

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
KHOA KINH TẾ NGOẠI THƯƠNG
CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI**

-----***-----

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM THẾ
GIỚI VÀ SỰ ẢNH HƯỞNG CỦA NÓ ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ
TRƯỜNG BẢO HIỂM VIỆT NAM**

Họ và tên sinh viên : *Nguyễn Thu Hà*

Lớp : *A1- KTNT*

Khóa : *41*

Giáo viên hướng dẫn: *PGS.TS. Nguyễn Như Tiến*

HÀ NỘI, THÁNG 11/2006

MỤC LỤC

| | |
|--|-----------|
| LỜI MỞ ĐẦU | 1 |
| Chương I : Khái quát về thị trường bảo hiểm | 3 |
| I. Khái quát chung về thị trường bảo hiểm | 3 |
| 1. Khái quát chung về thị trường..... | 3 |
| 1.1. Khái niệm thị trường. | 3 |
| 1.2. Các đặc điểm của thị trường | 3 |
| 1.3. Các qui luật điều tiết sự vận động của thị trường..... | 4 |
| 1.4. Phân loại thị trường | 6 |
| 2. Khái quát chung về thị trường bảo hiểm..... | 7 |
| 2.1. Khái niệm thị trường bảo hiểm..... | 7 |
| 2.2. Đặc trưng cơ bản của thị trường bảo hiểm..... | 8 |
| 2.3. Những qui luật chung trên thị trường bảo hiểm..... | 11 |
| 2.4. Phân loại thị trường bảo hiểm..... | 11 |
| II. Tình hình hoạt động của thị trường bảo hiểm trong thời gian qua | 12 |
| 1. Thị trường bảo hiểm thế giới | 12 |
| 1.1. Tình hình hoạt động thị trường bảo hiểm thế giới | 12 |
| 1.2. Triển vọng phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới..... | 15 |
| 2. Thị trường bảo hiểm Việt Nam | 16 |
| 2.1. Tình hình hoạt động của thị trường bảo hiểm Việt Nam..... | 16 |
| 2.2. Triển vọng phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam | 37 |
| Chương II: Những xu hướng phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới. | 40 |
| I. Xu hướng mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa | 40 |
| 1. Nội dung xu hướng mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa. | 40 |
| 1.1. Mở cửa hạn chế thị trường bảo hiểm | 41 |
| 1.2. Mở cửa hoàn toàn thị trường bảo hiểm..... | 42 |
| 2. Ảnh hưởng của xu hướng mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa..... | 43 |

| | |
|--|-----------|
| II. Xu hướng hình thành mô hình ngân hàng - bảo hiểm..... | 45 |
| 1. Nội dung của xu hướng hình thành mô hình ngân hàng - bảo hiểm..... | 45 |
| 1.1. Mô hình ngân hàng - bảo hiểm ở khu vực châu Âu..... | 46 |
| 1.2. Mô hình ngân hàng - bảo hiểm ở khu vực Mỹ la tinh | 47 |
| 1.3. Mô hình ngân hàng - bảo hiểm ở khu vực châu á | 48 |
| 2. Ảnh hưởng của xu hướng hình thành mô hình ngân hàng - bảo hiểm..... | 50 |
| III. Xu hướng gia tăng các khối liên minh chiến lược..... | 53 |
| 1. Nội dung của xu hướng gia tăng các khối liên minh chiến lược và diễn biến của nó | 53 |
| 2. Ảnh hưởng của xu hướng gia tăng các khối liên minh chiến lược. | 55 |
| IV. Xu hướng đầu tư nhằm bảo toàn và nhân vốn..... | 57 |
| 1. Nội dung của xu hướng đầu tư nhằm bảo toàn và nhân vốn | 57 |
| 2. Ảnh hưởng của xu hướng đầu tư nhằm bảo toàn và nhân vốn | 61 |
| Chương III: Tác động của các xu hướng phát triển trên thị trường bảo hiểm thế giới đến sự phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam | 63 |
| I. Tác động của các xu hướng phát triển trên thị trường bảo hiểm thế giới đến sự phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam | 63 |
| 1. Tác động đến cơ cấu thị trường bảo hiểm..... | 63 |
| 2. Tác động đến cơ cấu doanh nghiệp trên thị trường..... | 68 |
| 3. Tác động đến qui mô, dung lượng thị trường | 70 |
| 4. Tác động đến ý thức, nhu cầu của người dân..... | 72 |
| 5. Tác động đến giá trị bảo hiểm của đối tượng bảo hiểm và tổn thất..... | 75 |
| 6. Tác động đến hoạt động của các doanh nghiệp bảo hiểm..... | 78 |
| 6.1. Hoạt động niêm yết trên thị trường chứng khoán | 79 |
| 6.2. Hoạt động đầu tư | 79 |
| 6.3. Hoạt động liên doanh liên kết | 81 |
| 7. Tác động đến quá trình cạnh tranh trên thị trường..... | 84 |
| 8. Tác động đến sản phẩm bảo hiểm | 86 |

| | |
|--|------------|
| 9. Tác động đến hình thức phân phối sản phẩm..... | 88 |
| 10. Tác động đến sự đóng góp của ngành bảo hiểm cho sự phát triển chung của nền kinh tế - xã hội | 89 |
| II. Giải pháp nhằm phát huy những tác động tích cực và hạn chế những tác động tiêu cực của các xu hướng trên thị trường bảo hiểm thế giới đến sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam..... | 90 |
| 1. Giải pháp về phía Nhà nước..... | 91 |
| 2. Giải pháp về phía Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam. | 93 |
| 3. Giải pháp về phía Doanh nghiệp..... | 95 |
| Kết luận | 100 |
| Tài liệu tham khảo | 101 |
| Phụ lục | 99 |

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

Đề đối phó lại với tình hình siêu lạm phát và tăng trưởng chậm của thời kì kinh tế kế hoạch hoá tập trung, tại Đại hội lần thứ 6 của Đảng CSVN (1986), Đảng Cộng Sản Việt Nam đã chính thức quyết định đưa nền kinh tế Việt Nam chuyển sang cơ chế thị trường. Kể từ đó, nền kinh tế Việt Nam đã thực sự chuyển biến và đạt được rất nhiều thành tựu đáng khích lệ. Tăng trưởng kinh tế hàng năm GDP đã tăng từ 4.5% trong giai đoạn 1986-1990 lên 7,5% trong giai đoạn 2000-2005. Bên cạnh đó, xuất khẩu liên tục tăng, thu hút đầu tư ngày càng mạnh hơn, tỷ lệ đói nghèo giảm, đời sống nhân dân được cải thiện đáng kể....

Có thể nói, chuyển sang nền kinh tế thị trường, mở cửa hội nhập với thế giới, nền kinh tế Việt Nam đã thực sự chuyển mình. Đổi lại, nền kinh tế Việt Nam cũng phải chịu những tác động nhất định từ bên ngoài. Thị trường bảo hiểm Việt Nam cũng không nằm ngoài qui luật. Là một bộ phận của nền kinh tế, với sự phát triển khá năng động và tốc độ tăng trưởng cao, có đóng góp tích cực cho sự phát triển của kinh tế - xã hội nói chung, thị trường bảo hiểm Việt Nam đã và đang chịu ảnh hưởng của những xu hướng phát triển trên thị trường bảo hiểm thế giới, dẫn đến những thay đổi và chuyển biến nhất định. Chính vì lý do đó, trong khoá luận tốt nghiệp của mình, em sẽ nghiên cứu 1 số xu hướng phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới và những tác động của nó đến sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam. Trên cơ sở đó, em sẽ đưa ra một số giải pháp nhằm phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam một cách an toàn, lành mạnh, hiệu quả và toàn diện trong thời gian tới.

2. Nội dung đề cập và kết cấu của đề tài:

Khóa luận tốt nghiệp gồm 3 chương:

Chương I: Khái quát về thị trường bảo hiểm

Trong chương này, em sẽ đề cập những vấn đề khái quát về thị trường và thị trường bảo hiểm cũng như tình hình hoạt động của thị trường bảo hiểm thế giới và Việt Nam trong thời gian qua và triển vọng phát triển trong thời gian tới.

Chương II: Những xu hướng phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới

Trong chương này, em sẽ đề cập bốn xu hướng cơ bản trên thị trường bảo hiểm thế giới cũng như đánh giá ảnh hưởng của nó đến sự phát triển chung của thị trường bảo hiểm.

Chương III: Tác động của các xu hướng phát triển trên thị trường bảo hiểm thế giới đến sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam.

Trong chương này, em sẽ đề cập sự phát triển và biến đổi của thị trường bảo hiểm Việt Nam dưới tác động của các xu hướng phát triển trên thị trường bảo hiểm thế giới cũng như đưa ra một số giải pháp, về phía Nhà nước cũng như Hiệp hội bảo hiểm và các doanh nghiệp bảo hiểm nhằm đảm bảo sự phát triển ổn định, lành mạnh, an toàn và bền vững của thị trường bảo hiểm Việt Nam trong tương lai, đặc biệt trước bối cảnh Việt Nam sẽ gia nhập WTO trong thời gian tới.

Do hạn chế về thời gian nghiên cứu, tài liệu thu thập cũng như khả năng và kinh nghiệm, nội dung khoá luận của em khó tránh khỏi những sai sót và khiếm khuyết. Em kính mong nhận được sự góp ý của các thầy cô để khoá luận của em được hoàn thiện hơn.

Qua đây, em xin chân thành cảm ơn PGS.TS. Nguyễn Như Tiến, các thầy cô trong trường cũng như các cô chú tại thư viện trường Đại học Ngoại Thương, thư viện Quốc gia, Tổng công ty tái bảo hiểm Quốc gia, Công ty bảo hiểm nhân thọ Việt Nam... đã tận tình giúp đỡ em để em có thể hoàn thành khoá luận tốt nghiệp của mình.

CHƯƠNG I

KHÁI QUÁT VỀ THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM

I. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM

1. Khái quát chung về thị trường

1.1. Khái niệm thị trường.

Thị trường là một phạm trù kinh tế vô cùng phức tạp của nền sản xuất hàng hoá. Có lẽ vì vậy mà đã có rất nhiều nhà kinh tế học đã đưa ra những khái niệm cũng như tài liệu để bàn luận và thể hiện quan điểm của họ về vấn đề thị trường.

Có quan điểm cho rằng, thị trường bao gồm toàn bộ các hoạt động trao đổi hàng hoá được diễn ra trong sự thống nhất hữu cơ với các mối quan hệ do chúng phát sinh gắn liền với một không gian nhất định. Như vậy có thể hiểu thị trường chính là địa điểm trung gian diễn ra quá trình trao đổi hàng hoá.

Quan điểm khác lại cho rằng, thị trường là trung tâm của các hoạt động kinh tế, là nơi diễn ra các quan hệ trao đổi, là lĩnh vực lưu thông hàng hoá mà ở đó hàng hoá thực hiện giá trị của mình đã được tạo ra trong quá trình sản xuất. Thị trường là nơi gặp gỡ giữa cung và cầu, là nơi diễn ra các hoạt động mua, bán hàng hoá bằng tiền tệ.

Còn theo các nhà nghiên cứu về Marketing thì thị trường bao gồm tất cả những khách hàng tiềm ẩn cùng có một nhu cầu hay mong muốn cụ thể, sẵn sàng và có khả năng tham gia trao đổi để thoả mãn nhu cầu và mong muốn đó.

1.2. Các đặc điểm của thị trường

Qua xem xét các quan điểm về thị trường chúng ta có thể thấy rằng tùy theo giác độ nghiên cứu mà các tác giả đưa ra có thể khác nhau về mặt ngôn từ và cách thể hiện nhưng đều khái quát chung nhất về những đặc điểm của thị trường. Đó là:

Thứ nhất, hành vi cơ bản của thị trường là hành vi mua và bán. Thông qua hành động mua và bán hàng hoá, dịch vụ, người mua tìm được cái mình cần và bán được cái mình có. Giá cả được xác định dựa trên cơ sở thoả thuận giữa 2 bên. Hành vi mua bán được diễn ra trong một không gian và thời gian nhất định. Dù người mua và người bán có trực tiếp gặp nhau hay không thì thị trường vẫn cần có một môi trường không gian nhất định để diễn ra hoạt động trao đổi mua bán. Thị trường tạo ra những mối quan hệ kinh tế cơ bản trong nền kinh tế - xã hội, và ngược lại, những mối quan hệ đó lại có tác động hữu cơ đến thị trường. Thị trường biến đổi khiến các mối quan hệ trên biến đổi đồng thời các mối quan hệ trên biến đổi sẽ gây ảnh hưởng đến hoạt động của thị trường.

Thứ hai, trên thị trường luôn có quan hệ cạnh tranh diễn ra hết sức gay gắt. Cạnh tranh diễn ra hết sức phức tạp, sôi động nhưng lại hấp dẫn. Cạnh tranh không chỉ mang đến thành công cho các đối thủ biết tận dụng những khả năng, lợi thế của mình mà còn giúp kiểm soát và loại trừ rủi ro tốt hơn để ngày càng phát triển. Cạnh tranh còn là động lực để phát triển xã hội.

Thứ ba, thị trường luôn biến động và chịu ảnh hưởng bởi những qui luật điều tiết, chi phối nó, đó là qui luật giá trị, qui luật cung cầu, qui luật cạnh tranh...

1.3. Các qui luật điều tiết sự vận động của thị trường

1.3.1. Qui luật giá trị

Đây là qui luật kinh tế cơ bản của nền sản xuất hàng hoá. Qui luật giá trị nói lên sự hình thành và thực hiện giá trị hàng hoá (hay quá trình sản xuất và lưu thông hàng hoá) phải dựa trên cơ sở là hao phí sức lao động cần thiết.

Qui luật giá trị biểu hiện tác động thông qua sự thay đổi của giá cả trên thị trường.

Qui luật giá trị có tác động vô cùng to lớn đến nền kinh tế nói chung và thị trường nói riêng. Nó không chỉ điều tiết và lưu thông hàng hoá để đạt được sự cân bằng và hiệu quả cao mà nó còn kích thích lực lượng sản xuất phát triển vì muốn thắng thế trong cạnh tranh người sản xuất phải không ngừng cải tiến, nâng cao kĩ thuật để giảm hao phí sức lao động cá biệt. Hơn thế nữa, nó còn thực hiện

sự lựa chọn tự nhiên để giữ lại những người sản xuất giỏi nhưng đồng thời nó cũng dẫn đến sự phân hoá giàu nghèo.

1.3.2. Qui luật cung cầu

Theo luật cầu, giá cả hàng hoá tăng lên thì cầu giảm xuống, hay nói cách khác giá cả và lượng cầu tỷ lệ thuận với nhau. Nguyên nhân là do thu nhập và tác động thay thế. Điều đó có nghĩa là với cùng một lượng thu nhập, nếu giá một loại hàng hoá tăng lên thì lượng cầu đối với hàng hoá đó sẽ giảm xuống và ngược lại. Hơn nữa, khi giá cả của hàng hoá đó tăng lên thì người tiêu dùng sẽ chuyển sang dùng hàng hoá thay thế khác với các tính năng tương tự và giá cả phải chăng hơn.

Theo luật cung, giá cả hàng hoá tăng lên thì lượng cung (số lượng hàng mà người sản xuất sẵn sàng bán ở một mức giá nhất định) cũng tăng lên, hay nói cách khác giá cả và lượng cung tỷ lệ thuận với nhau. Nguyên nhân là do trình độ, khả năng sản xuất của nhà sản xuất. Nếu giá cả tăng lên thì sẽ có nhiều nhà sản xuất có khả năng sản xuất cũng như tham gia vào quá trình sản xuất với hi vọng thu được lợi nhuận cao hơn.

Cũng như qui luật giá trị, qui luật cung cầu có vai trò vô cùng quan trọng điều tiết sự vận động biến đổi trên thị trường. Thứ nhất, nó dẫn đến sự vận động của quá trình sản xuất mỗi khi có sự thay đổi về giá cả trên thị trường. Thông qua đó nó thực hiện quá trình lựa chọn để giữ lại nhà sản xuất tốt nhất, có mức giá tốt nhất. Thứ hai, nó thúc đẩy quá trình cải tiến kĩ thuật của các nhà sản xuất để tiết kiệm được chi phí, có khả năng bán hàng hoá ở mức giá phải chăng nhất và tránh được sự tác động của giá cả trên thị trường.

1.3.3. Qui luật cạnh tranh

Qui luật cạnh tranh cũng là một qui luật hết sức quan trọng trên thị trường. Nó là một hiện tượng phổ biến trong nền kinh tế có sở hữu tư nhân.

Trên thị trường có rất nhiều loại cạnh tranh khác nhau. Đó là cạnh tranh giữa những nhà sản xuất để giành giật khách hàng và thị phần trên thị trường, cạnh tranh giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng trong quá trình thoả thuận mua bán để đi đến một mức giá mà cả hai bên cùng chấp nhận....

Qui luật cạnh tranh cũng có tác động hết sức to lớn đối với nền kinh tế nói chung và thị trường nói riêng. Thứ nhất, cạnh tranh là động lực cho sự phát triển. Nếu không có cạnh tranh các nhà sản xuất sẽ không phải cố gắng cải tiến kỹ thuật nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm và hạ thấp hao phí lao động cá biệt. Thông qua cạnh tranh mà xã hội tiết kiệm được thời gian và các chi phí không cần thiết trong quá trình sản xuất cũng như có được những sản phẩm có chất lượng cao hơn, nâng cao đời sống trong xã hội. Thứ hai, cạnh tranh cũng đem lại lợi ích cho người tiêu dùng. Chính sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sẽ giúp người tiêu dùng mua được những hàng hóa với giá cả phải chăng và chất lượng cao hơn. Thứ ba, cạnh tranh giúp chọn lọc những nhà sản xuất tốt nhất để giữ lại trên thị trường nhưng nó cũng mang đến những tác động tiêu cực như cạnh tranh không lành mạnh, dùng mọi thủ đoạn để cạnh tranh, dẫn đến sự phân hoá giàu nghèo, sự thôn tính lẫn nhau giữa các doanh nghiệp mà chỉ có những ông chủ xí nghiệp là được lợi, còn sẽ gây ảnh hưởng đến hàng vạn người công nhân mất việc làm...

Tóm lại, có rất nhiều các qui luật chi phối sự vận động trên thị trường. Nắm bắt được nội dung, ý nghĩa của mỗi qui luật và vận dụng nó một cách linh hoạt là điều kiện sống còn trong thời đại ngày nay.

1.4. Phân loại thị trường

Tùy vào những tiêu chí nhất định, chúng ta có những cách phân loại thị trường khác nhau.

Căn cứ vào tầm quan trọng và sự đóng góp của nó đối với mỗi nền kinh tế thì có thể chia thành thị trường chính, thị trường phụ.

Căn cứ vào qui mô địa lý có thể chia thành thị trường trong nước(nội địa) và thị trường ngoài nước(quốc tế).

Căn cứ vào đối tượng mua bán trên thị trường có thể chia thành thị trường hàng hoá, thị trường dịch vụ, thị trường sức lao động, thị trường chứng khoán, thị trường bảo hiểm...

Tất cả các loại thị trường trên đều có những đặc trưng chung nhất định cũng như những đặc trưng riêng của nó. Điều đó tạo nên sự đa dạng, phong phú và phức tạp của hệ thống thị trường trong nền kinh tế- xã hội.

Tóm lại, thị trường là một nhân tố vô cùng quan trọng không thể thiếu được trong nền đời sống xã hội cũng như sự phát triển kinh tế xã hội. Vì thế, cần nắm bắt được sự biến đổi vận động của nó để có biện pháp nhằm phát huy những tác động tích cực và hạn chế những tác động tiêu cực của nó đối với sự phát triển chung của nền kinh tế quốc dân.

2. Khái quát chung về thị trường bảo hiểm

2.1. Khái niệm thị trường bảo hiểm.

Thị trường bảo hiểm là nơi diễn ra các hoạt động mua, bán các sản phẩm bảo hiểm. Bảo hiểm là một ngành kinh doanh đặc biệt và thị trường bảo hiểm cũng là một thị trường đặc biệt. Tính đặc biệt đó được thể hiện ở chỗ sản phẩm trên thị trường bảo hiểm là một loại sản phẩm dịch vụ đặc biệt, nó vô hình và không được bảo hộ bản quyền. Hơn thế nữa, người mua sản phẩm trên thị trường bảo hiểm là với mục đích phòng ngừa chứ, để đảm bảo sự an toàn về mặt tài chính và ổn định trong quá trình sản xuất kinh doanh và đời sống xã hội, tránh khỏi những tác động bất thường không lường trước được chứ không bao giờ muốn nó xảy ra để được bồi thường.

Trên thị trường bảo hiểm có các đối tượng tham gia chính là người mua bảo hiểm, người bán bảo hiểm và các tổ chức trung gian.

Người mua bảo hiểm (người được bảo hiểm - Insured) là người có lợi ích bảo hiểm, là người bị thiệt hại khi rủi ro xảy ra và được người bảo hiểm bồi thường. Người được bảo hiểm là người mua bảo hiểm, người có tên trên hợp đồng bảo hiểm hoặc là người được hưởng lợi ích trên hợp đồng bảo hiểm.

Người bán bảo hiểm (người bảo hiểm - Insurer) là các doanh nghiệp kinh doanh bảo hiểm đứng ra ký hợp đồng bảo hiểm và cam kết bồi thường cho người mua bảo hiểm tất cả những tổn thất do rủi ro được bảo hiểm là nguyên nhân trực tiếp gây ra. Theo luật kinh doanh bảo hiểm của Việt Nam được Quốc hội thông

qua tháng 12/2000 thì các doanh nghiệp bảo hiểm bao gồm các doanh nghiệp nhà nước, cổ phần, liên doanh, tổ chức tương hỗ và doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

Tổ chức trung gian (Môi giới - Broker, Đại lý - Agent) là cầu nối giữa người mua và người bán bảo hiểm.

Môi giới là công ty hoặc cá nhân đứng ra thu xếp bảo hiểm với các công ty bảo hiểm, họ tư vấn về nhu cầu bảo hiểm, hợp đồng, thị trường, việc ký hợp đồng, khiếu nại, kiện tụng... Họ có thể là đại diện cho cả hai, bên mua và bên bán bảo hiểm.

Đại lý là tổ chức hay cá nhân được doanh nghiệp bảo hiểm uỷ quyền trên cơ sở hợp đồng đại lý để thay mặt doanh nghiệp bảo hiểm bán các sản phẩm bảo hiểm và được hưởng hoa hồng theo thoả thuận. Do đó, họ thường được coi là đại diện của doanh nghiệp bảo hiểm.

2.2. Đặc trưng cơ bản của thị trường bảo hiểm

2.2.1. Đặc trưng chung

Là một thị trường bộ phận trên thị trường nên thị trường bảo hiểm có những đặc trưng chung của tất cả các loại thị trường. Đó là:

Thứ nhất, cung cầu trên thị trường bảo hiểm luôn biến động. Cung trên thị trường bảo hiểm là những sản phẩm bảo hiểm do các doanh nghiệp bảo hiểm cung cấp cho khách hàng trên thị trường, nó có thể tăng hoặc giảm tùy theo nhu cầu và khả năng cạnh tranh trên thị trường. Để nâng cao sức cạnh tranh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người mua, các doanh nghiệp bảo hiểm đang cố gắng đa dạng hóa các loại hình sản phẩm cũng như nâng cao chất lượng sản phẩm để mang đến cho người tiêu dùng dịch vụ tốt nhất.

Cầu trên thị trường bảo hiểm là nhu cầu về bảo hiểm của dân cư, các tổ chức xã hội, đơn vị sản xuất kinh doanh... và ngày càng có xu hướng tăng lên. Kinh tế xã hội phát triển, đời sống được cải thiện nên nhu cầu về bảo hiểm cũng tăng lên và yêu cầu về chất lượng cũng cao hơn. Ngày nay bảo hiểm đã đi vào từng ngõ ngách của đời sống kinh tế - xã hội.

Cung cầu về bảo hiểm luôn có quan hệ với nhau, cầu tăng thì cung tăng và ngược lại.

Thứ hai, giá cả của sản phẩm bảo hiểm (phí bảo hiểm) luôn biến động và phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Phí bảo hiểm là khoản tiền mà người mua bảo hiểm phải trả cho người bán bảo hiểm để được bồi thường khi tổn thất xảy ra với đối tượng bảo hiểm. Phí bảo hiểm được xác định trên cơ sở thoả thuận giữa người mua và người bán và cũng là mức giá chấp nhận của thị trường về loại hình dịch vụ bảo hiểm đó. Nó được tính toán dựa trên cơ sở giá trị bảo hiểm (hay số tiền bảo hiểm) và tỷ lệ phí bảo hiểm. Giá trị bảo hiểm (hay số tiền bảo hiểm) và tỷ lệ phí bảo hiểm càng cao thì phí bảo hiểm càng cao và ngược lại. Phí bảo hiểm sẽ biến đổi tùy thuộc vào mức độ rủi ro, nguy hiểm, trình độ quản lý rủi ro, mức độ thiệt hại khi rủi ro xảy ra, điều kiện bảo hiểm, nhận thức của con người, các qui luật điều tiết, chi phối trên thị trường...

Thứ ba, trên thị trường bảo hiểm luôn diễn ra quá trình cạnh tranh và liên kết. Như mọi thị trường khác, các doanh nghiệp bảo hiểm cạnh tranh nhằm thu lợi nhuận cao, giành giật khách hàng và thị phần. Các doanh nghiệp có thể cạnh tranh bằng việc cải tiến, hoàn thiện chất lượng sản phẩm, quảng bá sâu rộng để thu hút khách hàng, giảm phí, tăng tỷ lệ hoa hồng... Các quá trình này diễn ra hết sức quyết liệt vì doanh nghiệp nào cũng muốn thắng thế trên thị trường. Bên cạnh cạnh tranh thì quá trình liên kết cũng diễn ra hết sức mạnh mẽ. Sự liên kết giữa các doanh nghiệp sẽ giúp họ tăng cường sức mạnh cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh. Có thể nói, cạnh tranh và liên kết là nhu cầu và điều kiện để tồn tại và phát triển trong quá trình hội nhập và toàn cầu hoá, nhất là với những thị trường mới hình thành và phát triển như thị trường bảo hiểm Việt Nam.

Thứ tư, thị phần của các doanh nghiệp bảo hiểm luôn thay đổi. Thị phần là tỷ lệ phần trăm của mỗi doanh nghiệp chiếm lĩnh trên thị trường. Các doanh nghiệp đều có cơ hội như nhau, thị phần càng cao chứng tỏ vị thế, sức cạnh tranh của doanh nghiệp càng cao. Thị phần của các doanh nghiệp luôn thay đổi là do sự thay đổi của số lượng doanh nghiệp tham gia vào thị trường, sự thay đổi của chiến lược kinh doanh (Chiến lược marketing, sản phẩm, giá cả...) để giữ vững

thị phần, giành giật thị phần của doanh nghiệp khác, mở rộng thị phần bằng việc tung ra sản phẩm mới, cải tiến chất lượng sản phẩm...

2.2.2. Đặc trưng riêng của thị trường bảo hiểm

Ngoài những đặc trưng chung của thị trường, thị trường bảo hiểm còn có những đặc trưng riêng có của nó.

Thứ nhất, dung lượng thị trường bảo hiểm là rất lớn với số lượng khách hàng rộng lớn và đối tượng bảo hiểm đa dạng, gồm cả tài sản, con người và trách nhiệm dân sự.

Thứ hai, sự phát triển thị trường bảo hiểm phụ thuộc vào sự phát triển chung của điều kiện kinh tế - xã hội. Kinh tế xã hội càng phát triển, đời sống con người càng được cải thiện thì nhu cầu an toàn càng cao và nhu cầu với bảo hiểm càng cao do đó tạo điều kiện cho sự phát triển của thị trường bảo hiểm.

Thứ ba, thị trường bảo hiểm cung cấp một loại sản phẩm đặc biệt liên quan đến rủi ro, nguy hiểm. Chính vì rủi ro là những nguy hiểm, đe dọa bất ngờ không lường trước được nên người ta mới mua bảo hiểm để phòng ngừa chúng.

Thứ tư, thị trường bảo hiểm là thị trường dịch vụ tài chính, chịu sự quản lý và kiểm tra chặt chẽ của nhà nước. Nhà nước có thể can thiệp sâu vào hoạt động của thị trường bảo hiểm thông qua việc qui định biểu phí áp dụng, phê duyệt sản phẩm được phép đưa vào kinh doanh... Đây là một thị trường hết sức nhạy cảm đòi hỏi sự quản lý linh hoạt của nhà nước sao cho nó có thể phát triển và hội nhập vào thị trường chung trên thế giới.

Thứ năm, thị trường bảo hiểm có thể mang đặc trưng của một tổ chức, tức là một tổ chức bảo hiểm nhưng sự hoạt động của nó có qui mô lớn, được thừa nhận chung như một loại thị trường. Tập đoàn bảo hiểm Lloyd's, một tổ chức bảo hiểm tương hỗ của các nhà bảo hiểm hàng hải Luân Đôn là một ví dụ điển hình. Ngày nay, nó ngày càng phát triển, nổi tiếng khắp thế giới và được thừa nhận là “Thị trường LLoyd's” vì nó có thể xây dựng được uy tín rộng khắp, có khả năng mở rộng qui mô và đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, thu hút khách hàng đến với mình...

2.3. Những qui luật chung trên thị trường bảo hiểm

Cũng giống như các thị trường khác, thị trường bảo hiểm cũng chịu sự chi phối điều tiết của những qui luật chung trên thị trường và những qui luật đặc thù riêng có của nó.

2.3.1. Qui luật cung- cầu về bảo hiểm.

Qui luật cung-cầu về bảo hiểm luôn song song tồn tại. Có cầu thì cung mới phát triển và nhờ vào cung mà cầu được thoả mãn. Kinh tế – xã hội phát triển thì cung cầu trên thị trường bảo hiểm cũng phát triển theo.

2.3.2. Qui luật giá cả

Qui luật này chịu sự ảnh hưởng bởi qui luật cung-cầu về bảo hiểm. Giá cả của bảo hiểm chính là phí bảo hiểm. Giá cả của bảo hiểm sẽ tăng, giảm tùy thuộc vào quan hệ cung- cầu trên thị trường, độ rủi ro, chính sách của nhà nước...

2.3.3. Qui luật cạnh tranh- liên kết.

Như đã nói ở trên, cạnh tranh và liên kết là luôn song hành và không thể thiếu trên thị trường bảo hiểm. Cạnh tranh để giành ưu thế hơn còn liên kết là để tăng cường, củng cố và nâng cao sức mạnh. Cạnh tranh càng mạnh thì liên kết sẽ càng phát triển hơn.

2.3.4. Qui luật số đông bù số ít.

Có thể nói đây là qui luật riêng có của thị trường bảo hiểm. Người ta mua bảo hiểm là để phân tán rủi ro vì tổn thất sẽ được chia nhỏ cho nhiều người cùng gánh chịu, tức là lấy số đông bù số ít. Mục tiêu của các doanh nghiệp bảo hiểm là tận dụng triệt để qui luật này, thu hút càng nhiều người tham gia bảo hiểm để san sẻ rủi ro, phòng khi có tổn thất thì nhiều người sẽ cùng gánh chịu, có như thế các doanh nghiệp bảo hiểm mới có thể đảm bảo khả năng tài chính để tồn tại.

2.4. Phân loại thị trường bảo hiểm

Thị trường bảo hiểm rất đa dạng và phong phú và có thể được phân loại theo nhiều tiêu thức khác nhau.

Căn cứ vào yếu tố địa lý, thị trường bảo hiểm được chia thành thị trường bảo hiểm trong nước, thị trường bảo hiểm quốc tế.

Căn cứ vào nhân khẩu học, thị trường bảo hiểm sẽ được phân loại dựa vào tuổi, giới tính, qui mô gia đình, thu nhập, nghề nghiệp, trình độ văn hoá, tôn giáo, dân tộc

Căn cứ vào cơ chế hoạt động của bảo hiểm, thị trường bảo hiểm được phân loại thành bảo hiểm xã hội(không mang tính chất kinh doanh) và bảo hiểm thương mại(mang tính chất kinh doanh, kiếm lời).

Căn cứ vào tính chất của bảo hiểm, thị trường bảo hiểm được phân loại thành bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ. Bảo hiểm nhân thọ lại được chia thành bảo hiểm trọn đời, bảo hiểm sinh kỳ, tử kỳ, bảo hiểm hỗn hợp, bảo hiểm trả tiền định kỳ. Bảo hiểm phi nhân thọ lại được chia thành bảo hiểm sức khoẻ và tai nạn, bảo hiểm cháy, bảo hiểm hàng hoá, hàng không, bảo hiểm xây dựng và lắp đặt...

Căn cứ vào đối tượng bảo hiểm, thị trường bảo hiểm được phân loại thành bảo hiểm tài sản, con người và trách nhiệm dân sự.

Tóm lại, việc phân loại thị trường bảo hiểm hết sức quan trọng và có ý nghĩa đối với các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm. Nó cho thấy qui mô, tốc độ tăng trưởng, mức độ hấp dẫn và rủi ro của mỗi thị trường để các doanh nghiệp lựa chọn trước khi quyết định kinh doanh sao cho phù hợp với khả năng, mục tiêu và tiềm lực của mình nhất. Đồng thời nó còn giúp ích trong việc thống kê nhà nước để từ đó nhà nước có cái nhìn tổng quan về thị trường bảo hiểm nhằm có biện pháp quản lý hiệu quả, đưa ra được những chính sách hữu hiệu đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững cho thị trường bảo hiểm.

II. TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM TRONG THỜI GIAN QUA.

1. Thị trường bảo hiểm thế giới

1.1. Tình hình hoạt động thị trường bảo hiểm thế giới

Trong những năm vừa qua, thị trường bảo hiểm đã chịu ảnh hưởng rất lớn của những diễn biến phức tạp của nền kinh tế - xã hội toàn cầu. Kinh tế thế giới đang trong quá trình phục hồi, giá cả sản phẩm tăng cao ở mức kỷ lục trong

hiều năm qua(giá dầu mỏ, vàng, cà phê, đường, kim loại màu...), Cục dự trữ liên bang Mỹ (FED) nhiều lần nâng tỷ lệ lãi suất, thị trường chứng khoán hoạt động sôi nổi, thị trường bất động sản đóng băng... Tất cả những yếu tố trên đều có ảnh hưởng ít nhiều đến thị trường bảo hiểm thế giới, dẫn đến sự chuyển biến về cả về qui mô và các hoạt động kinh doanh trên thị trường.

1.1.1. Qui mô thị trường

Trong năm 2005, tổng phí bảo hiểm toàn thế giới đạt 3.426 tỷ USD, chiếm 7,7% GDP của toàn thế giới. Trong đó doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ là 1,974 tỷ USD và bảo hiểm phi nhân thọ là 1.452 tỷ USD. Như vậy, doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ tăng 3,9% so với năm 2004 trong khi bảo hiểm phi nhân thọ chỉ tăng 0,6%.

Các nước công nghiệp phát triển chiếm 4/5 tổng phí bảo hiểm của toàn thế giới, khoảng 2.999 tỷ USD, song tốc độ tăng trưởng trong năm chỉ đạt 1,9%. Các nước đang phát triển có doanh thu phí chỉ đạt 427 tỷ USD nhưng tốc độ tăng trưởng là 6,9%. Riêng khu vực Đông và Nam Á có tốc độ tăng trưởng trên 9,5%.

