

## A. LỜI NÓI ĐẦU

Thời gian gần đây, Bảo hiểm nhân thọ đã trở thành một chủ đề được nhắc đến và đã được đem ra bàn luận nhiều trên các phương tiện thông tin đại chúng, khen – chê đều có cả. Mặc dù Bảo hiểm nhân thọ mới được triển khai ở Việt Nam nhưng đã có sức hấp dẫn vì vậy loại hình Bảo hiểm non trẻ này từ khi xuất hiện tới nay không ngừng tăng trưởng với tốc độ chóng mặt. Nó đem lại việc làm cho hàng chục nghìn lao động, là kênh huy động vốn hiệu quả để đầu tư cho nền kinh tế Việt Nam ..... Nhưng bên cạnh sự phát triển của thị trường Bảo hiểm nhân thọ này thì cũng còn có rất nhiều điều đòi hỏi chúng ta phải lưu tâm và cần bàn.

Và để hiểu rõ hơn về thị trường Bảo hiểm nhân thọ hiện nay cũng như những cơ hội, khó khăn, thách thức em đã quyết định chọn đề tài “**Thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam – cơ hội và thách thức**”.

Đây là một chủ đề lớn, nội dung rộng và phong phú cho nên khi thực hiện đề tài này em không tránh khỏi những thiếu sót về nội dung, vì vậy em mong rằng thầy sẽ thông cảm cho những thiếu sót của em.

Cuối cùng em xin chân thành cảm ơn PGS – TS **Nguyễn Văn Định** – Người đã hướng dẫn, chỉ bảo và cung cấp cho em những thông tin quý báu để em có thể hoàn thành đề tài môn học này.

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

## B. NỘI DUNG

### I. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ BHNT:

#### 1. Sự ra đời và phát triển của bhnt:

c

Đặc trưng tham gia của Bảo hiểm nhân thọ là rất rộng và không có giới hạn. Nó bao gồm mọi người, mọi lứa tuổi, mọi tầng lớp khác nhau trong xã hội. Lịch sử ra đời của Bảo hiểm nhân thọ cũng rất sớm, cho đến nay nó đã được triển khai ở hầu hết các

Hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ đầu tiên trên thế giới ra đời vào năm 1583, do công dân London là ông William Gybbon tham gia. Phí bảo hiểm ông đóng lúc đó là 32 bảng Anh, khi ông chết năm đó người thừa kế của ông được hưởng 400 bảng Anh

Năm 1759 công ty bảo hiểm ra đời đầu tiên ở Philadelphia (Mỹ). Công ty này cho đến nay vẫn còn hoạt động, nhưng lúc đầu chỉ bán bh cho các con chiên ở nhà thờ của mình. Năm 1762, công ty bhnt Equitable ở nước Anh được thành lập và bán bhnt cho mọi người dân.

Ở Châu Á, các công ty bhnt ra đời đầu tiên ở Nhật Bản. Năm 1868 công ty bh Meiji của Nhật ra đời và đến năm 1888 và 1889, hai công ty khác là Kyoei và Nippon ra đời và phát triển cho đến ngày nay.

Các nước Xã hội chủ nghĩa trước đây đã triển khai bhnt. Công ty bhnt ở Liên Xô cũ ra đời vào năm 1929 Capitar.

Việt Nam trước đây công ty bh Hung-Việt ra đời vào năm 1958 đã tiến hành kinh doanh bhnt vào năm 1973.

Xét một cách tổng thể thì trên thế giới, bhnt là loại hình bh phát triển nhất, năm 1985 doanh thu phí bhnt mới chỉ đạt 630,5 tỷ USD, năm 1989 đã lên tới 1210,2 tỷ USD và năm 1993 con số này đã lên tới 1647 tỷ USD, chiếm gần 48% tổng phí bh.

Hiện nay có 5 thị trường bhnt lớn nhất thế giới đó là: Mỹ, Nhật, Đức, Anh và Pháp. Theo số liệu thống kê năm 1993, thì phí bhnt của năm thị trường này được thể hiện ở bảng sau.

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

CƠ CẤU PHÍ BHNT CỦA NĂM THỊ TRƯỜNG LỚN NHẤT THẾ GIỚI NĂM 1993

| Tên nước | Tổng doanh thu phí bảo hiểm (tỷ USD) | Cơ cấu phí bảo hiểm (%) |              |
|----------|--------------------------------------|-------------------------|--------------|
|          |                                      | Nhân thọ                | Phi nhân thọ |
| 1. Mỹ    | 522,468                              | 41,44                   | 58,56        |
| 2. Nhật  | 230,143                              | 73,86                   | 26,14        |
| 3. Đức   | 107,403                              | 39,38                   | 60,62        |
| 4. Anh   | 102,360                              | 64,57                   | 35,43        |
| 5. Pháp  | 84,303                               | 56,55                   | 43,65        |

*Nguồn: Giáo trình kinh tế bảo hiểm*

Sở dĩ BHNT phát triển rất nhanh doanh thu phí bảo hiểm ngày càng tăng bởi vì loại hình bảo hiểm này có vai trò rất lớn. Vai trò của bảo hiểm nhân thọ không chỉ thể hiện trong từng gia đình và đối với từng cá nhân trong việc góp phần ổn định cuộc sống, giảm bớt khó khăn về tài chính khi gặp các rủi ro, mà còn thể hiện trên phạm vi toàn xã hội. Trên phạm vi xã hội, bảo hiểm nhân thọ góp phần thu hút vốn đầu tư nước ngoài, huy động vốn trong nước từ những nguồn tiền mặt nhàn rỗi nằm trong dân cư. Nguồn vốn này không chỉ có tác dụng đầu tư dài hạn mà còn góp phần thực hành tiết kiệm chống lạm phát và tạo công ăn việc làm cho người lao động.

Việt Nam, Bảo hiểm nhân thọ chính thức được triển khai từ tháng 8 năm 1996 còn trước đó chỉ là những dự án thí điểm. Mặc dù nhà nước cố gắng đầu tư để phát triển lĩnh vực này trong một thời gian nhất định, giúp các nhà Bảo hiểm trong nước về mặt tài chính, con người và trách nhiệm. Nhưng do sức ép quá lớn năm 1999, chúng ta phải mở cửa thị trường Bảo hiểm và trước hết là thị trường Bảo hiểm nhân thọ cho phép 4 công ty lớn vào Việt Nam. Và cho đến nay thì thị trường Bảo hiểm nhân thọ có thể nói là sôi động và phát triển nhất trong lĩnh vực Bảo hiểm với số thu phí tăng nhanh. Bên cạnh đó là thị trường tiềm năng lớn với số dân đông. Và có thể khẳng định chỉ một vài năm tới thì thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam không thua kém gì thị trường Bảo hiểm nhân thọ của các nước trong khu vực và thế giới.

## 2. Những đặc điểm cơ bản của thị trường Bảo hiểm nhân thọ

### 2.1 Bảo hiểm nhân thọ vừa mang tính tiết kiệm vừa mang tính rủi ro.

Có thể nói đây là một trong những đặc điểm khác nhau cơ bản giữa Bảo hiểm nhân thọ với Bảo hiểm phi nhân thọ. Thật vậy, mỗi người mua Bảo hiểm nhân thọ sẽ định kỳ nộp một khoản tiền nhỏ ( gọi là phí Bảo hiểm ) cho người Bảo hiểm, người Bảo hiểm có trách nhiệm trả một số tiền lớn ( gọi là số tiền Bảo hiểm ) cho người được hưởng quyền lợi Bảo hiểm như đã thỏa thuận từ trước khi có các sự kiện Bảo hiểm xảy ra. Số tiền Bảo hiểm

## ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM

SINH VIÊN:

NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

được trả khi người được Bảo hiểm đạt đến một độ tuổi nhất định và được ấn định trong hợp đồng. Hoặc số tiền Bảo hiểm này được trả cho các thân nhân và gia đình người được Bảo hiểm khi người này không may bị chết sớm. Số tiền này giúp họ trang trải những chi phí cần thiết như thuốc men, mai táng, chi phí giáo dục con cái.... Chính vì vậy Bảo hiểm nhân thọ vừa mang tính tiết kiệm vừa mang tính rủi ro. Tính tiết kiệm được thể hiện ngay trong từng gia đình, cá nhân một cách thường xuyên, có kế hoạch và có kỷ luật.

Nội dung tiết kiệm khi mua Bảo hiểm nhân thọ khác với các hình thức tiết kiệm khác ở chỗ, người Bảo hiểm bảo đảm trả cho người tham gia Bảo hiểm hay thân nhân của họ một số tiền rất lớn ngay cả khi họ mới tiết kiệm được một khoản tiền nhỏ. Có nghĩa là khi người tham gia Bảo hiểm không may gặp rủi ro trong thời hạn đã được ấn định, những người thân của họ sẽ nhận được những khoản trợ cấp hay số tiền Bảo hiểm từ công ty Bảo hiểm. Điều đó thể hiện rõ tính chất rủi ro trong Bảo hiểm nhân thọ.

### **2.2 Bảo hiểm nhân thọ đáp ứng được rất nhiều mục đích khác nhau của người tham gia Bảo hiểm**

Trong khi các nghiệp vụ Bảo hiểm phi nhân thọ chỉ đáp ứng được mục đích là góp phần khắc phục hậu quả khi đối tượng tham gia Bảo hiểm gặp sự cố, từ đó góp phần ổn định tài chính cho người tham gia. Thì Bảo hiểm nhân thọ đáp ứng được nhiều mục đích, mỗi mục đích của Bảo hiểm nhân thọ được thể hiện khá rõ trong từng loại hợp đồng. Chẳng hạn hợp đồng Bảo hiểm hưu trí sẽ đáp ứng yêu cầu cho người tham gia những khoản trợ cấp đều đặn hàng tháng, từ đó góp phần ổn định cuộc sống khi họ già yếu. Hợp đồng Bảo hiểm tử vong sẽ giúp người được Bảo hiểm để lại cho gia đình một số tiền Bảo hiểm khi họ bị tử vong. Số tiền này đáp ứng được rất nhiều mục đích của người quá cố, như: trang trải nợ nần, giáo dục con cái, phụng dưỡng bố mẹ già.... Hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ đôi khi còn có vai trò như một vật thế chấp để vay vốn hoặc Bảo hiểm nhân thọ tín dụng thường bán cho các đối tượng đi vay để mua xe hơi, đồ dùng gia đình, hoặc dùng cho các mục đích cá nhân khác... Chính vì đáp ứng được nhiều mục đích khác nhau nên loại hình Bảo hiểm này có thị trường ngày càng rộng và được rất nhiều người quan tâm.

### **2.3. Các hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ rất đa dạng và phức tạp**

Tính đa dạng và phức tạp trong các hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ được thể hiện ở ngay trong các sản phẩm của nó. Mỗi sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ cũng có nhiều loại hợp đồng khác nhau, chẳng hạn có loại Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp thời hạn là 5 năm, 10 năm, 20 năm. mỗi hợp đồng khác nhau lại có sự khác nhau về số tiền Bảo hiểm, phương thức đóng phí, độ tuổi của người tham gia.... Ngay cả trong một bản hợp đồng mối quan hệ giữa các bên cũng đa dạng và phức tạp.

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯỠNG

SINH VIÊN:

#### **2.4. Phí Bảo hiểm nhân thọ chịu tác động tổng hợp của nhiều nhân tố, vì vậy quá trình định phí khá phức tạp.**

Để xác định nh phí cho một sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ là rất khó khăn và phức tạp bởi vì các sản phẩm này chỉ là những sản phẩm vô hình không thể nào cân đong đo đếm được do đó nó chịu tác động của rất nhiều yếu tố như.

Tuổi thọ của người được Bảo  
hiểm Tuổi thọ bình quân của  
con người Số tiền Bảo hiểm  
Thời gian tham gia  
Phương thức thanh toán  
Tỷ lệ lạm phát của đồng  
tiền Lãi suất đầu tư  
Tỷ lệ chết

.....

Bên cạnh đó còn có các chi phí để tạo nên sản phẩm như chi phí thiết kế sản phẩm, chi phí khai thác, chi phí quản lý hợp đồng....

Quá trình định phí phụ thuộc vào các yếu tố trên. Nhưng điều khó khăn và phức tạp hơn là ở chỗ đôi khi các tỷ lệ như: tỷ lệ chết, tỷ lệ lãi đầu tư, tỷ lệ lạm phát, tỷ lệ huỷ bỏ hợp đồng.... Đó là những tỷ lệ mà ta phải giả định để phân tích

#### **2.5. Bảo hiểm nhân thọ ra đời và phát triển trong những điều kiện kinh tế xã hội nhất định .**

Ở các nước phát triển, Bảo hiểm nhân thọ đã ra đời và phát triển hàng trăm năm nay . Ngược lại một số quốc gia cho đến nay chưa triển khai được Bảo hiểm nhân thọ mặc dù người ta hiểu rõ vai trò và lợi ích của nó . Để lý giải vấn đề này hầu hết các nhà kinh tế đều cho rằng, cơ sở chủ yếu để Bảo hiểm nhân thọ ra đời và phát triển là nhờ điều kiện kinh tế phát triển .

