

KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA DỊCH VỤ BẢO HIỂM TẠI VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Vũ Quốc Bình^(*)
Nguyễn Thế Hùng^(**)

Dịch vụ bảo hiểm là loại hình dịch vụ tài chính được coi là non trẻ và mới được thực sự hình thành ở Việt Nam từ năm 1993 (theo Nghị định 100/CP ngày 18/2/1993 do chính phủ ban hành). Nghị định 100 CP được thực hiện đã thực sự tạo ra một thị trường bảo hiểm tại Việt Nam. Trước đây chỉ có duy nhất một công ty Nhà nước là Bảo Việt thì sau 1993 hàng loạt các công ty trong lĩnh vực bảo hiểm đã được thành lập và đi vào hoạt động. Hiện nay trên thị trường bảo hiểm Việt Nam có tổng số 27 công ty bảo hiểm (tính đến 3/2005) bao gồm 14 công ty bảo hiểm phi nhân thọ, 6 công ty bảo hiểm nhân thọ, 1 công ty tái bảo hiểm và 6 công ty môi giới bảo hiểm với nhiều hình thức sở hữu khác nhau.

1. Thực trạng về thị trường dịch vụ bảo hiểm Việt Nam

Từ khi được hình thành (1993) đến nay, thị trường bảo hiểm Việt Nam đã có những bước phát triển đáng khích lệ đáp ứng được yêu cầu của nền kinh tế Việt Nam trong quá trình chuyển đổi sang kinh tế thị trường. Hoạt động kinh doanh bảo hiểm đã chứng tỏ được vai trò là công cụ tài chính quan trọng trong phát triển và ổn định kinh tế. Thị trường bảo hiểm Việt Nam tuy còn non trẻ nhưng đã liên tục phát triển và có tốc độ tăng trưởng tương đối cao.

Năm 1994, doanh thu phí bảo hiểm mới đạt 741 tỷ đồng, thì năm 2000 con số này đã đạt 3.051,2 tỷ đồng. Các năm tiếp theo, doanh thu bảo hiểm tăng liên tục, đến năm 2004 ước tính đạt 13.044 tỷ đồng, tăng 24% so với 2003.

Trong cơ cấu của phí bảo hiểm, cho đến hết 1997, tỷ trọng của phí bảo hiểm phi nhân thọ vẫn chiếm đại đa số là 98,78%. Bắt đầu từ năm 1998 đã có sự chuyển dịch cơ cấu của phí bảo hiểm (90,3%), và đến năm 2004 phí bảo hiểm phi nhân thọ chỉ còn chiếm 37%.

Về thị phần doanh thu, trước đây khối doanh nghiệp Nhà nước chiếm tuyệt đối. Tuy nhiên, đến 2003 mặc dù các doanh nghiệp Nhà nước vẫn chiếm đa số, nhưng thị phần chỉ còn 56%, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 39% và các doanh nghiệp cổ phần chỉ có 5%.

Về sản phẩm bảo hiểm, Số lượng sản phẩm bảo hiểm cung cấp cho thị trường cũng đã tăng lên nhanh chóng, ngày càng đáp ứng được nhu cầu đa dạng của thị trường. Đến nay tổng số sản phẩm bảo hiểm trên thị trường đã lên tới khoảng 600 loại khác nhau thuộc các lĩnh vực: bảo hiểm con người, bảo hiểm tài sản và kỹ thuật, bảo hiểm trách nhiệm dân sự.

(*) TS., Khoa Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

(**) ThS., Khoa Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Về các kênh phân phối, Ngoài sự phát triển về số lượng các doanh nghiệp và các sản phẩm bảo hiểm, số lượng các đại lý bảo hiểm cũng đã tăng lên nhanh chóng. Tính đến 2003, ở Việt Nam đã có hơn 96.700 đại lý, so với năm 2002 đã tăng 26.000 đại lý. Các kênh phân phối cũng được phát triển đa dạng hơn. Bên cạnh các kênh phân phối truyền thống như đại lý bảo hiểm, môi giới bảo hiểm đã xuất hiện các hình thức phân phối mới thông qua ngân hàng và qua hệ thống Internet.