Tỷ trọng doanh thu phí bảo hiểm trên GDP của các nước công nghiệp phát triển là 9%, Trung Đông là 1,4% và châu Á là 5%.⁽¹⁾

1.1.2. Các hoạt động kinh doanh trên thị trường.

1.1.2.1. Thị trường bảo hiểm nhân thọ

Theo xu hướng của những năm trước, bảo hiểm nhân thọ năm 2005 tiếp tục tăng nhờ nhu cầu bảo hiểm hưu trí.

Tại châu Âu, xu hướng tăng cao tuổi thọ và chuyển đổi từ chế độ hưu trí do nhà nước bảo trợ sang chế độ hưu trí tự nguyện là động lực chính cho sự tăng trưởng của bảo hiểm nhân thọ. Số lượng các hợp đồng niên kim bán ra tăng đáng kể so với những năm trước. Các công ty bảo hiểm nhân thọ cũng được lợi từ sự tăng trưởng của thị trường chứng khoán, làm tăng lượng bán ra các hợp đồng bảo

¹ Tạp chí bảo hiểm- tái bảo hiểm Việt Nam - Số 3, tháng 8/2006)

hiểm nhân thọ liên kết đơn vị. Tình hình lợi nhuận và tài chính của các công ty bảo hiểm nhân thọ được cải thiện đáng kể.

Tuy nhiên, tình hình ở Mỹ lại khác. Những thay đổi về môi trường pháp lý, thuế và thị trường tài chính đã gây ảnh hưởng đến thị trường bảo hiểm nhân thọ lớn nhất thế giới này. Mặc dù nhu cầu về bảo hiểm nhân thọ vẫn cao, song do lãi suất cho vay ngắn hạn tăng cao và sự giảm sút của thị trường chứng khoán đã khiến cho doanh thu phí hầu như không tăng trong năm 2005.

Ở các nước đang phát triển, bảo hiểm nhân thọ tăng chủ yếu nhờ vào thu nhập cao của dân số tương đối trẻ và có nhu cầu tiết kiệm, để dành khi về già. Tuy nhiên, tăng trưởng trong năm 2005 ở một số khu vực vẫn thấp hơn so với mức trung bình dài hạn ở các thị trường này ngoại trừ khu vực Trung Đông và Đông Á.

Ở Trung và Đông Âu, phí bảo hiểm nhân thọ bán ra giảm 15% chủ yếu do lượng bán ra các hợp đồng ngắn hạn ở Nga giảm mạnh vì không còn ưu đãi về thuế.

Tình hình lợi nhuận của các công ty bảo hiểm nhân thọ tăng trưởng rất tốt nhờ những nỗ lực cắt giảm chi phí và sự phục hồi mạnh mẽ của thị trường chứng khoán.

1.1.2.2. Thị trường bảo hiểm phi nhân thọ

Trong năm 2005, tổng doanh thu phí hầu như không tăng nhưng lợi nhuận vẫn tốt. Doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ chỉ tăng 0.6%, thấp hơn mức tăng trưởng trong năm 2004(2,4%) và thấp hơn so với trung bình 10 năm(2,3%). Thị trường bảo hiểm phi nhân thọ lớn nhất là Mỹ có doanh thu phí giảm 0,3%; Tây Âu tăng 0,6%; Nhật Bản hầu như không tăng. Các nước đang phát triển có tốc độ tăng trưởng 6%, thấp hơn so với 9,5% của năm 2004 và thấp hơn so với trung bình nhiều năm. Tồn thất do thiên tai đã liên tục tăng từ cuối những năm 1980 cho tới nay và đạt kỷ lục mới trong năm 2005. Tồn thất về tài sản và gián đoạn kinh doanh trong năm lên tới 83 tỷ USD, chủ yếu là do hậu quả của những cơn bão lớn ở Mỹ và khu vực Caribe. Ở châu Âu, trận bão mùa đông Erwin và lũ lụt

mùa hè đã khiến các công ty bảo hiểm phải bồi thường 4 tỷ USD, trong đó hơn một nửa thuộc trách nhiệm của nhà tái bảo hiểm.

Mặc dù tình trạng thiên tai lũ lụt như vậy khiến cho số tiền bồi thường tổn thất tăng cao song tình hình lợi nhuận của các công ty bảo hiểm phi nhân thọ vẫn rất tốt. Lãi kinh doanh nghiệp vụ trước thuế chiếm 12% trên doanh thu phí thuần ở các thị trường lớn như Mỹ, Canada, Anh, Đức, Pháp và Nhật Bản...(2)

1.2. Triển vọng phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới

Trong thời gian tới, với những biến động chung của kinh tế toàn cầu, chắc chắn thị trường bảo hiểm cũng sẽ phải chịu nhiều ảnh hưởng và áp lực. Tuy nhiên, theo đánh giá chung, tình hình thị trường thời gian tới là khá khả quan và đầy hứa hẹn.

Trên thị trường bảo hiểm nhân thọ, với quyết tâm của chính phủ các nước chuyển sang chế độ hưu trí tự nguyện, triển vọng phát triển của bảo hiểm nhân thọ ở nhiều nước tỏ ra đầy hứa hẹn. Theo dự báo, trong cả năm 2006 bảo hiểm nhân thọ ở các nước công nghiệp phát triển sẽ tăng trưởng khoảng 4% trong khi ở các nước đang phát triển có thể lên tới 7% nhờ việc tăng trưởng kinh tế chung. Với việc nền kinh tế thế giới có xu hướng hồi phục theo hướng tích cực hơn, đời sống nhân dân ngày càng được nâng cao và tâm lý phòng xa cho cuộc sống tương lai của người dân, chắc chắn trong tương lai sẽ có những triển vọng phát triển cho ngành bảo hiểm nhân thọ. Tuy nhiên, cùng lúc đó thì cạnh tranh sẽ ngày càng quyết liệt hơn và sẽ mang tính toàn cầu, đòi hỏi các doanh nghiệp phải hết sức nỗ lực nếu muốn tồn tại và phát triển.

Trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ, sau một thời gian tăng mạnh từ 2000-2003 thì phí bảo hiểm trong năm 2006 sẽ có xu hướng chững lại. Việc cạnh tranh ngày càng gia tăng sẽ khiến cho tỷ lệ phí giảm và doanh thu phí không tăng mặc dù khối lượng dịch vụ có tăng lên. Tuy nhiên, kết quả kinh doanh các nghiệp vụ bảo hiểm phi nhân thọ nói chung và tình hình lợi nhuận nói riêng của các công ty vẫn hết sức sáng sủa. Đồng thời, điều kiện thiên nhiên, địa lý ngày

² Tạp chí bảo hiểm- tái bảo hiểm Việt Nam - Số 3, tháng 8/2006)

càng có nhiều biến đổi bất thường hơn, mang lại nhiều rủi ro hơn cho các công ty bảo hiểm. Đây chính là cơ hội để các nhà tái bảo hiểm được mở rộng thị trường hoạt động

2. Thị trường bảo hiểm Việt Nam

2.1. Tình hình hoạt động của thị trường bảo hiểm Việt Nam.

2.1.1. Đặc điểm tình hình

Trong những năm gần đây, tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam phát triển khá ổn định, đạt hầu hết các chỉ tiêu chủ yếu do quốc hội đề ra và tiếp tục tăng trưởng. Như trong năm 2005, GDP đạt 51,5 tỷ USD, tăng 8,4%; FDI đạt 5,72 tỷ USD, tăng 45%; ODA đạt 3,74 tỷ USD; đầu tư toàn xã hội chiếm 38,2% GDP; thu nhập bình quân đầu người đạt 619USD/năm. Xuất khẩu 31,8 tỷ USD, nhập khẩu 36,4 tỷ USD; du lịch quốc tế 3,43 triệu lượt người; du lịch trong nước đạt 16,1 triệu lượt người; tất cả đều đạt kỷ lục trong vòng 10 năm qua. Các ngành công nghiệp, xây dựng, hàng không, hàng hải, vận tải đường bộ tăng trưởng mạnh, thị trường chứng khoán nhiều khởi sắc. Chuyển sang năm 2006, trong 6 tháng đầu năm, kinh tế Việt Nam cũng đạt được khá nhiều dấu mốc quan trọng, có ảnh hưởng nhất định đến sự phát triển của tất cả các thị trường nói chung và thị trường bảo hiểm nói riêng. Đó là tăng trưởng GDP 7,4%; kim ngạch xuất nhập khẩu, giá trị sản xuất công nghiệp tăng... Bên cạnh đó, nhiều dự án trọng điểm quốc gia được triển khai như thủy điện Sơn La (3 tỷ USD), nhà máy lọc dầu Dung Quất, điện đạm Cà Mau.... Thêm vào đó, Việt Nam đã hoàn thành đàm phán với 28 đối tác (trong đó đối tác quan trọng nhất là Mỹ) về việc gia nhập WTO, tạo tiền đề để Việt Nam gia nhập trong năm 2006. Tất cả những yếu tố trên khiến cho thị trường bảo hiểm Việt Nam trong những năm gần đây hoạt động có nhiều khởi sắc...(3)

Tuy nhiên, bên cạnh một số những thuận lợi cơ bản thì nền kinh tế nước ta nói chung và ngành bảo hiểm nói riêng cũng phải đương đầu với nhiều khó khăn

³ Bản tin số 4-năm 2005 của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam,H.2006

lớn. Trong năm 2005, liên tiếp hai cơn bão số 7 và số 8 đã tàn phá vùng duyên hải phía Bắc và miền Trung; dịch cúm gia cầm H5N1; tai nạn giao thông đường bộ tuy có giảm về số lượng nhưng thiệt hại về người và tài sản lại tăng lên; tai nạn đường thủy, tàu biển, tàu sông, tàu cá tăng nhanh. Chỉ số giá tiêu dùng tiếp tục tăng cao(8,4%); giá vàng tăng 50%; thị trường bất động sản tiếp tục đóng băng, các ngân hàng thương mại tiếp tục gia tăng lãi suất cùng với các chương trình khuyến mại rầm rộ. Các văn bản pháp quy hướng dẫn đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm đảm bảo an toàn và sinh lời cao chậm được ban hành... Những bất lợi trên đã gây khó khăn cho sự phát triển của thị trường bảo hiểm , nhất là bảo hiểm nhân thọ.

Dưới tác động của nền kinh tế nước nhà như trên, hoạt động của thị trường bảo hiểm ngày càng sôi nổi, phát triển cả về qui mô và tốc độ tăng trưởng cũng như biến đổi về cơ cấu. Các hoạt động bảo hiểm nhân thọ, phi nhân thọ, tái bảo hiểm, trung gian bảo hiểm cũng hết sức phát triển.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của thị trường

Sau hơn mười năm mở cửa hội nhập vào nền kinh tế quốc tế, cơ cấu của thị trường bảo hiểm Việt Nam đã có sự thay đổi cơ bản, nhất là trong những năm gần đây. Đặc biệt, nhiều nhà kinh tế dự đoán là nó sẽ tiếp tục biến động mạnh trong thời gian tới cùng với việc ngày càng có nhiều doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia vào thị trường bảo hiểm.

Theo tổng kết, trong 6 tháng đầu năm 2005, Nhà nước đã cấp giấy phép hoạt động cho ba công ty bảo hiểm nhân thọ (Prevoir, Ace Life và New York Life) và 1 công ty bảo hiểm phi nhân thọ(AAA). Một công ty bảo hiểm lớn của Mỹ là AIG cũng được cấp giấy phép kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại Việt Nam trong những tháng cuối năm. Công ty Thái Bình Dương hoạt động môi giới bảo hiểm và một số Văn phòng đại diện công ty bảo hiểm nước ngoài cũng được cấp phép hoạt động.

Thị trường bảo hiểm cũng diễn ra sự cơ cấu lại các doanh nghiệp bảo hiểm. Bảo Minh và VINARE năm đầu tiên cổ phần hoá hoạt động có nhiều khởi sắc. Cuối năm 2005, Chính phủ cũng ban hành quyết định số 310/QĐ/2005/TTG

thành lập Tập đoàn Tài chính - Bảo hiểm với nhiều công ty thành viên và công ty cổ phần do Bảo Việt chiếm giữ cổ phần vốn chi phối như bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm phi nhân thọ, chứng khoán, quản lý quỹ, ngân hàng, cho thuê tài chính, kinh doanh bất động sản, bảo hiểm y tế cộng đồng. Nằm trong kế hoạch xây dựng Tập đoàn Bảo Việt, tập đoàn tài chính - bảo hiểm đầu tiên tại Việt Nam, trong năm 2006 Bảo Việt sẽ thành lập một ngân hàng thương mại cổ phần và trong thời gian tới sẽ thành lập công ty Bất động sản Bảo Việt và Công ty Khách sạn và du lịch Bảo Việt.

Ngoài ra, Bộ tài chính đã phê duyệt việc QBE, một trong những công ty bảo hiểm lớn trên thế giới và là đối tác trong liên doanh bảo hiểm BIDV-QBE, mua lại toàn bộ phần vốn góp trong công ty TNHH Allianz Việt Nam để tách ra thành một công ty bảo hiểm 100% vốn nước ngoài. Allianz chính thức rút lui khỏi thị trường bảo hiểm Việt Nam do sự thay đổi trong chiến lược phát triển của tập đoàn này. Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã tiếp quản vốn của QBE trong liên doanh và công ty BIDV- QBE được chuyển thành Công ty Bảo hiểm Ngân hàng Đầu tư (BIC).

Như vậy, tính đến cuối năm 2005, thị trường bảo hiểm Việt Nam đã có 32 doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia hoạt động kinh doanh bảo hiểm, bao gồm: 3 doanh nghiệp nhà nước, 11 công ty cổ phần, 6 liên doanh và 12 doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

Bảng 1: Số lượng các doanh nghiệp bảo hiểm theo khối doanh nghiệp.

| Loại hình DN | Nhà nước | Cổ phần | Liên doanh | 100% vốn nước ngoài | Tổng cộng |
|-----------------------|-----------------|----------------|-------------------|----------------------------|------------------|
| Bảo hiểm phi nhân thọ | 2 | 6 | 5 | 3 | 16 |
| Bảo hiểm nhân thọ | 1 | | 1 | 6 | 8 |
| Tái bảo hiểm | | 1 | | | 1 |
| Môi giới bảo hiểm | | 4 | | 3 | 7 |
| Tổng cộng | 3 | 11 | 6 | 12 | 32 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2005

Nxb.Tài chính, H.2006

Ngoài ra, sự góp mặt của 30 văn phòng đại diện của các tổ chức bảo hiểm nước ngoài tại Việt Nam cùng với một mạng lưới đại lý bảo hiểm (với khoảng 128.494 đại lý trong năm 2005) đã làm cho hoạt động của thị trường bảo hiểm Việt Nam thêm phần sôi động. Điều đó cũng góp phần cải thiện môi trường đầu tư và tăng cường lòng tin của các nhà đầu tư nước ngoài khi đến hoạt động tại thị trường Việt Nam.

2.1.3. Qui mô thị trường.

Qui mô thị trường được phản ánh qua chỉ tiêu doanh thu phí bảo hiểm trên thị trường. Những năm gần đây, qui mô thị trường luôn đạt tốc độ tăng trưởng khá cao. Nếu năm 1993, tổng doanh thu phí bảo hiểm trên thị trường mới đạt 700 tỷ đồng thì đến năm 2005, con số này tăng lên gần 20 lần, đạt 13.588 tỷ đồng. Nếu tính doanh thu toàn ngành bảo hiểm thì lên tới 15.678 tỷ đồng(bao gồm 2.120 tỷ đồng thu được từ hoạt động đầu tư). Năm 1993, phí bảo hiểm bình quân đầu người là 10.000 đồng/người thì đến năm 2005 con số này lên tới 163.000 đồng/người. Tỷ lệ đóng góp của ngành bảo hiểm vào GDP ngày càng tăng, đến hết năm 2005 đã là 2.03%...(4)

Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gia tăng, vai trò vị trí của các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước tiếp tục được củng cố và tăng cường, chiếm 61,12% tổng doanh thu phí bảo hiểm 2005. Đặc biệt, sau sự kiện Tập đoàn Tài chính - Bảo hiểm Bảo Việt ra đời tháng 12/2005, hoạt động của các công ty thành viên nói riêng và cả Tập đoàn nói chung đạt khá nhiều thành tựu, càng khẳng định rõ vai trò và vị thế là đầu tàu Nhà nước của Bảo Việt trong ngành bảo hiểm ở nước ta.

Bảng 2: Doanh thu phí bảo hiểm và thị phần theo khối doanh nghiệp (2004-2005)

⁴ Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2005- Nxb.Tài chính, H.2006

| Các chỉ tiêu | Đơn vị | Phi nhân thọ | | Nhân thọ | | Toàn thị trường | |
|---------------------------------------|---------|--------------|-------|----------|-------|-----------------|--------|
| | | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 |
| Doanh thu phí bảo hiểm | Tỷ đồng | 4.764 | 5.535 | 7.711 | 8.023 | 12.479 | 13.588 |
| Tốc độ tăng trưởng | % | 25,11 | 16,10 | 17,36 | 4,05 | 20,21 | 8,66 |
| Tỷ trọng/tổng phí | % | 38,21 | 40,82 | 61,79 | 59,18 | | |
| Tỷ trọng phí/GDP | % | 0,67 | 0,72 | 1,08 | 1,04 | 1,75 | 1,76 |
| Thị phần | | | | | | | |
| Doanh nghiệp trong nước | % | 93,78 | 94,63 | 39,47 | 38,01 | 60,21 | 61,12 |
| Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài | % | 6,22 | 5,37 | 60,53 | 61,99 | 39,79 | 38,88 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2005

Nxb.Tài chính, H.2006

Tóm lại, trong giai đoạn vừa qua thị trường bảo hiểm đã từng bước vượt qua khó khăn thử thách của nền kinh tế - xã hội trong nước và tận dụng tốt các cơ hội để phát triển. Nhờ đó, thị trường bảo hiểm Việt Nam đã đạt được tốc độ tăng trưởng cao, doanh thu cao, góp phần vào sự phát triển chung của nền kinh tế cũng như làm tốt vai trò là tấm lá chắn của nền kinh tế, hỗ trợ đắc lực cho sự phát triển của các ngành khác như xây dựng, dịch vụ, giao thông vận tải...

2.1.4. Các hoạt động kinh doanh trên thị trường.

Các hoạt động trên thị trường bảo hiểm thời gian qua ngày càng phong phú, đa dạng và sôi nổi trên tất cả các lĩnh vực, nhân thọ, phi nhân thọ, tái bảo hiểm, trung gian bảo hiểm.

2.1.4.1. Thị trường bảo hiểm nhân thọ

Thị trường bảo hiểm nhân thọ những năm qua khá sôi nổi nhưng cũng gặp phải không ít những khó khăn do ảnh hưởng của điều kiện kinh tế - xã hội nói chung. Năm 2005, bảo hiểm nhân thọ đã có một năm hoạt động khó khăn nhất và tăng trưởng chậm chạp nhất do chỉ số giá cả tăng cao và lãi suất tiền gửi của các ngân hàng cũng liên tục tăng. Trên thị trường có 5 doanh nghiệp hoạt động từ trước, ACE Life hoạt động từ cuối năm còn Prevoir sang đầu 2006 mới bán sản phẩm đầu tiên. Các doanh nghiệp đã tăng thêm 29 sản phẩm, tổng doanh thu phí

bảo hiểm nhân thọ đạt 8.023 tỷ VNĐ, tăng khoảng 4,05% so với 2004. Đây là mức tăng trưởng doanh thu phí đạt thấp nhất từ năm 2001 trở lại đây.

***Số lượng hợp đồng**

Số lượng hợp đồng hết hiệu lực tăng mạnh trong khi số lượng hợp đồng khai thác mới giảm.

Sự sụt giảm này thể hiện rất rõ trong 9 tháng đầu năm. Tổng số hợp đồng bảo hiểm có hiệu lực tính đến 9/2005 là 6.722.925 hợp đồng, trong đó số hợp đồng khai thác mới đạt 909.367 hợp đồng, giảm 29,2%; số hợp đồng hết hiệu lực là 964.271 hợp đồng, tăng 27,16% so với cùng kì năm 2004.⁽⁵⁾

Bảng 3: Số hợp đồng, số tiền bảo hiểm và số phí bảo hiểm khai thác mới trong năm theo nghiệp vụ:

| Nghiệp vụ | Số lượng hợp đồng(nghìn) | | Số tiền bảo hiểm | | Định kỳ | | Phí bảo hiểm một lần (tỷ đồng) | | Tổng số | |
|----------------------------------|---------------------------|------------|------------------|---------------|--------------|--------------|---------------------------------|-----------|--------------|--------------|
| | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 |
| Bảo hiểm trọn đời | 12 | 5 | 565 | 331 | 21 | 9 | 3 | 0 | 24 | 10 |
| Bảo hiểm sinh kì | 2 | 1 | 105 | 28 | 6 | 2 | 41 | 0 | 47 | 2 |
| Bảo hiểm tử kỳ | 18 | 34 | 793 | 1.654 | 6 | 27 | - | 0 | 6 | 27 |
| Bảo hiểm hỗn hợp | 759 | 575 | 20.400 | 15.542 | 1.516 | 1.226 | - | 0 | 1.516 | 1.226 |
| Bảo hiểm trả tiền định kỳ | 3 | 205 | 16 | 3.162 | 5 | 69 | 41 | 14 | 66 | 84 |
| Tổng số | 794 | 820 | 21.879 | 20.626 | 1.554 | 1.333 | 85 | 15 | 1.639 | 1.384 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2005

⁵ Bản tin số 4-năm 2005 của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006

Nxb.Tài chính, H.2006

Nguyên nhân chính của sự sụt giảm số lượng hợp đồng khai thác mới là do khách hàng tham gia bảo hiểm thấy được chỉ số trượt giá cao, giá vàng tăng mạnh, lãi suất ngân hàng cao nên do dự không muốn tham gia bảo hiểm và thậm chí một số còn chấm dứt hợp đồng trượt thời hạn. Hơn thế nữa, số lượng khách hàng đáo hạn hợp đồng ngày càng đông, sau nhiều năm hoạt động những hợp đồng có thời hạn 3 đến 5 năm đã bắt đầu đáo hạn trả tiền bảo hiểm.

Sang 6 tháng đầu năm 2006, thị trường bảo hiểm nhân thọ vẫn gặp nhiều khó khăn do lãi suất ngân hàng và lạm phát vẫn duy trì ở mức cao. Số lượng đơn bảo hiểm cấp mới trong 6 tháng giảm khoảng 20-25% so với cùng kỳ năm trước trong khi tình trạng huỷ hợp đồng có chiều hướng gia tăng ở tất cả các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ.

*** Số phí bảo hiểm**

Thực thu năm 2005 là 1.348 tỷ đồng, bằng 66% năm 2004, tổng phí bảo hiểm qui năm đạt 1.742 tỷ đồng, bằng 94% năm 2004. Tổng phí bảo hiểm là 8.023 tỷ đồng, tăng trượt 4,05% so với năm 2004. Tốc độ tăng trượt này đã giảm so với mức 17,36% của năm 2004. Tuy nhiên, tổng doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ vẫn vượt khoảng 40% so với chỉ tiêu kế hoạch 5.751 tỷ VNĐ đề ra trong chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm 2003-2010 do Thủ tướng chính phủ phê duyệt.⁽⁶⁾

Trong 6 tháng đầu năm 2006, mặc dù số lượng đơn cấp mới giảm nhưng vẫn chưa ảnh hưởng ngay đến doanh thu phí của thị trường trong 6 tháng đầu năm nay. Tổng phí bảo hiểm nhân thọ của thị trường trong 6 tháng đạt 3.850 tỷ VNĐ, tăng 2,26% so với cùng kỳ năm trước. Dù vậy, nếu tình hình hợp đồng không được cải thiện, hợp đồng mới càng ít thì doanh thu phí và lợi nhuận của các công ty sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng trong những năm sắp tới.

*** Tình hình trả tiền bảo hiểm.**

Tổng số tiền bảo hiểm các doanh nghiệp đã chi trả trong năm 2005 cho các sản phẩm chính là 1.354 tỷ đồng, tăng 66,6%; trả giá trị hoàn lại là 766 tỷ

⁶ Bản tin số 4-năm 2005 của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006

đồng, tăng 33,23% so với 2004. Đây cũng là nguyên nhân làm giảm phí bảo hiểm xuống một cách đáng kể. Số tiền chi trả bảo hiểm và trả giá trị hoàn lại tập trung chủ yếu vào các sản phẩm hỗn hợp, điều đó cho thấy số đối tượng tham gia bảo hiểm được hưởng các quyền lợi bảo hiểm ngày càng nhiều qua các sản phẩm bảo hiểm có tính - u việt mang tính chất bảo vệ, tiết kiệm và đầu t- .

Bảng 4: Tình hình trả tiền bảo hiểm năm 2004-2005

| Nghệp vụ | Trả tiền bảo hiểm gốc (triệu đồng) | | Trả tiền giá trị hoàn lại (triệu đồng) | |
|---------------------------|---------------------------------------|------------------|---|----------------|
| | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 |
| Bảo hiểm trọn đời | 5.523 | 16.849 | 16.771 | 8.228 |
| Bảo hiểm sinh kỳ | 3 | 106 | 3 | 1.006 |
| Bảo hiểm tử kỳ | 3.592 | 9.448 | 0 | 2 |
| Bảo hiểm hỗn hợp | 803.260 | 1.317.567 | 488.533 | 700.090 |
| Bảo hiểm trả tiền định kỳ | 439 | 10.137 | 69.590 | 56.586 |
| Tổng số | 812.817 | 1.354.152 | 574.897 | 765.912 |

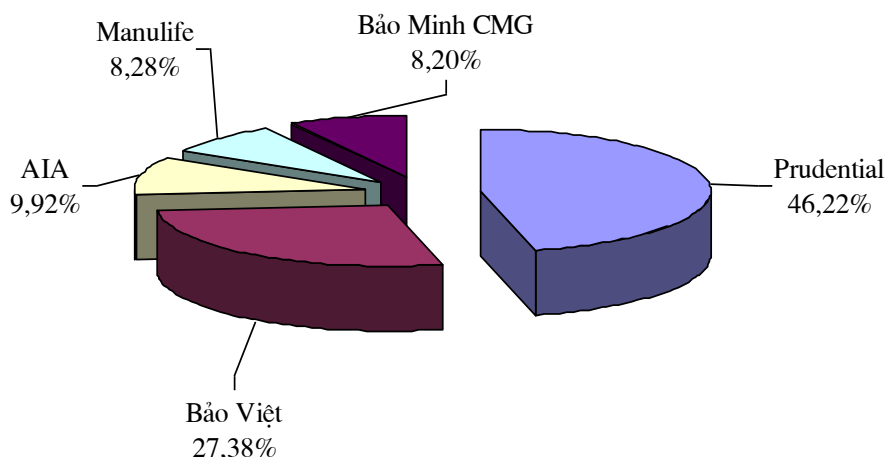
Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2005

Nxb.Tài chính, H.2006

***Số lượng các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ**

Số lượng các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ được cấp phép ngày càng nhiều. Tính đến hết 2005, ngoài 5 doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ đang hoạt động là Prudential, Bảo Việt nhân thọ, Manulife, AIA và Bảo Minh - CMG, đã có thêm 3 doanh nghiệp mới được cấp phép là ACE, New York Life và Prevoir. Nh- ng do mới hoạt động nên thực chất kết quả kinh doanh năm 2005 vẫn là do 5 doanh nghiệp trên tạo ra. Trong đó, thị phần đối với doanh thu phí của các hợp đồng bảo hiểm khai thác mới của Prudential là 46,22%; Bảo Việt nhân thọ là 27,38%; AIA 9,92%; Manulife 8,28% và Bảo Minh - CMG là 8,20%.

Sơ đồ 1: Thị phần doanh thu phí bảo hiểm khai thác mới theo doanh nghiệp năm 2005



Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb. Tài chính, H.2006

***Dự phòng nghiệp vụ**

Nhờ vào sự tăng trưởng về doanh thu phí bảo hiểm, phát triển hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, dự phòng nghiệp vụ cũng được trích lập đầy đủ và tăng lên tương ứng với phần trách nhiệm bảo hiểm, nhằm đảm bảo khả năng thanh toán của doanh nghiệp bảo hiểm. Năm 2005, tổng dự phòng nghiệp vụ của các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ là 20.383 tỷ đồng, tăng 29% so với 2004.

Bảng 5: Dự phòng nghiệp vụ bảo hiểm nhân thọ năm 2005

| Dự phòng nghiệp vụ | DPNV trích trong năm (tỷ đồng) | | Tăng trưởng (%) | Tổng DPNV (tỷ đồng) | | Tăng trưởng (%) |
|---------------------------------|--------------------------------|--------------|-----------------|---------------------|---------------|-----------------|
| | 2004 | 2005 | | 2004 | 2005 | |
| Dự phòng toán học, dự phòng phí | 4.567 | 5.433 | 19 | 14.677 | 20.112 | 37 |
| Dự phòng bồi thường | 1 | 1 | 0 | 20 | 21 | 5 |
| Dự phòng đảm bảo cân đối | 1 | 2 | 100 | 4 | 6 | 50 |
| Dự phòng chia lãi | 424 | (853) | -301 | 1.097 | 244 | -78 |
| Tổng số | 4.992 | 4.583 | -8 | 15.978 | 20.383 | 20 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb. Tài chính, H.2006

***Số lượng đại lý bảo hiểm**

Về đội ngũ đại lý bảo hiểm, số lượng đại lý của các công ty trong năm 2005 giảm tương đối. Theo thống kê, số lượng đại lý đến cuối năm 2005 là 91.734 người, giảm gần 5% so với cùng kỳ năm trước. Hầu hết các doanh nghiệp đều giảm đại lý bảo hiểm, trừ Prudential có tăng chút ít. Nguyên nhân chủ yếu là do việc khai thác ngày càng gặp nhiều khó khăn, doanh thu thấp làm cho nhiều đại lý bỏ việc, thêm vào đó các doanh nghiệp bảo hiểm có xu hướng nâng cao chất lượng đào tạo, tuyển dụng đại lý để nâng cao năng suất, hiệu quả hoạt động của đại lý.

Bảng 6: Số lượng đại lý bảo hiểm nhân thọ thị trường Việt Nam

| Năm | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Số người (nghìn người) | 38.565 | 70.121 | 87.651 | 96.302 | 91.734 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb. Tài chính, H.2006

2.1.4.1. Thị trường bảo hiểm phi nhân thọ

Theo các chuyên gia đánh giá, năm 2005 là năm thuận lợi cho sự tăng trưởng của các nghiệp vụ bảo hiểm phi nhân thọ. Doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ toàn thị trường đạt 5.535 tỷ VNĐ, tăng 16,1% so với 2004.

Bước sang năm 2006, thị trường bảo hiểm phi nhân thọ phát triển tương đối tốt trong 6 tháng đầu năm với tổng doanh thu phí ước đạt 3.180 tỷ VNĐ, tăng 14% so với cùng kỳ năm ngoái.

Hầu hết các doanh nghiệp bảo hiểm lớn đều tăng trưởng tốt. Bảo Việt tăng 8,6%; Bảo Minh tăng 10,47%; PVI tăng gần 60%... Trong 6 tháng đầu năm, Bộ Tài chính đã cấp giấy phép hoạt động cho một công ty bảo hiểm phi nhân thọ mới là Công ty cổ phần bảo hiểm toàn cầu (GIC). Như vậy đã nâng số doanh nghiệp trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ lên con số 17.

Điều đáng chú ý là tình hình cạnh tranh trên thị trường diễn ra hết sức gay gắt ở tất cả các loại hình dịch vụ. Các doanh nghiệp, trong đó có một số công ty nhỏ mới thành lập, cạnh tranh quyết liệt bằng các hình thức hạ phí, giảm mức miễn trừ, mở rộng điều kiện điều khoản nhằm giành giật thị phần...

a/ Thị phần các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ.

Các doanh nghiệp trong nước chiếm 94,63% thị phần; các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 5,37%. Thị phần doanh thu phí bảo hiểm tiếp tục tập trung vào các doanh nghiệp có thâm niên hoạt động trên thị trường như Bảo Việt đạt 2.138 tỷ đồng, chiếm 38,65%; Bảo Minh đạt 1.204 tỷ đồng, chiếm 21,76%; PJICO đạt 702 tỷ đồng, chiếm 13,37% ; PVI chiếm 690,1 tỷ đồng, chiếm 12,49%. Ngoài ra còn có rất nhiều các doanh nghiệp khác như Bảo Long, Groupama, Samsung – vina, BIDV-QBE... cũng đóng góp một phần trong tổng số doanh thu toàn thị trường bảo hiểm phi nhân thọ.⁽⁷⁾

b/ Các loại hình bảo hiểm

*** Bảo hiểm xe cơ giới**

Loại hình bảo hiểm này tiếp tục đứng đầu, đạt doanh thu 1.603 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 30% doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ, tăng 18% so với năm 2004. Dẫn đầu là Bảo Việt đạt 676 tỷ đồng, tiếp đến là PJICO 355 tỷ đồng, Bảo Minh 348 tỷ đồng. Tuy nhiên, so với tiềm năng thì số lượng xe ô tô tham gia bảo hiểm trách nhiệm dân sự mới đạt 75% (600.000 xe/ 800.000 xe) và xe mô tô mới đạt 35% (5 triệu xe/15 triệu xe).⁽⁸⁾

***Bảo hiểm con người.**

Là loại hình bảo hiểm đứng thứ hai, đạt doanh thu 954 tỷ đồng, tăng 31,3% so với năm 2004. Dẫn đầu vẫn là Bảo Việt với 551,8 tỷ đồng, tiếp theo là Bảo Minh với 226,8 tỷ đồng, PJICO với 60,1 tỷ đồng, VASS cũng đạt 15,1 tỷ đồng. Tuy nhiên, mới có 75% học sinh tham gia bảo hiểm học sinh (8,25 triệu/11 triệu học sinh) và 11% người lao động tham gia bảo hiểm tai nạn con người(5 triệu/44 triệu người).⁽⁹⁾

***Bảo hiểm thân tàu và P&I**

Đạt doanh thu 491,6 tỷ đồng, tăng 7,22% so với năm 2004. Dẫn đầu vẫn là Bảo Việt với 183,1 tỷ đồng, tiếp đến là PVI 166 tỷ đồng; Bảo Minh 68,7 tỷ đồng. Năm nay hầu hết các chủ tàu đánh giá lại giá trị đội tàu của mình tăng từ 1,5 - 2,5 lần so với 2004 nhưng phí bảo hiểm chỉ tăng có 7,22%. Nguyên nhân là

⁷ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006

⁸ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006

⁹ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006

do sự cạnh tranh gay gắt khiến cho các doanh nghiệp phải hạ phí bảo hiểm để thu hút khách hàng.⁽¹⁰⁾

Bước sang năm 2006, sự cạnh tranh đặc biệt gay gắt diễn ra trong dịch vụ trách nhiệm cho nhà thầu đóng tàu. Đây là một loại bảo hiểm còn rất mới. Chính vì thế, các doanh nghiệp ra sức cạnh tranh nhau để giành giật thị phần. Thực tế là có những dịch vụ phí được giảm tới 30-50%. Trong khi đó, trên thị trường thế giới loại hình dịch vụ này được khai thác hết sức thận trọng với tỷ lệ phí và mức khấu trừ cao, điều khoản, điều kiện rất chặt chẽ.

***Bảo hiểm cháy nổ và mọi rủi ro tài sản.**

Đạt doanh thu 474 tỷ đồng, tăng 14% so với 2004. Dẫn đầu là Bảo Minh với 139,7 tỷ đồng, tiếp đến là Bảo Việt với 130,7 tỷ đồng; PVI đạt 57,9 tỷ đồng. Theo đánh giá chung, mặc dù giá trị bảo hiểm tăng đến 1,5 lần nhưng cũng vì nguyên nhân cạnh tranh nên các doanh nghiệp phải hạ phí, tổng phí bảo hiểm do đó chỉ tăng 14%. Các doanh nghiệp đã giải quyết nhiều vụ bồi thường từ những năm trước chuyển sang nên tổng số bồi thường tăng song thực tế năm nay số thiệt hại về cháy nổ không cao.