Những điều kiện kinh tế như :

Tốc độ tăng trưởng của tổng sản phẩm quốc nội  
Tổng sản phẩm quốc nội tính bình quân trên một  
đầu người Mức thu nhập của dân cư  
Tỷ lệ lạm phát của đồng tiền .  
Tỷ lệ hồi đoái .....

Điều kiện về dân số .

Tuổi thọ bình quân của  
người dân Trình độ học vấn

Khoa kinh tế Bảo hiểm

6

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

Tỷ lệ tử vong của trẻ sơ sinh .....

Ngoài điều kiện kinh tế xã hội thì môi trường pháp lý cũng ảnh hưởng không nhỏ đến sự ra đời và phát triển của Bảo hiểm nhân thọ .

### 3.Các loại hình Bảo hiểm nhân thọ .

Trong thực tế hiện nay ,có 3 loại hình Bảo hiểm nhân thọ cơ bản :

- Bảo hiểm trong trường hợp tử vong
- Bảo hiểm trong trường hợp sống
- Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp

Ngoài ra người ta còn áp dụng các điều khoản bổ sung cho các loại hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ cơ bản như.

- Bảo hiểm tai nạn
- Bảo hiểm sức khoẻ
- Bảo hiểm không nộp phí khi bị thương tật
- Bảo hiểm cho người đón phí .....

Thực chất các điều khoản bổ sung không phải là Bảo hiểm nhân thọ ,vì không phụ thuộc vào sinh mạng ,cuộc sống và tuổi thọ của con người ,mà là Bảo hiểm cho các rủi ro khác có liên quan đến con người .Nhưng đôi khi người tham gia Bảo hiểm vẫn thấy rất cần thiết phải tham gia để bổ sung cho các hợp đồng cơ bản .

#### 3.1. Bảo hiểm nhân thọ trong trường hợp tử vong

Đây là loại hình phổ biến nhất trong Bảo hiểm nhân thọ và được chia thành hai nhóm .

##### a.Bảo hiểm tử kỳ .

Được ký kết Bảo hiểm cho cái chết xảy ra trong thời gian quy định của hợp đồng . Nếu cái chết không xảy ra trong thời gian đó thì người được bảo hiểm không nhận được bất kỳ một khoản phí nào từ số phí Bảo hiểm đã đóng . Ngược lại ,nếu cái chết xảy ra trong thời gian có hiệu lực của hợp đồng ,thì người Bảo hiểm phải có trách nhiệm thanh toán số tiền Bảo hiểm cho người thụ hưởng quyền lợi Bảo hiểm được chỉ định .

Đặc điểm .

- Thời hạn Bảo hiểm xác định
- Trách nhiệm và quyền lợi mang tính tạm thời
- Mức phí Bảo hiểm thấp vì không phải lập lên quỹ tiết kiệm cho người được bảo hiểm.

Mục đích .

- Bảo đảm cho các chi phí mai táng ,chôn cất
- Bảo trợ cho gia đình và người thân trong một thời gian ngắn
- Thanh toán các khoản nợ nần về những khoản vay hoặc thế chấp của người được Bảo hiểm .

Bảo hiểm tử kỳ còn được đa dạng hoá thành các loại hình sau:

Khoa kinh tế Bảo hiểm

7



**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯỠNG**

**SINH VIÊN:**

Bảo hiểm tử kỳ cố định : Có mức phí Bảo hiểm và số tiền Bảo hiểm không thay đổi trong suốt thời gian có hiệu lực của hợp đồng . Mức phí thấp nhất và người Bảo hiểm không thanh toán khi hết hạn hợp đồng . Hợp đồng hết hiệu lực nếu sau ngày gia hạn hợp đồng không nộp phí Bảo hiểm . Loại này chủ yếu nhằm thanh toán cho các khoản nợ tồn đọng trong trường hợp người được Bảo hiểm bị tử vong.

Bảo hiểm tử kỳ có thể tái tục : Loại này có thể tái tục vào ngày kết thúc hợp đồng và không yêu cầu có thêm bằng chứng nào về sức khoẻ của người được Bảo hiểm , nhưng có sự giới hạn về độ tuổi (thường độ tuổi tối đa là 65 tuổi). Tại lúc tái tục , phí Bảo hiểm tăng nên vì độ tuổi của người được bảo hiểm tăng nên. Bảo hiểm tử kỳ có thể chuyển đổi : Đây là loại hình Bảo hiểm tử kỳ cố định nhưng cho phép người được Bảo hiểm có sự lựa chọn có thể chuyển đổi một phần hay toàn bộ hợp đồng đang có hiệu lực thành một hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ trọn đời hay Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp tại một thời điểm nào đó khi hợp đồng đang còn hiệu lực . Phí Bảo hiểm được tính dựa trên Bảo hiểm nhân thọ trọn đời hay Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp .

Bảo hiểm nhân thọ tử kỳ giảm dần : Đây là loại hình Bảo hiểm mà có một bộ phận của số tiền Bảo hiểm giảm hàng năm theo một mức quy định . Bộ phận này giảm tới 0 vào cuối kỳ hạn hợp đồng . Đặc điểm của loại này là:

Phí Bảo hiểm dừng lại ở mức cố định

Phí thấp hơn Bảo hiểm tử kỳ cố định

Giai đoạn nộp phí ngắn hơn toàn bộ thời hạn hợp đồng để tránh việc thanh toán vào cuối thời hạn của hợp đồng khi mà số tiền bảo hiểm còn rất nhỏ .

Bảo hiểm nhân thọ tử kỳ tăng dần : loại này được phát hành nhằm giúp người tham gia bảo hiểm có thể ngăn chặn được yếu tố lạm phát của đồng tiền . Có nghĩa là số tiền Bảo hiểm thực trong hợp đồng bị giảm do đồng tiền tụt giá trong một khoảng thời gian . Để ngăn chặn có thể:

Tăng số tiền Bảo hiểm theo một tỷ lệ % được lập hàng năm

Hoặc đưa ra hợp đồng ngắn hạn sau đó tái tục với một số tiền Bảo hiểm tăng dần.

Bảo hiểm thu nhập gia đình : Loại hình Bảo hiểm này nhằm đảm bảo thu nhập cho một gia đình khi không may người trụ cột trong gia đình bị chết . Quyền lợi bảo hiểm mà gia đình nhận được sau cái chết của người trụ cột có thể là:

Nhận được toàn bộ (trọn gói) .

Nhận được từng phần dần dần cho đến khi hết hạn hợp đồng.

Khoa kinh tế Bảo hiểm

## ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM NGUYỄN TIẾN DƯỠNG

SINH VIÊN:

Nếu như người được bảo hiểm còn sống cho đến khi hết hạn hợp đồng thì người được bảo hiểm cũng như gia đình sẽ không nhận được bất kỳ một khoản thanh toán nào từ công ty Bảo hiểm .

Bảo hiểm thu nhập gia đình tăng nên : Loại hình Bảo hiểm này cũng nhằm tránh yếu tố lạm phát của đồng tiền . Đảm bảo các khoản thanh toán của công ty Bảo hiểm cho gia đình khi không may người được bảo hiểm bị chết , tương ứng với số tiền Bảo hiểm khi ký hợp đồng .

Bảo hiểm nhân thọ tử kỳ có điều kiện : Điều kiện ở đây là việc thanh toán trợ cấp chỉ được thực hiện khi người được bảo hiểm bị chết , đồng thời người thụ hưởng quyền lợi Bảo hiểm được chỉ định trong hợp đồng Bảo hiểm phải còn sống .

### *b. Bảo hiểm trọn đời.*

Đặc điểm :

- + Số tiền Bảo hiểm trả một lần khi người được bảo hiểm bị chết
- + Thời hạn Bảo hiểm không xác định phí Bảo hiểm có thể đóng định kỳ hay đóng một lần .

- + Phí Bảo hiểm cao hơn so với Bảo hiểm sinh mạng có thời hạn . Vì rủi ro chết chắc chắn sẽ xảy ra , nên số tiền bảo hiểm chắc chắn sẽ phải trả

- + Bảo hiểm nhân thọ trọn đời là loại hình Bảo hiểm dài hạn, phí đóng định kỳ và không thay đổi trong suốt quá trình Bảo hiểm do đó tạo nên một khoản tiết kiệm cho người thụ hưởng Bảo hiểm vì chắc chắn người bảo hiểm sẽ chi trả số tiền Bảo hiểm .

Mục đích:

- + Đảm bảo chi phí mai táng , chôn cất
- + Đảm bảo thu nhập để ổn định cuộc sống cho gia đình .
- + Giữ gìn tài sản , tạo dựng và khởi nghiệp kinh doanh cho thế hệ sau.

### **3.2. Bảo hiểm trong trường hợp sống :**

Thực chất của loại hình Bảo hiểm này là người Bảo hiểm cam kết chi trả những khoản tiền đều đặn trong suốt khoảng thời gian xác định hoặc trong suốt cuộc đời người tham gia Bảo hiểm . Nếu người tham gia Bảo hiểm chết trước ngày đến hạn thanh toán thì sẽ không được chi trả bất kỳ khoản tiền nào .

Đặc điểm:

- + Cấp định kỳ cho người được Bảo hiểm trong thời gian nhất định hoặc cho đến khi chết .

- + Phí Bảo hiểm đóng một lần .

- + Nếu trợ cấp định kỳ cho đến khi chết thì thời gian không xác định Mục đích :

- + Đảm bảo thu nhập cố định sau khi về hưu hay cao tuổi sức yếu

Khoa kinh tế Bảo hiểm

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

+Giảm bớt nhu cầu phụ thuộc vào phúc lợi xã hội hoặc con cái khi về già .

+Bảo trợ mức sống trong suốt những năm tháng còn lại của cuộc đời

### 3.3. Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp .

Loại hình bảo hiểm này là bảo hiểm cả trong trường hợp người bị tử vong hay còn sống . Yếu tố tiết kiệm và rủi ro đan xen nhau vì thế nó được áp dụng rộng rãi ở hầu hết các nước trên thế giới .

Đặc điểm:

+ Số tiền Bảo hiểm được trả khi hết hạn hợp đồng hoặc người được bảo hiểm bị tử vong trong thời hạn hợp đồng còn hiệu lực .

+Thời hạn Bảo hiểm xác định thường là: 5 năm , 10 năm, 20 năm

.....  
+ Phí Bảo hiểm thường đóng định kỳ và không thay đổi trong suốt thời gian Bảo hiểm

+ Có thể được chia lãi thông qua đầu tư phí Bảo hiểm và cũng có thể được hoàn phí khi không có điều kiện tiếp tục tham gia .

Mục đích:

+Đảm bảo cuộc sống cho gia đình và người thân

. +Tạo lập quỹ giáo dục , hưu trí , trả nợ.

+Dùng làm vật thế chấp để khởi nghiệp kinh doanh .....

### 3.4. Các điều khoản Bảo hiểm bổ sung .

Khi triển khai các loại hình Bảo hiểm nhân thọ , nhà Bảo hiểm còn nghiên cứu , đưa ra các điều khoản bổ sung để đáp ứng nhu cầu đa dạng hoá của khách hàng , có các điều khoản bổ sung sau đây được vận dụng :

+ Điều khoản bổ sung Bảo hiểm làm viện và phẫu thuật: Có nghĩa là nhà Bảo hiểm cam kết trả các phí làm viện và phẫu thuật khi người được bảo hiểm bị ốm đau và thương tật . Tuy nhiên , nếu người được bảo hiểm tự gây thương tích , tự tử , mang thai và sinh nở ...thì không được hưởng quyền lợi Bảo hiểm .

Mục đích của điều khoản này là nhằm trợ giúp người tham gia giảm nhẹ gánh nặng chi phí trong điều trị phẫu thuật , đặc biệt là trong trường hợp ốm đau bất ngờ .

+ Điều khoản bổ sung Bảo hiểm tai nạn : Nhằm trợ giúp thanh toán chi phí trong điều trị thương tật , từ đó bù đắp sự mất mát hoặc giảm thu nhập do bị chết hoặc thương tích của người được bảo hiểm . Điều khoản này có đặc điểm là Bảo hiểm khá toàn diện các hậu quả tai nạn như : người được bảo hiểm bị tàn phế , thương tật toàn bộ , thương tích tạm thời , tai nạn sau đó bị chết . Những trường hợp tự thương , tai nạn do nghiện rượu , ma túy ... đều không được hưởng quyền lợi Bảo hiểm .

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

+Điều khoản bổ sung Bảo hiểm sức khoẻ : Thực chất điều khoản Bảo hiểm này là nhà Bảo hiểm sẽ cam kết thanh toán khi người được bảo hiểm bị các chứng bệnh hiểm nghèo như: Đau tim.

Ung thư.  
Suy gan.  
Suy thận .  
Suy hô hấp.

.....  
Mục đích tham gia Bảo hiểm ở đây nhằm có được những khoản tài chính nhất định để trợ giúp thanh toán các khoản chi phí y tế lớn góp phần giải quyết ,lo liệu các nhu cầu sinh hoạt trong thời gian điều trị.