Về nộp ngân sách Nhà nước, Ngành bảo hiểm Việt Nam đã và đang có đóng góp càng tăng vào ngân sách Nhà nước. Số tiền nộp ngân sách Nhà nước năm 2003 đạt khoảng 460 tỷ đồng, tăng so với 2002 là 58,6%.

Về hoạt động đầu tư lại nền kinh tế, Năm 2004, tổng số vốn đầu tư trở lại cho nền kinh tế của các doanh nghiệp bảo hiểm khoảng 16.667 tỷ, tăng 19% so với 2003 và tăng hơn 3 lần so với 2001 (4800 tỷ đồng). Các hình thức đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm còn khá đơn giản, chủ yếu nguồn thu từ phí bảo hiểm được dùng vào cho vay ở các ngân hàng, mua trái phiếu chính phủ dài hạn. Các doanh nghiệp vẫn chưa thật sự mạnh dạn đầu tư vào thị trường chứng khoán, tỷ trọng vốn đầu tư trong lĩnh vực này chỉ chiếm khoảng hơn 1%.

Bảo hiểm phi nhân thọ là lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của ngành bảo hiểm Việt Nam cho đến năm 1999. Tốc độ tăng trưởng của phí bảo hiểm phi nhân thọ qua các năm không đồng đều và thậm chí thất thường. Một điểm đáng chú ý là

tốc độ tăng trưởng năm 1999 còn bị âm (14,07%). Tỷ trọng của phí bảo hiểm phi nhân thọ giảm dần theo thời gian, từ 99,92 % - một tỷ lệ thống lĩnh thị trường xuống chỉ còn 37% năm 2004. Sự biến động này thể hiện sự phát triển của thị trường bảo hiểm, các loại hình bảo hiểm đã trở nên đa dạng hơn so với trước đây.

Thị trường bảo hiểm nhân thọ có tốc độ phát triển đáng kinh ngạc: với tỷ lệ rất nhỏ bé là 0,08% năm 1996, tỷ trọng của phí bảo hiểm nhân thọ đã vươn lên đạt 63% trong tổng phí năm 2004. Tốc độ tăng trưởng trong 5 năm từ 1997 đến 2001 rất cao, tuy trong hai năm cuối có hơi chững lại (57% và 44,6%). Theo kinh nghiệm của các nước phát triển thì doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ thường cao hơn nhiều lần so với bảo hiểm phi nhân thọ, có thể lên tới gấp 3 lần. Việt Nam là một thị trường với trên 80 triệu dân nên đây sẽ là một mảnh đất béo bở trong tương lai cho các công ty kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.

2. Đánh giá về khả năng cạnh tranh của dịch vụ bảo hiểm tại Việt Nam

2.1. Một số thành tựu đạt được

+ Qui mô của thị trường được mở rộng với sự tham gia của các thành phần kinh tế: phát triển từ chỉ có một doanh nghiệp duy nhất thành một thị trường với 27 doanh nghiệp (Hiện còn khoảng 30 văn phòng đại diện đang chờ cấp giấy phép hoạt động tại Việt Nam) thuộc các thành phần kinh tế tham gia. Đã hình thành các kênh phân phối gồm 2 doanh nghiệp môi giới bảo hiểm và hơn 40.000 đại lý bảo hiểm. Các loại hình nghiệp vụ bảo hiểm ngày càng đa dạng, phong phú.

+ Bảo hiểm góp phần vào việc duy trì sự phát triển và ổn định của nền kinh tế. Hoạt động bảo hiểm đã góp phần tạo ra kênh huy động vốn, giúp nền kinh tế hạn chế bớt những rủi ro về tài chính, giảm một phần gánh nặng cho nền kinh tế.

Số tiền nộp cho ngân sách nhà nước tăng từ 71 tỷ đồng năm 1994 lên 215 tỷ đồng năm 2001 và 460 tỷ đồng năm 2003.