Tuy nhiên, phần lớn các tiềm năng còn bỏ ngỏ của thị trường này vẫn chưa được khai thác, trong đó có một lý do là Nghị định về bảo hiểm cháy nổ bắt buộc chưa được thông qua trong năm 2005.⁽¹¹⁾

Sang năm 2006, tình hình cạnh tranh khốc liệt còn diễn ra ngay cả đối với nhóm ngành hàng có rủi ro cao như dệt may, nhựa, sản xuất giấy. Nhiều loại hình dịch vụ trong nhóm này được chào tỷ lệ phí từ 0,06 - 0,08%, vốn là tỷ lệ phí dành cho rủi ro tốt.

***Bảo hiểm hàng hoá vận chuyển**

Đạt doanh thu 455 tỷ đồng, tăng 10,5% so với 2005. Dẫn đầu là Bảo Việt với 122,4 tỷ đồng, PJICO đạt 103 tỷ đồng, Bảo Minh đạt 86,8 tỷ đồng. Hiện tượng cạnh tranh hạ phí bảo hiểm, không tính phí tàu già, giảm mức khấu trừ hàng hoá vẫn tiếp tục diễn ra. So với tiềm năng tổng kim ngạch xuất nhập khẩu

¹⁰ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006

¹¹ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006

68 tỷ USD và lưu lượng hàng hoá vận chuyển trong nước thì số phí bảo hiểm hàng hoá như trên còn quá thấp.⁽¹²⁾

***Bảo hiểm xây dựng và lắp đặt**

Đạt doanh thu 378,5 tỷ đồng, tăng 389% so với năm 2004. Có được điều này là do trong năm 2005 đã bùng nổ nhiều dự án lớn như nhiệt điện Hải Phòng(470 triệu USD), nhà máy xi măng Thăng Long(197 triệu USD), Trung tâm hội nghị Quốc gia(200 triệu USD), gói thầu 1 và 4 của nhà máy lọc dầu Dung Quất(1,5 tỷ USD)...

Dẫn đầu là Bảo Việt với 185 tỷ đồng, PVI với 149,5 tỷ đồng; PTI với 23,5 tỷ đồng. So với tiềm năng 5,8 tỷ USD của FDI (giải ngân 3 tỷ USD); 3,7 tỷ USD vốn ODA(giải ngân trên 1 tỷ USD) và đầu tư toàn xã hội 38% GDP(20 tỷ USD) thì số phí bảo hiểm thu được còn quá khiêm tốn. Ngoài ra vẫn xảy ra hiện tượng cạnh tranh theo giá “hớt váng”, hạ phí bảo hiểm. Cá biệt có công trình chỉ thu phí bảo hiểm 0,06%, tức là thấp hơn cả tỷ lệ tái bảo hiểm.⁽¹³⁾

*** Các loại hình bảo hiểm khác**

Bảo hiểm hàng không đạt 317 tỷ đồng, giảm 5,6% so với năm 2004, trong đó, Bảo Minh dẫn đầu với 219,7 tỷ đồng. Bảo hiểm dầu khí đạt 271 tỷ đồng, giảm 3% so với 2004, trong đó PVI dẫn đầu với 237,3 tỷ đồng. Bảo hiểm trách nhiệm chung đạt 99,6 tỷ đồng; Bảo hiểm thiết bị điện tử đạt 93,3 tỷ đồng; Bảo hiểm máy móc thiết bị đạt 18,2 tỷ đồng; Bảo hiểm gián đoạn kinh doanh đạt 13,5 tỷ đồng.⁽¹⁴⁾

Tuy nhiên, tình hình cạnh tranh trên thị trường vẫn khá gay gắt, biểu hiện ở tỷ lệ phí bảo hiểm trung bình cho các rủi ro thân tàu, hàng hóa tiếp tục giảm. Chất lượng khai thác bảo hiểm có xu hướng giảm sút. Nhiều công ty vì chạy theo doanh thu đã chưa quan tâm đúng mức đến chất lượng rủi ro được bảo hiểm, trong khi đó điều kiện, điều khoản đưa ra lại rất cạnh tranh, tỷ lệ phí và mức khấu trừ thấp.

c/ Bồi thường bảo hiểm

¹² . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2004

¹³ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2004

¹⁴ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2004

Năm 2005 tổng bồi thường bảo hiểm gốc là 2.091 tỷ đồng, số tiền bồi thường thuộc trách nhiệm giữ lại là 1.625 tỷ đồng. Các doanh nghiệp có tỷ lệ bồi thường cao là Samsung - Vina (60%); Bảo Việt (58,6%); PJICO (52%)(¹⁵). Tỷ lệ bồi thường bảo hiểm gốc và bồi thường bảo hiểm thuộc trách nhiệm giữ lại năm 2005 ổn định so với năm 2004 và ở mức cho phép, thể hiện hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp đạt hiệu quả. Vai trò của bảo hiểm trong việc đề phòng, khắc phục và hạn chế những tổn thất cho các đối tượng tham gia bảo hiểm, góp phần giảm nhẹ gánh nặng cho ngân sách Nhà nước. Tuy nhiên, ngoài nguyên nhân do số tiền bồi thường bảo hiểm thuộc trách nhiệm năm trước chuyển sang còn có nguyên nhân gia tăng hiện tượng trục lợi trong bảo hiểm và không kiểm soát được khâu chi phí sửa chữa, thay thế tài sản hư hỏng(đặc biệt đối với bảo hiểm thân tàu biển và trách nhiệm dân sự chủ tàu).

d/ Tình hình chi phí

Một số doanh nghiệp bảo hiểm có chi phí lớn trong thời gian bắt đầu hoạt động, chuyển đổi sở hữu, cơ cấu lại sản xuất kinh doanh. Song cũng còn một số doanh nghiệp khác có chi phí khá cao (trên 40%) do tăng chi phí khai thác và quản lý, cạnh tranh lôi kéo khách hàng giành dịch vụ bằng mọi giá.

e/ Dự phòng nghiệp vụ

Nhờ vào sự tăng trưởng về doanh thu phí bảo hiểm, phát triển hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, dự phòng nghiệp vụ cũng được trích lập đầy đủ và tăng lên tương ứng với phần trách nhiệm bảo hiểm, nhằm đảm bảo khả năng thanh toán của doanh nghiệp bảo hiểm. Năm 2005, tổng dự phòng nghiệp vụ của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ (bao gồm cả Vinare) tăng 28,46% so với năm 2004, cao gần gấp đôi tốc độ tăng trưởng doanh thu phí bảo hiểm.

Bảng 7: Tổng dự phòng nghiệp vụ bảo hiểm phi nhân thọ năm 2005

| Dự phòng nghiệp vụ | 2004 (tỷ đồng) | 2005 (tỷ đồng) | Tăng trưởng (%) |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------------|
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------------------------|

¹⁵ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006 và thị trường bảo hiểm Việt Nam 2004, Nxb.Tài chính, H.2006

| | | | |
|---------------------|--------------|--------------|--------------|
| Dự phòng phí | 1.256 | 1.709 | 36,07 |
| Dự phòng bồi thường | 488 | 773 | 58,40 |
| Dự phòng dao động | 994 | 1.034 | 4,02 |
| Tổng số | 2.737 | 3.516 | 28,46 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb. Tài chính, H.2006

g/ Tình hình tổn thất

Về tình hình tổn thất, tổn thất thân tàu tiếp tục diễn biến xấu trong năm 2005 sau nhiều năm liên tiếp. Chỉ tính riêng các tổn thất lớn thì tổng số tiền bồi thường đã lên tới gần 6 triệu USD, xấp xỉ bằng số phí thu của nghiệp vụ bảo hiểm thân tàu cả năm.

Các nghiệp vụ khác như bảo hiểm cháy, kỹ thuật, hàng hoá, dầu khí... không có đột biến về tổn thất. Tuy nhiên trong những tháng cuối năm đã xảy ra một số vụ tổn thất khá lớn về bảo hiểm tài sản do rủi ro lũ lụt. Các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam cần quan tâm kiểm soát chặt chẽ việc tích tụ các rủi ro thiên tai, nhất là trong điều kiện diễn biến thời tiết có nhiều bất thường trong năm qua và trong thời gian tới.

Một số vụ tổn thất lớn trong năm 2005 là:

- Cháy nhà máy giấy Famiro ước thiệt hại 27 tỷ VNĐ
- Thiệt hại phao neo CALM tại mỏ Đại Hùng, ước bồi thường 1,1 triệu USD.
- Rò rỉ đường ống giữa các giàn khoan tại mỏ Ruby, ước bồi thường 4,6 triệu USD.
- Vụ đâm va của tàu Mimososa với tàu Trinity gây đắm tàu Mimososa, tổn thất thân tàu là 2 triệu USD.
- Vụ đắm tàu SEA BEE, thiệt hại 2 triệu USD
- Thiệt hại hàng hoá do vụ chìm tàu “Zhe Hai 308” của Trung Quốc, ước bồi thường 2,3 triệu USD...

Một số vụ tổn thất lớn trong 6 tháng đầu năm 2006 là:

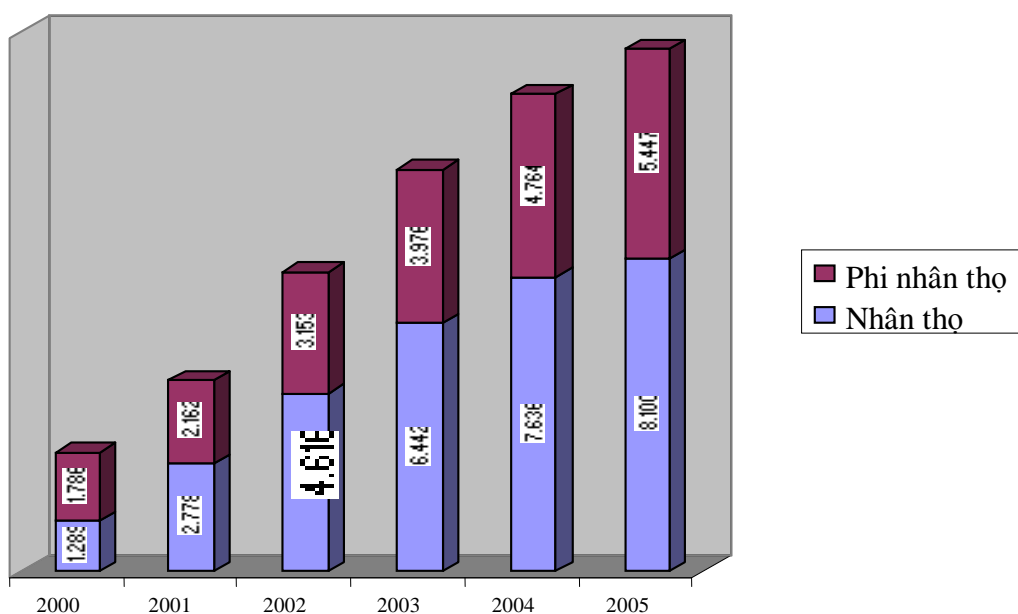
- Tổn thất trạm nghiền xi măng Holcim, ước tổn thất 1,5 triệu USD.
- Tàu Hải Phòng 07 chìm ngày 16/6/2006 tại Hải Phòng, ước thiệt hại 13 tỷ VNĐ.

- Tồn thất hạ thủy tàu 53.000 tấn tại xưởng đóng tàu Hạ Long ước thiệt hại 800.000 USD.

- Vụ cháy tại công ty Anh Dũng tháng 3/2006, ước tổn thất 18 tỷ VNĐ...⁽¹⁶⁾

Nhìn chung, tình hình tổn thất của các nghiệp vụ bảo hiểm cháy, kỹ thuật, bảo hiểm hàng hoá vận chuyển không có biến động lớn và vẫn duy trì ở mức tương đối tốt. Riêng bảo hiểm thân tàu tình hình tổn thất vẫn rất xấu và liên tục tiếp diễn trong một thời gian dài.

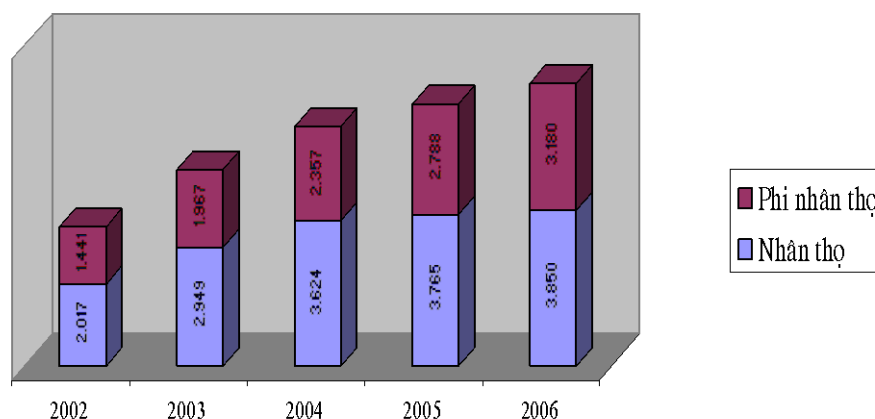
Sơ đồ 2: Tổng phí bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ toàn thị trường (2000-2005) - Đơn vị: Tỷ VNĐ



Sơ đồ 3: Tổng phí bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ toàn thị trường 6 tháng đầu năm (2000-2005)

Đơn vị: Tỷ VNĐ

¹⁶ Tạp chí bảo hiểm- tái bảo hiểm Việt Nam -số 3, tháng 8/2006



Nguồn: Tạp chí bảo hiểm- tái bảo hiểm Việt Nam -số 3, tháng 8/2006

2.1.4.3. Hoạt động tái bảo hiểm

Hoạt động tái bảo hiểm những năm qua vẫn tiếp tục phát triển nhờ sự tăng trưởng khá của nền kinh tế nói chung và thị trường bảo hiểm phi nhân thọ nói riêng. Năm 2005, tổng mức phí giữ lại của thị trường chiếm 88,23% tổng phí bảo hiểm gốc. Phí bảo hiểm nhận tái từ thị trường nước ngoài tăng từ 63 tỷ năm 2004 lên 98 tỷ năm 2005. Tổng phí bảo hiểm giữ lại tại thị trường trong nước tăng từ 10.596 tỷ năm 2004 lên 11.962 tỷ năm 2005. Điều này có được là do năng lực tài chính, năng lực kinh doanh, công tác đánh giá rủi ro và đề phòng hạn chế tổn thất của các doanh nghiệp bảo hiểm được cải thiện nên đã làm tăng mạnh doanh thu phí bảo hiểm, tăng năng lực giữ lại của thị trường. Trong đó, chỉ tính riêng Công ty cổ phần tái bảo hiểm Việt Nam Vinare, doanh thu phí bảo hiểm năm 2005 đạt 825,8 tỷ đồng, tăng 16,9% so với năm 2004. Các hợp đồng tái bảo hiểm của Vinare có tính cạnh tranh cao hơn so với thị trường quốc tế nên đã khuyến khích được các doanh nghiệp bảo hiểm gốc thu xếp hợp đồng qua Vinare. Bên cạnh đó, Vinare còn tiếp tục đóng vai trò là chỗ dựa về tái bảo hiểm cho các công ty bảo hiểm mới ra đời như IAI, Viễn Đông, AAA và sắp tới là Công ty bảo hiểm Ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam(BIC). Doanh thu

phí giữ lại của Vinare đạt 143 tỷ đồng, tăng 29% so với năm 2004. Lợi nhuận trước thuế là 55 tỷ đồng, tăng 61,5% so với năm 2004.⁽¹⁷⁾

Có thể nói, hoạt động tái bảo hiểm trong nước của các doanh nghiệp bảo hiểm, doanh nghiệp tái bảo hiểm đã có nhiều đóng góp tích cực đến thị trường bảo hiểm nói riêng và nền kinh tế nói chung, không những làm tăng mức phí bảo hiểm giữ lại của thị trường trong nước, hạn chế tình trạng chảy ngoại tệ ra nước ngoài thông qua việc tái bảo hiểm cho các công ty nước ngoài mà còn là công cụ giúp Nhà nước kiểm soát tình hình hoạt động, tình trạng tài chính cũng như khả năng thanh toán của các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tham gia bảo hiểm, góp phần duy trì mối quan hệ chặt chẽ hơn giữa các doanh nghiệp bảo hiểm gốc và doanh nghiệp nhận tái bảo hiểm.

Bảng 8: Hoạt động tái bảo hiểm năm 2004-2005

| Chỉ tiêu | | 2004 (tỷ đồng) | 2005 (tỷ đồng) |
|-------------------------------------|---------------------|--------------------|--------------------|
| Tổng phí bảo hiểm gốc | | 12.497 | 13.558 |
| | <i>Phi nhân thọ</i> | 4.768 | 5.525 |
| | <i>Nhân thọ</i> | 7.711 | 8.023 |
| Nhận tái từ thị trường nước ngoài | | 63 | 98 |
| | <i>Phi nhân thọ</i> | 63 | 98 |
| | <i>Nhân thọ</i> | 0 | 0 |
| Nhượng tái ra thị trường nước ngoài | | 1.946 | 1.649 |
| | <i>Phi nhân thọ</i> | 1.609 | 1.641 |
| | <i>Nhân thọ</i> | 337 | 53 |
| Tổng phí bảo hiểm giữ lại | | 10.596 | 11.962 |
| | <i>Phi nhân thọ</i> | 3.222 | 3.992 |
| | <i>Nhân thọ</i> | 7.374 | 7.970 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

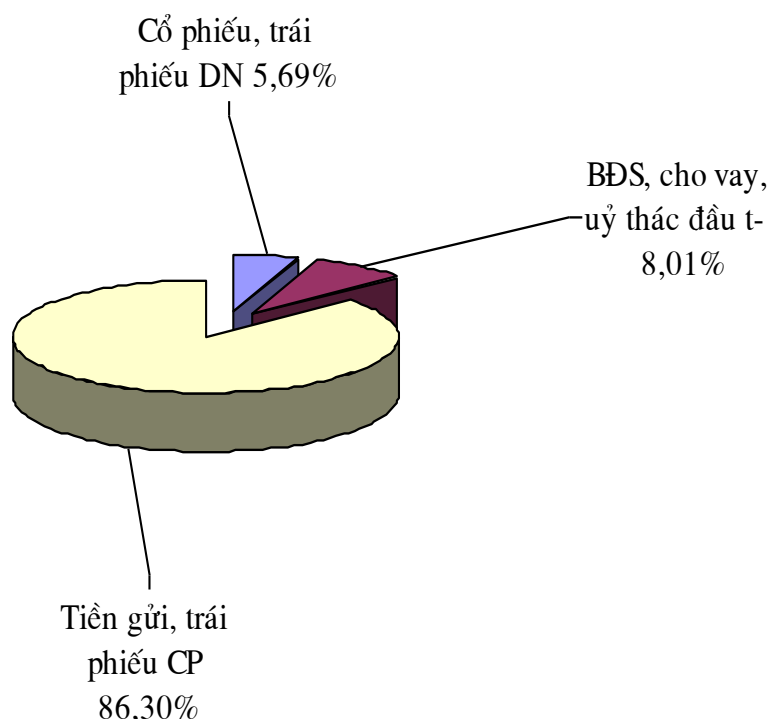
Nxb. Tài chính, H.2006

¹⁷ . Bản tin số 4 - năm 2005 của hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H.2006 và thị trường bảo hiểm Việt Nam 2004, Nxb.Tài chính, H.2006

2.1.4.4. Hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm

Các doanh nghiệp bảo hiểm đã tạo lập nguồn vốn lớn và dài hạn cho đầu tư phát triển kinh tế xã hội. Riêng trong năm 2005, tổng số tiền các doanh nghiệp bảo hiểm đã huy động để đầu tư trở lại nền kinh tế là 5.711 tỷ đồng, nâng tổng số tiền đầu tư của toàn ngành bảo hiểm đến cuối năm 2005 lên 29.906 tỷ đồng, tăng 27% so với năm 2004. Công tác đầu tư vốn của các doanh nghiệp bảo hiểm ngày càng được cải thiện và đi vào chiều sâu. Hiệu quả và an toàn trong công tác đầu tư ngày càng được chú trọng, năm 2005 có đến 86,30% tổng số tiền đầu tư vào và gửi tại các tổ chức tín dụng, mua trái phiếu Chính phủ. Hoạt động đầu tư tài chính đã hình thành phần lớn lợi nhuận cho các doanh nghiệp bảo hiểm và trở thành xương sống nâng đỡ cho các doanh nghiệp bảo hiểm, nhất là các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ.

Sơ đồ 4: Cơ cấu đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm theo danh mục đầu tư 2005



Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb. Tài chính, H.2006

2.1.4.5. Hoạt động trung gian bảo hiểm

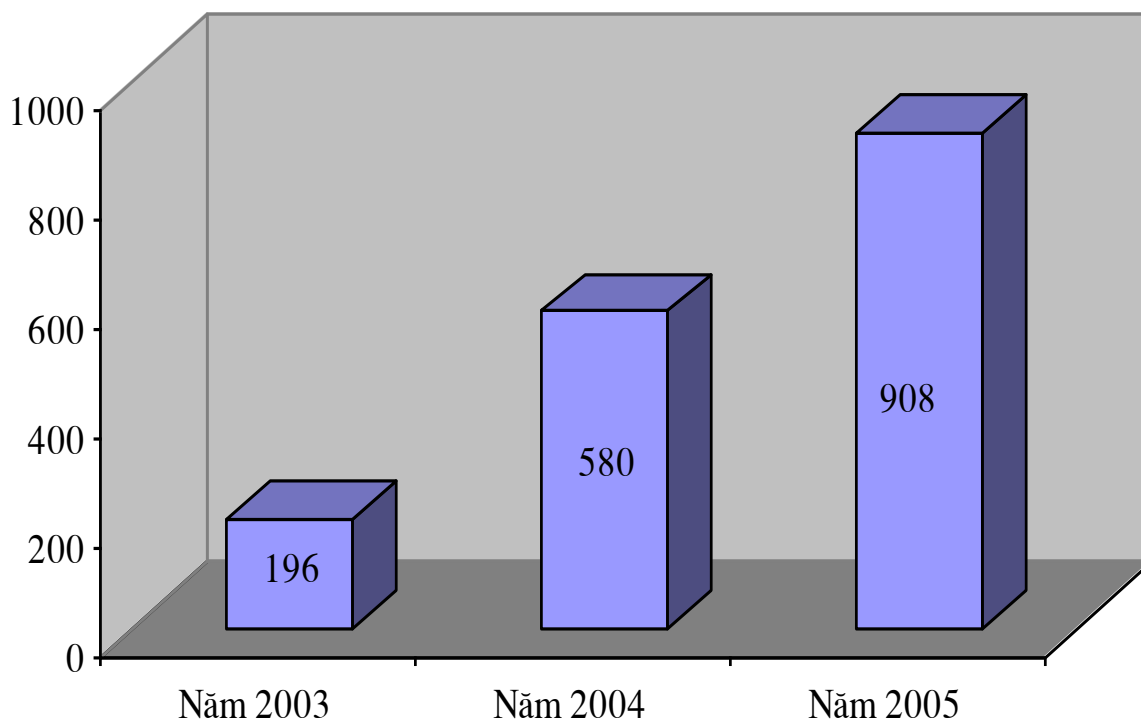
Thời gian qua, trên thị trường ngoài các hoạt động chính như mua bán các sản phẩm bảo hiểm, tái bảo hiểm còn có hoạt động trung gian bảo hiểm. Hoạt động trung gian bảo hiểm bao gồm môi giới và đại lý bảo hiểm cũng phát triển mạnh trong bối cảnh phát triển chung của toàn thị trường.

***Môi giới bảo hiểm**

Hoạt động môi giới bảo hiểm tại Việt Nam thời gian qua phát triển khá mạnh song vẫn chỉ giới hạn trong hoạt động bảo hiểm phi nhân thọ. Nếu như tổng phí bảo hiểm thu xếp qua các công ty môi giới bảo hiểm năm 2003 là 196 tỷ đồng, chiếm 5,14% tổng phí bảo hiểm phi nhân thọ thì đến năm 2004 là 580 tỷ đồng, chiếm 12,18% tổng phí bảo hiểm phi nhân thọ; và đến năm 2005 là 908 tỷ đồng, chiếm 16,41% tổng phí bảo hiểm phi nhân thọ và tăng 57% so với năm 2004.

Sơ đồ 5: Kết quả hoạt động môi giới bảo hiểm(2003-2005)

Đơn vị: Tỷ đồng



Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb. Tài chính, H.2006

Hoạt động môi giới bảo hiểm tập trung vào các nghiệp vụ bảo hiểm hàng không(27,34%), bảo hiểm tài sản và thiệt hại(24,63%), bảo hiểm sức khoẻ và bảo hiểm tai nạn con người(7,91%). Trong tổng số phí bảo hiểm thu xếp qua môi giới, có 83,77% tổng phí thu xếp qua các công ty môi giới bảo hiểm 100% vốn nước ngoài. Các công ty cổ phần môi giới đã có những phát triển đáng kể với tổng phí bảo hiểm thu xếp chiếm tới 16,23% tổng phí bảo hiểm thu xếp qua môi giới, trong khi đó tỷ trọng này của năm 2004 chỉ đạt 12,2%. Hoa hồng môi giới bảo hiểm năm 2005 đạt 68,9 tỷ đồng, tăng 74% so với năm 2004, tập trung chủ yếu vào các nghiệp vụ bảo hiểm tài sản và thiệt hại(37,20%), bảo hiểm sức khoẻ và tai nạn con người(17,1%), bảo hiểm xe cơ giới(8,7%). Nghiệp vụ bảo hiểm hàng không mặc dù chiếm tỷ trọng lớn trong tổng phí thu xếp qua môi giới nhưng hoa hồng môi giới thu được chỉ chiếm 1,88% trên tổng số hoa hồng môi giới.⁽¹⁸⁾

Sở dĩ hoạt động môi giới hoạt động ngày càng sôi nổi là do thói quen thu xếp bảo hiểm qua môi giới đã hình thành. Hơn nữa, trong những năm qua hoạt động đầu tư nước ngoài tại Việt Nam phát triển mạnh cả về lượng và chất. Đây chính là điều kiện thuận lợi cho các công ty môi giới bảo hiểm hoạt động, nhất là công ty có vốn đầu tư nước ngoài. Trên thị trường Việt Nam có 7 công ty bảo hiểm hoạt động trong lĩnh vực môi giới, trong đó có 3 công ty 100% nước ngoài với vốn pháp định 900.000 USD, 4 công ty Việt Nam có vốn pháp định 12 tỷ đồng. Hiện nay mới có AON và Marsh là kinh doanh có hiệu quả và hai công ty này cũng đã gia nhập hiệp hội bảo hiểm Việt Nam.

***Đại lý bảo hiểm**

Trong hoạt động trung gian bảo hiểm, ngoài môi giới bảo hiểm thì trung gian bảo hiểm phát triển cũng khá mạnh. Vai trò của đại lý bảo hiểm là vô cùng quan trọng trong kinh doanh bảo hiểm. Tính đến hết năm 2005, tổng số đại lý bảo hiểm đạt gần 130 nghìn người, tăng 4,5% so với năm 2004. Trong đó, số đại lý hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ là trên 95 nghìn đại lý, chiếm

¹⁸ . Trường bảo hiểm Việt Nam 2004, Nxb.Tài chính, H.2006

73% tổng số đại lý, giảm gần 4% so với năm 2004. Số đại lý hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ là trên 35 nghìn đại lý, tăng 36% so với năm 2004 và chiếm 27% tổng số đại lý bảo hiểm.⁽¹⁹⁾

Hoạt động đại lý bảo hiểm đã dần đi vào ổn định và phát huy được vai trò của nó, góp phần làm cho thị trường bảo hiểm hoạt động sôi nổi hơn.

***Hoạt động giám định bảo hiểm**

Hiện nay, các doanh nghiệp tư vấn giám định đang đóng vai trò tích cực, khách quan giữa doanh nghiệp bảo hiểm và khách hàng. Các doanh nghiệp này thấy rõ trách nhiệm của mình cùng phát triển với các doanh nghiệp bảo hiểm. Đến nay đã có doanh nghiệp giám định bảo hiểm tham gia Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam(ví dụ như Công ty TNHH 100% vốn nước ngoài Cunningham Lindsey). Các công ty này chính là tác nhân tích cực giúp cho thị trường bảo hiểm hoạt động ngày càng sôi nổi và có chất lượng cao hơn trong tương lai.

***Hoạt động của các văn phòng đại diện**

Các văn phòng đại diện công ty bảo hiểm nước ngoài đã tích cực trong hoạt động phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam và đào tạo cán bộ bảo hiểm. Nhiều văn phòng đã gia nhập Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam.

2.2. Triển vọng phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam

Với chỉ tiêu tăng trưởng GDP trong năm 2006 là 8% thì thời gian tới Nhà nước sẽ tiếp tục triển khai các công trình trọng điểm có vốn đầu tư hàng trăm triệu USD trở lên, do đó thị trường bảo hiểm phi nhân thọ được dự báo sẽ tăng trưởng 15 - 17%. Trong khi đó, thị trường bảo hiểm nhân thọ được dự đoán là sẽ tăng trưởng khoảng 10%.

2.2.1. Những cơ hội đối với sự phát triển của hoạt động bảo hiểm Việt Nam.

Thứ nhất, bảo hiểm bắt buộc TNDS của người kinh doanh vận tải hành khách, hàng hoá dễ cháy nổ trên đường thủy nội địa là cơ hội để các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ khai thác thị trường.

¹⁹ .Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2004, Nxb.Tài chính, H.2006

Thứ hai, FDI năm 2005 là 5,72 tỷ USD và ODA là 3,74 tỷ USD sẽ được triển khai trong năm 2006 và là nguồn dịch vụ tiềm năng của bảo hiểm xây dựng và lắp đặt.

Thứ ba, việc xoá bỏ hạn chế đăng kí xe máy, giảm thuế TTĐB và thuế nhập khẩu ô tô là tiềm năng phát triển bảo hiểm xe cơ giới.

Thứ tư, bảo hiểm bắt buộc với người Việt Nam du lịch lữ hành quốc tế đã có khung pháp lý để phát triển khi Luật Du lịch có hiệu lực từ 1/1/2006 và Nghị định Chính phủ hướng dẫn về Du lịch lữ hành sẽ được ban hành trong thời gian tới, đó là điều kiện thuận lợi để bảo hiểm du lịch phát triển.

Thứ năm, Luật Đầu tư và Luật Doanh nghiệp có hiệu lực từ 1/7/2006 đều qui định các doanh nghiệp phải mua bảo hiểm theo qui định của pháp luật tạo điều kiện cho các doanh nghiệp bảo hiểm phát triển sản phẩm của mình.

Thứ sáu, cùng với việc nền kinh tế tăng trưởng trên 8%/năm trong đó có nhiều lĩnh vực tăng trưởng mạnh như đóng tàu, du lịch, hàng không, xuất nhập khẩu... tạo điều kiện cho bảo hiểm tăng trưởng mạnh.

Thứ bảy, bảo hiểm y tế tự nguyện đang được phép triển khai rộng rãi, các đơn vị bảo hiểm y tế đang đào tạo đại lý và bán bảo hiểm từ đầu năm nay. Đây là lực lượng cạnh tranh quyết liệt với bảo hiểm nhân thọ và nghiệp vụ bảo hiểm tai nạn con người.

2.2.2. *Những thách thức đối với sự phát triển của hoạt động bảo hiểm Việt Nam.*

Thứ nhất, các ngân hàng thương mại chưa dùng chiến dịch thu hút tiền gửi tiết kiệm thông qua tăng lãi suất và khuyến mại sẽ gây khó khăn không nhỏ cho bảo hiểm nhân thọ vì người dân có tiền dư thừa sẽ đem đi gửi ngân hàng để lấy lãi thay vì đem đi mua bảo hiểm.

Thứ hai, theo lộ trình thực hiện Hiệp định thương mại Việt - Mỹ, một số các qui định bảo hộ đối với doanh nghiệp bảo hiểm trong nước sẽ kết thúc vào cuối năm 2006, đòi hỏi các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước phải có sự chuẩn bị cả về chất và lượng để vẫn có thể đứng vững và cạnh tranh được sau khi cơ chế bảo hộ không còn nữa.

Thứ ba, sau khi Việt Nam gia nhập WTO thì cần mở rộng thị trường bảo hiểm, tăng cường hội nhập quốc tế và tăng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp bảo hiểm, đây là điều không dễ gì có được trong một sớm một chiều.

Thứ tư, ngay tại thị trường trong nước, xu hướng giao thoa giữa ngân hàng và bảo hiểm thể hiện rõ trong năm 2006, càng tăng thêm các đầu mối cung cấp dịch vụ, cạnh tranh ngày càng lớn hơn. Nhiều ngân hàng đã và đang khởi động kế hoạch lấn sân trên thị trường bảo hiểm.

Tóm lại, thị trường bảo hiểm Việt Nam thời gian qua hoạt động rất sôi nổi, từng bước mở cửa, hội nhập vào thị trường bảo hiểm thế giới. Các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam từng bước trưởng thành cả về số lượng và chất lượng, sẵn sàng cạnh tranh và hội nhập quốc tế, ngành bảo hiểm không những làm tốt vai trò là tấm lá chắn của nền kinh tế mà còn góp phần không nhỏ vào sự phát triển chung của nền kinh tế - xã hội. Chắc chắn trong tương lai ngành bảo hiểm sẽ còn phát triển mạnh hơn và có những đóng góp tích cực hơn nữa cho sự phát triển chung của đất nước.

CHƯƠNG II

NHỮNG XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM THẾ GIỚI.

Có thể nói, những thành tựu của cuộc cách mạng khoa học - kỹ thuật, nhất là trong lĩnh vực công nghệ thông tin đã mang lại rất nhiều những tiện ích và đang từng ngày góp phần vào sự phát triển chung của nền kinh tế thế giới. Bên cạnh đó, những sự thay đổi về chính trị, xã hội trên toàn cầu cũng có tác động không nhỏ đến sự phát triển chung cũng như những xu hướng phát triển mới xuất hiện của thị trường nói chung và thị trường bảo hiểm nói riêng. Thị trường bảo hiểm, một bộ phận quan trọng của thị trường tài chính đang ngày càng chứng tỏ được vai trò của nó bằng sự phát triển như vũ bão. Những xu hướng phát triển trên thị trường này đang ngày càng rõ rệt, có ảnh hưởng sâu rộng đến thị trường thế giới nói chung và thị trường bảo hiểm từng quốc gia nói riêng. Điều đó càng cho thấy được mối liên kết chặt chẽ và phụ thuộc lẫn nhau của các quốc gia, đặc biệt trong lĩnh vực tài chính. Thị trường thế giới nói chung và thị trường bảo hiểm thế giới nói riêng đang thật sự mở cửa, hội nhập và toàn cầu hoá, mang lại nhiều cơ hội và cả những thách thức cho sự phát triển trong tương lai, đòi hỏi mỗi quốc gia phải nhanh chóng bắt kịp và thích nghi với nó.