Ngoài ra , trong một số trường hợp các nhà Bảo hiểm đưa ra những điểm bổ sung khác như: Hợp đồng Bảo hiểm của mình như: Hoàn phí Bảo hiểm , miễn thanh toán phí khi gặp tai nạn , thương tật .....nhằm tăng tính hấp dẫn để thu hút người tham gia . Mặc dù phí cao hơn , nhưng các hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ có các điều khoản bổ sung đã đáp ứng được nhu cầu đa dạng của người tham gia .

## II-THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM NHÂN THỌ .

### 1.Khái niệm.

Thị trường hiều theo nghĩa hẹp là sự tiếp xúc giữa những người có mục đích giao dịch thương mại thông qua mua bán . Như vậy thị trường là nơi có thể bán được hàng hoá và cũng là địa điểm có thể mua được hàng hoá .

Đứng trên góc độ là một nhà Bảo hiểm , thị trường Bảo hiểm nhân thọ thực chất là nơi mua và bán các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ .

Thị trường Bảo hiểm nhân thọ cũng có thể được hiểu là sự kết hợp giữa cung và cầu sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ , trong đó , những người mua và những người bán bình đẳng, cùng cạnh tranh . Số lượng người mua và bán nhiều hay ít phản ánh quy mô của thị trường là lớn hay nhỏ .

Dưới góc độ Marketing , thị trường bao gồm toàn bộ khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng của một loại sản phẩm .Khách hàng hiện tại là khách hàng đang tham gia vào quá trình mua và sử dụng sản phẩm đó . Khách hàng tiềm năng là khách hàng có thể tham gia vào quá trình mua và sử dụng sản phẩm đó trong tương lai , khách hàng tiềm năng phải thoả mãn các điều kiện sau :

- + Có nhu cầu về sản phẩm
- + Có khả năng tài chính
- + Là đối tượng thoả mãn các điều kiện của sản phẩm

Khoa kinh tế Bảo hiểm

11

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

+ Người bán có thể tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với họ



ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

## 2. Các bên tham gia vào thị trường Bảo hiểm nhân thọ

Từ khái niệm thị trường ở trên, thị trường Bảo hiểm nhân thọ là nơi mua và bán các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ. Từ đó ta thấy thị trường muốn tồn tại và phát triển phải có đủ các điều kiện sau đây:

+ Phải có người cung ứng, tức người bán các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ.

+ Phải có khách hàng, tức người mua các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ.

### 2.1. Người cung ứng các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ.

Các bên tham gia vào quá trình cung ứng các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ bao gồm: Các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ, các đại lý Bảo hiểm nhân thọ, các môi giới Bảo hiểm nhân thọ, ngoài ra còn có các cộng tác viên cũng tham gia vào quá trình cung ứng.

\*Doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ: Là doanh nghiệp được tổ chức và hoạt động theo luật kinh doanh Bảo hiểm và các quy định khác của pháp luật có liên quan để kinh doanh trong lĩnh vực Bảo hiểm nhân thọ.

Các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ thường cung ứng các sản phẩm của mình một cách gián tiếp qua các đại lý của công ty, qua các công ty môi giới, các cộng tác viên, đôi khi cũng cung cấp trực tiếp tới khách hàng ở các trụ sở, chi nhánh của mình.

\*Đại lý Bảo hiểm nhân thọ: Là tổ chức, cá nhân được doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ uỷ quyền trên cơ sở hợp đồng đại lý Bảo hiểm theo quy định của luật kinh doanh Bảo hiểm và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

Đại lý Bảo hiểm nhân thọ có thể coi là người cung cấp chính các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ trên thị trường. Đại lý Bảo hiểm nhân thọ được các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ uỷ quyền tiến hành các hoạt động sau đây:

+ Giới thiệu, chào bán các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ

+ Thu xếp, giao kết hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ

+ Thu phí Bảo hiểm

+ Thu xếp giải quyết bồi thường và chi trả tiền Bảo hiểm

khi xảy ra các sự kiện Bảo hiểm.

+ Thực hiện các hoạt động khác có liên quan đến thực hiện hợp đồng Bảo hiểm.

\* Môi giới Bảo hiểm: Doanh nghiệp thực hiện giới Bảo hiểm theo quy định của luật kinh doanh Bảo hiểm và các pháp luật khác có liên quan.

Doanh nghiệp môi giới Bảo hiểm cũng có vai trò rất quan trọng trong việc đưa sản phẩm của các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ tới khách hàng. Và các công việc mà các doanh nghiệp môi giới Bảo hiểm phải làm là:

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

- + Cung cấp thông tin về loại hình Bảo hiểm ,điều kiện ,điều khoản , phí Bảo hiểm , doanh nghiệp Bảo hiểm cho bên mua Bảo hiểm .
- + Tư vấn cho bên mua Bảo hiểm trong việc đánh giá rủi ro , lựa chọn loại hình Bảo hiểm , điều kiện ,điều khoản , biểu phí Bảo hiểm và doanh nghiệp Bảo hiểm .
- + Đàm phán , thu xếp hợp đồng giữa doanh nghiệp Bảo hiểm và bên mua Bảo hiểm .
- +Thực hiện các công việc khác có liên quan đến việc thực hiện thực hiện hợp đồng Bảo hiểm theo yêu cầu của bên mua Bảo hiểm .

### **2.2. Khách hàng.**

Theo góc độ Marketing , thị trường bao gồm toàn bộ khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng .Qua khái niệm này ta thấy khách hàng là yếu tố quan trọng nhất không thể thiếu được ,nó có vai trò quyết định cho sự tồn tại và phát triển của thị trường .Nếu không có khách hàng cũng đồng nghĩa với việc không có thị trường.

Khách hàng hiện tại là khách hàng đang tham gia vào quá trình mua và sử dụng sản phẩm đó .

Khách hàng tiềm năng là khách hàng có thể tham gia vào quá trình mua và sử dụng sản phẩm đó trong tương lai , khách hàng tiềm năng phải thoả mãn các điều kiện sau :

- + Có nhu cầu về sản phẩm
- + Có khả năng tài chính
- + Là đối tượng thoả mãn các điều kiện của sản phẩm
- + Người bán có thể tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với

họ

Khách hàng của thị trường Bảo hiểm nhân thọ là những cá nhân , các tổ chức , các hộ gia đình ,không phân chia giàu nghèo, giai cấp . Miễn là đối tượng đó có nhu cầu và quan tâm đến sản phẩm thì nhà Bảo hiểm sẵn sàng cung cấp các sản phẩm của mình.

### **3.Các nhân tố ảnh hưởng tới thị trường Bảo hiểm nhân thọ .**

Về mặt lý luận và thực tiễn ,người ta coi thị trường Bảo hiểm nhân thọ là một tổng thể. Nên các nhân tố ảnh hưởng nên thị trường này rất phong phú và đa dạng . Để đạt được hiệu quả cao trong việc nghiên cứu thị trường Bảo hiểm nhân thọ , cần phải phân loại các nhân tố trên các góc độ thích hợp

\*Trên góc độ sự tác động của các lĩnh vực và thị trường có thể phân thành các nhân tố kinh tế ,chính trị –xã hộ , tâm sinh lý.....

+ Các nhân tố kinh tế : Đây là một trong những nhân tố quan trọng nhất đối với thị trường Bảo hiểm nhân thọ . Bởi vì nếu một nước có nền kinh tế phát triển , thu nhập của người dân được nâng cao, lúc đó người ta mới nghĩ đến các hình thức tiết kiệm và các hình thức khác để đảm bảo cuộc sống và

## ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

đây là đi ều kiện để họ tìm đến các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ với mục đích góp phần làm ổn định cuộc sống, giảm bớt khó khăn về tài chính khi gặp các rủi ro, đảm bảo cho con cái có thể đi học, có nguồn thu nhập khi về già.

Và thực tế cũng cho thấy hầu hết các nước có nền kinh tế phát triển là những nước có nền kinh tế phát triển cụ thể là 5 thị trường Bảo hiểm nhân thọ lớn nhất thế giới hiện nay là: Mỹ, Nhật, Đức, Anh và Pháp.

+ Các nhân tố chính trị – xã hội: Các nhân tố này ảnh hưởng tới thị trường Bảo hiểm nhân thọ thông qua các chủ trương chính sách của nhà nước về chính trị, trình độ văn hoá của nhân dân và cả thói quen của người dân.

Các chủ trương chính sách của Nhà nước có thể là chính sách đối nội, đối ngoại, chính sách mở cửa kinh tế, chính sách hội nhập ..... các chính sách này có ảnh hưởng to lớn tới sự phát triển hay thu hẹp của thị trường Bảo hiểm nhân thọ của nước đó.

Trình độ văn hoá của người dân cũng ảnh hưởng tới nhận thức của người dân về các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ cũng như vai trò của Bảo hiểm nhân thọ đối với các cá nhân, các gia đình và toàn xã hội.

+ Các nhân tố tâm sinh lý: Đây cũng là yếu tố quan trọng bởi vì nếu các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ cũng như các loại hình Bảo hiểm nhân thọ, tạo ra được niềm tin, tạo ra được cảm giác an toàn cho người tham gia Bảo hiểm thì sẽ dẫn tới các quyết định mua của khách hàng.

\*Ngoài ra còn có sự tác động của các cấp quản lý đến thị trường Bảo hiểm nhân thọ như các nhân tố quản lý vĩ mô, các nhân tố quản lý vi mô.

+ Các nhân tố quản lý vĩ mô: Như các chiến lược và kế hoạch phát triển kinh tế, các chính sách về pháp luật, các chính sách thuế, lãi suất tín dụng ... Các nhân tố này tạo nên môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp. Và các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ cũng như các doanh nghiệp khác muốn làm ăn có hiệu quả, con đường quan trọng nhất là phải vận dụng một cách thích hợp các nhân tố này.

+ Các nhân tố vi mô là các công cụ để quản lý các doanh nghiệp nhằm tạo ra các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ với chất lượng cao và giá cả phù hợp, đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất dẫn tới mở rộng thị trường của doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ.

### **III. THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM NHÂN THỌ Ở VIỆT NAM - CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC.**

#### **1. Một vài nét về thị trường Bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam.**

Nói đến Việt Nam thì không ai không nhắc đến dân số Việt Nam, tuy là một nước nhỏ bé nhưng lại có dân số rất đông (Cụ thể là theo số liệu thống kê 0 giờ ngày 25/10/2002 dân số Việt Nam là 80 triệu) và hiện nay



## ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

đang đứng thứ 2 Châu Á và đứng thứ 12 trên thế giới . Qua đó ta thấy thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam là một thị trường có tiềm năng rất lớn . Và hiện nay đang được các công ty Bảo hiểm nước ngoài chú ý đến .

Tuy vậy thị trường Bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam cho đến nay mới chỉ trong giai đoạn đầu , manh mún, và còn non trẻ. Tháng 8/1996 hợp đồng Bảo hiểm nhân thọ đầu tiên được phát hành , đánh dấu sự ra đời và phát triển của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam .

Năm 1999 , lần đầu tiên chúng ta mở cửa thị trường Bảo hiểm và trước hết là thị trường Bảo hiểm nhân thọ , và đó cũng là bước ngoặt quan trọng đối với thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam . Từ khi mở cửa, thị trường Bảo hiểm nhân thọ cho đến nay , thị trường đã có 5 doanh nghiệp kinh doanh lĩnh vực này đó là: Bảo Việt, Bảo Minh- CMG, Manulife, Prudential và AIA.

Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam mới chỉ hoạt động được 5 năm nhưng cũng đã có thành tựu rất to lớn .

- + Hiện nay Bảo hiểm nhân thọ đã có mặt trên 61 tỉnh thành
- + Thị trường đạt tốc độ tăng trưởng siêu mã
- + Các sản phẩm ngày càng đa dạng và phong phú , ngày càng được hoàn thiện , đáp ứng ngày một tốt hơn những nhu cầu của người tiêu dùng.

- + Chất lượng phục vụ ngày càng được nâng cao .

- + Thị trường ngày càng sôi động

Mặc dù đã có những thành tựu như vậy nhưng nó vẫn còn rất nhiều vấn đề cần xem xét. Và để nghiên cứu kỹ hơn thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam ta đi tìm hiểu các phần sau đây.

### **2. Sự phát triển của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam .**

Tháng 8/1996 đánh dấu sự ra đời và phát triển của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam , và tháng 6/2002 vượt qua là sinh nhật lần thứ 6 của thị trường . Nhìn một cách tổng thể qua những năm hoạt động của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam có những nét nổi bật sau đây

#### **2.1. Thị trường sôi động , cạnh tranh ngày càng gay gắt và toàn diện.**

Từ tháng 8/1996 đến giữa năm 1999 chỉ có Bảo Việt “Một mình một chợ “ , đến nay thị trường đã có 5 doanh nghiệp : Bảo Việt, Bảo Minh- CMG, Manulife, Prudential và AIA. Từ khi có sự góp mặt thêm của 4 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài – những tên tuổi lớn, đã có kinh nghiệm hoạt động ở nước ngoài kèm theo cơ chế tài chính , thù lao linh hoạt , thị trường sôi động cạnh tranh ngày càng toàn diện và phát triển với tốc độ cao .

