250 khách hàng. Kết quả cho thấy bốn nhân tố gồm tính tiện lợi giao dịch số, sự minh bạch thông tin, hiệu quả hỗ trợ trực tuyến và an toàn-bảo mật số đều tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến ý định duy trì hợp đồng. Trong đó, minh bạch thông tin là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là an toàn-bảo mật, tính tiện lợi và hiệu quả hỗ trợ trực tuyến. Mô hình giải thích được 44,8% biến thiên của ý định duy trì hợp đồng, khẳng định vai trò đáng kể của chất lượng nền tảng công nghệ đối với hành vi duy trì trong bảo hiểm nhân thọ.

Về hàm ý quản trị, doanh nghiệp bảo hiểm cần ưu tiên nâng cấp nền tảng theo hướng tăng minh bạch và khả năng tự kiểm chứng của khách hàng. Cụ thể, hệ thống cần hiển thị rõ ràng và nhất quán trạng thái hợp đồng, lịch sử đóng phí, quyền lợi, điều khoản liên quan và các thay đổi phát sinh; đồng thời chuẩn hoá nội dung, tần suất và thời điểm gửi thông báo trên App và email nhằm giảm bất cân xứng thông tin. Song song, doanh nghiệp cần củng cố an toàn-bảo mật bằng cơ chế xác thực mạnh, kiểm soát truy cập theo vai trò, cảnh báo giao dịch bất thường, và truyền thông rõ ràng về chính sách bảo vệ dữ liệu cá nhân để củng cố niềm tin số. Về mặt vận hành, cần tối giản hoá thao tác và rút ngắn quy trình số hoá đối với các nghiệp vụ cốt lõi như đóng phí, cập nhật thông tin, gửi yêu cầu dịch vụ và theo dõi tiến trình xử lý, từ đó giảm "ma sát dịch vụ" và hạn chế gián đoạn hợp đồng. Đồng thời, doanh nghiệp nên thiết kế chuẩn chất lượng hỗ trợ trực tuyến theo các cam kết thời gian phản hồi, nâng cao chất lượng hướng dẫn, và bảo đảm cơ chế chuyển tiếp nhanh sang nhân viên khi tình huống phức tạp; các giải pháp này giúp cải thiện trải nghiệm tại các điểm nghẽn và vướng mắc trong quá trình duy trì hợp đồng.

Tài liệu tham khảo:

Bach, N. (2020). Legal rationale of forming the duty to provide information in the pre-contractual insurance contract. VNUHCM Journal of Economics, Law and Management, 4(4). https://doi.org/10.32508/stdjelm.v4i4.665

Balapour, A., Reychav, I., Sabherwal, R., & Azuri, J. (2020). Mobile application security: Role of perceived privacy as the predictor of security perceptions. International Journal of Information Management, 52, 102063. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102063

Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. Technological Forecasting and Social Change, 173, 121092. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121092

Eckert, C., & Osterrieder, K. (2020). How digitalization affects insurance companies: Overview and use cases of digital technologies. Zeitschrift für die gesamte Versicherungswissenschaft, 109, 333–360. https://doi.org/10.1007/s12297-020-00475-9

Eckert, C., Neunsinger, C., & Osterrieder, K. (2022). Managing customer satisfaction: Digital applications for insurance companies. The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice, 47, 569–602. https://doi.org/10.1057/s41288-021-00257-z

Jafri, J. A., Amin, S. I. M., Rahman, A. A., & Nor, S. M. (2024). A systematic literature review of the role of trust and security on Fintech adoption in banking. Heliyon, 10(1), e22980. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e22980

Khuong, N. V., Phuong, N. T. T., Liem, N. T., Thuy, C. T. M., & Son, T. H. (2022). Factors affecting the intention to use financial technology among Vietnamese youth: Research in the time of COVID-19 and beyond. Economies, 10(3), 57. https://doi.org/10.3390/economies10030057

Ngai, E. W. T., Lee, M. C. M., Luo, M., Chan, P. S. L., & Liang, T. (2021). An intelligent knowledge-based chatbot for customer service. Electronic Commerce Research and Applications, 50, 101098.

Nguyen, D. D., Nguyen, T. D., Nguyen, T. D., & Nguyen, H. V. (2021). Impacts of perceived security and knowledge on continuous intention to use mobile FinTech payment services: An empirical study in Vietnam. Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(8), 287–296. https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no8.0287

Nguyen, K. X., Dao, H. D., & Pham, H. D. (2025). Factors driving the intention to repurchase personal auto insurance in Vietnam: The role of satisfaction and perceived risk. Insurance Markets and Companies, 16(2), 67–84. https://doi.org/10.21511/ins.16(2).2025.06

Pham, Q. T. (2022). Investigating factors for using insurance apps by customers: A study of a developing country. Asian Journal of Business Ethics. https://doi.org/10.1007/s42786-022-00046-9

Shahroodi, K., Avakh Darestani, S., Soltani, S., & Eisazadeh Saravani, A. (2024). Developing strategies to retain organizational insurers using a clustering technique: Evidence from the insurance industry. Technological Forecasting and Social Change, 201, 123217. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123217

Veltri, G. A., Lupiáñez-Villanueva, F., Folkvord, F., Theben, A., & Gaskell, G. (2023). The impact of online platform transparency of information on consumers' choices. Behavioural Public Policy, 7(1), 55–82. https://doi.org/10.1017/bpp.2020.11