I. XU HƯỚNG MỞ CỬA, TỰ DO HOÁ THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA

1. Nội dung xu hướng mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa.

Trên thị trường bảo hiểm thế giới, ngoài xu thế liên doanh, sáp nhập, mua lại... còn có một biểu hiện khác của quá trình toàn cầu hoá nền kinh tế quốc tế và cũng là hệ quả tất yếu của quá trình liên doanh, sáp nhập, mua lại. Đó là việc các quốc gia đang có xu hướng mở cửa và tự do hoá thị trường bảo hiểm nội địa. Do nhu cầu cũng như điều kiện của mỗi quốc gia khác nhau nên việc mở cửa diễn ra với hai mức độ khác nhau:

1.1. Mở cửa hạn chế thị trường bảo hiểm

Mở cửa hạn chế thị trường bảo hiểm là quá trình mở cửa dần dần, từng bước thị trường bảo hiểm trong nước thông qua việc đề ra những hạn chế nhất định đối với việc thành lập và hoạt động của các công ty bảo hiểm nước ngoài để đạt được những mục tiêu chung do Chính phủ mỗi nước đề ra.

Mô hình này diễn ra phổ biến nhất ở Nhật Bản và Liên minh châu Âu.

Tại Nhật Bản, Chính phủ thường khuyến khích việc tiêu dùng hàng hoá nội địa và không muốn mở cửa bất cứ ngành nào. Tuy nhiên, trước sức ép của tình trạng suy thoái kinh tế và xu hướng quốc tế hoá, toàn cầu hoá trong những năm gần đây đã buộc Nhật Bản phải mở cửa từng bước thị trường trong nước, trong đó có thị trường bảo hiểm. Theo chính sách của Nhật, các công ty nước ngoài chỉ cần thông báo cho các cơ quan chức năng của Nhật Bản về hoạt động kinh doanh của mình là đã có thể hoạt động ở nước này. Sự mở cửa thị trường của Nhật Bản được thể hiện ở chỗ Chính phủ nước này cho phép tự do hoá tỷ lệ phí bảo hiểm của một số nghiệp vụ bảo hiểm, xoá bỏ lệnh cấm môi giới trong hoạt động bảo hiểm...

Không giống như Nhật Bản trước đây đóng cửa hoàn toàn thì các nước trong khối Liên minh châu Âu lại mở cửa hoàn toàn thị trường bảo hiểm đối với các nước thành viên, song lại có một hạn chế nhất định đối với các nước bên ngoài khối. Sự hạn chế thể hiện ở chỗ Liên minh này không chấp nhận loại hình bảo hiểm bắt buộc của các công ty bảo hiểm nước ngoài. Thậm chí một số nước như Đan Mạch, Italia, Bồ Đào Nha... còn hạn chế về phạm vi nghiệp vụ bảo hiểm do công ty của các nước không phải là thành viên của EU triển khai ở nước họ.

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến quá trình mở cửa hạn chế thị trường bảo hiểm. Nếu như Nhật Bản và Liên minh châu Âu mở cửa hạn chế vì không muốn chia sẻ thị phần bảo hiểm trong nước cho các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài thì đối với một số nước đang phát triển, đặc biệt là các nước Đông Nam Á lại khác. Các nước này hạn chế mở cửa thị trường bảo hiểm nhằm bảo hộ cho ngành bảo hiểm còn non trẻ trong nước. Ví dụ như Malaysia có qui định về hạn chế cổ phần của bên nước ngoài trong công ty liên doanh bảo hiểm(từ 30% đến tối đa

là 50%), ưu tiên cho các công ty bảo hiểm nước ngoài có kỹ thuật bảo hiểm tiên tiến, ngoài ra hết sức cố gắng để mức phí giữ lại trong nước đạt tỷ lệ cao nhất. Tại Thái Lan, Chính phủ đã đưa ra nhiều hạn chế đối với các công ty bảo hiểm nước ngoài trong việc thành lập và hoạt động tại Thái Lan để bảo vệ cho ngành bảo hiểm trong nước đang trong quá trình phát triển. Cụ thể là muốn thành lập và hoạt động tại Thái Lan, một công ty bảo hiểm nước ngoài cần được Nội các Thái Lan thông qua và có giấy phép do Bộ trưởng ký. Thái Lan còn qui định về mức góp vốn, tỷ lệ lao động nước ngoài (chỉ cho phép các nhân viên quản lý cấp cao vào Thái Lan còn các chuyên gia và cán bộ kỹ thuật nước ngoài vào Thái Lan làm việc phải có sự phê chuẩn của Hội đồng bảo hiểm Thái Lan). Mục đích chủ yếu của những quy định này là để bảo hộ cho thị trường bảo hiểm trong nước đồng thời tranh thủ học hỏi những kinh nghiệm kinh doanh tiên tiến trên thị trường bảo hiểm nước ngoài, đào tạo chuyên môn cho đội ngũ cán bộ bảo hiểm trong nước để làm cho thị trường bảo hiểm nước nhà ngày một lớn mạnh. Đó chính là mục tiêu cũng như điểm chung trong chính sách mở cửa hạn chế thị trường bảo hiểm của các nước đang phát triển.

Tuy nhiên, trong tương lai, trước sức ép của quá trình toàn cầu hoá thì cả Nhật Bản cũng như các nước đang phát triển ở Đông Nam Á sẽ phải giảm dần các hạn chế để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài thâm nhập vào thị trường bảo hiểm của mình, tiến tới một thị trường bảo hiểm chung trên toàn cầu.

1.2. Mở cửa hoàn toàn thị trường bảo hiểm

Khác với mở cửa hạn chế thị trường bảo hiểm, mở cửa hoàn toàn thị trường bảo hiểm là quá trình mở cửa gần như triệt để thị trường bảo hiểm trong nước, xoá bỏ gần như mọi rào cản về thành lập và hoạt động đối với các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài nhằm đưa thị trường bảo hiểm trong nước hoàn toàn hội nhập vào thị trường bảo hiểm thế giới.

Trong xu thế toàn cầu hoá, đứng trước tình trạng yếu kém về năng lực, hạn chế về nguồn bảo hiểm trong nước, đồng thời lại bị sức ép từ các nước phát triển đòi mở cửa thị trường bảo hiểm, một số nước đang và kém phát triển đã

phải dành rất nhiều những ưu đãi về quyền hoạt động kinh doanh cho các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài trong quá trình mở cửa thị trường bảo hiểm.

Tại Chile, Chính phủ nước này không có hạn chế gì đặc biệt đối với các công ty nước ngoài trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm tại đây.

Chính phủ Nam Phi cũng không hạn chế hoạt động tham gia thị trường bảo hiểm, đồng thời còn có chế độ đãi ngộ đối với công ty bảo hiểm tài sản và nhân thọ, chỉ hạn chế về mặt môi giới và tái bảo hiểm đối với bảo hiểm nhân thọ.

Đài Loan lại là một nước có nền kinh tế và ngành bảo hiểm phát triển rất nhanh, đã bắt đầu mở cửa với Mỹ từ 1986. Đến 1995, Chính phủ nước này đã mở cửa toàn diện thị trường bảo hiểm. Chỉ cần thoả mãn hai điều kiện (Công ty đã hoạt động đạt kết quả tốt; tình hình tài chính trong 3 năm trước đó đều ổn định và trong vòng 5 năm chưa bị cơ quan chủ quản của nước đó xử phạt về hành vi làm ăn trái pháp luật) là bất cứ công ty bảo hiểm nước ngoài nào cũng có thể đặt chi nhánh hoặc thành lập công ty liên doanh, công ty 100% vốn nước ngoài tại Đài Loan.

Tại Hồng Kông, Chính phủ cũng ủng hộ tuyệt đối nền kinh tế thị trường tự do nên ngành bảo hiểm ở Hồng Kông thực sự được quốc tế hoá. Đến 1-1-1998, tại đây đã có 19 công ty bảo hiểm hỗn hợp và 45 công ty bảo hiểm nhân thọ thuần tuý. Đây là một con số rất rõ ràng minh chứng cho sự phát triển như vũ bão của thị trường bảo hiểm Hồng Kông nói riêng và nền kinh tế Hồng Kông nói chung. Trong số các công ty trên thì chỉ có 9 công ty bảo hiểm hỗn hợp và 8 công ty bảo hiểm nhân thọ thuần tuý là đăng kí thành lập tại Hồng Kông, các công ty còn lại được đăng kí thành lập ở các nước khác, ví dụ như Anh, Pháp, Mỹ, Canada...

2. Ảnh hưởng của xu hướng mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa.

Có thể nói, dù dưới hình thức mở cửa hạn chế hay mở cửa hoàn toàn thị trường bảo hiểm thì các nước cũng đang dần có xu hướng tự do hoá thị trường bảo hiểm nước mình. Điều đó cho thấy xu hướng toàn cầu hoá đang được xác lập trên mọi lĩnh vực của nền kinh tế thế giới, trong đó có bảo hiểm. Tác dụng của xu hướng tự do hoá được thể hiện ở chỗ:

Thứ nhất, tự do hoá trong bảo hiểm mang lại một động lực lớn cho việc đổi mới các sản phẩm dịch vụ và các hình thức phân phối trên thị trường bảo hiểm, đồng thời làm cho sự cạnh tranh diễn ra trên thị trường diễn ra mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp bảo hiểm phải luôn có sự đổi mới, cải tiến trên mọi phương diện, từ sản phẩm, chất lượng sản phẩm đến giá cả, nghệ thuật chăm sóc khách hàng... Tự do hoá mang lại cơ hội kinh doanh cũng như thách thức cho các doanh nghiệp bảo hiểm. Nếu các doanh nghiệp bảo hiểm biết nhanh nhạy nắm bắt lấy thời cơ thì đây chính là “cơ hội vàng” để phát triển hùng mạnh hơn và thu được doanh thu, lợi nhuận lớn, đạt được các mục tiêu đề ra. Nhưng toàn cầu hoá, mở cửa thị trường cũng đặt ra nguy cơ lớn, nếu các doanh nghiệp bảo hiểm không có đủ khả năng và tiềm lực để bắt kịp với sự phát triển như vũ bão của nó thì sẽ bị thất bại, đào thải khỏi thị trường.

Thứ hai, tự do hoá cũng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp thu công nghệ mới, sản phẩm mới, dịch vụ mới, đặc biệt là công nghệ quản lý mới để tăng cường hơn nữa sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Điều này là vô cùng quan trọng đối với các doanh nghiệp bảo hiểm của các nền kinh tế có thị trường bảo hiểm còn non trẻ như Việt Nam. Nó sẽ giúp cho các thị trường bảo hiểm non trẻ của nhiều nước, đặc biệt là các nước đang phát triển có điều kiện học hỏi những kinh nghiệm quý báu của các nước phát triển, tạo điều kiện rút ngắn khoảng cách về phát triển trong tương lai.

Thứ ba, tự do hoá sẽ mang đến nhiều lựa chọn hơn cho khách hàng. Mở cửa đồng nghĩa với việc sẽ có nhiều doanh nghiệp nước ngoài nhảy vào kinh doanh làm cho thị trường trong nước sôi động hơn, cung cấp các sản phẩm đa dạng hơn. Đồng thời, do phải cạnh tranh với nhau để tồn tại và phát triển nên người tiêu dùng sẽ có cơ hội sử dụng những dịch vụ với giá cả phải chăng hơn, chất lượng phục vụ tốt hơn, thoả mãn tốt hơn nhu cầu cũng như mong muốn của họ.

Thứ tư, mở cửa thị trường sẽ tạo điều kiện cho thị trường phát triển một cách năng động hơn, dễ dàng chống đỡ và bắt kịp trước những tác động bất ngờ từ bên ngoài. Đây là một đòi hỏi vô cùng quan trọng, không chỉ đối với thị

trường bảo hiểm nói riêng mà còn đối với toàn bộ nền kinh tế để đáp ứng nhu cầu hội nhập sâu, rộng và toàn diện vào nền kinh tế toàn cầu trong tương lai.

Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực thì sự tự do hóa cũng đem lại những tác động tiêu cực. Đó là nếu chưa có sự chuẩn bị tốt mà đã mở cửa thị trường để cho các doanh nghiệp nước ngoài ồ ạt nhảy vào khiến cho các doanh nghiệp còn non trẻ trong nước không thể nào chống đỡ nổi trước sức mạnh của làn sóng cạnh tranh thì sẽ gây ra rối loạn thị trường nội địa, gây mất bình ổn trên thị trường bảo hiểm nói riêng đồng thời mang lại những hậu quả khôn lường đối với nền kinh tế nói chung. Chính bởi vậy, mỗi Chính phủ cần có sự cân nhắc, tính toán cẩn thận xem thị trường nước mình có thể mở cửa đến mức độ nào, để đảm bảo vừa hội nhập nhưng vẫn duy trì được sự an toàn cho thị trường trong nước. Bên cạnh đó, Chính phủ mỗi nước cũng cần đề ra một lộ trình hội nhập hợp lý cho toàn bộ nền kinh tế nước mình cũng như từng thị trường đơn lẻ trước sức ép mở cửa hội nhập từ bên ngoài mà vẫn đảm bảo được sự phát triển nhanh, an toàn và bền vững trong tương lai.

II. XU HƯỚNG HÌNH THÀNH MÔ HÌNH NGÂN HÀNG - BẢO HIỂM.

1. Nội dung của xu hướng hình thành mô hình ngân hàng - bảo hiểm.

Từ những năm 80 của thế kỷ 20, các quan điểm về mô hình “ngân hàng - bảo hiểm” đã hình thành ở Pháp do những sản phẩm bảo hiểm nhân thọ được bán ra như một phần trong danh mục sản phẩm của ngân hàng thì sẽ được miễn thuế. Ngày nay, mặc dù lợi thế về thuế không còn nữa nhưng nó ngày càng trở thành một xu hướng phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới những năm gần đây. Thị trường bảo hiểm thế giới đã quen thuộc với thuật ngữ Bancassurance, một khái niệm nhằm chỉ sự kết hợp giữa sản phẩm ngân hàng và dịch vụ bảo hiểm nhằm gia tăng giá trị bảo hiểm, một kênh phân phối bảo hiểm hết sức hiệu quả hiện nay. Sự phát triển của mô hình kinh doanh “ngân hàng - bảo hiểm” nổi bật trong những năm qua diễn ra ở thị trường bảo hiểm khu vực châu Âu, Mỹ la tinh và châu Á. Thực chất của mô hình “ngân hàng - bảo hiểm” là sự liên doanh, liên

kết hay sáp nhập giữa ngân hàng và doanh nghiệp bảo hiểm nhằm mục đích cung cấp các sản phẩm tiện ích hơn có được từ sự liên kết ngân hàng - bảo hiểm(ví dụ như sản phẩm bảo hiểm tài sản thế chấp khi cho vay thế chấp, bảo hiểm nhân thọ tín dụng Credit Life Insurance...), mở rộng phạm vi kinh doanh, tăng thêm sức mạnh cũng như cơ hội trong kinh doanh...

1.1. Mô hình ngân hàng - bảo hiểm ở khu vực châu Âu

Châu Âu là nơi đầu tiên mà mô hình Bancassurance hình thành. Ở các nước châu Âu, thị phần của Bancassurance đã tăng lên liên tục và hiện nay nó xê dịch trong khoảng 30-70% trong thị trường bảo hiểm nhân thọ và từ 10-20% trong thị trường bảo hiểm phi nhân thọ.⁽²⁰⁾

Những con số này sẽ còn tiếp tục tăng lên do quan điểm về Bancassurance ngày càng trở nên chuẩn xác hơn, và các ngân hàng ngày càng mở rộng cửa đối với hoạt động bảo hiểm khi họ chứng kiến nhiều trường hợp thành công. Các công ty đi tiên phong ở châu Âu là các Tập đoàn tài chính(Financial Conglomerates) như Fortis, ING và Rabobank của Hà Lan, các Liên minh chặt chẽ như Citibanks với CIV của Đức và HSBC/Erisa ở Pháp. Việc Allianz (một công ty bảo hiểm hàng đầu của Đức) mua lại Dresdner (một ngân hàng đứng thứ ba của Đức) trong năm 2002 cũng đã cho thấy tầm quan trọng ngày càng tăng của quan điểm Bancassurance.

Một trong những nguyên nhân khiến các ngân hàng châu Âu tham gia vào thị trường “ ngân hàng- bảo hiểm” là vì nếu có thể tận dụng mạng lưới các chi nhánh của mình để bán các sản phẩm bảo hiểm thì họ sẽ có thêm thu nhập. Các khả năng khai thác tiềm năng bán hàng xen kẽ của mạng lưới khách hàng sẵn có đã trở thành hiện thực nhờ những thay đổi về pháp luật. Với việc tăng số lượng sản phẩm khách hàng có thể mua được từ cùng một ngân hàng, sự gắn bó của họ với ngân hàng sẽ được củng cố. Nhờ khai thác các thương vụ sẵn có, các ngân hàng dễ tạo ra các mối thiện cảm đối với các sản phẩm bảo hiểm. Bảo hiểm tài sản thế chấp khi cho vay thế chấp, bảo hiểm nhân thọ tín dụng(Credit life) khi cho vay tiền để mua ô tô, bảo hiểm ô tô cho vay tiền để mua ô tô... là những ví dụ

²⁰ .Tập chí bảo hiểm -Tổng công ty bảo hiểm Việt Nam, số 3- T9/2005

về việc khai thác dịch vụ sẵn có của ngân hàng để bán bảo hiểm ở châu Âu. Các ngân hàng khéo lợi dụng hình ảnh đẹp, uy tín và sự ổn định tài chính của mình để chiếm được lòng tin của khách hàng. Đồng thời vì có chi phí bán hàng thấp, sử dụng một cách hiệu quả công cụ điểm bán hàng (Points of sale) nên ngân hàng có sức cạnh tranh hơn một doanh nghiệp bảo hiểm đơn thuần và có điều kiện để bán nhiều sản phẩm đơn giản với giá thấp hơn. Nhờ vào những bí quyết đó mà mô hình Bancassurance đã hết sức thành công ở châu Âu.

1.2. Mô hình ngân hàng - bảo hiểm ở khu vực Mỹ la tinh

Sự hình thành mô hình kinh doanh “ ngân hàng- bảo hiểm” ở khu vực Mỹ la tinh bắt đầu bằng sự liên doanh giữa một ngân hàng địa phương với một công ty bảo hiểm nước ngoài phát triển và hình thành theo cấu trúc công ty cổ phần. Ngân hàng đã mua lại cổ phần sở hữu của công ty bảo hiểm nước ngoài đã từng tham gia liên doanh. Hiện ở khu vực Mỹ la tinh, ngân hàng đóng vai trò chi phối ngành bảo hiểm. Tại Brazil, ngân hàng nắm giữ tới trên 65% quyền kiểm soát thị trường bảo hiểm. Các bên tham gia liên doanh thường thoả thuận liên doanh theo mô hình “ ngân hàng - bảo hiểm” để tạo thêm nguồn vốn và tạo lập giá trị cổ đông, tăng sức mạnh cạnh tranh trên thị trường kinh doanh. Hoạt động kinh doanh theo mô hình này đã rất thành công ở thị trường Mỹ la tinh. Nhờ mô hình này mà tỷ lệ phần trăm khách hàng của ngân hàng đã mua sản phẩm bảo hiểm, qua đó mà ngân hàng cũng làm tăng khách hàng cho bảo hiểm và bảo hiểm cũng làm tăng khách hàng cho ngân hàng (Mặc dù là rất nhỏ). Nhờ vậy mà doanh thu, lợi nhuận cho những hoạt động kinh doanh này đã tăng trưởng nhiều trong những năm gần đây.

Trong mô hình tổ chức theo kiểu liên doanh giữa một công ty bảo hiểm nước ngoài và một ngân hàng Mỹ la tinh, công ty bảo hiểm nước ngoài đã phải trả tiền để hưởng quyền sử dụng khách hàng cơ sở của ngân hàng đó. Sau một thời gian theo thoả thuận, những hoạt động này sẽ chuyển từ liên doanh sang mô hình công ty mẹ, công ty con và ngân hàng sẽ là người chủ sở hữu chính. Như vậy, phần lớn thành công có được là nhờ hoạt động liên doanh, nhưng cũng có thể trở thành bất khả thi nếu không có sự chuyển giao kiến thức của nhà bảo

hiểm sang cho ngân hàng. Như vậy đòi hỏi giữa ngân hàng và bảo hiểm phải có một mối quan hệ khá tin cậy lẫn nhau để công ty bảo hiểm sẽ tiến hành đào tạo cho nhân viên của ngân hàng về những nghiệp vụ bảo hiểm, hoặc sẽ có sự di chuyển về mặt nhân sự giữa hai bên. Có như vậy thì mục đích và hiệu quả liên doanh mới có thể đạt được. Muốn cho mô hình này hoạt động hiệu quả thì cần có một đội ngũ nhân viên vừa tinh thông về nghiệp vụ ngân hàng lại vừa nắm vững những kiến thức về bảo hiểm cũng như các loại hình bảo hiểm mà doanh nghiệp đang kinh doanh, đồng thời lại biết phát huy tối đa mối quan hệ sẵn có với khách hàng của ngân hàng. Đây là điều không phải là quá khó khăn để đạt được song cũng cần một thời gian cũng như có một phương thức hợp lý để vừa tiết kiệm được sức người, sức của, thời gian mà lại thu được hiệu quả cao.

1.3. Mô hình ngân hàng - bảo hiểm ở khu vực châu Á

Tại khu vực châu Á, sự phát triển của mô hình này chỉ mới bắt đầu. Do nhu cầu tìm kiếm nguồn thu từ ngân hàng và các kênh phân phối khác để mở rộng qui mô của thị trường bảo hiểm nên nhiều công ty bảo hiểm đang ngày càng chú ý đến mô hình “ngân hàng- bảo hiểm”. Hơn thế nữa, sự cạnh tranh rất mạnh trên thị trường khiến cho các ngân hàng và công ty dịch vụ đều tìm kiếm các biện pháp giành dịch vụ một cách ít tốn kém nhất, vì thế mà sự kết hợp của mô hình “ngân hàng - bảo hiểm” hứa hẹn sẽ tăng lên đáng kể trong thời gian tới.

Qua một số vụ liên doanh và sáp nhập giữa ngân hàng và công ty bảo hiểm ở châu Á, chúng ta có thể thấy được vai trò quan trọng của mô hình “ngân hàng - bảo hiểm” trên thị trường bảo hiểm. Kinh nghiệm ở Mỹ la tinh cho thấy rằng loại hình doanh nghiệp này đang phát triển và tạo ra một mô hình phân loại khác để cạnh tranh với mô hình đại lý bảo hiểm truyền thống. Bởi lẽ, ngân hàng là một thực thể lớn mạnh và có mối quan hệ, thị trường và tiềm lực lớn hơn nhiều so với đại lý đơn thuần trong mô hình đại lý bảo hiểm truyền thống. Do đó mà trong những năm vừa qua ở châu Á người ta đã chứng kiến sự gia tăng liên tục của mô hình này, tuy nhiên ở các cấp độ khác nhau. Giống như một số nước Mỹ la tinh, vị thế hùng mạnh của ngân hàng thường tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng trong việc điều hành kinh doanh của mô hình này. Tuy nhiên, điểm

khác biệt so với khu vực Mỹ la tinh là phần lớn các ngân hàng ở châu Á chỉ tham gia ở mức độ hạn chế vào hoạt động liên doanh cho nên mức độ hợp tác thường thấp. Ngoài ra còn một điểm khác biệt nữa giữa mô hình “ngân hàng - bảo hiểm” ở châu Á so với khu vực Mỹ la tinh là tại châu Á không có một mô hình nào mang tính đặc thù hay điển hình chung cho cả khu vực. Mỗi một sự liên kết lại có một đặc điểm riêng có của nó bên cạnh những đặc điểm chung nhất định.

Trước cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997 ở châu Á mô hình “ ngân hàng - bảo hiểm” rất ít được quan tâm do tại thời điểm này các ngân hàng đang hoạt động rất hiệu quả, các công ty bảo hiểm hàng đầu cũng thu được những kết quả hết sức tốt đẹp từ các hoạt động kinh doanh của họ. Tuy nhiên, chính cuộc khủng hoảng tài chính châu Á 1997 đã đóng vai trò là chất xúc tác cho quá trình thay đổi hoạt động kinh doanh. Các ngân hàng phải đối mặt với sự mất cân đối về tài chính và sự cạnh tranh quyết liệt hơn. Điều đó khiến họ phải tìm đến những nguồn thu khác trên thị trường để bù đắp lại sự thiếu hụt đó. Chính điều này đã mang lại một hướng đi mới cho các doanh nghiệp bảo hiểm. Hai đối tác gặp nhau và cho ra đời mô hình “ ngân hàng - bảo hiểm” ở châu Á. Sự kiện đầu tiên và cũng là lớn nhất đánh dấu sự ra đời của mô hình này ở châu Á là việc ngân hàng phát triển Singapore bán đi khối hoạt động kinh doanh của họ năm 2001(Tổng Công ty trách nhiệm hữu hạn Bảo hiểm Singapore) cho Aviva. Công ty Maybank của Malaysia, một công ty bảo hiểm tiêu biểu trong năm 2000 là một ví dụ tốt về quan điểm “ngân hàng bảo hiểm” thành công. Tại Trung Quốc và Ấn Độ, hai thị trường bảo hiểm tiềm năng của châu Á, mặc dù thị trường còn khá non trẻ song cũng đang dần xuất hiện mô hình “ ngân hàng- bảo hiểm”. Thông qua việc chuẩn hoá mức phí dịch vụ trong lĩnh vực “ ngân hàng - bảo hiểm”, Chính phủ Trung Quốc sẽ thúc đẩy sự hợp tác giữa các ngân hàng và công ty bảo hiểm. Việc các ngân hàng nâng mức phí phân phối dịch vụ cho các công ty bảo hiểm từ 1% trong năm 2001 lên mức 3,5% trong năm 2005 sẽ tạo một ưu thế mới về chi phí của các sản phẩm “ ngân hàng - bảo hiểm” và có tác động đáng kể đối với sự phát triển ngành bảo hiểm của Trung Quốc. Tại Đài Loan, hoạt động của bảo hiểm nhân thọ qua kênh Bancassurance cũng hết sức

thành công, đạt mức tăng trưởng 37,5% về phí dịch vụ trong năm 2005 với mức doanh thu phí là 203,1 tỷ Đô la Đài Loan(6,3 tỷ USD).(21)

Tại thị trường Hàn Quốc, hoạt động qua kênh Bancassurance cũng hết sức phát triển với nhiều liên kết khác nhau như giữa ngân hàng Kookmin và tập đoàn ING của Hà Lan, giữa ngân hàng Hana và Allianz, giữa ngân hàng Shinhan và Cardif(thuộc ngân hàng BNP của Pháp)...Hoạt động Bancassurance ở Hàn Quốc đã phát triển rất cao, khá phức tạp và có sự phân hoá rõ ràng giữa các mức độ liên kết khác nhau.

Có thể nói, mặc dù vẫn đang trong giai đoạn khởi đầu song trong tương lai không xa chắc chắn mô hình “ ngân hàng - bảo hiểm” sẽ có đóng góp to lớn trong việc củng cố hình ảnh của thị trường bảo hiểm châu Á.

Ngoài hai khu vực Mỹ la tinh và châu Á thì mô hình “ ngân hàng - bảo hiểm” cũng đang được quan tâm và đánh giá cao tại Mỹ. Trong năm 2002, sự sáp nhập của Citibank và Travelers đã cho thấy sự xuất hiện của xu hướng này ở đây. Gần đây, thông qua mục tiêu đã được công bố của việc Bank One mua lại Zurich's Insurance Operation chúng ta có thể thấy rằng lý do chủ yếu của vụ mua bán này chính là để khẳng định cho sự ra đời chính thức của mô hình “ ngân hàng - bảo hiểm” tại Mỹ.

Không chỉ có Bancassurance phát triển mà cùng với sự phát triển của thương mại điện tử với các mô hình E- commerce, E- Bussiness thì trên thế giới ngày nay cũng đang dần xuất hiện mô hình E- Bancassurance. Với sự ra đời và phát triển của mô hình này, chắc chắn sẽ hứa hẹn một tương lai tốt đẹp cho sự bùng nổ của mô hình “ ngân hàng - bảo hiểm” trong tương lai.

2. Ảnh hưởng của xu hướng hình thành mô hình ngân hàng - bảo hiểm.

Có thể nói, trong những năm qua xu hướng trên đang dần được hình thành và đánh giá cao do một số nguyên nhân sau:

Thứ nhất, việc liên doanh giữa ngân hàng và bảo hiểm sẽ giúp các doanh nghiệp bảo hiểm có thể mở rộng được thị trường của mình, lôi kéo được nhiều

²¹ Website: <http://www.baoviet.com.vn> (phân tin tức tài chính quốc tế, cập nhật ngày 15/09/2006)

khách hàng hơn thông qua mạng lưới khách hàng cơ sở của ngân hàng. Ngân hàng vốn đã có mối quan hệ tốt với các khách hàng lâu năm của mình, do đó nếu liên minh “ngân hàng - bảo hiểm” có thể khai thác hệ thống khách hàng này một cách hiệu quả thì chắc chắn thị phần của các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ được gia tăng đáng kể, các sản phẩm bảo hiểm bán ra sẽ ngày càng nhiều hơn và bảo hiểm sẽ càng có khả năng để đi đến từng ngõ ngách của đời sống xã hội, gần gũi hơn với mọi tầng lớp nhân dân. Doanh nghiệp bảo hiểm nào càng có thể xây dựng được mối quan hệ liên kết với các ngân hàng lớn, có uy tín, có hệ thống khách hàng đông đảo thì càng có khả năng nâng cao thị phần cũng như phát triển trong tương lai.

Thứ hai, việc liên doanh giữa ngân hàng và bảo hiểm sẽ có tác động kép, mở ra một hướng đi mới cho cả hai doanh nghiệp trong bối cảnh hoạt động kinh doanh ngày càng khó khăn hơn, cạnh tranh ngày càng gay gắt và bằng nhiều thủ đoạn tinh vi hơn. Quá trình này sẽ giúp cho các ngân hàng tăng trưởng lợi nhuận, đa dạng loại hình kinh doanh, phân tán rủi ro và thâm nhập sang một lĩnh vực mới nhằm tìm kiếm cơ hội phát triển. Các doanh nghiệp bảo hiểm cũng có công ty mẹ (ngân hàng) để giúp chống đỡ lại trước các biến cố bất ngờ của thị trường, mở rộng qui mô, mạng lưới hoạt động, tăng cường tiềm lực và nâng cao năng lực cạnh tranh để ngày càng phát triển. Càng ngày càng có nhiều cơ hội kinh doanh hơn song rủi ro cũng ngày càng gia tăng nên nếu các doanh nghiệp (cả ngân hàng và bảo hiểm) có thể đa dạng hoá loại hình kinh doanh để lấy lợi nhuận từ hoạt động này bù đắp cho hoạt động khác thì đó chính là một chiến lược an toàn cho sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn trong tương lai.

Thứ ba, kết quả của mô hình này sẽ làm đa dạng hoá các sản phẩm bảo hiểm. Sẽ không chỉ có sản phẩm bảo hiểm đơn thuần mà sẽ là bảo hiểm kết hợp với ngân hàng, ví dụ như bảo hiểm tài sản thế chấp khi cho vay thế chấp, bảo hiểm nhân thọ tín dụng (Credit life) khi cho vay tiền để mua ô tô, bảo hiểm ô tô cho vay tiền để mua ô tô. Đây cũng là sự gợi mở để tiến tới trong tương lai sẽ có sự kết hợp của bảo hiểm và các lĩnh vực khác như bảo hiểm với bưu điện, viễn thông.... Mục tiêu là có được những sản phẩm tiện ích quan trọng, có chất lượng

cao và khác biệt hơn để thoả mãn nhu cầu của khách hàng, tạo điều kiện cho thị trường bảo hiểm phát triển.

Thứ tư, sự thành công của mô hình này sẽ mang lại một kênh phân phối bảo hiểm hết sức hiệu quả. Từ trước đến nay, các doanh nghiệp bảo hiểm vẫn thường sử dụng kênh phân phối truyền thống là qua đại lý và môi giới. Tuy nhiên, cùng với sự phát triển của nền kinh tế thế giới cũng như khoa học kỹ thuật, đặc biệt là công nghệ thông tin và Internet thì càng ngày càng có nhiều kênh phân phối mới ra đời. Đó không chỉ là Bancassurance mà còn là Telemarketing, Directmarketing, Post - Assurance, Cybermarketing, Allfinanz, bán hàng qua siêu thị... Nếu mô hình Bancassurance thành công thì nó sẽ cùng với kênh phân phối hiện đại khác góp phần thúc đẩy quá trình giới thiệu và bán các sản phẩm bảo hiểm đến tận tay người tiêu dùng. Đặc biệt, với những đặc thù và lợi thế riêng của mình, chắc chắn mô hình này sẽ phát huy được tác dụng nếu như các doanh nghiệp bảo hiểm cũng như các quốc gia thực sự hiểu và có những chính sách phù hợp tạo điều kiện cho nó phát triển.

Tuy nhiên, mỗi một quốc gia cũng như doanh nghiệp bảo hiểm nào cũng cần lưu ý rằng cũng như bất kỳ một mô hình nào khác, Bancassurance không phải là một mô hình tuyệt đối đa năng và hoàn hảo. Trong một thời gian ngắn sắp tới có thể nó sẽ chiếm ưu thế nhưng đến một lúc nào đó nó cũng có thể trở thành lạc hậu. Do vậy, về phía Chính phủ các nước cần có một cơ chế quản lý hợp lý sao cho vừa tạo điều kiện cho nó phát triển đồng thời vẫn có thể kiểm soát tốt và đối phó lại những nhược điểm của nó. Các doanh nghiệp bảo hiểm muốn thành công cần phải nắm bắt được sự thay đổi và quản lý được sự thay đổi đó để mang lại lợi nhuận cho mình. Có như vậy mới đảm bảo sự phát triển lâu dài và bền vững cho các doanh nghiệp bảo hiểm nói riêng và toàn bộ thị trường bảo hiểm nói chung.

III. XU HƯỚNG GIA TĂNG CÁC KHỐI LIÊN MINH CHIẾN LƯỢC.

1. Nội dung của xu hướng gia tăng các khối liên minh chiến lược và diễn biến của nó

Những năm cuối của thế kỷ 20, nền kinh tế thế giới đã chứng kiến sự sáp nhập của các công ty đa quốc gia hay các tập đoàn sản xuất kinh doanh hùng mạnh thành một công ty hay tập đoàn lớn hơn nhằm củng cố sức mạnh và tiềm lực tài chính. Điều đó đã gây không ít xáo trộn và ảnh hưởng khá lớn đến nền kinh tế thế giới. Có thể kể đến một số vụ sáp nhập như của hai công ty sản xuất ô tô hàng đầu thế giới là Daimler Chryslerr và Mercedess Benz, vụ sáp nhập của Công ty dịch vụ thông tin điện tử American Online (AOL) với hãng truyền thông Time Warner...

Thị trường bảo hiểm vốn rất nhạy cảm với những biến động trên thị trường cũng không thể nằm ngoài xu hướng đó. Xu hướng “gia tăng các khối liên minh chiến lược trong ngành bảo hiểm” là sự sáp nhập, mua lại lẫn nhau giữa các công ty bảo hiểm thuộc mọi lĩnh vực nhằm tăng cường khả năng tài chính, nâng cao chất lượng hoạt động, mở rộng thị phần và mang lại nhiều cơ hội mới cho sự phát triển...

Xu hướng này xuất hiện đầu tiên ở Anh, một trong những nước có thị trường bảo hiểm phát triển sớm nhất thế giới. Phải kể đến đầu tiên là sự kết hợp của hai tập đoàn bảo hiểm lớn nhất nước Anh, Royal Insurance với Sun Alliance để trở thành một trong những tập đoàn bảo hiểm hàng đầu châu Âu mang tên Royal & Sun Alliance. Tiếp theo là Commercial Union (CU) với General Acciden(GA) và cho ra đời tập đoàn CGU Insurance. Những năm gần đây, công ty Norwich Union cũng thông báo là dự định sáp nhập với CGU để thành lập tập đoàn bảo hiểm mới lấy tên là CGUN, với tổng doanh thu phí bảo hiểm trên toàn thế giới và thu nhập từ đầu tư dự kiến sẽ khoảng 26 tỷ bảng Anh, đồng thời trở thành nhà cung cấp dịch vụ bảo hiểm phi nhân thọ lớn nhất nước Anh và công ty đầu tư vốn, bảo hiểm nhân thọ và hưu trí lớn thứ hai nước Anh, thứ năm ở châu Âu.