Tình hình cạnh tranh ngày càng gay gắt , có thể thấy rõ ở các thị trường lớn như Hà Nội, Thành Phố HCM, Hải Phòng, Đà Nẵng..... sự cạnh tranh thể hiện trên tất cả các mặt như thu hút khách hàng , thu hút đại lý

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

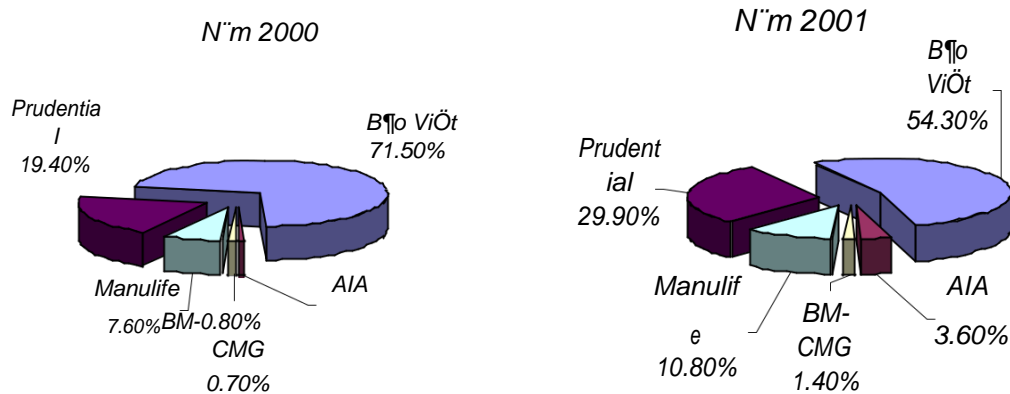
(chính sách thù lao) , sản phẩm, dịch vụ, địa bàn hoạt động ,quảng cáo , khuyến mại.....

Nếu như mới hoạt động Manulife, Prudential và AIA chỉ tập trung triển khai ở hai địa bàn là Hà Nội, Thành Phố HCM và chủ yếu hướng vào khách hàng có thu nhập trung bình khá trở nên , thì đến nay các công ty này đã tích cực mở rộng phạm vi hoạt động sang các địa bàn còn lại và hướng tới các khách hàng có thu nhập trung bình , đến thời điểm này các đều lấy mục tiêu tăng trưởng , mở rộng thị trường là mục tiêu hàng đầu.

Xét về mặt tích cực , cạnh tranh thực sự trở thành một nhân tố quan trọng thúc đẩy thị trường phát triển . Chính nhờ sự hoạt động mạnh mẽ của các doanh nghiệp, đã giúp dân chúng nhận thức rõ hơn về Bảo hiểm nhân thọ, giúp đưa dịch vụ Bảo hiểm nhân thọ đến tận nhà khách hàng, cũng nhờ cạnh tranh các doanh nghiệp đã nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, chất lượng khai thác, đa dạng hoá sản phẩm, đồng thời thúc đẩy điều khoản, quy trình nghiệp vụ (như in bản mô tả quyền lợi Bảo hiểm, đánh giá rủi ro...), bổ xung các dịch vụ tăng giá trị( cho vay phí tự động, cho vay theo hợp đồng, khôi phục hiệu lực hợp đồng...), hoàn thiện mô hình tổ chức và hoạt động, trong đó đang chú trọng là mô hình đại lý, chế độ thù lao cho đại lý theo hướng hiệu quả hơn, phù hợp hơn với đặc điểm của kinh doanh Bảo hiểm nhân thọ . Cạnh tranh cũng thôi thúc các doanh nghiệp tìm các biện pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh như ứng dụng tin học, đa dạng hoá các kênh phân phối. Thời gian qua các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ rất tích cực ứng dụng khoa học công nghệ thông tin vào hầu hết các công việc như phát hành, quản lý hợp đồng, in hoá đơn, kế toán, thống kê quảng cáo giới thiệu sản phẩm... Tuy vậy hiện tượng cạnh tranh thiếu lành mạnh (như tung tin giả), cạnh tranh theo kiểu chộp giật đã xuất hiện gây tác động xấu đến thị trường làm ảnh hưởng xấu đến hình ảnh của ngành, mặc dù các doanh nghiệp đã đạt được thỏa thuận hợp tác chung tại bản ghi nhớ chung ngày 10 tháng 7 năm 2000 nhằm thiết lập một thị trường cạnh tranh lành mạnh

Hình 1: Thị phần Bảo hiểm nhân thọ qua các năm ( Theo doanh thu phí)

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM SINH VIÊN:  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG



Tính đến cuối năm 2001, dẫn đầu trên thị trường Bảo hiểm nhân thọ vẫn là Bảo Việt – là doanh nghiệp nhà nước và là doanh nghiệp duy nhất không có vốn đầu tư nước ngoài với thị phần là 54,3%, tốc độ tăng trưởng doanh thu phí đạt 64,8% và là doanh nghiệp duy nhất có mạng lưới phủ khắp các tỉnh thành. Các doanh nghiệp khác cũng đạt được kết quả rất tốt, đặc biệt là Prudential đã đạt được kết quả khá ngoạn mục. Chỉ trong vòng 2 năm Prudential đã vươn lên vị trí thứ hai với gần 30% thị phần và trở thành đối trọng lớn đối với Bảo Việt trên thị trường. AIA, BM -CMG, Manulife trong năm 2001 cũng gia tăng thị phần, tuy nhiên tính tới thời điểm này thì các doanh nghiệp này chỉ chiếm được thị phần khá nhỏ. Với đặc điểm khách hàng là các cá nhân, số lượng doanh nghiệp ngày càng tăng, có thể nhận định được rằng trong thời gian tới thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam sẽ thêm sôi động, cạnh tranh thêm sâu sắc cả về mọi mặt theo hướng có lợi cho khách hàng, đồng thời chứa đựng nhiều yếu tố bất ngờ.

Sự hoạt động mạnh mẽ của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam trong thời gian qua còn tạo ra sự cạnh tranh liên ngành, trong đó rõ rệt nhất là cạnh tranh giữa hệ thống ngân hàng, bưu điện với ngành Bảo hiểm nhân thọ trong việc thu hút vốn nhàn rỗi từ công chúng.

Mặc dù là lĩnh vực kinh doanh chậm có lãi (cho đến thời điểm hiện nay, các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam đều chưa có lãi), nhưng Bảo hiểm nhân thọ là lĩnh vực kinh doanh màu mỡ và bền vững, hấp dẫn các nhà đầu tư, nhất là các nhà đầu tư nước ngoài. Có thể nhận định rằng, cùng với chính sách hội nhập của Việt Nam cũng như việc thực hiện hiệp định Việt- Mỹ, trong thời gian tới chắc chắn sẽ xuất hiện nhiều gương mặt mới trên thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam làm cho thị trường thêm sôi động. Việc tăng vốn của các doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường cũng đã khẳng định điều này.

## 2.2. Thành công lớn, trưởng thành nhanh.

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

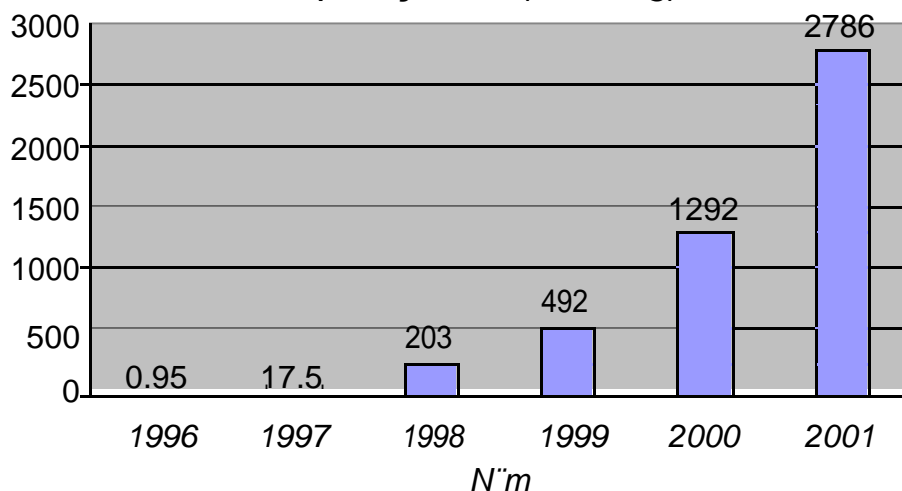
Mặc dù chúng ta mới thực hiện loại hình Bảo hiểm nhân thọ được vài năm nhưng thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam đã đạt được kết quả rất đáng tự hào trên nhiều mặt cụ thể:

\*Tốc độ tăng trưởng cao về doanh thu phí và số hợp đồng.

Nếu như năm 1996 Bảo Việt mới triển khai thí điểm Bảo hiểm nhân thọ tại một số tỉnh thành và đạt được kết quả khá khiêm tốn với trên 1200 hợp đồng và doanh thu phí chưa đến 1 tỷ đồng thì đến năm 2000 doanh thu phí Bảo hiểm nhân thọ toàn thị trường đã đạt gần 1300 tỷ đồng và gần 1 triệu hợp đồng có hiệu lực, năm 2001 là năm đáng ghi nhớ nhất của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam với doanh thu phí đạt 2786 tỷ đồng (tương đương với 0,55% GDP), vượt khá xa so với tổng doanh thu phí Bảo hiểm phi nhân thọ của toàn thị trường, số hiệu lực hợp đồng tính đến cuối năm 2001 đạt khoảng 1,6 triệu hợp đồng (tương đương với 1,9% dân số). So với năm 2000, tốc độ tăng doanh thu phí của năm 2001 đạt 115,6%, trong đó tốc độ tăng doanh thu phí từ các hợp đồng mới đạt trên 89%. Nếu tính từ khi mới bắt đầu triển khai, tốc độ tăng doanh thu Bảo hiểm nhân thọ bình quân trong những năm qua đạt 250%/năm, còn nếu tính từ năm 1999, năm bắt đầu có sự gia nhập của các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ khác ngoài Bảo Việt, tốc độ doanh thu phí bình quân đạt trên 135%/năm. Đây là tốc độ tăng trưởng rất cao phản ánh sự trưởng thành nhanh chóng của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam.

| Năm  | 1997    | 1998    | 1999   | 2000   | 2001   |
|--|---------|---------|--------|--------|--------|
| Tốc độ tăng doanh thu phí (so với năm trước) | 1742,1% | 1060,0% | 142,4% | 162,6% | 115,6% |

Hình 2: Doanh thu phí Bảo hiểm nhân thọ toàn thị trường qua các năm (tỷ đồng)





**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

Bên cạnh tốc độ tăng trưởng doanh thu phí, thì chất lượng khai thác cũ được nâng lên đáng kể, biểu hiện qua số tiền bảo hiểm trung bình trên hợp đồng, số phí bảo hiểm bình quân /hợp đồng, số phí bảo hiểm bình quân trên hợp đồng ngày càng cao, công tác đánh giá rủi ro được chú trọng hơn (thông qua việc đánh giá rủi ro sức khỏe, tài chính, mục đích tham gia, quyền lợi có thể được bảo hiểm), tỷ lệ huỷ bỏ hợp đồng của toàn thị trường dưới 6%/năm (thấp hơn rất nhiều so với các thị trường khác).

\*Thiết lập mạng lưới kinh doanh phủ khắp toàn quốc, mô hình tổ chức quản lý kinh doanh ngày càng được hoàn thiện:

Thời gian qua, các doanh nghiệp và điển hình là Bảo Việt đã xây dựng mạng lưới cung cấp dịch vụ khắp cả nước, nhằm đáp ứng nhu cầu của mọi tầng lớp nhân dân. Với mạng lưới phủ khắp các huyện thị và đội ngũ đại lý, cán bộ khai thác đông đảo, các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ đã len lỏi vào hàng cùng ngõ hẻm, từ thành thị tới nông thôn. Mô hình tổ chức và quản lý của các doanh nghiệp ngày càng hoàn thiện và hoạt động có hiệu quả, điển hình là chuyên môn hoá khai thác và thu phí. Việc đào tạo cán bộ đại lý ngày càng được chú trọng và được xác định là nhân tố quan trọng quyết định dịch vụ cung cấp và thành công của doanh nghiệp.

\*Sản phẩm phong phú đa dạng, khách hàng thuộc nhiều tầng lớp.

Khi Bảo Việt triển khai thí điểm Bảo hiểm nhân thọ, chỉ có ba sản phẩm được đưa ra thị trường là Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp thời hạn 5 năm, 10 năm, và an sinh giáo dục. Cùng với sự phát triển của thị trường, số sản phẩm đưa ra thị trường đã tăng lên nhanh chóng, đa dạng và ngày càng được hoàn thiện. Đến nay thị trường đã có sự hiện diện của tất cả các chủng loại Bảo hiểm nhân thọ truyền thống như hỗn hợp, sinh kỳ, tử kỳ, trọn đời, các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ cách tân, các sản phẩm bảo hiểm hưu trí, đồng thời còn nhiều loại sản phẩm hỗ trợ khác.