Đã tạo ra một số lượng lớn công việc: số lượng người làm việc trong ngành bảo hiểm tăng gấp 10 lần từ 1994 đến 2001 (từ 1000 người lên 10.000 người).

+ Bảo hiểm từng bước hội nhập quốc tế và tạo môi trường thu hút đầu tư nước ngoài. Việc mở cửa thị trường bảo hiểm đã được tiến hành một cách thận trọng. Các doanh nghiệp nước ngoài có uy tín, có vốn lớn và có kinh nghiệm đã được chọn lựa để cho phép hoạt động ở Việt Nam.

2.2. Những điểm hạn chế của thị trường bảo hiểm Việt Nam

+ Quy mô của thị trường còn nhỏ, tổng doanh thu phí bảo hiểm năm 2002 mới chỉ đạt 1,3% GDP và năm 2004 đạt khoảng 2% GDP. Dự kiến đến 2010, tỷ lệ này sẽ tăng lên khoảng 4,2% GDP. Đây là tỷ lệ còn rất thấp so với các nước phát triển trên thế giới: ở Nam Phi là 14,18%; Thụy Sĩ - 12,71%; Nhật Bản - 11,07% và Bahamas là 10,17%. (Năm 1999, Thái Lan đạt 2,25% GDP, Singapore đạt 5,52% GDP).

+ Mức độ đáp ứng nhu cầu bảo hiểm của các nghiệp vụ bảo hiểm còn hạn chế. Các doanh nghiệp mới chỉ chú trọng vào các nghiệp vụ truyền thống như hàng

hải, xe cơ giới, tài sản, bảo hiểm cháy. Nhiều lĩnh vực khác có nhu cầu bảo hiểm cao nhưng chưa được đáp ứng đầy đủ.

Hoạt động tái bảo hiểm còn dựa vào chế độ tái bảo hiểm bắt buộc.

Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm còn hạn chế.

Tỷ suất lợi nhuận trên vốn bình quân khoảng 13%/năm. Tuy nhiên chủ yếu lợi nhuận thu được là từ hoạt động bảo hiểm thuần túy. Chi phí quản lý kinh doanh vẫn ở mức cao: từ 22 đến 26%/năm. Hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm chưa được đa dạng hoá: chủ yếu vẫn là gửi tiền vào ngân hàng và mua trái phiếu của chính phủ. Việc đầu tư vào cổ phiếu, các công trình cơ sở hạ tầng, bất động sản chiếm tỷ lệ rất thấp.

+ Chất lượng dịch vụ chưa cao, chưa quan tâm thích đáng đến việc chăm sóc khách hàng.

+ Có hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp: hạ phí, lôi kéo khách hàng của nhau, nói xấu lẫn nhau.

3. Một số giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh của dịch vụ bảo hiểm tại Việt Nam

3.1. Nâng cao nhận thức về bảo hiểm

+ Nâng cao nhận thức đối với cán bộ lãnh đạo doanh nghiệp Nhà nước.

- Các cơ quan quản lý Nhà nước cần đưa các chuyên đề bảo hiểm vào chương trình bồi dưỡng cán bộ lãnh đạo doanh nghiệp nhằm nâng cao nhận thức về lợi ích bảo hiểm trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

- Đưa việc đóng bảo hiểm đầy đủ cho cán bộ công nhân viên, mua bảo hiểm cho hoạt động sản xuất kinh doanh là một tiêu chí để đánh giá cán bộ lãnh đạo.

- Các công ty bảo hiểm tăng cường tuyên truyền quảng cáo dưới nhiều hình thức và gặp gỡ trực tiếp với các doanh nghiệp.

+ Nâng cao nhận thức về bảo hiểm đối với các thành phần kinh tế khác.

Đối với những nhà lãnh đạo doanh nghiệp ngoài quốc doanh phải đi đôi tuyên truyền, vận động với thực hiện chế tài ở mức độ đủ mạnh để đưa việc được bảo hiểm vào nề nếp.