Không chỉ diễn ra ở Anh, xu hướng này còn xuất hiện ở nhiều nước khác. Mặc dù ra đời muộn hơn so với các nước khác, nhưng đến nay Nhật Bản đã đạt vị trí thứ hai thế giới về tổng doanh thu phí bảo hiểm. Xu hướng này cũng diễn ra hết sức sôi nổi ở Nhật Bản, tuy nhiên lại theo một hình thức khác. Xu hướng tại Nhật là khuyến khích việc liên minh chiến lược vượt xa các tổ chức Kereitsu hiện tại, đó là một mạng lưới các hãng chia sẻ cổ phần với nhau, thoả thuận kinh doanh với nhau và sáp nhập, mua lại vượt ra khỏi khuôn khổ bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ. Có thể kể đến là việc Secom Co., góp vốn vào Tokyo Fire & Marine hay liên kết giữa Chiyoda Fire & Marine với Toyota. Gần đây, Công ty bảo hiểm nhân thọ Dai - ichi Mutual (tài sản là 280 tỷ USD) và Công ty Bảo hiểm phi nhân thọ Yasuda (tài sản là 30 tỷ USD) cũng có thoả thuận liên doanh để cùng phát triển trong lĩnh vực mới.

Gần đây nhất cũng xảy ra một vụ sáp nhập lớn trong ngành bảo hiểm. Đó là việc tập đoàn AXA của Pháp mua lại đối tác Winterthur thuộc ngân hàng Credit Suisse của Thụy Sĩ với giá 7,9 tỷ Euro (9,9 tỷ USD) để củng cố hoạt động kinh doanh tại châu Âu và tăng cường xâm nhập các thị trường đang phát triển tại châu Á. AXA là một tập đoàn kinh doanh bảo hiểm lớn thứ ba thế giới, thứ hai ở châu Âu với tổng giá trị tài sản là 45,5 tỷ Euro (54,6 tỷ USD); chỉ sau tập đoàn AIG của Mỹ với 127,5 tỷ Euro (153 tỷ USD) và tập đoàn ING của Hà Lan với 61,9 tỷ Euro (74,28 tỷ USD). Còn Winterthur là một công ty bảo hiểm có hoạt động ở 17 quốc gia khác nhau nhưng chủ yếu là ở Thụy Sĩ (là công ty lớn thứ hai tại nước này) và Đức. AXA đã ký thoả thuận cuối cùng về việc mua toàn bộ Winterthur, và ngoài số tiền trên, AXA còn giúp công ty bảo hiểm của Thụy Sĩ thanh toán khoản nợ 1 tỷ Euro (1,2588 tỷ USD). Thương vụ này dự kiến sẽ được hoàn tất vào cuối năm nay.

Như vậy, ta có thể thấy là kết quả của việc liên kết sẽ cho ra đời các Công ty, Tập đoàn lớn mạnh hơn, cả về qui mô, tài sản, tiềm lực tài chính, doanh thu phí, mạng lưới nhân viên, khách hàng và thị trường. Sự liên kết có thể là giữa các công ty cùng trong lĩnh vực bảo hiểm (như mô hình ở Anh) hoặc giữa các công ty ở các lĩnh vực khác nhau (như mô hình ở Nhật)... Đây cũng là điều dễ hiểu bởi lẽ trong thời đại ngày nay, thị trường là toàn cầu hoá nên luôn có sự đan

xen giữa các loại thị trường khác nhau và các Công ty, Tập đoàn do đó cũng có xu hướng đầu tư kinh doanh trong nhiều lĩnh vực khác nhau để tìm kiếm thêm khách hàng, tăng doanh thu, lợi nhuận và phòng ngừa rủi ro trước những biến cố bất ngờ trên thị trường. Do đó, sau khi có sự sáp nhập, các Công ty, Tập đoàn mới này sẽ trở thành các “khối liên minh chiến lược” nhằm phục vụ cho sách lược riêng mà họ đã cùng cam kết lúc ban đầu, sẽ kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm và có thể mở rộng hơn nữa để phục vụ cho sự phát triển chung của tập đoàn họ.

2. Ảnh hưởng của xu hướng gia tăng các khối liên minh chiến lược.

Có thể nói trong tương lai xu thế này sẽ ngày càng phát triển hơn nữa do một số nguyên nhân sau:

Thứ nhất, gắn liền với quá trình toàn cầu hoá nền kinh tế quốc tế là sự cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn. Do đó các công ty bảo hiểm có qui mô nhỏ, hoạt động đơn lẻ, không có tiềm lực tài chính sẽ bị các đối thủ mạnh hơn đánh bại trên thị trường do không đủ sức cạnh tranh. Chính bởi vậy, hợp nhất sẽ giúp các doanh nghiệp này hoạt động hiệu quả hơn, tăng được tiềm lực về vốn, tiết kiệm được chi phí trong kinh doanh, nhân công và các chi phí quản lý khác, do đó mà tránh bị phá sản... Theo thống kê, chỉ sau 18 tháng hợp nhất, mỗi năm tập đoàn CGUN của Anh tiết kiệm được khoảng 250 triệu bảng Anh chi phí hoạt động và cắt giảm khoảng 5.000 nhân công. Như vậy, sự hợp nhất đã đem lại cho công ty hiệu quả kinh doanh tăng lên rõ rệt, vì thế cũng cải tiến được sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Điều này cũng hoàn toàn phù hợp với một qui luật trên thị trường bảo hiểm, đó là “cạnh tranh và liên kết”. Cạnh tranh càng khốc liệt, gay gắt hơn thì càng đòi hỏi các doanh nghiệp, dù lớn dù bé phải liên kết với nhau để có thể sống sót trước làn sóng cạnh tranh đó đồng thời cùng nhau phát triển. Thực tế cho thấy sự cạnh tranh huỷ diệt lẫn nhau rốt cuộc không mang lại lợi ích cho đại bộ phận xã hội vì nó sẽ dẫn đến độc quyền, người tiêu dùng sẽ không có nhiều lựa chọn cho các sản phẩm của mình, đồng thời doanh nghiệp độc quyền sẽ áp dụng giá cao nhưng lại không chú ý đến việc cải tiến nâng cao chất lượng sản phẩm và cung cấp dịch vụ bởi họ là nhà cung cấp sản

phẩm duy nhất trên thị trường. Đồi lại, cạnh tranh liên kết lại cho ra đời những Công ty, Tập đoàn lớn mạnh hơn về tài chính, có nhiều kinh nghiệm trong hoạt động kinh doanh cũng như cung ứng các sản phẩm có chất lượng ngày càng cao và đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng. Vì thế, cạnh tranh liên kết sẽ tạo điều kiện cho sự phát triển vững mạnh và lâu dài của thị trường nói chung và thị trường bảo hiểm nói riêng.

Thứ hai, do xu thế toàn cầu hoá nền kinh tế nên các công ty, tập đoàn kinh tế lớn đều có tham vọng được vươn rộng, vươn xa hoạt động kinh doanh của mình tới mọi ngõ ngách của thị trường, cả trong và ngoài nước, nhằm giành lấy thị phần trên thị trường để tăng doanh thu, nâng cao hơn nữa hiệu quả kinh doanh. Muốn như vậy, ngoài sự liên doanh, liên kết mua lại cổ phần...ở thị trường bảo hiểm trong nước thì các công ty, tập đoàn bảo hiểm lớn còn liên doanh liên kết hoạt động hoặc mua lại cổ phần ở thị trường nước ngoài để tăng cường sức mạnh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Điều đó sẽ tạo nên mối quan hệ gần gũi hơn và xoá dần đi sự cách biệt giữa thị trường trong nước và ngoài nước để tiến tới chỉ còn một thị trường chung là thị trường bảo hiểm thế giới.

Thứ ba, thực tế đã chứng minh rằng, cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, tự do hoá thương mại và toàn cầu hoá, thị trường bảo hiểm thế giới này càng phát triển mạnh mẽ và hoạt động ngày càng sôi nổi hơn, các Tập đoàn bảo hiểm lớn, có sức mạnh ngày càng kiểm soát chặt chẽ thị trường. Cho đến nay, các công ty bảo hiểm hàng đầu thế giới đã kiểm soát 60% thị trường, riêng năm tập đoàn tái bảo hiểm lớn nhất của Mỹ, Nhật, Anh, Đức, Pháp cũng đã kiểm soát tới 40% thị trường bảo hiểm thế giới. Điều đó sẽ thúc đẩy các doanh nghiệp phải liên minh với nhau nhằm nâng cao sức mạnh để có thể cạnh tranh được với những tập đoàn lớn này và ngày càng lớn mạnh hơn nữa.

Với diễn biến của xu hướng như trên, thị trường bảo hiểm thế giới trong thế kỷ này sẽ còn chứng kiến nhiều cuộc hợp nhất giữa các doanh nghiệp, tập đoàn bảo hiểm nhưng chắc chắn sẽ ở một tầm cao hơn, nội dung phong phú, sâu sắc hơn và qui mô cũng phức tạp hơn nhiều.

IV. XU HƯỚNG ĐẦU TƯ NHẪM BẢO TOÀN VÀ NHÂN VỐN

1. Nội dung của xu hướng đầu tư nhằm bảo toàn và nhân vốn

Có thể nói, kinh doanh bảo hiểm là một ngành kinh doanh khá đặc thù, nó không giống như đại bộ phận các ngành kinh doanh khác trong xã hội. Người kinh doanh bảo hiểm sẽ tiến hành nghiệp vụ thu phí bảo hiểm ngay sau khi hợp đồng bảo hiểm được ký kết. Sau đó, các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ thực hiện trách nhiệm của mình đối với khách hàng theo đúng như các cam kết trong hợp đồng bảo hiểm cũng như những tôn chỉ mà các doanh nghiệp bảo hiểm đã đặt ra và duy trì để giữ được uy tín và hình ảnh tốt đẹp trong mắt khách hàng. Chính vì lý do này mà người ta thường nói kinh doanh bảo hiểm có “ chu trình sản xuất ngược”. Nhờ thu phí trước của khách hàng mà các doanh nghiệp bảo hiểm luôn phải quản lý một nguồn vốn lớn và ổn định, còn gọi là vốn nhàn rỗi hay quỹ dự phòng nghiệp vụ của các doanh nghiệp bảo hiểm. Từ lâu nay, pháp luật các nước vẫn cho phép các doanh nghiệp bảo hiểm được sử dụng nguồn vốn này cho hoạt động đầu tư phát triển. Việc đầu tư để bảo toàn và nhân vốn vừa là quyền lợi, vừa là trách nhiệm của các doanh nghiệp bảo hiểm. Kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm chính là tổng thu trừ đi tổng chi. Nhưng hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp bảo hiểm không chỉ đo lường bằng lợi nhuận mà còn đo lường bằng khả năng huy động và sử dụng vốn một cách hiệu quả. Nếu như các doanh nghiệp bảo hiểm có thể gia tăng các nguồn thu thông qua các hoạt động đầu tư khác nhau và kiểm soát chi phí một cách có hiệu quả thì sẽ có thể nâng cao được lợi nhuận cũng như tiềm lực tài chính, uy tín và khả năng cạnh tranh trên thị trường. Thực tế kinh doanh đã cho thấy là lợi nhuận chủ yếu của các doanh nghiệp bảo hiểm không phải do doanh thu phí bảo hiểm mà chính là do kết quả đầu tư tài chính dưới nhiều hình thức khác nhau đem lại.

Xu hướng đầu tư nhằm bảo toàn và nhân vốn của các doanh nghiệp bảo hiểm là việc các doanh nghiệp bảo hiểm sử dụng phí bảo hiểm thu được để tiến hành đầu tư vào các lĩnh vực khác nhau nhằm bảo toàn cho vốn, tránh rủi ro cho vốn và nhân vốn.

Chúng ta có thể thấy được vai trò vô cùng to lớn của nguồn vốn đầu tư trở lại nền kinh tế của các doanh nghiệp bảo hiểm. Đây chính là một giải pháp quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp bảo hiểm. Đặc biệt, trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng quyết liệt như hiện nay đòi hỏi các doanh nghiệp bảo hiểm phải khai thác triệt để những nguồn lực của doanh nghiệp mình như nguồn lực con người, nguồn lực công nghệ thông tin, nguồn lực về mạng lưới hoạt động, nguồn lực về uy tín và thương hiệu, và đặc biệt là nguồn lực về tài chính. Tổng thể hiệu quả của các nguồn lực trên sẽ mang lại lợi thế cạnh tranh và là hiệu quả cuối cùng của mỗi doanh nghiệp.

Xuất phát từ lợi ích sẽ mang lại cho nhiều phía, nếu hoạt động đầu tư vốn của các doanh nghiệp bảo hiểm được khuyến khích và quan tâm đúng mức, được thực hiện dựa trên một chiến lược hợp lý thì chắc chắn sẽ mang lại hiệu quả cao. Thực tế ở các nền kinh tế phát triển trên thế giới, các doanh nghiệp bảo hiểm nói chung và đặc biệt là các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ là người cung cấp chính nguồn vốn cho các quỹ đầu tư trên thị trường vốn. Nguồn vốn các doanh nghiệp sử dụng cho mục đích đầu tư được tạo lập bởi vốn chủ sở hữu và vốn nhàn rỗi được trích lập cho các quỹ dự phòng tự nguyện hoặc bắt buộc, các khoản lãi của năm trước chưa sử dụng và các quỹ được sử dụng để đầu tư hình thành từ lợi tức để lại của doanh nghiệp được thực hiện theo qui định của pháp luật.

Bản chất của hoạt động đầu tư là chính là huy động lượng vốn nhàn rỗi để đầu tư ngược trở lại nền kinh tế, nhằm mục đích hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm phát triển đồng thời cũng tạo điều kiện cho sự phát triển chung của toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Do đó việc chi phối hoạt động đầu tư không phải chỉ để tìm nơi đầu tư có lãi suất cao mà còn nhằm mục đích hỗ trợ cho các khách hàng mua bảo hiểm có quyền lợi tối đa từ hợp đồng bảo hiểm đã ký kết.

Tuy nhiên, trong hoạt động đầu tư có rất nhiều rủi ro, rủi ro càng lớn thì lợi nhuận càng cao và ngược lại. Do đó, không phải các doanh nghiệp bảo hiểm muốn đầu tư vào đâu cũng được. Tùy theo qui định của Chính phủ mỗi nước mà các doanh nghiệp bảo hiểm được tiến hành đầu tư vào các lĩnh vực khác nhau, với tỷ trọng vốn đầu tư tối đa cho mỗi lĩnh vực khác nhau. Mục đích của việc

giới hạn các khoản mục đầu tư và tỷ trọng vốn đầu tư tối đa cho mỗi khoản mục là để đảm bảo an toàn cho các doanh nghiệp bảo hiểm không rơi vào tình trạng bị tổn thất trong quá trình đầu tư. Nói chung, danh mục đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm thường tập trung vào một số lĩnh vực nhất định, đó là:

Thứ nhất, mua trái phiếu Chính phủ, trái phiếu doanh nghiệp có bảo lãnh, gửi tiền tại các tổ chức tín dụng không hạn chế. Đây là hình thức đầu tư khá phổ biến của các doanh nghiệp bảo hiểm ở các nước trên thế giới, đặc biệt là các nước đang phát triển. Danh mục đầu tư này có ưu điểm là mức độ rủi ro rất thấp, nguồn vốn được đảm bảo an toàn rất cao song lãi suất lại không cao.

Thứ hai, mua cổ phiếu, trái phiếu doanh nghiệp không có bảo lãnh, góp vốn vào các doanh nghiệp khác ở một tỷ lệ nhất định (theo qui định của Chính phủ) của vốn nhân rồi từ dự phòng nghiệp vụ bảo hiểm. Đây cũng là một hình thức đầu tư được nhiều doanh nghiệp bảo hiểm ở nhiều nước hết sức quan tâm. Để thu được hiệu quả cao trong hình thức này đòi hỏi các doanh nghiệp bảo hiểm cần có sự cân nhắc cẩn thận về mức độ an toàn, mức độ biến động cũng như khả năng của doanh nghiệp trong việc đối phó lại với những biến cố bất thường....

Thứ ba, tiến hành kinh doanh bất động sản. Hình thức đầu tư này hướng tới lợi ích trong tương lai, do đó hoạt động đầu tư phải dựa trên cơ sở gắn liền với các chính sách qui hoạch và phát triển của Nhà nước. Có như thế mới đảm bảo sự phát triển ổn định và giảm thiểu rủi ro trong đầu tư cho các doanh nghiệp bảo hiểm.

Thứ tư, thành lập các công ty chứng khoán, mạnh dạn đầu tư kinh doanh trên thị trường tài chính (mua bán cổ phiếu, trái phiếu, môi giới mua bán, tư vấn cho các doanh nghiệp trong quá trình tiến hành cổ phần hoá, niêm yết trên thị trường chứng khoán...). Kinh nghiệm của thị trường bảo hiểm thế giới cho thấy đây là hình thức đầu tư chủ yếu của các doanh nghiệp bảo hiểm, đặc biệt ở các quốc gia có thị trường bảo hiểm đã phát triển cao. Ở nhiều nước, tỷ lệ đầu tư vào thị trường chứng khoán có thể lên tới 80% tổng vốn đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm.

Thứ năm, thành lập công ty quản lý quỹ hoạt động độc lập, có giấy phép đầu tư riêng trong nhiều lĩnh vực của nền kinh tế. Hình thức này sẽ giúp các doanh nghiệp bảo hiểm có một thể chế độc lập chuyên môn hoá, tập trung vào các hoạt động đầu tư nhằm thu được hiệu quả cao nhất.

Thứ sáu, thành lập các ngân hàng, trực tiếp tiến hành các hoạt động cho vay vốn, uỷ thác đầu tư và các nghiệp vụ tín dụng khác với một tỷ lệ nhất định (theo qui định của Chính phủ) của vốn nhân rồi từ dự phòng nghiệp vụ bảo hiểm.

Thứ bảy, thành lập công ty và xây dựng các khách sạn, kinh doanh các lĩnh vực du lịch, dịch vụ khác nhau.... Điều đó sẽ tạo điều kiện để xã hội gia tăng các loại hình dịch vụ khác nhau cung cấp cho người tiêu dùng.

Như vậy, nhìn chung là các doanh nghiệp bảo hiểm có thể tham gia đầu tư vào rất nhiều các lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế tùy theo qui định của Chính phủ mỗi nước. Mặc dù hiện nay vẫn còn có những qui định khá chặt chẽ trong hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm do đây là một lĩnh vực hết sức nhạy cảm nhưng vì đây là một kênh huy động vốn đầu tư rất hiệu quả và dồi dào của nền kinh tế nên chắc chắn trong tương lai, cùng với quá trình trưởng thành của các doanh nghiệp bảo hiểm thì những qui định đó sẽ được nới lỏng hơn để các doanh nghiệp bảo hiểm cũng có thể tham gia vào tất cả các lĩnh vực đầu tư khác nhau(y tế, giao thông vận tải, viễn thông, giáo dục...) như các loại hình doanh nghiệp khác. Điều đó sẽ tạo điều kiện cung cấp những dịch vụ trọn gói(vừa bán dịch vụ, vừa bảo hiểm cho dịch vụ) dành cho người tiêu dùng và chắc chắn sẽ thu hút được khách hàng do người tiêu dùng vừa được thoả mãn về nhu cầu lại vừa được đảm bảo an toàn, tránh lại những rủi ro bất thường...

Chúng ta có thể lấy ví dụ như ở Malaysia vừa qua, Hiệp hội bảo hiểm nhân thọ Malaysia (LIAM) đã được ngân hàng Negara Malaysia (BNM) tăng hạn mức đầu tư vào các khoản tín dụng từ 50% hiện nay lên 70%. Với việc nâng cao hạn mức này, các công ty bảo hiểm nhân thọ sẽ đóng một vai trò tích cực hơn trong việc phát triển thị trường trái phiếu dài hạn cũng như giúp các công ty này có thể phát triển những sản phẩm bảo hiểm hưu trí cá nhân. Điều đó chứng tỏ sự trưởng thành của các công ty bảo hiểm khi các doanh nghiệp này đã có thể lấn sâu vào thị trường đầu tư tài chính. Tuy nhiên, nó cũng đặt ra yêu cầu phải khuyến khích

ban hành các trái phiếu dài hạn để đáp ứng được nhu cầu của các công ty bảo hiểm cũng như đảm bảo việc phù hợp với nghĩa vụ thanh toán trong dài hạn của các công ty này.

2. Ảnh hưởng của xu hướng đầu tư nhằm bảo toàn và nhân vốn

Có thể thấy rằng việc khuyến khích hoạt động đầu tư vốn đối với các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ mang lại nhiều lợi ích, hay nói đúng hơn là lợi ích sẽ được “ nhân ba”.

Thứ nhất, khách hàng có điều kiện một mặt duy trì hợp đồng, một mặt vẫn có vốn để phát triển sản xuất kinh doanh. Nhờ kết quả của hoạt động đầu tư tài chính của các doanh nghiệp bảo hiểm mà khách hàng sẽ được hưởng nhiều chế độ ưu đãi hơn (ví dụ như giảm tỷ lệ phí, nộp phí nhiều lần để vẫn có vốn cho các hoạt động khác...), đặc biệt trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng quyết liệt như hiện nay, các doanh nghiệp cần tìm mọi cách để giành giật khách hàng và thị phần. Hơn thế nữa, cùng với việc tiềm lực tài chính của các doanh nghiệp bảo hiểm được nâng cao thì khách hàng cũng sẽ được bảo đảm hơn trong việc bồi thường nếu như tổn thất thiệt hại xảy ra đối với đối tượng được bảo hiểm.

Thứ hai, doanh nghiệp bảo hiểm cũng được lợi rất lớn từ hoạt động đầu tư. Thông qua các hoạt động đầu tư, các doanh nghiệp bảo hiểm nâng cao được lợi nhuận và tiềm lực tài chính, có thêm cơ hội để nâng cao hiệu quả kinh doanh và năng lực cạnh tranh. Sức mạnh của các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ ngày càng lớn mạnh hơn để có thể tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt và năng động như hiện nay. Đồng thời, thông qua hoạt động đầu tư các doanh nghiệp bảo hiểm còn có điều kiện cải thiện đời sống cán bộ công nhân viên cũng như đưa ra được nhiều chế độ ưu đãi đối với các nhân tài nhằm chuẩn bị một đội ngũ nhân sự không chỉ đông về số lượng mà còn có chất lượng cao, chuẩn bị cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong tương lai.

Thứ ba, nền kinh tế cũng được lợi thông qua việc thúc đẩy các hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm. Thực tế ở nhiều nước đã cho thấy lượng vốn đầu tư từ các doanh nghiệp bảo hiểm là một kênh huy động vốn chủ yếu và khá hiệu quả để đầu tư trở lại phục vụ cho quá trình sản xuất, nâng cao cơ sở hạ

tầng kinh tế nhằm đẩy nhanh quá trình phát triển đất nước. Nhờ có nguồn vốn đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm mà các quốc gia có thể đầu tư vào các lĩnh vực khác nhau như y tế, giáo dục, giao thông vận tải, thủy lợi, bưu chính viễn thông..., đóng góp vào sự phát triển chung của cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội của mỗi nước. Chính bởi lẽ đó, nếu Chính phủ các nước có một cơ chế hợp lý và hiệu quả để điều tiết hoạt động đầu tư nói chung và hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm nói riêng thì chắc chắn sẽ gia tăng được nguồn vốn (cả trong và ngoài nước) phục vụ cho nhu cầu phát triển đất nước trong tương lai.

Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là nên khuyến khích hoạt động đầu tư này như thế nào là hợp lý. Theo quan điểm của một số nhà nghiên cứu, chỉ nên nhìn nhận hoạt động kinh doanh bảo hiểm là một kênh quan trọng để huy động vốn nhàn rỗi sau đó quay trở lại tái đầu tư vào nền kinh tế. Như vậy, rõ ràng hoạt động đầu tư phải chịu sự điều chỉnh bởi luật về tín dụng và ngân hàng. Điều đó có nghĩa là cần xác định rủi ro trong hoạt động đầu tư và chấp nhận mức độ rủi ro cho phép trong hoạt động đầu tư. Quan trọng hơn, hiệu quả hoạt động đầu tư sẽ được nâng cao đáng kể nếu luật pháp các nước cho phép các công ty bảo hiểm có quyền huy động thêm vốn từ các tổ chức tín dụng trong nền kinh tế để thực hiện các dự án đầu tư của mình khi có cơ hội, trong điều kiện cho phép.

Tóm lại, trên thị trường bảo hiểm thế giới những năm gần đây xuất hiện nhiều xu hướng phát triển mới trong đó những xu hướng được trình bày ở trên là những xu hướng nổi bật nhất. Nó không những đang chi phối, điều tiết sự vận động của thị trường bảo hiểm thế giới mà nó còn gây những tác động nhất định đến thị trường bảo hiểm các nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam. Việc nhìn nhận, đánh giá sự ảnh hưởng của nó để từ đó đưa ra những giải pháp cho sự phát triển nhanh, ổn định và bền vững trong tương lai của thị trường bảo hiểm và vô cùng cần thiết.

CHƯƠNG III

TÁC ĐỘNG CỦA CÁC XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN TRÊN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM THẾ GIỚI ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM VIỆT NAM

I. TÁC ĐỘNG CỦA CÁC XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN TRÊN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM THẾ GIỚI ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM VIỆT NAM

Mở cửa kinh tế, hội nhập vào nền kinh tế quốc tế là yêu cầu đặt ra đối với tất cả các nước trong thời đại toàn cầu hoá như hiện nay. Mỗi quốc gia, dù là phát triển hay chậm phát triển, hay đang trên đà phát triển đều không thể tự tách mình cô lập khỏi nền kinh tế toàn cầu. Mở cửa hội nhập vào nền kinh tế thế giới sẽ có thể tận dụng được sức mạnh của thời đại, sẽ có nhiều cơ hội để phát triển. Nhưng mở cửa cũng đồng nghĩa với việc sẽ phải đón nhận những tác động từ bên ngoài. Trong bối cảnh hội nhập như hiện nay, nền kinh tế Việt Nam nói chung và đặc biệt là một thị trường nhạy cảm như thị trường bảo hiểm Việt Nam nói riêng cũng không thể đứng ngoài qui luật. Sự tác động của những xu hướng phát triển trên thị trường bảo hiểm thế giới đến sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam được thể hiện ở các khía cạnh sau:

1. Tác động đến cơ cấu thị trường bảo hiểm

Có thể nói, quá trình hội nhập vào nền kinh tế quốc tế buộc mỗi quốc gia phải mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa. Việt Nam cũng không thể nằm ngoài vòng xoáy đó. Và mặc dù thị trường bảo hiểm là một lĩnh vực hết sức nhạy cảm, cần bảo hộ song cũng không vì thế mà chúng ta có thể đóng cửa hoàn toàn không cho nó hội nhập chung vào sự phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới.

Điều đó được thể hiện từ trong quan điểm đẩy mạnh tiến trình hội nhập của Chính phủ Việt Nam. Chính phủ Việt Nam cam kết thực hiện các Hiệp định thương mại song phương và đa phương đã ký kết với các quốc gia và khu vực trên thế giới. Chính phủ Việt Nam cũng cam kết mở cửa thị trường (trong đó có

thị trường bảo hiểm) theo hiệp định thương mại Việt - Mỹ. Hơn nữa, theo các cam kết trong đàm phán trong khu vực ASEAN và đặc biệt là việc gia nhập WTO thì trong vòng thời gian ngắn sắp tới thị trường bảo hiểm Việt Nam sẽ phải mở cửa hoàn toàn.

Kết quả của quá trình mở cửa và hội nhập thị trường bảo hiểm đã làm cơ cấu thị trường bảo hiểm Việt Nam thay đổi rất lớn trong những năm vừa qua. Mở cửa đã khiến cho ngày càng có nhiều doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài thâm nhập vào thị trường Việt Nam để khai thác một thị trường tiềm năng với dân số trên 80 triệu dân. Trong năm 2005, Nhà nước đã cấp giấy phép hoạt động cho ba công ty bảo hiểm nhân thọ (Prevoir, Ace Life và New York Life) và 1 công ty bảo hiểm phi nhân thọ (AAA - Công ty bảo hiểm có vốn tư nhân đầu tiên). Điều đó đã đánh dấu một cơ chế thoáng của Chính phủ về việc cấp giấy phép thành lập công ty bảo hiểm. Một công ty bảo hiểm lớn của Mỹ là AIG cũng được cấp giấy phép kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại Việt Nam trong những tháng cuối năm. Công ty Thái Bình Dương hoạt động trong lĩnh vực môi giới bảo hiểm và một số Văn phòng đại diện công ty bảo hiểm nước ngoài cũng được cấp phép hoạt động.

Như vậy, tính đến cuối năm 2005, thị trường bảo hiểm Việt Nam đã có 32 doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia hoạt động kinh doanh bảo hiểm, xét theo lĩnh vực nghiệp vụ kinh doanh thì có 8 công ty bảo hiểm nhân thọ (trong đó có 6 công ty 100% vốn nước ngoài), 16 công ty bảo hiểm phi nhân thọ, 1 công ty tái bảo hiểm và 7 công ty môi giới bảo hiểm(trong đó có 3 công ty 100% vốn nước ngoài).

Bảng 9: Danh sách các doanh nghiệp trên thị trường

| TT | Tên doanh nghiệp | Năm thành lập | Hình thức | Vốn điều lệ |
|--|-------------------------------|---------------|-----------|-------------|
| I. Các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ | | | | |
| Các doanh nghiệp trong nước | | | | |
| 1 | Bảo hiểm Việt Nam | 1964 | Nhà nước | 900 tỷ VNĐ |
| 2 | Công ty bảo hiểm dầu khí | 1966 | Nhà nước | 100 tỷ VNĐ |
| 3 | Tổng công ty cổ phần Bảo Minh | 1994 | Cổ phần | 1.100 tỷ |

Xu hướng phát triển của TTBH thế giới và ảnh hưởng đến sự phát triển TTTBH VN

| | | | | |
|---|--|------|---------------------|-----------------|
| | | | | VNĐ |
| 4 | Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex(PJICO) | 1995 | Cổ phần | 70 tỷ VNĐ |
| 5 | Công ty cổ phần bảo hiểm Nhà Rồng(Bảo Long) | 1995 | Cổ phần | 70 tỷ VNĐ |
| 6 | Công ty cổ phần bảo hiểm bưu điện(PTI) | 1998 | Cổ phần | 70 tỷ VNĐ |
| 7 | Công ty cổ phần bảo hiểm Viễn Đông | 2003 | Cổ phần | 200 tỷ VNĐ |
| 8 | Công ty cổ phần bảo hiểm AAA | 2005 | Cổ phần | 80 tỷ VNĐ |
| <i>Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài</i> | | | | |
| 9 | Công ty liên doanh bảo hiểm quốc tế Việt Nam(VIA) | 1996 | Liên doanh | 6,2 triệu USD |
| 10 | Công ty liên doanh bảo hiểm liên hiệp | 1997 | Liên doanh | 6 triệu USD |
| 11 | Công ty TNHH bảo hiểm Allianz(Việt Nam)(1) | 1999 | 100% vốn nước ngoài | 6,295 triệu USD |
| 12 | Công ty liên doanh bảo hiểm Việt-úc (BIDV-QBE)(2) | 1999 | Liên doanh | 5 triệu USD |
| 13 | Công ty bảo hiểm tổng hợp Groupama Việt Nam | 2001 | 100% vốn nước ngoài | 6,2 triệu USD |
| 14 | Công ty liên doanh TNHH bảo hiểm Samsung - Vina | 2002 | Liên doanh | 5 triệu USD |
| 15 | Công ty TNHH bảo hiểm châu á - Ngân hàng Công thương(IAI) | 2002 | LIên doanh | 6 triệu USD |
| 16 | Công ty TNHH bảo hiểm phi nhân thọ AIG(Việt Nam) | 2005 | 100% vốn nước ngoài | 10 triệu USD |
| <i>II. Các doanh nghiệp tái bảo hiểm</i> | | | | |
| 17 | Tổng công ty cổ phần tái bảo hiểm quốc gia Việt Nam(Vinare) | 1994 | Cổ phần | 500 tỷ VNĐ |
| <i>III. Các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ</i> | | | | |
| <i>Các doanh nghiệp trong nước</i> | | | | |
| 18 | Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam | 2004 | Nhà nước | 1500 tỷ VNĐ |
| <i>Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài</i> | | | | |
| 19 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Bảo Minh CMG | 1999 | Liên doanh | 10 triệu USD |

Xu hướng phát triển của TTBH thế giới và ảnh hưởng đến sự phát triển TTTBH VN

| | | | | |
|--|--|------|---------------------|--------------|
| 20 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam | 1999 | 100% vốn nước ngoài | 75 triệu USD |
| 21 | Công ty TNHH bảo hiểm Manulife | 1999 | 100% vốn nước ngoài | 10 triệu USD |
| 22 | Công ty TNHH bảo hiểm quốc tế Mỹ(Việt Nam) (AIA) | 2000 | 100% vốn nước ngoài | 25 triệu USD |
| 23 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ ACE | 2005 | 100% vốn nước ngoài | 20 triệu USD |
| 24 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Prevoir Việt Nam | 2005 | 100% vốn nước ngoài | 10 triệu USD |
| 25 | Công ty TNHH bảo hiểm New York Life Việt Nam | 2005 | 100% vốn nước ngoài | 10 triệu USD |
| IV. Các doanh nghiệp môi giới bảo hiểm | | | | |
| Các doanh nghiệp trong nước | | | | |
| 26 | Công ty cổ phần môi giới bảo hiểm Việt Quốc | 2001 | Cổ phần | 6 tỷ VNĐ |
| 27 | Công ty cổ phần môi giới bảo hiểm á Đông | 2003 | Cổ phần | 6 tỷ VNĐ |
| 28 | Công ty cổ phần môi giới bảo hiểm Đại Việt | 2003 | Cổ phần | 6 tỷ VNĐ |
| 29 | Công ty cổ phần môi giới bảo hiểm Thái Bình Dương | 2005 | Cổ phần | 6 tỷ VNĐ |
| Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài | | | | |
| 30 | Công ty TNHH Aon Việt Nam | 1993 | 100% vốn nước ngoài | 300.000 USD |
| 31 | Công ty môi giới bảo hiểm Grassavoye | 2003 | 100% vốn nước ngoài | 300.000 USD |
| 32 | Công ty TNHH môi giới Bảo hiểm Marsh Việt Nam | 2004 | 100% vốn nước ngoài | 300.000 USD |
| (1): Được đổi thành Cty TNHH bảo hiểm QBE theo công văn số 16943 ngày 27/12/2005 của BTC | | | | |
| (2): Được đổi thành Cty bảo hiểm Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam theo công văn số 16492 ngày 27/12/2005 của BTC | | | | |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb.Tài chính, H.2006

Đồng thời với quá trình xâm nhập thị trường của các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài, thị phần của các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước do đó cũng giảm xuống đáng kể. "Chiếc bánh thị phần" giờ đây không chỉ dành riêng cho các doanh nghiệp nhà nước mà sẽ được các doanh nghiệp cổ phần và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài nỗ lực, cạnh tranh nhau để giành lấy. Với thế mạnh tiềm lực tài chính, với khoa học công nghệ và trình độ quản lý tiên tiến, ...các doanh nghiệp bảo hiểm có vốn đầu tư nước ngoài đang dần chiếm ưu thế trên thị trường bảo hiểm Việt Nam. Do đó đặt ra một thách thức là các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam cần nhìn nhận lại những vấn đề còn tồn tại, cần phải xem xét lại đường lối chiến lược kinh doanh sao cho phù hợp với bối cảnh nền kinh tế nếu thật sự không muốn ngày càng mất dần thị phần cho các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài.