Với sự đa dạng về chủng loại các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ đã đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu đa dạng, phong phú và toàn diện của nhân dân về Bảo hiểm nhân thọ. Số liệu khai thác cho thấy, sản phẩm bảo hiểm hỗn hợp và đặc biệt là bảo hiểm trẻ em là những sản phẩm bảo hiểm bán chạy nhất, các sản phẩm mang tính bảo vệ thông thường như bảo hiểm tử kỳ, bảo hiểm sinh kỳ, bảo hiểm trọn đời, bảo hiểm tai nạn, bảo hiểm chi phí y tế ít được ưa chuộng. Điều này cho thấy thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam vẫn đang ở trong giai đoạn ưa tiết kiệm, đồng thời cũng phản ánh truyền thống ưa tiết kiệm, hiếu học, đức tính hy sinh về con cháu của người Việt Nam, tuy nhiên nó cũng cho thấy Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam chưa thực sự trở thành tập quán của người Việt Nam. Thêm vào đó các sản phẩm bảo hiểm ngắn hạn vẫn chiếm tỷ trọng lớn, phản ánh tâm lý lo lắng phát, ngại đầu tư dài hạn của công chúng. Gần đây, các doanh nghiệp lần lượt

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG****SINH VIÊN:**

đưa ra các sản phẩm bảo hiểm dài hạn hơn và nhiều sản phẩm bảo trợ mang tính bảo vệ như bảo hiểm bệnh hiểm nghèo, bảo hiểm chăm sóc phụ nữ toàn diện ...., cho thấy những tín hiệu ban đầu về sự chuyển dịch sản phẩm .

Ngoài Bảo hiểm nhân thọ ,các doanh nghiệp còn cung cấp thêm các dịch vụ khác cho khách hàng tham gia Bảo hiểm nhân thọ như tư vấn du học ,cho khách hàng vay tiền theo hợp đồng, thẻ giảm giá ,phiếu mua hàng ... Với những nỗ lực của các doanh nghiệp ,chất lượng phục vụ ngày càng được nâng cao và mang tính toàn diện .

\*Tạo công ăn việc làm cho nhiều người

Thời gian qua, ngành Bảo hiểm nhân thọ đã thu hút và tạo công ăn việc làm cho một lực lượng đông đảo lao động dưới hình thức đại lý chuyên nghiệp , bán chuyên nghiệp , và cộng tác viên.

Tính đến tháng 6 năm 2002 tổng số đại lý chuyên nghiệp trên toàn thị trường đã nên tới con số 25240 người ,tăng 90,57% so với 6 tháng năm 2001 và nó được thể hiện rõ ở bảng dưới đây:

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

**Bảng 2: tốc độ tăng trưởng đại lý Bảo hiểm nhân thọ (người)**

| Doanh nghiệp | 6 tháng 2002 | 6 tháng 2001 | % tăng giảm |
|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Tổng         | 52240        | 27413        | 90.57%      |
| AIA          | 5862         | 3793         | 54.55%      |
| BM-CMG       | 2664         | 1257         | 111,93%     |
| Bảo Việt     | 14245        | 10532        | 35.25%      |
| Manulife     | 5300         | 2626         | 101,83%     |
| Prudential   | 24169        | 9205         | 162,56      |

Như vậy qua bảng trên ta thấy chỉ trong vòng một năm trở lại đây thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam thực sự đã có bước tiến dài, số đại lý chuyên nghiệp không ngừng tăng nên với tốc độ chóng mặt, và đáng chú ý nhất đó là Prudential với tốc độ tăng 162,56% so với năm 2001 và vươn lên đứng đầu trên thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam về số đại lý với 24169 người.

Với những đặc trưng nổi bật: hoàn toàn độc lập, tự chủ về thời gian, đòi hỏi tính tự giác cao, hưởng thụ lao theo kết quả lao động, tự hạch toán độc lập không yêu cầu quá cao về bằng cấp, nghề đại lý Bảo hiểm nhân thọ đã thực sự trở thành một nghề có tính chuyên nghiệp, được xã hội thừa nhận là một trong những nghề có thu nhập khá cao ở Việt Nam hiện nay, đồng thời Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam đã tạo ra chỗ làm cho hàng nghìn người với tư cách là cán bộ, nhân viên của các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ. Ngoài ra còn tạo việc làm cho các ngành có liên quan như công nghệ thông tin, ngân hàng, in ấn, quảng cáo...

\*Tạo kênh huy động và cung cấp vốn lớn cho nền kinh tế, thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Với chức năng gom nhặt và huy động những khoản tiền nhỏ, nhàn rỗi làm rải rác trong dân cư, Bảo hiểm nhân thọ đã hình thành một quỹ đầu tư lớn, cung cấp vốn cho nền kinh tế đặc biệt là nguồn vốn cung cấp dài hạn, phục vụ đắc lực cho công cuộc công nghệ hoá, hiện đại hoá, góp phần phát triển kinh tế xã hội. So với ngành ngân hàng, Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam tuy mới có thâm liên hoạt động còn rất ngắn nhưng đã thực sự trở thành một kênh huy động và phân phối vốn hữu hiệu cho nền kinh tế. Với số tài sản quản lý được tích lũy (dưới hình thức quỹ dự phòng) ngày càng lớn, cho phép các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ thực hiện những khoản đầu tư lớn dưới các hình thức như góp vốn liên doanh, mua cổ phiếu, cho vay, tham gia dự án đầu tư, gửi tiết kiệm ngân hàng...Lờ năm 2001 làm ví dụ, như đã nêu trên, tổng phí Bảo hiểm nhân thọ của toàn thị trường đạt 2786 tỷ đồng, chiếm 0,55% GDP và như vậy tính đến thời điểm này, tổng số vốn mà các doanh

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

ng nghiệp Bảo hiểm có thể cung cấp cho nền kinh tế nên tới 4000 tỷ đồng (chủ yếu là quỹ dự phòng được tích tụ qua các năm). Hoạt động đầu tư tài chính cũng trở thành xương sống nâng đỡ cho hoạt động kinh doanh Bảo hiểm nhân thọ, tạo tiền đề và điều kiện để các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ tham gia vào thị trường tài chính, tạo lập các quỹ đầu tư, trên thực tế, các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ đã tham gia vào rất nhiều các dự án đầu tư, là cổ đông lớn trong nhiều công ty phần đông thời cũng là thành viên thị trường xuyên trong các cuộc đấu thầu tín phiếu, trái phiếu kho bạc, và cũng là người chơi lớn trên thị trường chứng khoán.

Năm 1999, Bảo Việt thành lập công ty chứng khoán Bảo Việt- công ty chứng khoán đầu tiên của Việt Nam, tạo tiền đề để trở thành tập đoàn Bảo hiểm – Tài chính tổng hợp hàng đầu ở Việt Nam. Tuy nhiên, có thể thấy, cho đến nay thị trường đầu tư của Việt Nam mới trong giai đoạn hình thành, còn thiếu các công cụ đầu tư, nhất là các công cụ đầu tư dài hạn, do vậy hạn chế rất nhiều hiệu quả hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ.

### 2.3. Môi trường pháp lý ngày càng hoàn thiện.

Trong thời gian qua, môi trường pháp lý cho hoạt động kinh doanh Bảo hiểm nhân thọ ngày càng được hoàn thiện tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh, từng bước thiết lập và duy trì một thị trường cạnh tranh lành mạnh, nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước đối với lĩnh vực này. Trước hết là sự ra đời của luật kinh doanh Bảo hiểm, bắt đầu có hiệu lực từ ngày 1/4/2001, tiếp đó là các nghị định (nghị định số 42/2001/NĐ-CP ngày 1/8/2001 quy định chi tiết một số điều của luật kinh doanh Bảo hiểm, Nghị định số 43/2001/NĐ-CP ngày 1/8/2001 quy định chế độ tài chính đối với doanh nghiệp Bảo hiểm và môi giới Bảo hiểm) và thông tư hướng dẫn (Thông tư số 71/2001/TT- BTC ngày 28/8/2001 hướng dẫn thi hành nghị định 42/2001 NĐ-CP ngày 1/8/2001 và thông tư số 72/2001/TT- BTC ngày 28/8/2001 hướng dẫn thi hành nghị định 43/2001/NĐ-CP ngày 1/8/2001 của chính phủ). Tuy vậy đến nay, hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động kinh doanh Bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam chưa thực sự đồng bộ, một số quy định cần thiết còn thiếu, một số quy định chưa rõ ràng, chưa thực sự phù hợp với tập quán Bảo hiểm nhân thọ, chưa tạo ra sự linh động lớn nhất có thể cho hoạt động của các doanh nghiệp. Ngoài việc xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý, trong thời gian qua Nhà nước còn có nhiều chính sách ưu đãi, hỗ trợ thúc đẩy thị trường Bảo hiểm nhân thọ như ưu đãi về thuế (theo luật thuế giá trị gia tăng, hiện nay thị trường Bảo hiểm nhân thọ không thuộc diện chịu thuế).

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

**3. Các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ và các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ hiện đang có mặt trên thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam.**

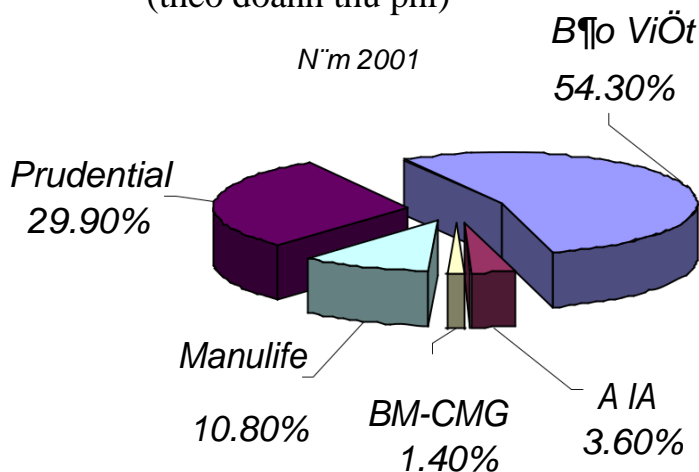
Trên thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam tính đến thời điểm này hiện đang có 5 doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ đang hoạt động trong đó có một công ty trong nước và một công ty liên doanh và 3 công ty 100% vốn nước ngoài. Và chúng được thể hiện rõ hơn ở bảng dưới đây.

**Bảng 2: Các DNBHNT hiện đang có mặt tại Việt Nam**

| Doanh nghiệp  | Năm bắt đầu triển khai | Xuất xứ  | Loại hình DN        | Vốn(điều lệ) ban đầu | Vốn hiện nay        | Vốn dự kiến xẽ tăng |
|---------------|------------------------|----------|---------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| 1. Bảo Việt   | 1996                   | Việt Nam | Nhà nước            | 779 tỷ đồng (1996)   | 879 tỷ đồng (2000)  |                     |
| 2. BM-CMG     | 1999                   | VN+ Úc   | Liên doanh          | 2 triệu USD          | 6 triệu USD         | 10 triệu USD        |
| 3. Manulife   | 1999                   | Canada   | 100% vốn nước ngoài | 5 triệu USD          | 8,5 triệu USD       | 10 triệu USD        |
| 4. Prudential | 1999                   | Anh      | 100% vốn nước ngoài | 10 triệu USD         | 40 triệu USD 6/2001 |                     |
| 5. AIA        | 2000                   | Mỹ       | 100% vốn nước ngoài | 5 triệu USD          | 5 triệu USD         | 10 triệu USD        |

Nguồn: Tạp chí BH số 1/2002

Thị phần của các doanh nghiệp qua năm 2001 (theo doanh thu phí)



**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

\*Các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ trên thị trường Việt Nam.

Thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam nếu như năm 1996 duy nhất chỉ có mình Bảo Việt triển khai ở hai loại hình chính là Bảo hiểm nhân thọ có thời hạn 5 năm, 10 năm và chương trình đảm bảo cho trẻ em đến tuổi trưởng thành (an sinh giáo dục). Thì cho đến nay đã có đã có 5 doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ cùng hoạt động và cạnh tranh. Việc tham gia của ngày càng đông các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ trên thị trường cũng làm cho số lượng sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ trên thị trường tăng nên đáng kể. Và sau đây là các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ của từng doanh nghiệp.

a. Bảo Việt:

Các sản phẩm chính:

- + Bảo hiểm và tiết kiệm trong thời hạn 5 năm, 10 năm.
- + Bảo hiểm trọn đời.
- + Bảo hiểm an sinh giáo dục.
- + Niêm kinh nhân thọ.

Các sản phẩm bổ sung.

- + Điều khoản riêng I: Bảo hiểm thương tật bộ phận, vĩnh viễn do tai nạn.
- + Điều khoản riêng II: Bảo hiểm chi phí phẫu thuật.
- + Điều khoản riêng III: Bảo hiểm sinh kỳ thuần túy.
- + Điều khoản riêng IV: Bảo hiểm tử kỳ.

b. Prudential:

Các sản phẩm chính:

- + Phú trường an.
- + Phú tích lũy an Khang.
- + Phú tích lũy giáo dục.
- + Phú tích lũy định kỳ
- + Phú hoà nhân.

Các sản phẩm bổ trợ:

- + Bảo hiểm từ bỏ thu phí.
- + Bảo hiểm chết do tai nạn.
- + Bảo hiểm chết và tàn tật do tai nạn.

Các sản phẩm trọn gói.

+ Phú tương lai: Là sự kết hợp của sản phẩm chính phú tích lũy với sản phẩm bổ trợ Bảo hiểm từ bỏ thu phí.

+ Phú bảo gia: Là sự kết hợp của sản phẩm chính phú tích lũy an Khang và sản phẩm kèm theo Bảo hiểm nhân thọ có kỳ hạn và sản phẩm bổ trợ Bảo hiểm chết và tàn tật do tai nạn.

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯỠNG

SINH VIÊN:

+ Phú thành đạt: Là sự kết hợp của sản phẩm chính phủ tích lũy định kỳ với sản phẩm kèm theo Bảo hiểm nhân thọ có kỳ hạn và sản phẩm hỗ trợ Bảo hiểm chết và tàn tật do tai nạn.

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIỀN DƯỠNG**

**SINH VIÊN:**

c. Manulife.

Các sản phẩm chính :

+ Bảo hiểm hỗn hợp 5 năm, 10 năm, 15 năm.

+ Bảo hiểm giáo dục hỗn hợp .

+ Bảo hiểm tử vong và thương tật do tai nạn .

+ Bảo hiểm trợ cấp y

tế. d. Bảo Minh – CMG.

+ Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp .

+ Bảo hiểm trẻ em.

+ Bảo hiểm hưu trí .

+ Bảo hiểm tử kỳ.

+ Bảo hiểm chết và thương tật do tai nạn.

+ Bảo hiểm miễn phí .

+ Bảo hiểm miễn phí trong thời hạn thương

tật. e. AIA:

+ Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp có thời hạn.

+ Bảo hiểm trọn đời.

+ Bảo hiểm giáo dục hỗn hợp .

+ Bảo hiểm tử kỳ .

+ Bảo hiểm chết và thương tật do tai nạn.

+ Bảo hiểm miễn phí trong thời hạn thương tật.

#### **4. Cơ hội và thách thức của thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam hiện nay**

Với sự thay đổi và phát triển nhanh chóng của môi trường kinh doanh, thể hiện ở áp lực cạnh tranh gia tăng, khuynh hướng toàn cầu hoá, biến đổi thói quen, nhu cầu khách hàng, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ đã đặt nhiều thách thức cũng như các cơ hội phát triển mới cho các công ty Bảo hiểm và đặc biệt là trong lĩnh vực Bảo hiểm nhân thọ.

##### **4.1. Đáp ứng nhu cầu khách hàng.**

Đối với sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ, nhu cầu khách hàng được dự báo là có những thay đổi về sản phẩm và hình thức dịch vụ sau:

Xu hướng dân số già đi, thu nhập được tăng thêm, khách hàng có quan tâm nhiều hơn đến vấn đề tài chính của họ trong những năm hưu trí, chăm sóc sức khoẻ, dẫn tới nhu cầu về sản phẩm Bảo hiểm tích lũy, tử kỳ, niên kim, sẽ có nhiều triển vọng tăng trưởng. Việc quan tâm hơn của khách hàng tới những loại sản phẩm này cũng thể hiện xu hướng quan tâm hơn tới





**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯỠNG****SINH VIÊN:**

phòng chống rủi ro tài chính do khả năng biến đổi nhanh chóng của nền kinh tế. Bên cạnh đó, với sự phát triển của cuộc sống hiện đại, một số loại bệnh tật dễ mắc phải là nguyên nhân chính gây tử vong cho con người cũng đã làm phát sinh nhu cầu các loại hình Bảo hiểm cho các loại bệnh hiểm nghèo.

Do nhận thức ngày càng cao về các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ, khách hàng có yêu cầu được lựa chọn những sản phẩm tinh vi phù hợp với nhu cầu của mình. Khách hàng có yêu cầu cá nhân hoá dịch vụ - mua sản phẩm được lắp ghép và thiết kế theo nhu cầu cá nhân của khách hàng, được hưởng các dịch vụ theo sự lựa chọn của cá nhân.

Sự phát triển của thị trường chứng khoán, quỹ đầu tư và quá trình phát triển doanh nghiệp Bảo hiểm theo hướng chuyên nghiệp hoá trong lĩnh vực đầu tư cho phép các doanh nghiệp phát triển các sản phẩm Bảo hiểm - đầu tư. Khách hàng cũng có những hiểu biết hơn về đầu tư tài chính và có nhu cầu sử dụng một tỷ lệ tài sản của mình tham gia vào hoạt động đầu tư hấp dẫn làm tăng giá trị của hợp đồng Bảo hiểm. Bên cạnh đó, khuynh hướng hạ thấp lãi suất (do sự phát triển của thị trường tài chính) là thách thức đối với các doanh nghiệp Bảo hiểm khi đưa ra tỷ lệ lãi suất cố định trong các sản phẩm truyền thống trước đây. Đây cũng là sức ép các doanh nghiệp Bảo hiểm cung cấp các sản phẩm kết hợp Đầu tư - Bảo hiểm. Bên cạnh đó là quá trình gắn kết chặt chẽ của khách hàng với các trung gian tài chính trong các hoạt động thanh toán, đầu tư, Bảo hiểm, tư vấn tài chính..... dẫn tới nhu cầu từ phía khách hàng là được cung cấp các dịch vụ tài chính tổng hợp, chọn gói và thuận tiện từ phía tổ chức, trái với tình trạng hiện nay là các dịch vụ này được cung cấp từ các tổ chức tài chính khác nhau, không thuận tiện cho khách hàng.

Nhu cầu Bảo hiểm nhân thọ là một nhu cầu thụ động, khách hàng ít khi chủ động tìm đến các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ để mua các sản phẩm mà chỉ mua các sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ sau khi được người bán Bảo hiểm thuyết phục, vận động (thường sau rất nhiều lần).

Với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, tin học đã góp phần vào việc gây biến đổi thói quen tiêu dùng của khách hàng, đây cũng là phương tiện tốt nhất để truyền đạt thông tin từ phía các doanh nghiệp tới khách hàng. Khách hàng có nhu cầu về sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ muốn tìm hiểu thông tin và đòi hỏi được cung cấp dịch vụ qua các phương tiện thông tin hiện đại như internet, qua điện thoại, e-mail, được cung cấp dịch vụ tài chính tổng hợp như: đầu tư - Bảo hiểm, thanh toán..... do vậy tất yếu là các doanh nghiệp Bảo hiểm phải triệt để ứng dụng thành tựu của công nghệ thông tin đáp ứng những yêu cầu mới của khách hàng.

Khách hàng có yêu cầu cao hơn về dịch vụ gia tăng: do quá trình cạnh tranh đã làm đồng nhất về chất lượng dịch vụ, nên khách hàng đòi hỏi các



ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

dịch vụ gia tăng như dịch vụ cung cấp thông tin qua trung tâm dịch vụ khách hàng, cung cấp thẻ thông tin hợp đồng hội chợ thanh toán, đầu tư vào các quyền lợi khác.

#### 4.2. Chế ngự sự phát triển của công nghệ .

Việc tiếp nhận và sử dụng công nghệ mới, trong đó chủ yếu là thông tin một cách có hiệu quả là thách thức lớn nhất đối với doanh nghiệp Bảo hiểm . Doanh nghiệp Bảo hiểm phải cân đối giữa việc áp dụng công nghệ có sự thay đổi quá nhanh chóng để nâng cao năng lực cạnh tranh với những rủi ro tổn kém chi phí, năng lực quản lý không đáp ứng, không phù hợp với tình độ hiện tại của nhân lực và hiện trạng của cơ cấu tổ chức .

Việc ứng dụng công nghệ thông tin cho phép doanh nghiệp Bảo hiểm : \*Vi tính hoá quá trình dịch vụ, giảm bớt tính công kênh của cơ cấu tổ chức, tổ chức doanh nghiệp Bảo hiểm theo mô hình “doanh nghiệp thông tin”, và đa dạng hoá kênh phân phối và hình thức dịch vụ tạo ra cơ sở dữ liệu chung phục vụ cho nhu cầu lưu trữ, tra cứu và phân tích, cho phép thay đổi mô hình tổ chức theo hướng gọn nhẹ và chuyên nghiệp hoá cao.

\*Cho phép doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ tăng cường dịch vụ khách hàng bằng các dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật cao như Calling centre, xây dựng trang web, email, trả lời điện thoại, kết hợp thanh toán và các dịch vụ tài chính khác, cho phép doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng, thường xuyên, rút ngắn chu kỳ hoạt động .

\*Cho phép doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ cá nhân hoá các dịch vụ qua nghiên cứu và đáp ứng nhu cầu cá nhân.

\*Với sự áp dụng của công nghệ thông tin ngày càng hiện đại cho phép doanh nghiệp đưa các thông tin của mình tới khách hàng một cách nhanh nhất, cũng như thu được các thông tin quan trọng cần thiết từ phía khách hàng chuyển đến để từ đó doanh nghiệp có những quyết định đúng đắn và vạch ra những kế hoạch chiến lược phát triển của doanh nghiệp trong tương lai.

\*Công nghệ thông tin còn giúp các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ sử lý thông tin một cách nhanh chóng, giúp cho việc làm bắt thời cơ kịp thời , tránh bỏ những cơ hội lớn của công ty .

\*Hệ thống vi tính hoá còn được áp dụng rộng rãi ở các phòng ban của doanh nghiệp, giúp cho việc quản lý dữ liệu, và đặc biệt giúp cho công tác kế toán, thống kê một cách chính xác và nhanh chóng.

#### 4.3. Đổi mới về tổ chức và quản lý công ty.

Có một sức ép do tình hình cạnh tranh và công nghệ kinh doanh dẫn tới những yêu cầu về sự thay đổi tổ chức của công ty.

\*Tổ chức của doanh nghiệp Bảo hiểm theo định hướng khách hàng trung tâm : Vấn đề đáp ứng nhanh nhu cầu khách hàng là nhân tố quyết định

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

trong cạnh tranh do vậy về tổ chức, doanh nghiệp Bảo hiểm cần chú trọng đầu tư phát triển các bộ phận nghiên cứu nhu cầu khách hàng, đánh giá thoả mãn khách hàng, thiết kế phát triển sản phẩm, quản lý quan hệ khách hàng, phát triển các dịch vụ hỗ trợ cho khách hàng.

\*Yêu cầu đa dạng hoá hệ thống phân phối cũng làm thay đổi tổ chức của doanh nghiệp Bảo hiểm trong quản lý và phát triển các kênh phân phối mới.

\*Phát triển của công nghệ thông tin sẽ gây ảnh hưởng tới tổ chức doanh nghiệp Bảo hiểm và cách thức trao đổi thông tin. Do hệ thống thông tin hỗ trợ các quá trình trao đổi thông tin đa chiều các bộ phận trong doanh nghiệp Bảo hiểm và với khách hàng qua hệ thống mạng nên các khái niệm về không gian (VD: như khoảng cách giữa các phòng ban), thời gian trao đổi thông tin bị xoá nhòa. Điều này dẫn tới sự thay đổi về cơ cấu tổ chức doanh nghiệp Bảo hiểm và cách thức mà doanh nghiệp Bảo hiểm quan hệ với khách hàng. Ví dụ: mô hình quản lý thông tin theo nguyên tắc mở và tập trung dự kiến có ảnh hưởng tới tổ chức, đặc biệt theo hướng các hoạt động kế toán, quản lý hợp đồng được tiến hành tập trung, hoạt động khai thác dịch vụ khách hàng được phân tán. Như vậy, thay cho việc các doanh nghiệp phải thành lập nhiều nhiều công ty, chi nhánh để mở rộng hệ thống phân phối trên các địa bàn với cơ cấu tổ chức công kênh, thì với sự hỗ trợ của công nghệ thông tin, các doanh nghiệp Bảo hiểm chỉ cần thành lập các bộ phận chuyên quản lý các đại lý để bán sản phẩm phục vụ khách hàng. Các hoạt động hạch toán, kế toán, quản lý hợp đồng .... được quản lý tập trung. Mô hình trên sẽ giảm

thiểu hoạt động trùng lặp, tăng cường chuyên môn hoá, tăng cường chỉ đạo theo định hướng chiến lược phát triển và nâng cao được năng suất lao động, giảm chi phí hoạt động. Nhờ vậy mà doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ có thể thay đổi mô hình nhiều cấp sang mô hình ít cấp hoặc hình sao với sự trao đổi thông tin đa chiều giữa các bộ phận. Điều này sẽ góp phần giảm bớt các cấp quản lý trung gian vốn chỉ thực hiện chức năng tập hợp, báo cáo thông tin trình lãnh đạo ra quyết định.

\*Việc áp dụng các lý thuyết mới về quản lý doanh nghiệp nhằm động viên nâng cao tính chủ động cải tiến đổi mới của cán bộ, phát huy tính trí thức của cán bộ cũ ng đòi hỏi đến sự biến đổi về cơ cấu tổ chức để phát huy tính trí tuệ của cán bộ, phát duy đóng góp của cán bộ vào hoạt động quản lý doanh nghiệp.