Bảng 10: Thị phần của các doanh nghiệp bảo hiểm (2002-2005)

Đơn vị: %

| Doanh nghiệp bảo hiểm | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Doanh nghiệp trong nước | 61,66 | 60,74 | 60,21 | 61,12 |
| Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài | 38,44 | 39,26 | 39,79 | 38,88 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb.Tài chính, H.2006

Nói tóm lại, do tác động của xu hướng mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa đã làm cho cơ cấu thị trường bảo hiểm Việt Nam thay đổi khá nhiều trong những năm gần đây. Ngày càng có những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài(trong đó có rất nhiều doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài) được cấp giấy phép kinh doanh bảo hiểm tại thị trường Việt Nam. Điều đó chứng tỏ thiện chí của Việt Nam trong việc thực hiện các cam kết mở cửa thị trường trong các hiệp định song phương và đa phương mà chính phủ đã ký kết. Nó đồng thời cũng mở ra một thời kỳ phát triển sôi nổi hơn, cạnh tranh ngày càng quyết liệt hơn đòi hỏi các doanh nghiệp phải tìm mọi cách thích nghi với xu hướng mới để tồn tại và phát triển.

2. Tác động đến cơ cấu doanh nghiệp trên thị trường

Không chỉ có sự biến đổi về cơ cấu thị trường mà ngay cả cơ cấu trong nội bộ các doanh nghiệp bảo hiểm cũng có nhiều biến đổi. Các loại hình doanh nghiệp trên thị trường được đa dạng hoá, trong số 32 doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh thì có 3 doanh nghiệp nhà nước, 11 công ty cổ phần, 6 liên doanh và 12 doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài.

Như vậy, nếu như trong những năm chín mươi của thế kỷ 20, trên thị trường chủ yếu chỉ có một doanh nghiệp bảo hiểm nhà nước duy nhất là Bảo Việt thì hiện nay, không chỉ số lượng các doanh nghiệp tăng lên mà loại hình doanh nghiệp cũng đa dạng hơn thể hiện cơ chế thoáng hơn của Chính phủ trong việc cấp phép đầu tư. Đồng thời, với mô hình này sẽ tạo điều kiện thu hút nhiều vốn đầu tư nước ngoài vào thị trường Việt Nam hơn cũng như thu hút được nhiều vốn nhàn rỗi thông qua một kênh huy động hết sức hiệu quả nếu biết tận dụng tốt đó là thị trường chứng khoán khi những công ty cổ phần bảo hiểm chính thức niêm yết trên sàn giao dịch.

Kết quả của quá trình tái cơ cấu lại doanh nghiệp, Bảo Minh và VINARE hoạt động có nhiều khởi sắc sau một năm đầu tiên cổ phần hoá. Cả hai doanh nghiệp này đều là doanh nghiệp cổ phần vốn nhà nước chi phối. Tổng công ty cổ phần Bảo Minh được thành lập theo quyết định số 27GP/KDBH ngày 08/09/2004 của Bộ trưởng Bộ Tài chính và chính thức đi vào hoạt động theo mô hình mới ngày 01/10/2004. Bảo Minh được phép hoạt động kinh doanh mọi nghiệp vụ bảo hiểm phi nhân thọ trên phạm vi lãnh thổ Việt Nam và quốc tế. Phương châm hoạt động của Bảo Minh là hướng mọi hoạt động của mình tới khách hàng với khẩu hiệu “ Bảo Minh - Tận tình phục vụ”, phát triển bền vững trên nguyên tắc “ Hiệu quả, tăng trưởng và ổn định”. Sau một năm cổ phần, hoạt động của Bảo Minh vẫn tiến triển tốt. Thị phần có giảm đi đôi chút (22,19% năm 2004 giảm xuống còn 21,76% năm 2005) do phải chia sẻ chiếc bánh thị phần cho các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là với một số doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường. Tuy nhiên, doanh thu phí bảo hiểm của Bảo Minh vẫn tăng lên, đạt khoảng 1.204 tỷ đồng, tăng 11,4% so với 1.058 tỷ đồng của năm 2004. Theo đó, hoạt động đầu tư của Bảo Minh cũng tiến triển theo chiều hướng tốt, đạt mức

982 tỷ đồng, tăng 10,4% so với năm 2004. Trong đó, các lĩnh vực đầu tư cũng được thay đổi và đa dạng hơn so với năm 2004, tập trung vào tiền gửi, trái phiếu chính phủ (680 tỷ đồng); cổ phiếu, trái phiếu chính phủ (218 tỷ đồng); và bất động sản, cho vay, uỷ thác đầu tư (84 tỷ đồng). Về phía VINARE, sau 10 năm hoạt động dưới mô hình Công ty nhà nước thì bắt đầu từ 1/1/2005 cũng chuyển sang hoạt động theo mô hình Công ty cổ phần, trong đó Nhà nước nắm giữ cổ phần chi phối, các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ trên thị trường là cổ đông của công ty. Với số vốn điều lệ tăng từ 40 tỷ VNĐ lên 500 tỷ VNĐ, uy tín và khả năng kinh doanh, nhượng tái bảo hiểm trong nước và quốc tế của VINARE đã tăng lên, tạo điều kiện hợp tác với các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước, thực hiện tốt chức năng đầu mối trung chuyển dịch vụ, góp phần nâng khả năng giữ lại dịch vụ cho thị trường trong nước. Kết quả kinh doanh sau một năm, doanh thu phí bảo hiểm nhận tái là 825,83 tỷ đồng, tăng 16,89% so với năm 2004. Trong đó, tổng phí giữ lại trong nước thông qua hoạt động của VINARE đạt 296,22 tỷ VNĐ, tăng 24,04% so với năm 2004. Thu nhập từ đầu tư tài chính đạt 45 tỷ VNĐ, tăng 58,06% so với năm 2004. Lợi nhuận trước thuế là 55 tỷ VNĐ, tăng 61,47% so với năm 2004. Nộp ngân sách nhà nước đạt 14 tỷ VNĐ, tăng 72,8% so với năm 2004. Tỷ lệ chia cổ tức là 9%. Đặc biệt, trong quý III năm 2006, VINARE đã chính thức giao dịch trên thị trường chứng khoán Hà Nội. Điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động của VINARE trong tương lai. Như vậy, có thể thấy là từ khi chuyển đổi mô hình sang công ty cổ phần, các doanh nghiệp này vẫn hoạt động tốt, thậm chí còn khởi sắc hơn trên nhiều lĩnh vực. Do đó, có thể thấy là việc chuyển đổi mô hình hoạt động này đã giúp cho các doanh nghiệp này năng động, tự chủ hơn, tạo điều kiện nâng cao tính cạnh tranh trên thị trường trong nước cũng như vươn xa ra thị trường thế giới.

Không chỉ có sự tái cơ cấu lại hình thức doanh nghiệp, cuối năm 2005, Chính phủ còn có một bước đột phá trong lĩnh vực bảo hiểm thông qua việc ban hành quyết định số 310/QĐ/2005/TTG thành lập Tập đoàn Tài chính - Bảo hiểm với nhiều công ty thành viên và công ty cổ phần do Bảo Việt chiếm giữ cổ phần vốn chi phối như bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm phi nhân thọ, chứng khoán, quản lý quỹ, ngân hàng, cho thuê tài chính, kinh doanh bất động sản, bảo hiểm y tế

cộng đồng. Nằm trong kế hoạch xây dựng Tập đoàn Bảo Việt, Tập đoàn Tài chính - Bảo hiểm đầu tiên tại Việt Nam, trong năm 2006 Bảo Việt sẽ thành lập một ngân hàng thương mại cổ phần và trong thời gian tới sẽ thành lập công ty Bất động sản Bảo Việt và Công ty Khách sạn và du lịch Bảo Việt. Như vậy, một mô hình liên doanh liên kết với qui mô lớn nhất dưới hình thức công ty mẹ - công ty con trong ngành bảo hiểm đã được hình thành tại Việt Nam. Sự ra đời của tập đoàn tài chính - bảo hiểm Bảo Việt chính là mô hình thí điểm đầu tiên cho mô hình “liên minh chiến lược” tại Việt Nam. Nó đồng thời cũng đáp ứng được yêu cầu của thời đại mới là cần một đầu tàu lớn mạnh thực sự về cả kinh nghiệm, tiềm lực và qui mô thị trường để đủ sức cạnh tranh với làn sóng thâm nhập của các công ty nước ngoài cũng như đủ sức để vươn ra cạnh tranh trên thị trường bảo hiểm thế giới.

Ngoài ra, Bộ tài chính còn phê duyệt việc QBE, một trong những công ty bảo hiểm lớn trên thế giới và là đối tác trong liên doanh bảo hiểm BIDV-QBE, mua lại toàn bộ phần vốn góp trong công ty TNHH Allianz Việt Nam để tách ra thành một công ty bảo hiểm 100% vốn nước ngoài. Allianz chính thức rút lui khỏi thị trường bảo hiểm Việt Nam do sự thay đổi trong chiến lược phát triển của tập đoàn này. Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam(BIDV) đã tiếp quản vốn của QBE trong liên doanh và công ty BIDV- QBE được chuyển thành Công ty Bảo hiểm Ngân hàng Đầu tư(BIC). Điều này cho thấy một chính sách cởi mở hơn của Chính phủ trong việc chuyển đổi, mua lại lẫn nhau của các doanh nghiệp bảo hiểm. Đó là yêu cầu tất yếu của một môi trường đầu tư hấp dẫn, thông thoáng đảm bảo “vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi” để quảng bá cho thị trường đầu tư Việt Nam cũng như để cạnh tranh với các nước khác trong khu vực trong việc thu hút đầu tư phục vụ cho quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

3. Tác động đến qui mô, dung lượng thị trường

Có thể nói, từ khi nước ta đổi mới, mở cửa nền kinh tế nói chung và thị trường bảo hiểm nói riêng thì hoạt động của thị trường bảo hiểm đã thực sự được “thay da đổi thịt”. Đặc biệt, trước khi có nghị định 100/CP thì thị trường bảo

hiểm Việt Nam là độc quyền, không có sự cạnh tranh. Trong suốt gần 30 năm chỉ có một doanh nghiệp bảo hiểm nhà nước duy nhất là Bảo Việt “ bao sân” tất cả các nghiệp vụ. Mặc dù Bảo Việt cũng đã đạt được những thành tựu nhất định song điều đó cũng chưa đủ để thị trường bảo hiểm phát huy với đúng tiềm năng của nó cũng như để thị trường bảo hiểm làm tròn nhiệm vụ “ tấm lá chắn của nền kinh tế ” của nó. Thực hiện chính sách mở cửa và cải cách kinh tế của Đảng và Nhà nước, nhận thức rõ tầm quan trọng của việc tạo điều kiện thuận lợi cho bảo hiểm phát triển trong nền kinh tế thị trường, đặc biệt trước yêu cầu của hội nhập và đáp ứng nhu cầu của công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước, ngày 18/12/1993, Chính phủ Việt Nam đã ban hành Nghị định 100/CP về kinh doanh bảo hiểm. Chính Nghị định này đã tạo một bước ngoặt lớn cho sự phát triển ngành bảo hiểm, đánh dấu một bước chuyển biến mới cho sự hình thành và phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam. Nghị định 100/CP cũng là hành lang pháp lý cho việc mở rộng và phát triển thị trường bảo hiểm. Kể từ đó, thị trường bảo hiểm đã được hình thành với ý nghĩa đầy đủ của nó, sự độc quyền không còn nữa và thay vào đó là sự tham gia của nhiều doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế khác nhau, cả trong và ngoài nước. Thêm vào đó, được sự hỗ trợ bởi sự phát triển của điều kiện kinh tế - xã hội nói chung, thị trường bảo hiểm đã phát triển với tốc độ nhanh chóng, đạt được nhiều thành tựu to lớn, tăng cả qui mô, dung lượng thị trường cũng như đóng góp ngày càng nhiều cho Ngân sách Nhà nước. Nếu như năm 1996, qui mô toàn thị trường là tỷ 1.356 đồng (trong đó doanh thu phí bảo hiểm toàn thị trường là 1.264 tỷ đồng) thì đến năm 2005 đã là 15.678 (trong đó doanh thu phí bảo hiểm là 13.558 tỷ đồng). Tức là qui mô thị trường tăng trưởng khoảng gần 12 lần. Đây là một mức tăng trưởng tốt chứng tỏ sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam. Điều đó chắc chắn sẽ không có được nếu như không có quá trình mở cửa, hội nhập và cạnh tranh giữa các doanh nghiệp bảo hiểm trên thị trường. Nhờ tốc độ tăng doanh thu như vậy mà mức độ đóng góp của ngành bảo hiểm vào ngân sách nhà nước cũng tăng lên, nếu như năm 1996 mới là 0,49% thì đến năm 2002 là 1,46% và năm 2005 là 2,03%. Bảo hiểm đang ngày càng chứng tỏ được vai trò quan trọng của mình đối với sự phát triển chung của nền kinh tế nước nhà.

Bảng 11: Qui mô thị trường bảo hiểm Việt Nam

| Chỉ tiêu | Đơn vị | 1996 | 1999 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 |
|-------------------------------|----------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|
| Qui mô thị trường | Tỷ đồng | 1.356 | 2.291 | 7.825 | 11.376 | 14.088 | 15.678 |
| Doanh thu phí bảo hiểm | Tỷ đồng | 1.264 | 2.091 | 6.992 | 10.390 | 12.497 | 13.558 |
| +Phi nhân thọ | Tỷ đồng | 1.263 | 1.606 | 2.624 | 3.815 | 4.768 | 5.535 |
| +Nhân thọ | Tỷ đồng | 1 | 485 | 4.368 | 6.575 | 7.711 | 8.023 |
| Doanh thu đầu tư | Tỷ đồng | 92 | 200 | 833 | 986 | 1.609 | 2.120 |
| Đóng góp vào GDP | % | 0,49 | 0,57 | 1,46 | 1,86 | 1,97 | 2,03 |
| +Phi nhân thọ | % | 0,46 | 0,4 | 0,49 | 0,54 | 0,67 | 0,72 |
| +Nhân thọ | % | - | 0,12 | 0,81 | 1,18 | 1,08 | 1,04 |
| +Đầu tư | % | 0,03 | 0,05 | 0,16 | 0,14 | 0,22 | 0,27 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb.Tài chính, H.2006

4.Tác động đến ý thức, nhu cầu của người dân

Từ khi đất nước ta đổi mới, mở cửa nền kinh tế đến nay, chúng ta đã chứng kiến những bước phát triển nhảy vọt trong mọi mặt của đời sống kinh tế - xã hội. Từ một nền kinh tế tập trung quan liêu bao cấp, mọi thứ đều có được thông qua cơ chế xin cho, hàng hoá thiếu thốn, đời sống nhân dân hết sức khó khăn chuyển sang nền kinh tế thị trường, mọi thứ đã thay đổi. Sau 20 năm kể từ khi đổi mới, đời sống nhân dân ta đã được nâng cao gấp nhiều lần, nền kinh tế liên tục tăng trưởng khoảng 7 - 8% trong những năm vừa qua. Hiện nay, nước ta không còn thiếu thốn về hàng hoá như trước nữa, thậm chí một số mặt hàng như gạo, chè, cà phê, cao su... không những đủ tiêu dùng trong nước mà còn có thể xuất khẩu. Mọi nhu cầu của người dân hiện nay gần như đều được đáp ứng, không những có một nguồn cung dồi dào từ sản xuất trong nước mà còn từ nhập

khẩu. Cùng với việc mức sống được đảm bảo và nâng cao, người dân đã ngày càng chú ý đến nhu cầu an toàn cho cuộc sống của họ, việc tham gia bảo hiểm được mọi người ngày càng chú ý hơn. Giờ đây, người dân ngày càng nhận thức được tầm quan trọng của bảo hiểm đối với cuộc sống của mình, và cầu đối với bảo hiểm ngày càng gia tăng. Họ không chỉ mua những loại hình bảo hiểm bắt buộc như xã hội, trách nhiệm dân sự của chủ xe cơ giới... mà ngày càng có nhiều người tham gia các loại hình bảo hiểm tự nguyện như bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm an sinh giáo dục, an sinh tiết kiệm... hơn. Quan điểm của người dân giờ đây đã có một sự chuyển biến khá lớn. Nếu như trước đây người ta không mấy quan tâm đến bảo hiểm xã hội, ngoại trừ các cán bộ công nhân viên chức nhà nước thì giờ đây người dân cũng mong muốn có một sự đảm bảo thu nhập trong tương lai khi họ đã về hưu. Nhiều người nông dân dù ở nông thôn làm ruộng nhưng họ cũng tự nguyện mua bảo hiểm xã hội thông qua một tổ chức nào đó. Điều đó cũng ảnh hưởng đến cả những Công ty có vốn đầu tư nước ngoài. Giờ đây họ cũng phải mua bảo hiểm cho các nhân viên của họ như các công ty nhà nước khác. Điều đó đã dần xoá bỏ đi sự cách biệt giữa các Công ty nhà nước và các Công ty có vốn đầu tư nước ngoài. Điều đó cũng đem lại một tâm lý an toàn hơn cho người lao động, không nhất thiết họ phải làm việc cho Công ty nhà nước thì cuộc sống của họ mới được đảm bảo sau này. Tâm lý của người tiêu dùng còn thay đổi ở chỗ nếu như trước đây có tiền nhàn rỗi thì họ thường gửi vào ngân hàng để lấy lãi tiết kiệm do đây là kênh đầu tư an toàn thì giờ đây họ còn dùng những đồng tiền nhàn rỗi đó để đầu tư cho tương lai của con em họ với hi vọng đến một độ tuổi nhất định con em họ đã có một số vốn tương đối để phòng ngừa những biến cố bất ngờ. Với một số người tiêu dùng thuộc tầng lớp trung niên, để sau này con cháu họ không phải vất vả trong việc chăm lo cuộc sống của họ thì ngay từ bây giờ họ đã tham gia những hình thức bảo hiểm như an gia, an bình.... Điều đó chứng tỏ là xu thế trên thị trường thay đổi, tâm lý người tiêu dùng cũng thay đổi theo, bây giờ họ không chỉ muốn ăn no, mặc ấm mà còn có nhu cầu an toàn lớn hơn bao giờ hết.

Đồng thời với tâm lý thay đổi thì nhu cầu của người tiêu dùng giờ đây cũng đã khác. Giờ đây họ mua bảo hiểm là cho chính bản thân và gia đình họ

nên họ cần những sản phẩm có chất lượng tốt, giá cả phải chăng, chất lượng phục vụ tốt và đáp ứng nhu cầu của họ. Điều đó đòi hỏi các công ty bảo hiểm phải có sự nghiên cứu tìm hiểu về nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng để không những đa dạng hoá sản phẩm mà sản phẩm còn phải đáp ứng tốt được nhu cầu của khách hàng. Hơn thế nữa, cùng với việc mở cửa thị trường, với sự gia nhập của nhiều công ty bảo hiểm có vốn đầu tư nước ngoài thì sự cạnh tranh trên thị trường cũng lớn hơn, người tiêu dùng cũng có nhiều sự lựa chọn hơn cho gia đình và bản thân họ, họ cũng có khó tính hơn trong việc quyết định mua sản phẩm nào, của công ty nào. Thay vì thụ động chấp nhận các điều khoản hợp đồng do các công ty bảo hiểm đưa ra như trước kia, giờ đây người tiêu dùng đặt ra những yêu cầu cao hơn và khắt khe cho các công ty bảo hiểm trước khi họ đi đến lựa chọn nhà bảo hiểm cho mình. Điều đó có thể thấy rõ qua những yêu cầu về mở rộng phạm vi bảo hiểm, gia tăng quyền lợi, gia tăng các tiện ích khi tham gia bảo hiểm, đơn giản hoá các thủ tục và rút ngắn thời gian giải quyết quyền lợi khi sự kiện bảo hiểm xảy ra, yêu cầu mức phí tối thiểu. Hơn thế nữa, họ còn tham khảo rất kỹ sự tư vấn từ phía các trung gian bảo hiểm. Đó có lẽ cũng là lý do khiến cho đội ngũ đại lý bảo hiểm ngày càng lớn mạnh về cả số lượng và chất lượng hơn bao giờ hết. Nhờ sự nhận thức được về nhu cầu gia tăng của người tiêu dùng mà ngày càng có nhiều người tham gia vào công việc đại lý bảo hiểm hơn nhằm tư vấn và đưa sản phẩm bảo hiểm đến tận nơi người tiêu dùng. Hiện nay đã có khoảng gần 130.000 đại lý hoạt động trong cả hai lĩnh vực nhân thọ và phi nhân thọ ở Việt Nam.

Nói tóm lại, những thay đổi và biến động trong nền kinh tế- xã hội nói chung và trên thị trường bảo hiểm nói riêng đã có những ảnh hưởng to lớn, làm thay đổi cả tâm lý cũng như nhu cầu của người tiêu dùng. Do đó, để đáp ứng các nhu cầu đó các doanh nghiệp bảo hiểm phải thiết kế những sản phẩm bảo hiểm phù hợp với nhiều đối tượng, phải coi chính sách sản phẩm là xương sống trong cuộc chiến cạnh tranh giành thị phần trên thị trường. Đó là một thách thức lớn nhưng đồng thời cũng là một tiềm năng hứa hẹn cho một thị trường bảo hiểm chất lượng cao ở Việt Nam trong tương lai.

5. Tác động đến giá trị bảo hiểm của đối tượng bảo hiểm và tổn thất

Trên thị trường bảo hiểm, không những doanh thu phí bảo hiểm tăng mà số lượng người tham gia mua bảo hiểm cũng tăng lên, đồng thời với quá trình đó là việc giá trị bảo hiểm cũng như tổn thất cũng tăng lên. Nguyên nhân là do người dân không chỉ mua bảo hiểm nhiều hơn mà với số tiền nhàn rỗi nhiều hơn như hiện nay mà họ còn mua bảo hiểm cho rất nhiều loại đối tượng bảo hiểm(tài sản, con người, trách nhiệm dân sự) khác nhau, với giá trị bảo hiểm cũng như số tiền bảo hiểm lớn hơn rất nhiều. Chính vì vậy, mặc dù trong hoàn cảnh cạnh tranh hết sức gay gắt như hiện nay, nhiều doanh nghiệp bảo hiểm đã giảm tỷ lệ phí bảo hiểm nhưng phí bảo hiểm nhìn chung vẫn tăng lên, điều đó được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 12: Tốc độ tăng trưởng phí bảo hiểm gốc của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ

Đơn vị/Unit: Triệu VNĐ)

| TT | Nghệp vụ | Phí bảo hiểm gốc | | % Tăng trưởng |
|----|--|------------------|--------------|---------------|
| | | 2005 | 2004 | |
| 1 | Bảo hiểm sức khoẻ và tai nạn con người | 837.671 | 726.668,27 | 15,28% |
| 2 | Bảo hiểm hàng hoá vận chuyển | 441.782 | 412.331,46 | 7,14% |
| 3 | Bảo hiểm hàng không | 317.910 | 336.142,23 | -5,42% |
| 4 | Bảo hiểm xe cơ giới | 1.601.055 | 1.355.972,66 | 18,07% |
| 5 | Bảo hiểm cháy nổ và mọi rủi ro tài sản | 575.600 | 588.335,58 | -2,16% |
| 6 | Bảo hiểm gián đoạn kinh doanh | 22.229 | 16.399,73 | 35,54% |
| 7 | Bảo hiểm thân tàu và TNDS chủ tàu | 526.273 | 458.511,22 | 14,78% |
| 8 | Bảo hiểm trách nhiệm | 117.653 | 44.349,70 | 165,28% |
| 9 | Bảo hiểm nông nghiệp | 503 | 1.472,25 | -65,83% |
| 10 | Bảo hiểm tín dụng và rủi ro tài chính | - | 449 | -100% |

| | | | | |
|-----------|-------------------------------|------------------|---------------------|---------------|
| 11 | Bảo hiểm tài sản và thiệt hại | 1.098.880 | 984.784,93 | 11,59% |
| 12 | Các nghiệp vụ bảo hiểm khác | 61.759 | 48.596,51 | 27,09% |
| 13 | Tổng | 5.485.946 | 4.800.664,66 | 14,27% |

Nguồn: Bản tin số 4 năm 2005 của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam

Bảng 13: Số tiền bảo hiểm theo loại hợp đồng của thị trường bảo hiểm nhân thọ

| TT | Loại hợp đồng | 2005 | 2004 | % tăng trưởng |
|----|---------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| 1 | Hợp đồng có hiệu lực đầu kỳ | 134.049.271,52 | 115.552.485,69 | 16,01% |
| 2 | Hợp đồng khai thác mới trong kỳ | 25.448.266 | 33.176.923 | -23,89% |
| 3 | Hợp đồng hết hiệu lực trong kỳ | 18.111.064 | 13.227.051 | 36,92% |
| 4 | Hợp đồng khôi phục trong kỳ | 6.509.616 | 2.144.782 | 203,51% |
| 5 | Hợp đồng có hiệu lực cuối kỳ | 157.029.285,73 | 137.647.139,69 | 14,08% |

Nguồn: Bản tin số 4 năm 2005 của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam

Hơn thế nữa, đồng thời với việc đối tượng bảo hiểm nhiều hơn, giá trị bảo hiểm lớn hơn thì tổn thất sẽ ngày càng gia tăng. Tức là số tiền bồi thường mà các doanh nghiệp bảo hiểm phải chi trả khi có tổn thất xảy ra sẽ tăng lên, cũng như dự phòng nghiệp vụ sẽ tăng lên để đảm bảo khả năng tài chính cho các doanh nghiệp bảo hiểm, phòng chống lại những tổn thất có qui mô quá lớn. Chúng ta có thể thấy điều đó qua bảng sau:

Bảng 14: Bồi thường, trả tiền bảo hiểm và dự phòng nghiệp vụ (2004-2005)

Đơn vị: Tỷ đồng

| TT | Tên doanh nghiệp | Bồi thường/ Trả tiền bảo hiểm | | Dự phòng nghiệp vụ | |
|--|---|-------------------------------------|--------------|-----------------------|---------------|
| | | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 |
| Bảo hiểm phi nhân thọ | | 1.717 | 2.091 | 2.565 | 3.313 |
| Doanh nghiệp trong nước | | 1.675 | 2.025 | 2.452 | 3.168 |
| 1 | Bảo hiểm Việt Nam | 892 | 920 | 1.122 | 1.477 |
| 2 | Công ty bảo hiểm dầu khí(PVI) | 63 | 125 | 175 | 225 |
| 3 | Tổng công ty cổ phần Bảo Minh | 354 | 474 | 602 | 700 |
| 4 | Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex(PJICO) | 283 | 378 | 280 | 393 |
| 5 | Công ty cổ phần bảo hiểm Nhà Rồng (Bảo Long) | 39 | 51 | 44 | 61 |
| 6 | Công ty cổ phần bảo hiểm bưu điện(PTI) | 43 | 63 | 217 | 275 |
| 7 | Công ty cổ phần bảo hiểm Viễn Đông | 2 | 14 | 11 | 37 |
| 8 | Công ty cổ phần bảo hiểm AAA | - | 0 | - | 3 |
| Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài | | 42 | 67 | 113 | 145 |
| 9 | Công ty liên doanh bảo hiểm quốc tế Việt Nam(VIA) | 16 | 23 | 16 | 20 |
| 10 | Công ty liên doanh bảo hiểm liên hiệp(UIC) | 14 | 15 | 55 | 59 |
| 11 | Công ty TNHH bảo hiểm Allianz Việt Nam | 7 | 11 | 6 | 5 |
| 12 | Công ty liên doanh bảo hiểm Việt úc | 2 | 4 | 15 | 32 |
| 13 | Công ty bảo hiểm tổng hợp Groupama Việt Nam | 1 | 0 | 1 | 1 |
| 14 | Công ty liên doanh TNHH bảo hiểm Samsung-Vina | 1 | 11 | 18 | 24 |
| 15 | Công ty TNHH bảo hiểm châu á - Ngân hàng công thương(IAI) | 0 | 3 | 2 | 4 |
| Bảo hiểm nhân thọ | | 1.418 | 2.319 | 15.798 | 20.383 |
| Doanh nghiệp trong nước | | 1.068 | 1.664 | 8.449 | 9.931 |

| | | | | | |
|--|--|--------------|--------------|---------------|---------------|
| 16 | Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam | 1.068 | 1.664 | 8.449 | 9.931 |
| Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài | | 332 | 656 | 7.350 | 10.452 |
| 17 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Bảo Minh CMG | 3 | 31 | 238 | 419 |
| 18 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam | 308 | 493 | 5.302 | 7.482 |
| 19 | Công ty TNHH bảo hiểm Manulife | 13 | 72 | 1.398 | 2.036 |
| 20 | Công ty TNHH bảo hiểm quốc tế Mỹ(AIA) | 8 | 60 | 412 | 515 |
| Tổng thị trường | | 3.135 | 4.411 | 18.363 | 23.696 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb.Tài chính,H.2006

Như vậy, càng ngày thì để tồn tại trên thị trường các doanh nghiệp bảo hiểm càng cần có một năng lực tài chính thật vững mạnh để có thể đảm bảo khả năng chi trả khi có những sự cố bất thường xảy ra. Với qui định của Chính phủ như hiện nay về vốn pháp định khi thành lập doanh nghiệp bảo hiểm (140 tỷ VNĐ hay 10 triệu USD với công ty bảo hiểm nhân thọ; 70 tỷ VNĐ hay 5 triệu USD đối với công ty bảo hiểm phi nhân thọ và 4 tỷ VNĐ hay 300.000 USD với các công ty môi giới bảo hiểm) cũng như khả năng của các doanh nghiệp trong nước thì biện pháp tốt nhất để nâng cao tiềm lực tài chính là liên kết lại. Liên kết chính là bí quyết sống còn cho các doanh nghiệp bảo hiểm trong thời gian tới.

6. Tác động đến hoạt động của các doanh nghiệp bảo hiểm

Có thể nói những thay đổi trên thị trường thế giới cũng như trong nền kinh tế - xã hội của Việt Nam đã ảnh hưởng một cách sâu sắc đến các hoạt động của các doanh nghiệp bảo hiểm. Giờ đây, thị trường bảo hiểm Việt Nam hoạt động hết sức sôi động, nó biến đổi từng tháng, thậm chí từng ngày. Bên cạnh các hoạt động kinh doanh các loại hình sản phẩm bảo hiểm khác nhau(cả nhân thọ và phi nhân thọ) các công ty bảo hiểm còn tham gia vào rất nhiều các hoạt động khác. Điều đó được thể hiện qua một số lĩnh vực sau:

6.1. Hoạt động niêm yết trên thị trường chứng khoán

Thực hiện chủ trương cổ phần hoá các Doanh nghiệp Nhà nước của Chính phủ, Tổng công ty cổ phần tái bảo hiểm quốc gia Việt Nam (VINARE) và Tổng công ty cổ phần Bảo Minh(Bảo Minh) đã tiến hành cổ phần hoá và chính thức hoạt động theo mô hình mới này vào tháng 1/2005 và tháng 10/2004. Thêm một bước trong quá trình tạo thêm sản phẩm cho thị trường chứng khoán, hai Công ty đã cũng đã khẩn trương hoàn thành các thủ tục để chính thức đăng kí giao dịch cổ phiếu trên trung tâm giao dịch chứng khoán Hà Nội. Vốn điều lệ của VINARE là 500 tỷ đồng còn vốn điều lệ của Bảo Minh là 1.100 tỷ đồng. Cả hai Tổng công ty này vẫn là hoạt động theo mô hình công ty cổ phần trong đó Nhà nước nắm cổ phần chi phối. Với sự tham gia giao dịch trên sàn giao dịch chứng khoán Hà Nội, với số vốn điều lệ của cả hai doanh nghiệp lên tới 1.600 tỷ đồng thì cổ phiếu của hai doanh nghiệp này sẽ là nguồn bổ sung hàng hoá quan trọng, góp phần làm tăng qui mô của thị trường cũng như đa dạng hoá các loại cổ phiếu giao dịch tại trung tâm, tạo điều kiện thu hút vốn đầu tư nhân rồi từ công chúng nhiều hơn để phục vụ cho quá trình đầu tư phát triển nền kinh tế đất nước.

Việc chính thức đăng kí giao dịch trên sàn giao dịch chứng khoán chính là xác định một hướng đi mới trong việc huy động vốn, tạo tính thanh khoản của cổ phiếu và nâng cao hình ảnh và thương hiệu của công ty. Chắc chắn đây sẽ là hình mẫu cho các công ty bảo hiểm khác đang hoạt động theo mô hình công ty cổ phần, đặc biệt là các doanh nghiệp nước ngoài. Điều đó sẽ tạo nên một sợi dây liên kết để cùng phát triển giữa thị trường bảo hiểm và thị trường chứng khoán.

6.2. Hoạt động đầu tư

Từ trước đến nay, của các doanh nghiệp bảo hiểm vẫn tham gia vào hoạt động đầu tư trên thị trường tài chính. Cụ thể là thông qua việc mua trái phiếu chính phủ, cho vay, uỷ thác đầu tư, đầu tư vào các công trình cơ sở hạ tầng, giao thông công cộng...Điển hình nhất cho việc tham gia đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm có lẽ chính là Tập đoàn tài chính - bảo hiểm Bảo Việt với danh mục đầu tư đa dạng, đó là gửi tiền có kỳ hạn, mua trái phiếu chính phủ, đầu tư trực tiếp vào các dự án (bảo hiểm chứng khoán, ngân hàng, nhiệt điện, kinh

doanh hạ tầng khi đô thị, kinh doanh bất động sản, sản xuất bao bì cao cấp, khách sạn, du lịch, vui chơi giải trí, vận tải...), mua cổ phần của các doanh nghiệp nhà nước cổ phần hóa, kinh doanh chứng khoán. Tuy nhiên, do tác động của xu thế đầu tư trên thị trường bảo hiểm thế giới, với nhu cầu bảo toàn cho vốn, tránh rủi ro cho vốn và nhân vốn, hoạt động đầu tư đang ngày càng được chuyên môn hoá hơn, qui củ hơn thông qua hình thức quỹ đầu tư. Năm 1999, Bảo Việt đã đi tiên phong trong việc thành lập công ty cổ phần chứng khoán Bảo Việt (BVSC), công ty chứng khoán đầu tiên ở Việt Nam. Đây là sự đón đầu của Bảo Việt trước sự phát triển của thị trường chứng khoán trong tương lai. Điều đó thể hiện vai trò tiên phong của Bảo Việt trong việc phát triển thị trường tài chính và thị trường chứng khoán Việt Nam, đồng thời cũng làm phong phú thêm các cơ hội đầu tư cho các khách hàng của Bảo Việt cũng như cho chính Bảo Việt. Sau 7 năm hoạt động, BVSC đã làm tốt vai trò của mình là một trung gian thúc đẩy sự phát triển của thị trường chứng khoán cũng như quá trình cổ phần hoá các Doanh nghiệp Nhà nước để tạo thêm sản phẩm cho thị trường chứng khoán Việt Nam. Không dừng lại ở đó, tháng 11 năm 2001 Bảo Việt đã cho ra đời Trung tâm đầu tư Bảo Việt thông qua việc cơ cấu lại phòng đầu tư vốn. Sự kiện này đánh dấu một bước phát triển quan trọng trên con đường chuyên nghiệp hóa hoạt động đầu tư của Bảo Việt, nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động đầu tư, đáp ứng các nghĩa vụ cam kết với khách hàng, đặc biệt là khách hàng bảo hiểm nhân thọ. Gần đây nhất, sau sự kiện thành lập Tập đoàn Tài chính - Bảo hiểm Bảo Việt tháng 12/2005 và thực hiện định hướng hoạt động đầu tư kinh doanh tổng hợp trong tương lai của Tập đoàn này, Công ty quản lý quỹ Bảo Việt (BVFMC) đã chính thức ra đời nhằm nâng qui mô cũng như chuyên môn hoá hoạt động đầu tư của tập đoàn. BVFMC chính là “chân kiềng” thứ ba trong mô hình Tập đoàn tài chính bảo - hiểm Bảo Việt (bao gồm bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm phi nhân thọ và đầu tư tài chính). BVFMC sẽ tham gia đầu tư vào nhiều lĩnh vực khác nhau thông qua các hình thức như đầu tư vào trái phiếu chính phủ; trái phiếu, cổ phiếu công ty; gửi tiền tại các tổ chức tín dụng; góp vốn liên doanh, cổ phần; đầu tư bất động sản; Cho vay, uỷ thác đầu tư và các hoạt động đầu tư khác. Ngoài ra, BVFMC còn cung cấp các dịch vụ khác cho các nhà đầu tư như quản lý quỹ đầu

tư thành viên, quản lý quỹ đầu tư công chúng, quản lý danh mục đầu tư theo hợp đồng uỷ thác, tư vấn tài chính và tư vấn đầu tư chứng khoán.... Như vậy, sự kiện BVFMC ra đời đã chính thức đánh dấu một giai đoạn đầu tư mới trong chiến lược phát triển của tập đoàn Bảo Việt, đảm bảo làm tốt vai trò của tập đoàn này trên thị trường bảo hiểm nói riêng và thị trường tài chính nói chung.

Bên cạnh Bảo Việt, Công ty quản lý quỹ Prudential Việt Nam thuộc Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam(ra đời ngày 10/6/2006) cũng chuẩn bị thành lập Quỹ công chúng đầu tiên trong ngành bảo hiểm ở Việt Nam. Mục đích của Prudential chính là tạo ra sự gắn kết giữa hoạt động đầu tư và kinh doanh bảo hiểm, đặc biệt là trong khâu thiết kế, phát triển sản phẩm. Việc Prudential thành lập quỹ công chúng chứ không phải là quỹ thành viên là nhằm tận dụng nhu cầu đầu tư rất lớn hiện nay của người dân Việt Nam. Hiện nay, Công ty quản lý quỹ Prudential đang quản lý tài sản trị giá 500 triệu USD cho Công ty bảo hiểm Prudential Việt Nam, đó sẽ là kinh nghiệm rất tốt để họ có thể quản lý quỹ công chúng một cách hiệu quả vì quyền lợi của các nhà đầu tư. Hiện nay, hồ sơ xin cấp phép thành lập quỹ công chúng đã được Ủy ban chứng khoán chấp thuận về mặt nguyên tắc, chỉ cần chỉnh sửa thêm một số chi tiết trong bản cáo bạch và dự thảo điều lệ thì sẽ được Ủy ban cấp phép chính thức. Dự kiến trong thời gian ngắn sắp tới chúng chỉ quỹ sẽ được niêm yết trên trung tâm giao dịch chứng khoán TP. Hồ Chí Minh.

Như vậy, thông qua việc thành lập Công ty quản lý quỹ Bảo Việt cũng như Quỹ công chúng đầu tiên trong ngành bảo hiểm Việt Nam của công ty quản lý quỹ Prudential Việt Nam, chúng ta có thể thấy một triển vọng phát triển hết sức sôi động trong lĩnh vực đầu tư của các công ty bảo hiểm trong tương lai. Khi đó, chắc chắn đây sẽ là một động lực tốt thúc đẩy sự phát triển của thị trường tài chính Việt Nam, tạo điều kiện hội nhập sâu hơn vào thị trường tài chính quốc tế.

6.3. Hoạt động liên doanh liên kết

Dưới tác động của xu hướng liên doanh liên kết cũng như thành lập các mô hình Bancassurance trên thế giới, đặc biệt sau sự kiện Luật các tổ chức tín dụng được sửa đổi năm 2004 cho phép các ngân hàng thương mại được cung ứng

các dịch vụ bảo hiểm thì sự liên kết giữa hai thể chế này càng có cơ sở để phát triển. Bên cạnh việc “lấn sân” lẫn nhau giữa các công ty bảo hiểm và ngân hàng thương mại trong thời gian qua thì xu hướng tăng cường hợp tác cũng đang được khẳng định. Đó cũng là sự đa dạng trong phát triển thị trường vốn hiện nay. Quá trình liên kết đó được thể hiện thông qua một số hoạt động sau:

Năm 1999, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã phối hợp với một Tập đoàn bảo hiểm của Australia để thành lập Công ty liên doanh Bảo hiểm Việt - Australia (BIDV- QBE) với số vốn điều lệ là 4 triệu USD.

Sang đến năm 2002, Ngân hàng Công thương Việt Nam cũng đã thành lập Công ty TNHH Bảo hiểm châu Á - Ngân hàng Công thương (IAI) với số vốn điều lệ là 6 triệu USD.

Đầu năm 2005, các chủ thẻ ATM của VCB và Agribank đã bắt đầu chú ý đến một giao dịch mới, đó là đóng phí bảo hiểm qua máy ATM. Đây cũng là hình thức cơ bản và phổ biến đầu tiên của Bancassurance tại Việt Nam, nó hứa hẹn những hình thức liên kết với qui mô lớn hơn trong tương lai.

Sau đó, VCB cũng đã liên kết với Công ty bảo hiểm AIA, Prudential với dịch vụ thanh toán phí bảo hiểm qua máy ATM. Đồng thời, Agribank cũng có một bản hợp tác toàn diện với Prudential, trong đó cũng có sản phẩm liên kết tương tự. VCB còn có một bước đột phá khác vào thị trường bảo hiểm là đã phối hợp với tổ chức Thẻ quốc tế Amex và Vietnam Airline ra mắt thẻ tín dụng quốc tế Bông Sen Vàng. Theo đó, chủ thẻ được hưởng dịch vụ bảo hiểm tai nạn du lịch trị giá 5.000 USD, dịch vụ bảo hiểm sức khỏe du lịch trị giá 5.000 USD và bảo hiểm hành lý trị giá 1.000 USD.

Ngày 12/5/2005, tại Tp.HCM, Công ty bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam và ngân hàng TMCP Á Châu đã tổ chức họp báo giới thiệu sản phẩm mới là “Phú Bảo Tín”, một sản phẩm được đánh giá là phù hợp với khách hàng vay tín dụng để thực hiện các kế hoạch mua nhà, đất, kinh doanh hoặc cho con đi du học. Trên thế giới, sản phẩm này thuộc loại hình bảo hiểm Mortgage Reducing Term Assurance (MRTA), tức là sản phẩm bảo hiểm nhân thọ với mệnh giá bảo hiểm giảm dần cho khách hàng vay thế chấp. Với việc tham gia sản phẩm này khách hàng an tâm nếu như rủi ro xảy ra với bản thân họ, gia đình vẫn có khả

năng hoàn trả các khoản vay cho ngân hàng mà không phải mất tài sản thế chấp. Đây cũng là một điểm thuận lợi hơn cho khách hàng trong giao dịch tín dụng với ngân hàng cũng như là một sự hỗ trợ tích cực của ngân hàng trong việc phát triển bảo hiểm. Được biết từ khi hợp tác trong việc bán các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ qua ngân hàng thì đã có 2.800 hợp đồng được ký kết với tổng số phí thu được là 10,5 tỷ đồng. Hai bên còn thảo luận để hợp tác kinh doanh Call center Prudential - ACB. Theo đó, Prudential sẽ huấn luyện cho nhân viên Call Center của ACB để tư vấn các sản phẩm bảo hiểm qua điện thoại.

Tiếp theo liên kết Prudential - ACB, ngân hàng Phương Nam và Công ty Bảo hiểm quốc tế Mỹ (AIA) cũng đã ký một biên bản hợp tác để phát triển các sản phẩm dịch vụ giữa hai bên trong thời gian tới.

Một sự kiện cũng được giới ngân hàng, bảo hiểm quan tâm là thảo thuận hợp tác giữa Bảo Việt và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (NHNo). Theo đó, NHNo cung cấp dịch vụ quản lý tài khoản tiền gửi cho Bảo Việt, đóng phí bảo hiểm, thanh toán tiền bảo hiểm, tư vấn bảo hiểm nhân thọ, giới thiệu khách hàng cho Bảo Việt.... Ngược lại, Bảo Việt sẽ cung cấp các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ cho gần 3 vạn nhân viên của NHNo.

Và gần đây nhất, ngày 01/08/2006, Techcombank và Bảo Việt Nhân thọ cũng đã tổ chức lễ ký kết “ Thoả thuận hợp tác về việc liên kết phân phối các sản phẩm bảo hiểm qua ngân hàng” và ra mắt hai sản phẩm Bancassurance “ Tài khoản tiết kiệm giáo dục” và “ Tín dụng cho Nhà mới và ô tô xịn”. Đây là những sản phẩm lần đầu tiên được xuất hiện tại Việt Nam và được xây dựng dựa trên sự kết hợp của các sản phẩm khác nhau. “ Tài khoản tiết kiệm giáo dục” là một hình thức tài khoản tiết kiệm định kỳ dài hạn bằng VNĐ hướng tới mục tiêu tích lũy để trang trải chi phí giáo dục/ đào tạo cho trẻ trong tương lai. Khách hàng tham gia chương trình ngoài việc được hưởng lãi suất tiết kiệm sẽ được bảo hiểm miễn phí theo sản phẩm “ An Tâm Tiết Kiệm” của Bảo Việt Nhân thọ. Còn sản phẩm “ Tín dụng cho nhà mới và ô tô xịn” là sự gắn kết của Techcombank với bảo hiểm” An Tâm Bảo Tín” của Bảo Việt nhân thọ. Sản phẩm này sẽ mang lại cho khách hàng cảm giác yên tâm, thanh thản, đảm bảo được trách nhiệm trả khoản nợ tồn đọng trong trường hợp chẳng may gặp rủi ro. Trong thời gian tới,

Techcombank và Bảo Việt Nhân Thọ sẽ tiếp tục nghiên cứu hợp tác phát triển các sản phẩm dịch vụ liên kết ngân hàng - bảo hiểm và mở rộng hợp tác trong các mảng dịch vụ như thanh toán thẻ qua thiết bị chấp nhận thanh toán thẻ (POS), dịch vụ thu, chi tiền mặt tại chỗ, dịch vụ thanh toán tự động và chi trả phí bảo hiểm, dịch vụ quản lý tiền mặt tập trung, dịch vụ thanh toán từ xa TeleBank, dịch vụ làm thẻ và trả lương qua tài khoản cho cán bộ công nhân viên, tư vấn viên, thu ngân viên của Bảo Việt Nhân Thọ và các dịch vụ ngân hàng liên quan khác.

Ngay cả một doanh nghiệp mới thành lập và đi vào hoạt động như Prevoir cũng đã được Bộ Tài chính phê duyệt trong việc đưa ra một sản phẩm bảo hiểm kết hợp với ngân hàng Sacombank đó là Credit Life (Phước An Tín). Thông qua đó, mặc dù phải trả một khoản phí hoa hồng cho mỗi hợp đồng ký được nhưng Prevoir lại tranh thủ được kênh phân phối sản phẩm qua ngân hàng. Đây sẽ là một lợi thế để Prevoir có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp khác đã ra đời từ lâu trên thị trường.

Nói tóm lại, hoạt động Bancassurance ở Việt Nam đang ngày càng có nhiều bước phát triển và chắc chắn sẽ là một kênh phân phối sản phẩm hết sức hiệu quả trong tương lai nếu chúng ta thực sự biết cách khai thác những điểm mạnh cũng như hạn chế những nhược điểm của nó.

7. Tác động đến quá trình cạnh tranh trên thị trường

Có thể nói, cùng với việc thực hiện hiệp định thương mại Việt Mỹ, những cam kết AFTA cũng như các cam kết sau khi Việt Nam gia nhập WTO thì sẽ ngày càng có nhiều doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài tham gia vào thị trường bảo hiểm Việt Nam hơn. Với 32 doanh nghiệp như hiện nay, trong đó có 18 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, sự cạnh tranh trên thị trường hiện nay là hết sức gay gắt. Các doanh nghiệp áp dụng rất nhiều biện pháp cạnh tranh khác nhau. Có thể là khuyến mại bằng các giải thưởng trị giá cao, tặng hoa hồng đại lý, giảm phí bảo hiểm, đưa ra các điều khoản sản phẩm hấp dẫn, biểu phí phù hợp, xây dựng các chương trình tuyên truyền, quảng cáo, xúc tiến bán hàng, khen thưởng đại lý giỏi....

Tuy nhiên, bên cạnh những biện pháp cạnh tranh lành mạnh thì vẫn còn những biện pháp cạnh tranh quá mạo hiểm. Nhiều công ty cạnh tranh quyết liệt bằng việc hạ phí quá thấp (ví dụ như nhiều nhóm ngành hàng có rủi ro cao như dệt may, nhựa, sản xuất giấy... được chào tỷ lệ phí từ 0,06 - 0,08%, vốn là tỷ lệ phí dành cho rủi ro loại tốt), giảm mức miễn thường, mở rộng các điều khoản của hợp đồng để giành giật khách hàng. Hay như đối với loại hình trách nhiệm cho nhà thầu đóng tàu, có những dịch vụ được giảm tới 30 - 50% trong khi trên thị trường quốc tế loại hình bảo hiểm này được khai thác rất thận trọng. Đây cũng không hẳn là sự cạnh tranh không lành mạnh vì xu hướng trong tương lai khách hàng luôn mong muốn có được những sản phẩm tốt nhất, đó là phí hợp lý nhất, dịch vụ tốt nhất, tỷ lệ bồi thường cao nhất, mức miễn thường thấp nhất.... Tuy nhiên, các doanh nghiệp bảo hiểm cũng cần cân nhắc khả năng, tiềm lực của doanh nghiệp mình chứ không nên đưa ra những điều kiện cạnh tranh quá mạo hiểm, nếu không bây giờ họ được lợi vì có được nhiều khách hàng nhưng sẽ phải đối mặt với mức độ rủi ro rất lớn trong tương lai.

Mặt khác, những hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh, vi phạm các cam kết vẫn còn xuất hiện. Điển hình là việc khai thác bảo hiểm học sinh sinh viên. Mặc dù 3 Công ty Bảo Việt nhân thọ, Bảo Minh và PJICO đã ký cam kết về việc kinh doanh loại hình bảo hiểm này nhưng đầu tiên là Bảo Minh Hà Nam, Nam Định rồi đến Bảo Việt An Giang đã vi phạm. Họ đã dùng các hình thức như tặng quà cho Ban giám hiệu các trường phổ thông, gây áp lực về mặt chính quyền để các trường bắt học sinh mua bảo hiểm của họ. Đây là một sự cạnh tranh không lành mạnh và gây ra một ảnh hưởng không tốt về môi trường kinh doanh bảo hiểm tại Việt Nam.

Có thể nói, việc Chính phủ Việt Nam mở cửa, tự do hoá thị trường nội địa, cấp giấy phép cho nhiều doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài vào hoạt động tại Việt Nam dưới nhiều hình thức khác nhau cũng là nhằm thực hiện các cam kết quốc tế để tạo ra một môi trường cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh giữa các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. Tuy nhiên, dưới tác dụng của quy luật cạnh tranh, khi mà nhiều doanh nghiệp cùng kinh doanh, cùng cạnh tranh trong việc bán sản phẩm thì để thu hút khách hàng đã khiến họ có những hình thức

cạnh tranh không lành mạnh, cả trong lĩnh vực nhân thọ và phi nhân thọ. Do đó, nhiệm vụ đặt ra cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là phải nâng cao được năng lực tài chính, nghiệp vụ, đa dạng hoá sản phẩm cũng như nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao chất lượng phục vụ.... Có như thế thì các doanh nghiệp mới có thể đứng vững được trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn, đặc biệt sau khi Việt Nam gia nhập WTO.

8. Tác động đến sản phẩm bảo hiểm

Thị trường bảo hiểm phát triển với tốc độ nhanh chóng, nhu cầu người tiêu dùng ngày càng cao, cạnh tranh ngày càng gay gắt hơn cũng đồng nghĩa với việc các doanh nghiệp phải đưa ra các loại sản phẩm khác nhau, không những phong phú về chủng loại mà còn có chất lượng ngày càng cao hơn để thoả mãn nhu cầu người tiêu dùng. Trước năm 1993, thị trường bảo hiểm mới chỉ có 22 sản phẩm, chủ yếu tập trung vào các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ truyền thống. Đến nay, thị trường đã có hơn 600 loại sản phẩm bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ thuộc cả ba lĩnh vực đối tượng bảo hiểm là bảo hiểm con người, bảo hiểm tài sản và bảo hiểm trách nhiệm dân sự được cung cấp trên thị trường. Điều đó đã góp phần nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu phong phú của người tham gia bảo hiểm.

Không chỉ được nâng cao về số lượng mà chất lượng của các sản phẩm bảo hiểm giờ đây cũng được đi vào chiều sâu. Do không còn chế độ độc quyền bảo hiểm nữa nên các doanh nghiệp không ngừng chú trọng nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ cho khách hàng. Các công ty còn hợp tác với các công ty tái bảo hiểm, môi giới bảo hiểm để cải tiến các khâu như đánh giá rủi ro, bồi thường, tư vấn cho khách hàng, cải tiến qui trình nghiệp vụ. Giờ đây, người tiêu dùng được tiếp cận với những sản phẩm có tính chất hỗ trợ ngày càng cao hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của mình. Các công ty đều đưa ra các sản phẩm tổng hợp khác nhau. Ví dụ như cuối năm 2005 Bảo Việt mới triển khai hai sản phẩm là “An Sinh Lập Nghiệp” và “An Sinh Thành Tài” hết sức thành công. Các sản phẩm giờ đây cũng là sự gắn kết với các loại hình dịch vụ khác như ngân hàng, bưu điện nhằm mang đến cho người tiêu dùng những tiện ích cao nhất. Thông qua

đó, người tiêu dùng có thể thanh toán tiền phí bảo hiểm qua ngân hàng, có được những khoản vay ngân hàng với mức độ đảm bảo an toàn cao....

Tất cả những tiện ích đó đều chứng tỏ cam kết nâng cao chất lượng sản phẩm để phục vụ tốt hơn nhu cầu của thị trường.

Không chỉ có vậy, đội ngũ đại lý bảo hiểm cũng như nhân viên tư vấn giờ đây cũng được chuyên môn hoá hơn, đòi hỏi trình độ cao hơn để đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Thậm chí, nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, kể từ tháng 7/2006, hệ thống phần mềm quản lý đại lý do 6 doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ xây dựng đã bắt đầu đi vào hoạt động nhằm sàng lọc những đại lý làm ăn bất chính, xâm phạm quyền lợi của khách hàng và gây phương hại đến uy tín các doanh nghiệp. Hệ thống phần mềm này cho phép kết nối thông tin đại lý giữa 6 doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ là ACE Life, AIA, Bảo Minh - CMG, Bảo Việt nhân thọ, Manulife và Prudential. Trên cơ sở đó, sẽ lọc ra và lập danh sách đen các đại lý vi phạm. Danh sách được lưu trong thời gian là 3 năm trên hệ thống. Những đại lý vi phạm sẽ bị chấm dứt hợp đồng hoặc sa thải, và sẽ không được bất kỳ doanh nghiệp bảo hiểm nào tuyển dụng trong vòng 3 năm kể từ ngày liệt vào danh sách. Đây là một động thái hết sức tích cực của các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ nhằm nâng cao uy tín, chất lượng phục vụ khách hàng. Điều này là vô cùng cần thiết trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Có chú trọng đến việc nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh thì mới vượt qua được những khó khăn hiện nay trên thị trường để tiếp tục đứng vững và phát triển. Nguyên nhân của việc xây dựng hệ thống trên là do tiêu cực trong hoạt động của đại lý vẫn là vấn đề nan giải trong ngành bảo hiểm từ nhiều năm qua. Với hơn 100.000 đại lý, các doanh nghiệp bảo hiểm khó mà kiểm soát thông tin khiến cho dẫn tới tình trạng một đại lý làm chung cho nhiều doanh nghiệp, hoặc vi phạm qui định của doanh nghiệp này thì chuyển sang làm đại lý cho doanh nghiệp khác. Để ký được hợp đồng, nhiều đại lý còn quảng cáo sai sự thật về nội dung, phạm vi hoạt động của doanh nghiệp cũng như các điều kiện, điều khoản bảo hiểm, gây thiệt hại cho người mua bảo hiểm. Qua đó cũng ảnh hưởng đến uy

tín của các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ. Vì thế, tình trạng này cần sớm chấm dứt để đảm bảo sự phát triển lành mạnh của thị trường bảo hiểm nhân thọ.

Như vậy, càng ngày các doanh nghiệp bảo hiểm càng chú trọng hơn đến chính sách sản phẩm. Đây là một công cụ hữu hiệu trong việc cạnh tranh trên thị trường. Đa dạng hoá loại hình sản phẩm với những loại sản phẩm mới, đặc biệt là các sản phẩm hỗn hợp, nâng cao chất lượng sản phẩm nhằm mang đến cho khách hàng nhiều tiện ích cũng như sự hài lòng cao nhất, đó chính là phương châm hoạt động của các doanh nghiệp bảo hiểm trong giai đoạn hiện nay.

9. Tác động đến hình thức phân phối sản phẩm

Có thể nói trên thị trường bảo hiểm thế giới hiện nay sử dụng rất nhiều kênh phân phối sản phẩm khác nhau. Có thể là qua kênh truyền thống(đại lý, môi giới) hay qua những kênh phân phối mới như bancassurance, telemarketing, direct marketing, post - assurance, cyber marketing, allfinanz, bán hàng qua siêu thị....Mặc dù đã mở cửa, đón nhận những làn gió mới trên thị trường bảo hiểm thế giới nhưng cho đến nay thì kênh phân phối qua đại lý vẫn là kênh chủ yếu ở Việt Nam. Với đội ngũ đại lý ngày càng gia tăng về số lượng cũng như trình độ tư vấn tăng lên, hơn 130.000 đại lý bảo hiểm đang là lực lượng hỗ trợ đắc lực cho các công ty bảo hiểm trong việc đưa các sản phẩm bảo hiểm đến tận tay người tiêu dùng. Bên cạnh đó, với việc công ty Thái Bình Dương được cấp phép hoạt động môi giới bảo hiểm trong năm 2005, nâng tổng số công ty môi giới bảo hiểm Việt Nam lên con số 4 thì trong tương lai đây sẽ tiếp tục là một kênh phân phối sản phẩm hiệu quả.

Không chỉ có vậy, tiếp thu những trào lưu mới trên thế giới, kênh phân phối bancassurance cũng đã xuất hiện và có chiều hướng phát triển ở Việt Nam. Đó là việc Prudential và ACB liên kết với nhau để bán sản phẩm “Phú An Tín” qua ngân hàng cũng như triển vọng bán hàng qua các Call Centre. Hay như việc Bảo Việt Nhân Thọ bán các sản phẩm ” Tài khoản tiết kiệm giáo dục” và “ Tín dụng cho Nhà mới và ô tô xịn” thông qua ngân hàng Techcombank... Đây chính là những minh chứng rõ ràng nhất cho một triển vọng phát triển của kênh phân phối này trong tương lai ở Việt Nam.

Ngoài ra, một kênh phân phối rất có hiệu quả ở Pháp là phân phối qua bưu điện cũng đã xuất hiện tại Việt Nam. Điển hình của hình thức này là việc công ty bảo hiểm nhân thọ Prevoir Việt Nam sử dụng mạng lưới bưu điện (tiết kiệm bưu điện) để phân phối sản phẩm của mình thay vì kênh phân phối qua đại lý truyền thống. Theo đó, Prevoir đã ký hợp đồng phân phối độc quyền các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ bưu chính với Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT). Tính từ thời điểm chính thức bán ra sản phẩm đầu tiên (T3/2006) cho đến nay, Prevoir đã ký được gần 600 hợp đồng ở khắp các tỉnh thành trong cả nước thông qua kênh phân phối là các bưu cục của VNPT.

Tóm lại, các kênh phân phối sản phẩm bảo hiểm đang ngày càng đa dạng hơn. Đặc biệt, với sự phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin và Internet như hiện nay, chắc chắn trong tương lai những mô hình phân phối như E-bancassurance hay Cyber marketing... sẽ ngày càng phát triển trên thị trường bảo hiểm Việt Nam.

10. Tác động đến sự đóng góp của ngành bảo hiểm cho sự phát triển chung của nền kinh tế - xã hội

Dưới tác động của nền kinh tế nói chung cũng như những xu thế phát triển của thị trường bảo hiểm thế giới, thị trường bảo hiểm Việt Nam những năm qua đã có những bước phát triển vượt bậc và ngày càng có những đóng góp to lớn và tích cực đến sự ổn định của nền kinh tế - xã hội. Hàng năm, các doanh nghiệp bảo hiểm đã giải quyết bồi thường và trả tiền bảo hiểm hàng ngàn tỷ đồng cho các đơn vị sản xuất kinh doanh và người tham gia bảo hiểm khi gặp sự cố bảo hiểm. Điều đó không những giúp cho các đơn vị sản xuất kinh doanh, người tham gia bảo hiểm nhanh chóng khắc phục khó khăn mà còn làm giảm gánh nặng cho Ngân sách Nhà nước.

Các doanh nghiệp bảo hiểm thời gian qua tạo lập được nguồn vốn lớn và dài hạn để đầu tư ngược trở lại nền kinh tế. Tổng số tiền huy động cho đầu tư đã tăng từ 46 tỷ VNĐ năm 1994 lên 26.906 tỷ VNĐ năm 2005. Đồng thời, các doanh nghiệp bảo hiểm ngày càng chú trọng đến việc đầu tư dài hạn vào các cơ sở hạ tầng kinh tế, sản xuất kinh doanh, giao thông công cộng hơn bao giờ hết.

Điều đó không chỉ góp phần vào sự phát triển của đất nước mà còn giảm bớt gánh nặng đầu tư hơn cho ngân sách.

Thị trường bảo hiểm những năm qua còn góp phần tích cực vào việc giải quyết các vấn đề xã hội. Thị trường bảo hiểm phát triển đã tạo điều kiện giải quyết công ăn việc làm cho người lao động, làm giảm gánh nặng thất nghiệp cũng như tệ nạn xã hội cho nhà nước. Tính đến năm 2005, ngành bảo hiểm đã tạo công ăn việc làm cho 143.540 người, tham gia dưới hình thức lao động và đại lý bảo hiểm. Nhờ đó mà cuộc sống của họ cũng được ổn định hơn. Bên cạnh đó, ngành bảo hiểm còn chi nhiều tỷ đồng cho công tác đề phòng, hạn chế tổn thất, được xã hội đánh giá cao như xây dựng đường lánh nạn, điểm tránh bão cho tàu thuyền trên biển, biển báo ngăn ngừa tai nạn, các biện pháp phòng cháy chữa cháy.... Nhờ đó mà gánh nặng về tai nạn giao thông của nước ta cũng phần nào được giảm bớt.

Không chỉ có hoạt động kinh doanh phát triển mà ngành bảo hiểm còn tích cực tham gia các hoạt động xã hội như cứu trợ, gây quỹ khuyến học, quỹ ủng hộ người nghèo, nạn nhân chất độc màu da cam, nuôi dưỡng bà mẹ Việt Nam anh hùng.... Điều đó một phần nào đã giúp các doanh nghiệp bảo hiểm gây được lòng tin trong xã hội. Ngày nay, bảo hiểm càng không chỉ làm tốt vai trò là “lá chắn của nền kinh tế” mà còn có những đóng góp vô cùng to lớn cho sự phát triển chung của nền kinh tế - xã hội trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

II. GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT HUY NHỮNG TÁC ĐỘNG TÍCH CỰC VÀ HẠN CHẾ NHỮNG TÁC ĐỘNG TIÊU CỰC CỦA CÁC XU HƯỚNG TRÊN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM THẾ GIỚI ĐẾN SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM VIỆT NAM.

Mở cửa và hội nhập vào nền kinh tế thế giới mang lại một làn gió mới cho sự phát triển của nền kinh tế xã hội Việt Nam nói chung và ngành bảo hiểm nói riêng. Song, như một quy luật chung thì có những tác động tích cực thì đồng thời cũng sẽ có cả những tác động tiêu cực. Do đó, em xin đưa ra một số giải pháp

nhằm phát huy những tác động tích cực và hạn chế những tác động tiêu cực của các xu hướng trên thị trường bảo hiểm thế giới đến sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam.

1. Giải pháp về phía Nhà nước.

Để đảm bảo làm tốt vai trò là cơ quan quản lý, chỉ đạo và điều tiết hoạt động trên thị trường bảo hiểm, Nhà nước ta cần chú ý tới một số vấn đề sau:

Thứ nhất, Nhà nước cần có chính sách phù hợp trong việc mở cửa thị trường bảo hiểm. Mặc dù một trong những điều kiện để Việt Nam đàm phán gia nhập WTO thành công là phải cam kết mở cửa thị trường nhưng với một lĩnh vực nhạy cảm như bảo hiểm thì cần phải có một lộ trình và bước đi thích hợp. Thị trường bảo hiểm Việt Nam hiện nay còn rất non trẻ và vẫn còn nhiều bất cập trong quá trình xây dựng và phát triển nên nếu mở cửa tức thì thì sẽ có thể dẫn đến sự xâm nhập một cách ồ ạt của các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài, dẫn đến sự thôn tính, chiếm lĩnh thị trường và những tác động tiêu cực khác mà thị trường bảo hiểm Việt Nam không thể chống đỡ nổi. Theo đánh giá thì thị trường bảo hiểm Việt Nam đang được mở cửa quá nhanh chóng, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đang ngày càng chiếm ưu thế so với các doanh nghiệp trong nước cả về số lượng doanh nghiệp (18/tổng số 32 doanh nghiệp bảo hiểm), vốn kinh doanh và thị phần(nhất là đối với bảo hiểm nhân thọ). Chính việc mở cửa thị trường nhanh chóng đã gây ra nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước khi buộc phải gồng mình cạnh tranh trong điều kiện thiếu vốn cũng như kinh nghiệm kinh doanh. Điều đó đòi hỏi Nhà nước ta cần có sự điều chỉnh hợp lý, kìm hãm tốc độ mở cửa thị trường lại ở một mức độ hợp lý để đảm bảo cho sự phát triển lành mạnh của thị trường bảo hiểm Việt Nam trong tương lai.

Thứ hai, Nhà nước cần hoàn thiện môi trường pháp lý về kinh doanh bảo hiểm cho phù hợp với tiến trình hội nhập. Mặc dù có rất nhiều văn bản như luật, thông tư, nghị định, văn bản hướng dẫn thi hành trong lĩnh vực bảo hiểm nhưng lại khá phân tán và bất cập. Ở Việt Nam hiện nay đã có luật chuyên ngành là luật kinh doanh bảo hiểm nhưng phạm vi áp dụng lại chưa đầy đủ cho mọi loại hình

bảo hiểm. Ví dụ như bảo hiểm y tế, bảo hiểm tiền gửi, bảo hiểm xã hội...chưa được quy định trong luật này do Nhà nước cho rằng việc thực hiện các loại hình bảo hiểm này không mang tính chất kinh doanh. Hơn thế nữa, một số quy định về hàng hải, về trách nhiệm dân sự lại không được quy định đầy đủ trong luật này mà được dẫn chiếu sang Bộ luật hàng hải hay Bộ luật dân sự. Các văn bản pháp luật điều chỉnh thì chồng chéo nhau, nhiều quy định trong luật kinh doanh bảo hiểm lại chưa có văn bản hướng dẫn thi hành, nhiều khái niệm thuật ngữ về luật cũng chưa thống nhất gây rất nhiều khó khăn cho các doanh nghiệp trong quá trình áp dụng. Vì thế, để tạo điều kiện cho sự phát triển toàn diện, an toàn và lành mạnh của thị trường bảo hiểm trong quá trình hội nhập đòi hỏi Nhà nước phải hoàn thiện hệ thống pháp lý. Cụ thể là Nhà nước cần thống nhất các hoạt động kinh doanh bảo hiểm vào một hệ thống pháp lý, có đầy đủ các văn bản hướng dẫn thi hành, tránh chồng chéo, làm rõ các vấn đề còn tranh cãi. Đồng thời Nhà nước cũng nên xây dựng luật theo hướng bình đẳng, áp dụng chung cho cả doanh nghiệp trong và ngoài nước để đảm bảo tính thống nhất, công bằng và bình đẳng trong quá trình hoạt động cho thị trường bảo hiểm. Có như vậy mới tạo điều kiện cho thị trường bảo hiểm phát triển toàn diện cũng như xây dựng được một hình ảnh tốt đẹp về thị trường bảo hiểm Việt Nam trong mắt bạn bè quốc tế.

Thứ ba, Nhà nước cần đổi mới cơ chế quản lý nhà nước đối với thị trường bảo hiểm. Đây là một việc làm hết sức cần thiết và cấp bách cũng như không thể thiếu trong hệ thống các giải pháp vĩ mô nhằm thúc đẩy sự phát triển của thị trường bảo hiểm. Để đảm bảo sự phát triển lành mạnh của thị trường bảo hiểm Nhà nước cần thống nhất một cơ quan quản lý chuyên ngành để điều tiết vĩ mô hoạt động của thị trường. Thêm vào đó, Nhà nước cũng cần nâng cao năng lực của các cán bộ quản lý nhà nước theo hướng hiện đại hoá, phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế. Các cơ quan quản lý Nhà nước sẽ chỉ làm nhiệm vụ điều tiết vĩ mô để đảm bảo sự phát triển an toàn, lành mạnh và toàn diện của thị trường, đảm bảo cho hoạt động của thị trường đi đúng định hướng phát triển của Nhà nước chứ không nên tham gia trực tiếp vào hoạt động của các doanh nghiệp. Đồng thời, cần có các biện pháp kiểm tra, giám sát, khen thưởng và xử phạt một cách

rõ ràng để kịp thời phát hiện, điều chỉnh hoặc xử lý các vi phạm cũng như khen thưởng các cá nhân và doanh nghiệp điển hình cho các doanh nghiệp khác học tập để đạt được mục tiêu phát triển bền vững cho thị trường bảo hiểm.