#### **4.4. Phát triển hệ thống phân phối.**

Do thay đổi về nhu cầu được phục vụ của khách hàng cùng với sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, hệ thống phân phối có một số thách thức phát triển.

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

\*Thách thức trong đa dạng hoá hệ thống phân phối :Trước sự biến đổi của nhu cầu khách hàng cả về sản phẩm và dịch vụ , với sự hỗ trợ của công nghệ, việc đa dạng hoá kênh phân phối là tất yếu. Các kênh phân phối chủ yếu được đưa ra vẫn là phân phối trực tiếp, phân phối qua Internet, phân phối qua ngân hàng .Việc đa dạng hoá kênh phân phối nhằm phục vụ nhu cầu đa dạng hoá dịch vụ khách hàng .

\*Song song với sự phát triển về dịch vụ thì khách hàng cũng có nhu cầu tư vấn tài chính , từ các tổ chức độc lập để đảm bảo lựa chọn dịch vụ tài chính phù hợp nhất với bản thân .

\*Thách thức trong việc nâng cao năng suất của hệ thống đại lý :Sau nhiều cuộc thảo luận các nhà quản lý đều đi đến kết luận là trong Bảo hiểm nhân thọ ,vai trò của đại lý là không thể thay thế mặc dù có sự phát triển của công nghệ , do đặc trưng của sản phẩm Bảo hiểm nhân thọ là quan hệ giữa con người với con người .Tuy nhiên để phát huy vai trò của đại lý thì công ty cần phải:

+ Hỗ trợ hoạt động đại lý bằng những công nghệ thông tin khách hàng, web, email,.....trong giao dịch với khách hàng, phối hợp hiệu quả kênh phân phối đại lý với kênh phân phối không dùng đại lý. Chú trọng đào tạo đại lý bằng công nghệ đào tạo mới như sử dụng Audio,Tapes,Internet.

+Tăng cường quản lý hoạt động đại lý trong đó chuyên hướng chú trọng vào chất lượng quá trình bán hàng của đại lý thay cho cách làm truyền thống là quản lý kết quả bán hàng của đại lý .

+Tăng cường tổ chức mở các lớp đào tạo nâng cao nghiệp vụ cho đại lý ,từ đó giúp các đại lý hoạt động ngày một hiệu quả hơn.

\*Phân phối qua Internet :Việc phân phối qua Internet có triển vọng và tăng về doanh số, tuy nhiên đối với các nước chậm phát triển thì tăng cường sử dụng Internet cho công tác giới thiệu sản phẩm ,giải đáp thắc mắc và thông tin giao dịch của đại lý và công ty đối với khách hàng của mình .

\*Phát triển các hình thức bán Bảo hiểm qua ngân hàng :Tuy nhiên để thành công cần chú trọng gắn kết dịch vụ Bảo hiểm với dịch vụ tài chính, đầu tư của ngân hàng cung cấp cho khách hàng(thiết kế sản phẩm đơn giản , ví dụ : thời hạn Bảo hiểm có thể gắn với thời hạn vay vốn của khách hàng, thanh toán, trả quyền lợi Bảo hiểm gắn với dịch vụ thanh toán ,Credit Card của ngân hàng, sản phẩm gắn với các hình thức đầu tư tại ngân hàng ). Thường xuyên trao đổi giữa lãnh đạo hai bên để thảo luận khắc phục,xác định đối tượng khách hàng, đặc biệt có các kỹ thuật hỗ trợ cho các cán bộ ngân hàng tính toán, tư vấn quyền lợi Bảo hiểm .

**4.5.Chuyên môn hoá hệ thống đại lý –Một thách thức lớn đối với các nhà quản lý Bảo hiểm nhân thọ.**

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

Lợi ích của việc chuyên môn hoá là rất rõ nét, đối với đại lý chuyên khai thác, nhờ không mất công sức, thời gian thu phí Bảo hiểm định kỳ nên đại lý có thể tăng số lượng hợp đồng mới, khách hàng mới một cách nhanh chóng. Đây cũng là điều mà các công ty đều mong muốn. Không thể duy trì tình trạng mu ốn tăng doanh thu phí thì phải tăng số lượng đại lý. Vấn đề đó là một quy luật tất yếu khách quan nhưng duy trì được khả năng vừa tăng số lượng đại lý vừa tăng chất lượng khai thác của đại lý mới là tối ưu. Nhờ có đại lý chuyên nghiệp thu phí, các công ty có thể thu được một số phí lớn, không nợ phí hoặc nợ phí thấp. Lúc này khách hàng sẽ là người có lợi nhất, được nhiều đại lý cùng chăm sóc, dịch vụ được thụ hưởng là dịch vụ tốt nhất cho nên khả năng huỷ bỏ hợp đồng là rất hiếm xảy ra.

Cuối cùng các công ty trở thành người có ưu thế trong cạnh tranh. Vừa khai thác được nhiều hợp đồng mới, vừa bảo đảm tỷ lệ nợ phí, tỷ lệ huỷ bỏ hợp đồng thấp, tính trung thành của khách hàng cao.

Chủ trương chuyên môn hoá đại lý Bảo hiểm nhân thọ là hoàn toàn đúng đắn, nhưng muốn thực hiện nó một cách triệt để, lại là một công việc hết sức khó khăn và để chuyên môn hoá hệ thống đại lý Bảo hiểm nhân thọ thì nhất thiết phải giải quyết một số vấn đề sau đây:

\*Thứ nhất-giảm số lượng đại lý tổng hợp: Về tổng thể, các công ty đều đã có đại lý chuyên khai thác và đại lý chuyên thu phí, nhưng số lượng đại lý tổng hợp vẫn còn khá lớn. Nguyên nhân chính là các đại lý tổng hợp trước đây vẫn hoàn thành một cách xuất sắc cả hai chức năng của mình là khai thác hợp đồng mới và thu phí Bảo hiểm định kỳ. Tuy nhiên số đại lý tổng hợp này thường được phân bố ở các vùng đặc thù xã hội, hẻo lánh, tiềm năng khai thác ít không thể phân công được đại lý chuyên thu phí. Trong thời gian tới, cần giảm dần số lượng đại lý tổng hợp bằng cách truyền đổi tất cả các đại lý này thành đại lý chuyên khai thác và đại lý chuyên thu.

\*Thứ hai-phân công đại lý chuyên thu theo địa bàn và đại lý chuyên khai thác: hiện tại đại lý chuyên thu phí được giao theo dõi và thu phí các hợp đồng của nhiều đại lý chuyên khai thác, đại lý tổng hợp khác nhau. Việc phân công như thế này khiến đại lý chuyên thu phí mất nhiều thời gian, công sức để có thể thu đủ phí theo yêu cầu của công ty.

Giải pháp tốt nhất là phân công mỗi địa bàn một đại lý chuyên thu phí chuyên trách. Ngoài ra, căn cứ vào tình hình thực tế, khi bàn giao hợp đồng, đại lý chuyên khai thác, đại lý tổng hợp đều có xu hướng chuyển cho những đại lý chuyên thu phí quen biết mình. Nên có thể phân công một đại lý chuyên thu phí nhận toàn bộ hợp đồng của từ 1 đến 3 đại lý chuyên khai thác, nhất là các đại lý chuyên khai thác có mối quan hệ tốt với đại lý chuyên thu phí.

\*Thứ ba- Tăng cường hỗ trợ mạng đại lý chuyên khai thác.

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

Nhiệm vụ chính của đại lý chuyên khai thác là tìm kiếm khách hàng mới, thuyết phục khách hàng tham gia Bảo hiểm, thu phí Bảo hiểm đầu tiên. Muốn tăng được doanh thu, tăng số lượng hợp đồng thì các đại lý chuyên khai thác phải nhận được một sự hỗ trợ đặc biệt từ phía công ty như: Tìm kiếm các đầu mối khách hàng lớn là tổ chức, tập thể, hỗ trợ phương tiện, cơ sở vật chất để đại lý đi khai thác như cung cấp tờ rơi, bố trí xe đưa đón đại lý; trường hợp đại lý tự khai thác được các khách hàng lớn là tổ chức, tập thể, thậm chí là các cá nhân nhưng khách hàng yêu cầu công ty đến làm việc, công ty bố trí thời gian làm việc với khách hàng, không khoán trắng đại lý; xây dựng chế độ hoa hồng phù hợp; tăng cường thi đua khen thưởng.

#### **4.6. Môi trường pháp lý trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ ngày càng được hoàn thiện.**

Tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh, từng bước thiết lập và duy trì một thị trường cạnh tranh lành mạnh, nâng cao hiệu lực quản lý của nhà nước đối với lĩnh vực này, trước hết là sự ra đời của luật kinh doanh bảo hiểm, bắt đầu có hiệu lực từ ngày 1/4/2001, tiếp đó là nghị định và thương tư hướng dẫn. Ngoài việc xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý, trong thời gian qua, nhà nước cũng có những chính sách ưu đãi, hỗ trợ, thúc đẩy thị trường bảo hiểm nhân thọ như ưu đãi về thuế (theo luật thuế giá trị gia tăng, bảo hiểm nhân thọ không thuộc diện chịu thuế). Đây cũng là một nhân tố quan trọng thúc đẩy thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam phát triển.

Với chính sách hội nhập kinh tế, nền kinh tế nước ta đã và đang bước vào giai đoạn hồi phục, ổn định và phát triển với tốc độ cao, lạm phát được đẩy lùi, thu nhập của người dân ngày càng được cải thiện, tạo điều kiện tiền đề thúc đẩy thị trường bảo hiểm nhân thọ phát triển. Đến nay bảo hiểm nhân thọ Việt Nam mới bắt đầu được khai thác, doanh thu phí chiếm 0,55% GDP (rất nhỏ so với 2%-4% GDP của các nước trong khu vực và 10-12% của các nước phát triển) và khoảng 2% dân số có hợp đồng bảo hiểm nhân thọ (tỷ lệ này ở Trung Quốc là 22%, Nhật Bản gần 100%) như vậy tiềm năng của thị trường còn rất lớn. Cùng với sự hoàn thiện của môi trường pháp lý, các chính sách hỗ trợ, khuyến khích của nhà nước, sự phát triển của khoa học công nghệ với sự hoạt động mạnh mẽ của các doanh nghiệp, có thể dự đoán rằng, thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam sẽ còn phát triển cao trong những năm tiếp theo.

#### **4.6. Những hạn chế của thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam.**

Thị trường mới chủ yếu đạt được sự tăng trưởng cao, yếu tố hiệu quả và bền vững chưa cao. Đến nay, các doanh nghiệp vẫn đặt trọng tâm và mục tiêu tăng trưởng, mở rộng thị trường. Tính không bền vững còn thể hiện ở



**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

chỗ hiện nay có rất nhiều sản phẩm (phần lớn là mang tính tiết kiệm cao) được tính phí với lãi suất kỹ thuật khá cao điều này có thể dẫn đến việc lãi suất đầu tư có thể thực hiện được trên thực tế nhỏ hơn so với lãi suất đã đưa vào tính phí, không đảm bảo khả năng thanh toán đầy đủ quyền lợi bảo hiểm đã cam kết.

Thị trường đầu tư của Việt Nam mới trong giai đoạn hình thành, còn thiếu các công cụ đầu tư, nhất là các công cụ đầu tư dài hạn, do vậy hạn chế rất lớn hiệu quả hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ nhất là trong giai đoạn hiện nay khi mà các sản phẩm tiết kiệm chiếm phần lớn.

Hệ thống pháp luật điều chỉnh hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam chưa thực sự đồng bộ, một số quy định cần thiết còn thiếu, một số quy định chưa rõ ràng, chưa thực sự phù hợp với tập quán bảo hiểm nhân thọ, chưa tạo ra sự linh động lớn nhất có thể cho hoạt động của các doanh nghiệp; hiệu lực thực thi các quy định cũng như việc kiểm tra giám sát của các cơ quan chức năng trên thực tế chưa cao.

Những hiện tượng cạnh tranh thiếu lành mạnh (như tung tin giả), trục lợi bảo hiểm, kinh doanh theo kiểu "chộp giật", đại lý chiếm đoạt, chiếm dụng phí bảo hiểm của khách hàng, đại lý vì lợi ích của bản thân mà tư vấn bất lợi cho khách hàng đã xuất hiện, gây tác động xấu đến thị trường, làm tổn hại đến hình ảnh và uy tín của ngành.

Tập quán tham gia bảo hiểm nhân thọ, phần đông dân chúng chưa hiểu rõ về bảo hiểm nhân thọ, còn e dè, ngại ngần tham gia các hợp đồng dài hạn; các phương tiện thông tin đại chúng đôi khi còn gây hiểu sai lệch về bảo hiểm nhân thọ.

Trình độ cán bộ, đại lý làm bảo hiểm nhân thọ còn bất cập; ngành bảo hiểm nhân thọ Việt Nam còn thiếu những chuyên gia giỏi. Đây cũng là một thách thức đối với bảo hiểm nhân thọ Việt Nam trong những năm tới.