Thứ tư, Nhà nước cần rà soát, sắp xếp lại các doanh nghiệp bảo hiểm. Thời gian qua, trong nỗ lực thực hiện các cam kết mở cửa thị trường, Nhà nước ta đã cấp phép hoạt động cho rất nhiều các doanh nghiệp bảo hiểm khác nhau, đặc biệt là các doanh nghiệp bảo hiểm có vốn đầu tư nước ngoài. Điều đó đã dẫn đến sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường cũng như sự quản lý chưa thật sát sao về tính hiệu quả của mỗi mô hình hoạt động bảo hiểm. Vì thế, thời gian tới Nhà nước cần có sự sắp xếp lại để các doanh nghiệp bảo hiểm có thể nâng cao tính tự chủ, đảm bảo sức cạnh tranh cũng như nâng cao năng lực tài chính, hoạt động và giữ vững thị phần trên thị trường. Nhà nước nên khuyến khích việc thành lập doanh nghiệp dưới dạng công ty cổ phần vì đây sẽ là một kênh huy động vốn rất hiệu quả trong tương lai. Nhà nước cũng nên tạo điều kiện cho mọi thành phần kinh tế thành lập công ty bảo hiểm dưới hình thức công ty cổ phần nếu có đủ năng lực tài chính và năng lực hoạt động theo luật định. Để thực hiện lộ trình mở cửa theo cam kết, Nhà nước vẫn nên cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thành lập song nên khuyến khích họ tập trung vào những lĩnh vực vốn lớn mà doanh nghiệp Việt Nam chưa có khả năng. Hơn thế nữa, sau việc cho ra đời tập đoàn tài chính - bảo hiểm Bảo Việt, có nên chăng là Nhà nước nên khuyến khích các doanh nghiệp bảo hiểm còn lại hình thành nên một mô hình tập đoàn khác để có tiềm lực lớn đủ sức cạnh tranh với các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài trong giai đoạn sắp tới.

2. Giải pháp về phía Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam.

Từ chỗ chỉ có 10 doanh nghiệp hội viên sáng lập năm 1999, đến nay Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam đã có 24 hội viên chính thức (sau khi kết nạp thêm Công ty bảo hiểm nhân thọ Prevoir Việt Nam, Công ty bảo hiểm ACE, Công ty bảo hiểm AAA trong năm 2005) và 15 hội viên liên kết là những Công ty môi giới bảo hiểm, Văn phòng đại diện của Công ty bảo hiểm nước ngoài, Công ty tư vấn giám định bảo hiểm và Bộ môn bảo hiểm của các trường đại học.) Luôn làm tốt

vai trò của mình, Hiệp hội đã đưa ra được những ý kiến đóng góp tích cực cho sự phát triển của thị trường bảo hiểm Việt Nam, hạn chế những hiện tượng tiêu cực cũng như cạnh tranh không lành mạnh trong ngành và luôn giữ vai trò cầu nối giữa cơ quan quản lý Nhà nước và các doanh nghiệp bảo hiểm. Tuy nhiên, đứng trước những cơ hội và thách thức của quá trình mở cửa hội nhập vào nền kinh tế quốc tế, để đảm bảo cho sự phát triển toàn diện và bền vững của thị trường bảo hiểm thì Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam cần thực hiện một số giải pháp sau:

Thứ nhất, Hiệp hội cần mở rộng hội viên, nhất là sự tham gia của các doanh nghiệp bảo hiểm nước ngoài để tạo ra tiếng nói chung trong toàn ngành, thực hiện tốt chức năng cầu nối giữa doanh nghiệp bảo hiểm và cơ quan quản lý nhà nước, gắn quyền lợi và trách nhiệm của hội viên với Hiệp hội để đảm bảo sự đóng góp tích cực cho sự phát triển chung của toàn ngành.

Thứ hai, Hiệp hội cần đề xuất phương án mở rộng và đẩy mạnh phạm vi hợp tác giữa các doanh nghiệp bảo hiểm hội viên về đào tạo, trao đổi thông tin, hợp tác kinh doanh, đánh giá rủi ro, tính phí bảo hiểm... để có được những kinh nghiệm quý giá cho các doanh nghiệp cũng như tạo nên một sự gắn kết cùng hợp tác phát triển của tất cả các doanh nghiệp trên thị trường.

Thứ ba, Hiệp hội nên tổ chức lại bộ máy lãnh đạo và các ban chuyên trách, nâng cao trình độ của đội ngũ cán bộ để đảm bảo hoạt động hiệu quả và tiết kiệm chi phí. Hiệp hội cũng nên xây dựng một cơ chế phối hợp giữa cơ quan quản lý nhà nước về kinh doanh bảo hiểm và Hiệp hội để kiểm tra giám sát giám sát hoạt động của các hội viên để kịp thời phát hiện và khắc phục các biểu hiện tiêu cực đảm bảo cho sự phát triển lành mạnh của thị trường bảo hiểm Việt Nam.

Thứ tư, Hiệp hội nên chủ động đề xuất và phối hợp với Nhà nước trong việc xây dựng một cơ chế thống nhất để thị trường bảo hiểm có thể phát triển theo cả chiều rộng và chiều sâu, có sự tham gia của tất cả các doanh nghiệp bảo hiểm trong và ngoài nước cũng như các ngành có liên quan để mang đến những sản phẩm toàn diện, đầy tiện ích cho người tiêu dùng đồng thời nâng cao nhận thức của người dân về vai trò và ý nghĩa của bảo hiểm đối với đời sống cũng như sản xuất kinh doanh.

Nếu thực hiện được các giải pháp trên chắc chắn Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam sẽ ngày càng làm tốt vai trò “Cầu nối trung gian” giữa Nhà nước và các doanh nghiệp bảo hiểm, góp phần thúc đẩy sự phát triển toàn diện và bền vững của thị trường bảo hiểm trong tương lai.

3. Giải pháp về phía Doanh nghiệp.

Bên cạnh sự hỗ trợ từ phía Nhà nước cũng như Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam thì chính các chủ thể kinh doanh trên thị trường bảo hiểm là các doanh nghiệp bảo hiểm cũng cần phải hết sức nỗ lực và có những giải pháp nhất định nhằm góp phần vào sự phát triển bền vững của thị trường bảo hiểm, đạt được mục tiêu phát triển theo định hướng của Nhà nước.

Thứ nhất, các doanh nghiệp cần xây dựng một chiến lược kinh doanh trong thời gian dài. Yêu cầu này ngày càng quan trọng hơn đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp bảo hiểm. Bởi lẽ, một chiến lược kinh doanh rõ ràng và phù hợp không chỉ là kim chỉ nam trong hoạt động của các doanh nghiệp mà nó còn tạo điều kiện giúp các doanh nghiệp nắm bắt và tận dụng những cơ hội mới, vượt qua những thách thức trên thị trường trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt. Hơn thế nữa, chiến lược kinh doanh còn giúp các doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực, tăng cường vị thế cạnh tranh cũng như đề ra các quyết định đúng đắn cho sự phát triển liên tục và bền vững của doanh nghiệp trên thị trường. Tuy nhiên, vấn đề quan trọng là mỗi doanh nghiệp bảo hiểm cần xây dựng được một chiến lược kinh doanh trong dài hạn, vừa coi trọng chất lượng và hiệu quả trong phục vụ khách hàng, vừa phù hợp với môi trường kinh doanh cũng như khả năng của doanh nghiệp trong bối cảnh thị trường có đầy biến động. Có như vậy thì các doanh nghiệp mới có thể nâng cao được năng lực cạnh tranh trên cả thị trường trong và ngoài nước, đảm bảo sự tồn tại và phát triển lâu dài trong tương lai.

Thứ hai, các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ thị trường, tìm hiểu nguyện vọng của khách hàng. Có thể thấy thị trường hơn 80 triệu dân của Việt Nam là một mảnh đất màu mỡ mà tất cả các doanh nghiệp trong và ngoài nước thuộc mọi ngành đều muốn khai thác chứ không riêng ngành bảo hiểm. Tuy nhiên, thị

trường Việt Nam đang thay đổi từng ngày nên để đảm bảo kinh doanh thành công đòi hỏi các doanh nghiệp cần phải có sự nghiên cứu thị trường cũng như tìm hiểu tâm tư, nguyện vọng của khách hàng. Thực tế đã cho thấy các doanh nghiệp bảo hiểm của nước ngoài tại Việt Nam đã khai thác điều này tốt hơn các doanh nghiệp trong nước. Chính vì vậy mà họ đã coi thị trường bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam là mảnh đất màu mỡ để đầu tư. Bởi lẽ, mặc dù tốc độ tăng trưởng kinh tế cũng như của thị trường là rất cao nhưng hiện mới chỉ có khoảng 7% dân số tham gia bảo hiểm nhân thọ. Chính nhờ sự khai thác nhân tố này mà Prudential, chỉ sau 7 năm gia nhập thị trường bảo hiểm Việt Nam đã vượt qua Bảo Việt để chiếm thị phần cao nhất trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ. Cùng ngày, các doanh nghiệp càng có sự đầu tư, nghiên cứu kỹ thị trường để đảm bảo cho ra đời những sản phẩm có chất lượng cao, đáp ứng được nhu cầu, tâm tư nguyện vọng của khách hàng. Ví dụ như xuất phát từ xu hướng gia tăng trong việc cho con cái đi du học, năm 2005 Prudential đã phối hợp với ACB cho ra đời sản phẩm “ Phú Bảo Tín” để phục vụ cho nhu cầu vay tín dụng để mua nhà, đất, cho con đi du học ...rất thành công. Hay như trong tháng 8 vừa qua Techcombank và Bảo Việt Nhân Thọ cũng phối hợp để đưa ra hai sản phẩm “Tài khoản tiết kiệm giáo dục” và “ Tín dụng cho Nhà mới và ô tô xịn”. Có thể nói, càng ngày các doanh nghiệp càng chú ý đến các nhu cầu mới của người tiêu dùng như vay tiền để mua nhà, mua đất, mua ô tô, kinh doanh bất động sản, chứng khoán, cho con cái đi du học...Nếu tiếp tục quan tâm đến việc nghiên cứu thị trường và cố gắng nắm bắt được tâm lý người tiêu dùng để đáp ứng một cách nhanh chóng và phù hợp thì chắc chắn các doanh nghiệp sẽ có được sự thành công cũng như lấy được niềm tin của người tiêu dùng.

Thứ ba, các doanh nghiệp cần đa dạng hoá và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ bảo hiểm trên thị trường. Bởi lẽ, có thể cung cấp cho thị trường những sản phẩm bảo hiểm phong phú, đa dạng với chất lượng đảm bảo, phí bảo hiểm thấp, các dịch vụ chăm sóc khách hàng hoàn hảo và tài chính lành mạnh chính là điều kiện tiên quyết quyết định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Do đó các doanh nghiệp cần chú trọng đến việc đầu tư nghiên cứu, hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ bảo hiểm truyền thống đồng thời phát

triển, khai thác các sản phẩm, dịch vụ bảo hiểm mới phù hợp với nhu cầu và khả năng tài chính của người mua bảo hiểm, đáp ứng nhu cầu bảo hiểm ngày càng đa dạng của khách hàng trên thị trường. Chính việc hoàn thiện, đa dạng hoá và nâng cao chất lượng sản phẩm là giải pháp mà các doanh nghiệp cần hết sức quan tâm để nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Thứ tư, các doanh nghiệp cần củng cố và phát triển kênh phân phối cũng như tăng cường các hoạt động Marketing để quảng bá cho thương hiệu của doanh nghiệp. Bên cạnh việc nâng cao số lượng cũng như chất lượng của hệ thống kênh phân phối truyền thống qua đại lý và môi giới thì các doanh nghiệp cũng nên tiếp cận và phát triển các kênh phân phối hiện đại ở các nước trên thế giới như phân phối qua ngân hàng, qua bưu điện, qua mạng internet.... Đây thực sự là những kênh phân phối rất có hiệu quả và nếu thực hiện được nó tại Việt Nam thì nó sẽ quảng bá cho các sản phẩm bảo hiểm đến từng ngõ ngách của đời sống kinh tế - xã hội. Hơn thế nữa, các doanh nghiệp còn cần xây dựng một chiến lược Marketing toàn diện, có hiệu quả, đi sâu vào nghiên cứu các nhu cầu mong muốn của thị trường, với đội ngũ nhân viên năng động, sáng tạo, nắm vững các nguyên lý hoạt động của Marketing cũng như tâm lý người tiêu dùng. Làm được như vậy sẽ không chỉ giúp các doanh nghiệp bán được sản phẩm nhiều hơn, nâng cao thị phần mà còn gây được uy tín và lòng tin của người dân cũng như toàn xã hội.

Thứ năm, các doanh nghiệp cần chú ý đến hoạt động đầu tư một cách hợp lý để bảo toàn và nhân vốn. Do luôn có một lượng vốn nhàn rỗi thu được từ phí bảo hiểm nên đầu tư để bảo toàn và nhân vốn là một giải pháp quan trọng cho các doanh nghiệp để tồn tại và phát triển trong thời đại ngày nay. Thực tế kinh doanh hiện nay rất khắc nghiệt với sự cạnh tranh ngày càng gia tăng, nhất là từ phía các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài nên việc tăng cường năng lực tài chính để đáp ứng nhu cầu cạnh tranh cũng như nâng cao vị thế của doanh nghiệp là một đòi hỏi cấp thiết hơn bao giờ hết. Vấn đề là dựa trên khung pháp lý của Nhà nước, các doanh nghiệp cần vạch ra cho riêng mình một chiến lược đầu tư thật thiết thực và hiệu quả, phù hợp với môi trường kinh doanh và khả năng của doanh nghiệp để mang lại lợi ích cho bản thân doanh nghiệp và cả khách

hàng. Đầu tư vào trái phiếu chính phủ cho đến nay vẫn là một hình thức đầu tư chủ yếu do nó an toàn nhưng mức độ sinh lời lại chưa cao. Cũng biết rằng đầu tư là phải có rủi ro và rủi ro càng lớn thì lợi nhuận càng cao vì thế các doanh nghiệp nên có sự cân nhắc và đánh giá cẩn thận trước khi thâm nhập vào thị trường đầu tư bất động sản, cổ phiếu trái phiếu doanh nghiệp.... Mặc dù để đạt được hiệu quả đầu tư là một điều không dễ dàng gì đối với các doanh nghiệp bảo hiểm song nếu làm được điều đó thì sức mạnh của doanh nghiệp sẽ ngày càng được nâng cao và vị thế của doanh nghiệp cũng không ngừng được củng cố trên thị trường.

Thứ sáu, các doanh nghiệp bảo hiểm nên chú trọng đến việc hiện đại hoá công nghệ trong quản lý và kinh doanh bảo hiểm cũng như tăng cường đào tạo, phát triển nguồn nhân lực để phục vụ cho những mục tiêu dài hạn của doanh nghiệp. Những thành tựu về khoa học công nghệ hiện nay rất phổ biến, do đó nếu các doanh nghiệp biết vận dụng một cách hiệu quả thì không những tiết kiệm được sức người, sức của, thời gian mà còn nâng cao được hiệu quả kinh doanh. Việc xây dựng và hiện đại hoá hệ thống công nghệ tin học ứng dụng trong việc quản lý nhân sự, nghiệp vụ, tài chính, phục vụ khách hàng, phân tích và đánh giá rủi ro đã trở nên cần thiết hơn bao giờ hết. Đặc biệt, khi công nghệ được cải tiến thì các doanh nghiệp cũng cần phải có một đội ngũ nhân viên không chỉ tinh thông nghiệp vụ, nắm bắt tốt nhu cầu và tâm lý người tiêu dùng mà còn thành thạo trong việc ứng dụng những công nghệ mới đó. Các doanh nghiệp cần hết sức chú trọng đến các chương trình đào tạo để thường xuyên bổ sung, nâng cao và cập nhật kiến thức mới để trình độ nghiệp vụ, tay nghề của đội ngũ nhân viên cũng như đại lý được củng cố. Hơn thế nữa, các doanh nghiệp cần có chính sách rõ ràng và hiệu quả trong tuyển dụng cũng như đãi ngộ người lao động, đảm bảo các chế độ phúc lợi khiến cho người lao động ở lại với doanh nghiệp mình, tránh tình trạng “chảy máu chất xám” vào các công ty của nước ngoài. Đồng thời, để chuẩn bị nguồn nhân lực cho tương lai thì ngay từ bây giờ các doanh nghiệp cần thường xuyên xây dựng mối quan hệ với các trường học, các tổ chức... trong việc lựa chọn người tài cũng như tìm kiếm sự hỗ trợ của họ trong quá trình đào tạo. Con người và công nghệ chính là những nhân tố quyết định cho sự phát triển của mỗi doanh nghiệp trong thời gian tới, vì thế doanh nghiệp nào càng có sự chuẩn

bị tốt và thích nghi nhanh chóng với yêu cầu của quá trình hội nhập thì khả năng thành công càng cao.

KẾT LUẬN

Sau hơn 20 năm đổi mới, mở cửa và hội nhập vào nền kinh tế quốc tế, nền kinh tế Việt Nam nói chung và thị trường bảo hiểm Việt Nam nói riêng đã có những chuyển biến thực sự căn bản. Từ chỗ là một thị trường độc quyền với sự xuất hiện của một doanh nghiệp Nhà nước là Bảo Việt thì cho đến nay thị trường là sự cạnh tranh của 32 doanh nghiệp lớn, nhỏ cả trong và ngoài nước. Mở cửa đồng nghĩa với việc đón nhận những làn gió mới, những xu hướng mới trên thị trường bảo hiểm thế giới. Nó đang từng ngày tác động đến thị trường bảo hiểm Việt Nam, làm biến đổi môi trường kinh doanh trên thị trường Việt Nam. Nó mang lại rất nhiều cơ hội cho sự phát triển chung của thị trường cũng như của các doanh nghiệp nhưng đồng thời cũng đặt ra rất nhiều thách thức, khó khăn. Để cho thị trường bảo hiểm Việt Nam phát triển một cách toàn diện và an toàn, lành mạnh đòi hỏi phải có sự sắp xếp lại các doanh nghiệp theo hướng tập trung, chuyên môn hoá cao, nâng cao năng lực cạnh tranh cũng như năng lực tài chính của các doanh nghiệp, đa dạng hoá các loại hình sở hữu, khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động bảo hiểm...

Tóm lại, trước những yêu cầu, thách thức của hội nhập, trong quá trình phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam, để phát huy những tác động tích cực cũng như hạn chế những tác động tiêu cực của những xu hướng phát triển trên thị trường bảo hiểm thế giới đòi hỏi sự nỗ lực từ cả phía Nhà nước, Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam cũng như từ phía các doanh nghiệp bảo hiểm đang kinh doanh trên thị trường. Với những thành tựu đã đạt được và triển vọng trong tương lai, chúng ta tin tưởng rằng thị trường bảo hiểm Việt Nam sẽ thực sự làm tốt vai trò là “tám lá chắn của nền kinh tế” và phát triển theo đúng định hướng phát triển thị trường bảo hiểm 2006-2010 và những năm tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Bộ Tài chính, (2006), *Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2005*, NXB Tài chính, Hà Nội.
2. Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, (2006), *Bản tin số 4/2005*, Trang 3 - 15, Hà Nội.
3. Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, (2006), *Bản tin số 1/2006*, Trang 3 - 4, Hà Nội.
4. PGS, TS Nguyễn Như Tiến, (2006), *Thị trường bảo hiểm Việt Nam – Cơ hội và thách thức trong quá trình hội nhập*, NXB Lý luận Chính trị, Hà Nội.
5. PGS, TS Hoàng Văn Châu, TS Vũ Sĩ Tuấn, TS Nguyễn Như Tiến, (2002), *Giáo trình Bảo hiểm trong kinh doanh*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Trang 7-14, Hà Nội.
6. Tập đoàn Tài chính – Bảo hiểm Bảo Việt, (2006), *Tạp chí Tài chính – Bảo hiểm số 3/2006*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 12 – 16.
7. Tập đoàn Tài chính – Bảo hiểm Bảo Việt, (2006), *Tạp chí Bảo hiểm số 2/2006*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 1 – 10, 33 - 38.
8. Tập đoàn Tài chính – Bảo hiểm Bảo Việt, (2006), *Tạp chí Bảo hiểm số 1/2006*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 17 – 19, 38 - 44
9. Tập đoàn Tài chính – Bảo hiểm Bảo Việt, (2006), *Bản tin thị trường Bảo hiểm số 2/2006*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 7.
10. Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, (2002), *Tạp chí Bảo hiểm số 4/2002*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 26 - 27, 34 – 37.
11. Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, (2002), *Tạp chí Bảo hiểm số 3/2002*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 22 – 24, 36 – 40.
12. Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, (2004), *Tạp chí Bảo hiểm số 4/2004*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 1 - 21, 29 – 35, 48.
13. Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, (2005), *Tạp chí Bảo hiểm số 1/2005*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 33 – 35, 42 - 45.

14. Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, (2005), *Bảo Việt 40 năm xây dựng và phát triển*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội.
15. Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, (2005), *Tạp chí Bảo hiểm số 2/2005*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 36 - 43.
16. Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, (2004), *Tạp chí Bảo hiểm số 3/2004*, Tòa soạn 35 Hai Bà Trưng – Hà Nội, Trang 3 – 6, 21 – 25, 36 – 40.
17. Viện Khoa học Tài chính, (2005), *Báo cáo kết quả nghiên cứu (Đánh giá tác động của việc mở cửa thị trường đối với ngành bảo hiểm Việt Nam và giải pháp phát triển thị trường bảo hiểm phù hợp với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Tài chính, Trang 9 – 70, Hà Nội.
18. VINARE, (2006), *Tạp chí thị trường Bảo hiểm – Tái bảo hiểm Việt Nam số 1, số 3/2006*, Tòa soạn 141 Lê Duẩn – Hoàn Kiếm – Hà Nội.

WEBSITE

1. Ngày 15/9/2006, 17/9/2006, 02/10/2006, <http://www.baoviet.com.vn>, Tin tức và sự kiện/ Tin tài chính bảo hiểm trong nước, Tin tài chính bảo hiểm quốc tế.
2. Ngày 15/9/2006, 17/9/2006, 02/10/2006, <http://www.baoviet.com.vn>, Bảo Việt đầu tư/ Giới thiệu về BVFMC, Tin tài chính – bảo hiểm.
3. Ngày 15/9/2006, 17/9/2006, 02/10/2006, <http://www.lloyds.com>, Lloyd's Market.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

MỘT SỐ CHỈ TIÊU KẾ HOẠCH ĐẾN NĂM 2010

| Chỉ tiêu | 2001 | 2002 | 2005 | 2010 | Tăng trưởng BQ (2002- 2010) |
|--|--------|--------|--------|---------|---------------------------------|
| 1.Doanh thu phí bảo hiểm (tỷ đồng) | 4.982 | 6.992 | 16.740 | 39.810 | 24,3%/năm |
| a.Phi nhân thọ | 2.189 | 2.624 | 4.328 | 8.900 | 16,5%/năm |
| b.Nhân thọ | 2.793 | 4.368 | 12.412 | 30.900 | 27,7%/năm |
| 2.Tỷ trọng doanh thu phí/GDP | 0.99% | 1,3% | 2,5% | 4,2% | |
| 3.Tích lũy dự phòng nghiệp vụ (tỷ đồng) | 5.000 | 8.330 | 28.000 | 112.000 | |
| 4.Nộp ngân sách NN(tỷ đồng) | 234 | 290 | 640 | 1.200 | 20%/năm |
| 5.Giải quyết lao động | 42.000 | 51.600 | 72.000 | | |

Nguồn: Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam 2003 -2010

PHỤ LỤC 2

DỰ KIẾN KHẢ NĂNG KHAI THÁC BẢO HIỂM ĐẾN NĂM 2010

| TT | Chỉ tiêu đánh giá | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | GDP(người) | 500.000 | 537.000 | 577.813 | 612.148 | 667.735 | 717.815 | 771.651 | 829.525 | 891.739 | 958.619 |
| 2 | Dân số(triệu người) | 78,45 | 79,55 | 80,66 | 81,79 | 82,94 | 83,93 | 84,94 | 85,96 | 86,99 | 88,03 |
| 3 | Qui mô hộ gia đình (người) | 4,50 | 4,40 | 4,40 | 4,35 | 4,12 | 4,12 | 4,1 | 4,1 | 4,05 | 4,00 |
| 4 | Tổng số hộ gia đình (nghìn hộ) | 17,434 | 18,079 | 18,333 | 18,803 | 20,131 | 20,372 | 20,717 | 20,966 | 21,479 | 22,009 |
| 5 | Thu nhập BQ hộ/năm (nghìn đồng) | 28.680 | 29.730 | 31.518 | 33.035 | 33.170 | 33.235 | 37.247 | 39.566 | 41.516 | 43.556 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 6 | Chỉ tiêu BQ hộ/năm (nghìn đồng) | 22.950 | 23.031 | 24.150 | 24.929 | 24.254 | 25.606 | 26.847 | 28.334 | 29.386 | 30.455 |
| 7 | Tiết kiệm BQ hộ/năm (nghìn đồng) | 6.090 | 6.699 | 7.369 | 8.106 | 8.916 | 9.630 | 10.400 | 11.320 | 12.130 | 13.101 |
| 8 | Tổng tiết kiệm (tỷ đồng) | 106.170 | 121.113 | 135.089 | 152.141 | 179.489 | 196.174 | 215.457 | 235.486 | 260.554 | 288.335 |
| 9 | Tỷ lệ tiết kiệm/GDP (%) | 21,2 | 22,5 | 23,4 | 24,5 | 27,0 | 27,0 | 28,0 | 28,0 | 29,0 | 30,0 |
| 10 | Thị trường tiềm năng % của tiết kiệm(%) | 9,0 | 9,75 | 10 | 10,5 | 11 | 11,5 | 13 | 13,5 | 14 | 15 |

Nguồn: Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam 2003-2010

PHỤ LỤC 3

DOANH THU PHÍ VÀ THỊ PHẦN NĂM 2004 – 2005 CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

| TT | Tên doanh nghiệp | Doanh thu phí bảo hiểm gốc(tỷ đồng) | | Thị phần | |
|---|--|--------------------------------------|-------|----------|--------|
| | | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 |
| Bảo hiểm phi nhân thọ | | 4.768 | 5.535 | 100% | 100% |
| <i>Doanh nghiệp trong nước</i> | | 4.471 | 5.237 | 93,78% | 94,63% |
| 1 | Bảo hiểm Việt Nam | 1.929 | 2.138 | 40,47% | 38,64% |
| 2 | Công ty bảo hiểm dầu khí(PVI) | 552 | 691 | 11,58% | 12,49% |
| 3 | Tổng công ty cổ phần Bảo Minh(Bảo Minh) | 1.058 | 1.204 | 22,19% | 21,76% |
| 4 | Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex(PJICO) | 600 | 740 | 12,58% | 13,37% |
| 5 | Công ty cổ phần bảo hiểm Nhà Rồng(Bảo Long) | 93 | 106 | 1,96% | 1,92% |
| 6 | Công ty cổ phần bảo hiểm bu điện(PTI) | 208 | 258 | 4,37% | 4,67% |
| 7 | Công ty cổ phần bảo hiểm Viễn Đông | 30 | 95 | 0,63% | 1,72% |
| 8 | Công ty cổ phần bảo hiểm AIA | - | 4 | - | 0,07% |
| <i>Các doanh nghiệp có vốn đầu t nước ngoài</i> | | 297 | 297 | 6,22% | 5,37% |
| 9 | Công ty liên doanh bảo hiểm quốc tế Việt Nam(VIA) | 68 | 77 | 1,43% | 1,40% |
| 10 | Công ty liên doanh bảo hiểm liên hiệp(UIC) | 101 | 112 | 2,12% | 2,03% |

| | | | | | |
|--|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 11 | Công ty TNHH bảo hiểm Allianz(Việt Nam) | 81 | 39 | 1,69% | 0,70% |
| 12 | Công ty liên doanh bảo hiểm Việt úc(BIDV-QBE) | 22 | 25 | 0,45% | 0,45% |
| 13 | Công ty bảo hiểm tổng hợp Groupama Việt Nam | 0 | 1 | 0,00% | 0,02% |
| 14 | Công ty liên doanh TNHH bảo hiểm Samsung - Vina | 16 | 26 | 0,34% | 0,46% |
| 15 | Công ty TNHH bảo hiểm Châu á - Ngân hàng Công thong(IAI) | 9 | 18 | 0,18% | 0,32% |
| Bảo hiểm nhân thọ | | 7.711 | 8.023 | 100% | 100% |
| <i>Doanh nghiệp trong nước</i> | | 3.043 | 3.050 | 39,47% | 38,01% |
| 16 | Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam | 3.043 | 3.050 | 39,47% | 38,01% |
| <i>Doanh nghiệp có vốn đầu t nước ngoài</i> | | 4.667 | 4.973 | 60,53% | 61,99% |
| 17 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Bảo Minh CMG | 212 | 285 | 2,74% | 3,55% |
| 18 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam | 3.104 | 3.296 | 40,25% | 41,08% |
| 19 | Công ty TNHH bảo hiểm Manulife | 889 | 872 | 11,53% | 10,87% |
| 20 | Công ty TNHH bảo hiểm quốc tế Mỹ (AIA) | 463 | 520 | 6,01% | 6,48% |
| Tổng doanh thu phí thị trường | | 12.497 | 13.558 | | |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb.Tài chính,H.2006

PHỤ LỤC 4**DOANH THU TÁI BẢO HIỂM 2005***Đơn vị tính: Tỷ đồng*

| | Phí nhận TBH | | | | | Phí nhượng TBH | | | Phí bảo hiểm giữ lại |
|--|--------------|----------|-----------|------------|------------|----------------|------------|------------|----------------------|
| | Tổng | Bắt buộc | Tự nguyện | Trong nước | Ngoài nước | Tổng | Trong nước | Ngoài nước | |
| Tái bảo hiểm cháy nổ (Fire Reinsurance) | 111.8 0 | 95.03 | 16.77 | | | 64.03 | 25.61 | 38.42 | 47.77 |
| Tái bảo hiểm hàng hoá (Cargo Reinsurance) | 83.00 | 59.08 | 23.92 | | | 41.90 | 33.10 | 8.80 | 41.10 |
| Tái bảo hiểm thân tàu (Hull Reinsurance) | 26.87 | 25.35 | 1.52 | | | 16.76 | 13.18 | 3.58 | 10.11 |
| Tái bảo hiểm hàng không (Aviation Reinsurance) | 340.3 4 | 68.07 | 272.27 | | | 336.8 5 | 9.94 | 326.91 | 3.49 |
| Tái bảo hiểm P&I (P&I Reinsurance) | 84.05 | 28.03 | 56.02 | | | 74.00 | 14.47 | 59.26 | 10.05 |

| | | | | | | | | | |
|---|------------|-------|-------|--|--|-------|-------|-------|-------|
| Tái bảo hiểm xây dựng lắp đặt (Engineering Reinsurance) | 117.1 8 | 69.95 | 47.23 | | | 94.43 | 31.71 | 62.72 | 22.75 |
| Tái bảo hiểm dầu khí (Oil and gas Reinsurance) | 55.95 | 54.41 | 1.54 | | | 51.74 | 22.40 | 29.34 | 4.21 |
| Nhân thọ, N.vụ khác(Life Reinsurance, Other Insurance) | 6.64 | 0.07 | 6.57 | | | 3.02 | 2.44 | 0.58 | 3.62 |

Nguồn: Bản tin số 4- Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam, H2006

PHỤ LỤC 5

CÁC CHỈ TIÊU TÀI CHÍNH CƠ BẢN CỦA TỪNG DOANH NGHIỆP NĂM 2004 – 2005

| TT | Tên doanh nghiệp | Năm 2004 | | | | Năm 2005 | | | |
|--|--|----------------------|------------------|----------------|--------------|----------------------|------------------|----------------|--------------|
| | | Doanh thu phí BH gốc | Tỷ lệ bồi thường | Vốn chủ sở hữu | Tổng tài sản | Doanh thu phí BH gốc | Tỷ lệ bồi thường | Vốn chủ sở hữu | Tổng tài sản |
| Bảo hiểm phi nhân thọ | | 4.768 | | 2.043 | 5.83 | 5.535 | | 2.364 | 6.904 |
| <i>Doanh nghiệp trong nước</i> | | <i>4.471</i> | | <i>1.401</i> | <i>4.846</i> | <i>5.237</i> | | <i>1.705</i> | <i>5.855</i> |
| 1 | Bảo hiểm Việt Nam | 1.929 | 54,7% | 350 | 1.752 | 2.138 | 58,6% | 516 | 2.324 |
| 2 | Công ty bảo hiểm dầu khí(PVI) | 552 | 26,17% | 134 | 395 | 691 | 19,75% | 150 | 420 |
| 3 | Tổng công ty cổ phần Bảo Minh(Bảo Minh) | 1.058 | 42,2% | 454 | 1.517 | 1.204 | 38,33% | 434 | 1.562 |
| 4 | Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex(PJICO) | 600 | 45,0% | 118 | 447 | 740 | 52,0% | 131 | 600 |
| 5 | Công ty cổ phần bảo hiểm Nhà Rồng(Bảo Long) | 93 | | 81 | 131 | 106 | | 80 | 120 |
| 6 | Công ty cổ phần bảo hiểm bưu điện(PTI) | 208 | 20,0% | 118 | 361 | 258 | 24,0% | 114 | 400 |
| 7 | Công ty cổ phần bảo hiểm Viễn Đông | 30 | 16,5% | 147 | 243 | 95 | 19,3% | 200 | 350 |
| 8 | Công ty cổ phần bảo hiểm AIA | - | | | | 4 | 46,0% | 80 | 79 |
| <i>Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài</i> | | <i>297</i> | | <i>642</i> | <i>983</i> | <i>297</i> | | <i>658</i> | <i>1.049</i> |
| 9 | Công ty liên doanh bảo hiểm quốc tế Việt Nam(VIA) | 68 | 33,2% | 122 | 179 | 77 | 40,0% | 118 | 170 |

| | | | | | | | | | |
|--|--|---------------|-------|--------------|---------------|---------------|-------|--------------|---------------|
| 10 | Công ty liên doanh bảo hiểm liên hiệp(UIC) | 101 | 12,8% | 128 | 223 | 112 | 18,4% | 135 | 240 |
| 11 | Công ty TNHH bảo hiểm Allianz(Việt Nam) | 81 | 9,3% | 90 | 108 | 39 | 24,3% | 90 | 99 |
| 12 | Công ty liên doanh bảo hiểm Việt úc(BIDV-QBE) | 22 | 22,0% | 72 | 99 | 25 | 24,0% | 72 | 120 |
| 13 | Công ty bảo hiểm tổng hợp Groupama Việt Nam | 0 | 124% | 61 | 65 | 1 | 5,0% | 75 | 78 |
| 14 | Công ty liên doanh TNHH bảo hiểm Samsung - Vina | 16 | 50,0% | 77 | 116 | 26 | 60,0% | 77 | 126 |
| 15 | Công ty TNHH bảo hiểm Châu á - Ngân hàng Công thương(IAI) | 9 | | 93 | 193 | 18 | | 93 | 216 |
| Bảo hiểm nhân thọ | | 7.711 | | 2.153 | 18.610 | 8.023 | | 2.333 | 23.753 |
| <i>Doanh nghiệp trong nước</i> | | <i>3.043</i> | | <i>739</i> | <i>9.368</i> | <i>3.050</i> | | <i>750</i> | <i>10.769</i> |
| 16 | Bảo hiểm nhân thọ Việt Nam | 3.043 | | 739 | 9.368 | 3.050 | | 750 | 10.769 |
| <i>Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài</i> | | <i>4.667</i> | | <i>1.413</i> | <i>9.242</i> | <i>4.973</i> | | <i>1.583</i> | <i>12.984</i> |
| 17 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Bảo Minh CMG | 212 | 7,0% | 149 | 296 | 285 | 12,0% | 184 | 478 |
| 18 | Công ty TNHH bảo hiểm nhân thọ Prudential Việt Nam | 3.104 | 76,7% | 974 | 6.360 | 3.296 | 82,4% | 974 | 8.827 |
| 19 | Công ty TNHH bảo hiểm Manulife | 889 | 82,0% | 186 | 1.722 | 872 | 68,0% | 237 | 2.443 |
| 20 | Công ty TNHH bảo hiểm quốc tế Mỹ (AIA) | 463 | 39,0% | 105 | 863 | 520 | 51,0% | 189 | 1.237 |
| Tổng doanh thu phí thị trường | | 12.497 | | 4.195 | 24.439 | 13.558 | | 4.697 | 30.657 |

Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam 2005

Nxb.Tài chính,H.2006