**5. Một số kiến nghị để phát triển thị trường Bảo hiểm nhân thọ trong thời gian tới:**

Chỉ trong vòng 5 năm thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam đã đạt được những thành công rất lớn. Tuy vậy, thị trường vẫn còn rất nhiều điều hạn chế cần khắc phục như cạnh tranh chưa lành mạnh đã xuất hiện, thị trường mới đạt được sự tăng trưởng cao, yếu tố hiệu quả và bền vững chưa cao, tập quán tham gia Bảo hiểm nhân thọ mới bắt đầu được hình thành, phần đông dân chúng chưa hiểu rõ về Bảo hiểm nhân thọ, báo chí đôi khi đưa ra những thông tin sai lệch, công cụ đầu tư còn nghèo nàn, khung pháp lý chưa hoàn thiện trình độ cán bộ, đại lý làm Bảo hiểm nhân thọ còn bất cập, để thúc đẩy thị trường Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam phát triển bền vững, tăng cường vai trò của nó trong công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước cần

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

phát huy những điểm mạnh, khắc phục những điểm yếu tồn tại hiện thời đồng thời phải chuẩn bị tốt để đối phó với những khó khăn thách thức và sắp tới là thách thức hội nhập và toàn cầu hoá kinh tế

Để thực hiện những nhiệm vụ trên cần có những chiến lược và giải pháp mang tính đồng bộ, cả trên phương diện vĩ mô và vi mô. dưới đây là một số kiến nghị:

Thứ nhất, nhà nước cần hoàn thiện các quy định pháp luật điều chỉnh nhằm tạo khung pháp lý thuận lợi cho hoạt động kinh doanh Bảo hiểm nhân thọ. Tạo sự bình đẳng giữa các doanh nghiệp bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tham gia cũng như các doanh nghiệp bảo hiểm, nâng cao hiệu lực quản lý của nhà nước với hoạt động kinh doanh Bảo hiểm nhân thọ, đáp ứng yêu cầu quản lý và phát triển thị trường Bảo hiểm nhân thọ trong nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Việc hoàn thiện môi trường pháp lý, trước hết là hoàn thiện và bổ sung các quy định phù hợp với tập quán kinh doanh Bảo hiểm nhân thọ, điều kiện thực tiễn Việt Nam, mục tiêu và định hướng phát triển thị trường. Song song với việc xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý, cần xây dựng một cơ chế kiểm tra giám sát hữu hiệu việc thực hiện trên thực tế nhằm xác lập và duy trì một môi trường cạnh tranh lành mạnh, tạo tiền đề cho sự phát triển bền vững.

Thứ hai: nhà nước cần có chiến lược, định hướng phù hợp trong phát triển thị trường Bảo hiểm nhân thọ, trước hết là chiến lược, chính sách hội nhập. Đó là cần xác định lộ trình hội nhập và mở cửa thị trường Bảo hiểm nhân thọ. Tiếp đến, nhà nước cần có chính sách phù hợp để khuyến khích phát triển thị trường Bảo hiểm nhân thọ, cụ thể:

+ Vì Bảo hiểm nhân thọ là ngành kinh doanh mang ý nghĩa xã hội sâu sắc, do vậy nhà nước cũng cần có những chính sách hỗ trợ, thúc đẩy ngành Bảo hiểm nhân thọ phát triển như chính sách về đầu tư (ưu tiên các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ được đầu tư vào các công trình, dự án an toàn vốn, lợi tức đầu tư cao), chính sách thuế thu nhập đối với những người tham gia Bảo hiểm nhân thọ (giống như ở các nước khác)... Với chính sách ưu đãi về thuế đối với người tham gia Bảo hiểm nhân thọ, nhà nước có thể thực hiện chính sách khấu trừ một phần phí Bảo hiểm nhân thọ mà cá nhân đóng phí Bảo hiểm nhân thọ khỏi thu nhập chịu thuế, miễn thuế đối với (một phần hoặc toàn bộ) số tiền bảo hiểm mà người tham gia Bảo hiểm được nhận, cho phép tính một phần hoặc toàn bộ số phí bảo hiểm mà doanh nghiệp đóng Bảo hiểm nhân thọ vào chi phí hoạt động của doanh nghiệp.

+ Đối với vấn đề đại lý, do hoạt động đại lý Bảo hiểm nhân thọ có những điểm khác biệt so với các đại lý thương mại nói chung nên nhà nước cần có những quy định chặt chẽ và cụ thể hơn về tiêu chuẩn, điều kiện, đào tạo, sát hạch, cấp chứng chỉ hành nghề Bảo hiểm nhân thọ. Đặc biệt để tiêu chuẩn

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM**  
**NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

**SINH VIÊN:**

hoá được đội ngũ đại lý Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam ngang tầm với tiêu chuẩn khu vực và thế giới. Nhà nước cần quy định rõ nội dung đào tạo, đồng thời tiến hành tổ chức thi sát hạch, cấp chứng chỉ hành nghề đại lý, không nên giao hoặc uỷ quyền việc kiểm tra sát hạch và cấp chứng chỉ hành nghề đại lý cho các doanh nghiệp. Thêm vào đó để đạt được hợp đồng đại lý Bảo hiểm nhân thọ phải bỏ ra khá nhiều chi phí như chi phí đi lại, tiếp thị,...(mỗi đại lý có thể được coi là một doanh nghiệp), do vậy khi xác định thu nhập cho đại lý cũng cần có cách tính phù hợp. Ngoài ra để có thể phát triển nghề đại lý Bảo hiểm nhân thọ như là một nghề chuyên nghiệp, cần bổ sung chính sách Bảo hiểm xã hội để đại lý yên tâm công tác lâu dài, có nguồn tài chính đảm bảo khi hết khả năng lao động (như dưới hình thức Bảo hiểm xã hội tự nguyện).

+ Trong Bảo hiểm nhân thọ, chính sách hoa hồng đóng một vai trò rất quan trọng. Do vậy, khi quy định mức hoa hồng tối đa áp dụng cho toàn thị trường, cần xác định mức hoa hồng của các nghiệp vụ sao cho đảm bảo tính hợp lý tương quan giữa các sản phẩm Bảo hiểm, các phương thức đóng phí, thời gian Bảo hiểm bảo đảm sự linh hoạt cho các doanh nghiệp và có thể phát triển được đội ngũ chuyên nghiệp trong Bảo hiểm nhân thọ. Mặt khác cũng cần thiết lập một cơ chế kiểm tra giám sát chặt chẽ đối với việc sử dụng hoa hồng của các doanh nghiệp trên thực tế. Trong giai đoạn hiện nay, định mức hoa hồng có thể quy định theo tỷ lệ tối đa của tổng hoa hồng trên tổng phí của hợp đồng (chẳng hạn với Bảo hiểm hỗn hợp, thời hạn Bảo hiểm 10 năm, tỷ lệ hoa hồng tối đa là 7%) nhằm tạo sự linh hoạt tối đa cho các doanh nghiệp trong việc trả hoa hồng vì với cùng thời hạn Bảo hiểm mỗi sản phẩm lại có cách thức nộp phí khác nhau (thời hạn nộp phí có thể nhỏ hơn hoặc bằng thời hạn Bảo hiểm) và mỗi doanh nghiệp lại có cách thức trả hoa hồng khác nhau (một số nước không quy định tỷ lệ hoa hồng mà quy định tỷ lệ chi phí hoạt động tối đa trên tổng phí). Tuy nhiên để điều tiết cạnh tranh khi thị trường mới hình thành, có thể quy định thêm tỷ lệ hoa hồng tối đa trong năm hợp đồng thứ nhất. Trong giai đoạn tiếp theo, khi thị trường Bảo hiểm nhân thọ thiết lập được sự cạnh tranh tương đối lành mạnh và đạt đến một trình độ phát triển nhất định, nhà nước có thể thực hiện tự do hoá hoa hồng để tăng cường hiệu quả hoạt động của thị trường.

+ Một vấn đề nữa cũng cần được nhà nước quan tâm là lãi suất kỹ thuật. Được giả định cho một thời gian rất dài, lãi suất kỹ thuật được áp dụng trong tính phí Bảo hiểm nhân thọ là một yếu tố đầu vào vô cùng quan trọng, quyết định sự an toàn kinh doanh của mỗi doanh nghiệp và việc đảm bảo quyền lợi của khách hàng. Thực tiễn vừa qua cho thấy, sự sụp đổ của hàng loạt công ty Bảo hiểm nhân thọ Nhật Bản như NISSAN, KYOEI,

**ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM****SINH VIÊN:****NGUYỄN TIẾN DƯƠNG**

DAICHI, TOHO... chủ yếu là do lãi suất kỹ thuật đưa vào quá cao. Do vậy, nhà nước cũ cần có sự quan tâm thích đáng về vấn đề này (như đưa ra mức lãi suất kỹ thuật tham khảo) để giúp các doanh nghiệp xác định được mức lãi suất thích hợp đảm bảo cho khả năng thanh toán của doanh nghiệp trong tương lai.

+ Cuối cùng, nhà nước cần có các chính sách tạo ra sự bình đẳng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhà nước có thể đứng trên cùng mặt bằng khi cạnh tranh với các doanh nghiệp thuộc loại hình khác trên các mặt như: tiền lương, chi phí quản lý ...

Thứ ba, các doanh nghiệp Bảo hiểm nhân thọ cần nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ, phát triển và cung cấp các dịch vụ theo hướng cung cấp “dịch vụ tổng hợp”, đó là dịch vụ Bảo hiểm kết hợp với các dịch vụ tài chính hoặc các dịch vụ khác như tư vấn đầu tư, tư vấn tiêu dùng, tư vấn luật, tư vấn y tế... Cùng với việc đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ, các doanh nghiệp cần thực hiện đa dạng hoá kênh phân phối như phân phối qua ngân hàng, các tổ chức tài chính để bán sản phẩm, bán hàng qua Internet, qua thư trực tiếp,..

Thứ tư, các doanh nghiệp cần tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ, phong cách nghiệp vụ, đạo đức nghề nghiệp (nhằm xoá bỏ hoàn toàn các hiện tượng tiêu cực như ăn chặn tiền Bảo hiểm của khách hàng, đồng lõa với khách hàng để trục lợi Bảo hiểm, vì lợi ích của bản thân mà tư vấn bất lợi cho khách hàng...), thực hiện tiêu chuẩn hoá đội ngũ cán bộ, đại lý, kiện toàn bộ máy tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp để có thể cung cấp cho thị trường Bảo hiểm nhân thọ với chất lượng tốt nhất, đồng thời nâng cao uy tín của ngành trong công chúng.

Thứ năm, các doanh nghiệp cần nhanh chóng nắm bắt và ứng dụng các thành tựu của khoa học công nghệ đặc biệt là khoa học công nghệ thông tin vào quá trình khai thác và quản lý hoạt động kinh doanh, nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh giảm chi phí quản lý, hạ thấp phí Bảo hiểm tăng khả năng cạnh tranh, chuẩn bị tốt các điều kiện để thích ứng với những thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh mới, hội nhập vào tiến trình toàn cầu hoá của nền kinh tế tri thức.

Thứ sáu, tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp để cùng phát triển và khai thác thị trường. Sự hợp tác này có thể thực hiện trên các mặt như: đào tạo thị trường, phòng chống trục lợi Bảo hiểm, tạo nguồn cán bộ, đại lý xây dựng và tăng cường uy tín, hình ảnh tốt đẹp của ngành, tạo lập và duy trì sự cạnh tranh lành mạnh trên thị trường, thu thập và sử dụng số liệu thống kê liên quan. Đồng thời cần tăng cường vai trò của hiệp hội Bảo hiểm trong các lĩnh vực hợp tác nêu trên.

### C. KẾT LUẬN

*Tóm lại qua nghiên cứu ta thấy thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam là một thị trường trẻ, có rất nhiều tiềm năng phát triển chong tương lai. Nhưng bên cạnh đó cũng còn rất nhiều những khó khăn và thách thức mà đòi hỏi những năm tới chúng ta phải xây dựng hoàn thành.*

*Như vậy để thị trường ngày một phát triển, thì nhà nước ta phải không ngừng có những chính sách hỗ trợ, xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật để tạo ra một thị trường kinh doanh lành mạnh, thu hút các nhà bảo hiểm nhân thọ nước ngoài đầu tư vào thị trường .*

*Bên cạnh đó cũng đòi hỏi các doanh nghiệp phải thực hiện đúng những chính sách mà nhà nước đặt ra, cũng như có các chương trình tuyển dụng, đào tạo cán bộ, đại lý làm bảo hiểm nhân thọ.*

ĐỀ ÁN MÔN HỌC KINH TẾ BẢO HIỂM  
NGUYỄN TIẾN DƯƠNG

SINH VIÊN:

## Tài liệu tham khảo

- 1. Bài giảng kinh tế bảo hiểm.*
- 2. Giáo trình kinh tế bảo hiểm.*
- 3. Luật kinh doanh bảo hiểm.*
- 4. Tạp chí bảo hiểm số 4/99; số 1,2,3,4/2000;  
số 1,2,3,4/2001; số 1,2,3/2002*
- 5. Thời báo kinh tế số 99/2002*
- 6. Tạp chí tài chính tháng 4/2002*