+ Nâng cao nhận thức đối với người dân về vai trò các loại bảo hiểm.

Để nâng cao nhận thức của người dân về các loại hình bảo hiểm, Nhà nước và các công ty bảo hiểm phải đẩy mạnh tuyên truyền hơn nữa qua nhiều hình thức phong phú từ thông qua báo, đài, tivi, qua các cuộc hội thảo. Các cuộc điều tra xã hội học nhằm nắm bắt nhu cầu và các băn khoăn của người dân cần được tiến hành thường kỳ. Kết quả các cuộc điều tra này sẽ giúp ích nhiều cho công tác tuyên truyền. Người dân được biết, được bàn và hiểu sẽ tham gia tích cực mua bảo hiểm. Các cuộc đền bù bảo hiểm điển hình nên tuyên truyền cho người dân biết để “trăm nghe không bằng một thấy”.

3.2. Tăng cường quản lý Nhà nước trong hoạt động bảo hiểm

+ Hoàn thiện khung khổ pháp lý

Luật bảo hiểm dự thảo cần được lấy ý kiến rộng rãi của các cơ quan quản lý

Nhà nước, các công ty bảo hiểm và các đơn vị, cá nhân được bảo hiểm và nhanh chóng ban hành.

Mức phí bảo hiểm cơ bản cần được sớm xác định dựa trên nghiên cứu mức độ tổn thất chung của toàn thị trường, tạo điều kiện cho các công ty bảo hiểm đưa ra mức phí bảo hiểm phù hợp cho khách hàng.

Cần có lịch trình cụ thể cho việc xóa bỏ chế độ tái bảo hiểm bắt buộc, nhất là khi Việt Nam đã hoà nhập kinh tế với khu vực và quốc tế.

Nhà nước cần khuyến khích các hoạt động bảo hiểm trong lĩnh vực nông nghiệp thông qua việc miễn thuế thu nhập doanh nghiệp cho các công ty bảo hiểm trong một thời gian nhất định trước mắt, có thể đến hết 2010.

Cần tạo điều kiện ban đầu cho bảo hiểm nhân thọ phát triển như ưu tiên một số doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ nhà nước được đầu tư vào các công trình có độ an toàn về vốn cao.

+ Tách dần từng bước chức năng quản lý Nhà nước ra khỏi chức năng kinh doanh bảo hiểm.

Cơ quan Nhà nước phải đứng tách ra để thực hiện nhiệm vụ quản lý chung, điều chỉnh các mối quan hệ theo văn bản pháp luật, đảm bảo cạnh tranh lành mạnh giữa các thành phần kinh tế. Đây là bước đi không dễ dàng vì nó ảnh hưởng trước mắt đến quyền lợi trực tiếp của các công ty bảo hiểm Việt Nam và của một số cơ quan quản lý Nhà nước, song đây là bước đi cấp thiết giúp doanh nghiệp đứng vững và phát triển trong

nền kinh tế thị trường, trong quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.

+ Kiện toàn tổ chức, bộ máy cơ quan quản lý Nhà nước về bảo hiểm.

Từ một phòng nghiệp vụ quản lý bảo hiểm trong vụ Tài chính ngân hàng thuộc Bộ tài chính, nay trở thành Vụ quản lý bảo hiểm, đòi hỏi phải kiện toàn từng bước các bộ phận nghiệp vụ về bảo hiểm.

+ Thành lập thêm các doanh nghiệp môi giới bảo hiểm.

Môi giới bảo hiểm giúp khách hàng lựa chọn được cho mình nhà bảo hiểm phù hợp nhất với yêu cầu bảo hiểm với mức phí hợp lý. Đồng thời sớm ban hành quy định về bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp đối với hoạt động môi giới bảo hiểm.

+ Đẩy mạnh bồi dưỡng, đào tạo cán bộ quản lý Nhà nước về bảo hiểm.

Cần có kế hoạch đào tạo cán bộ lâu dài, theo từng cấp, từng loại nhiệm vụ về nghiệp vụ, ngoại ngữ, tin học theo phương thức tại chức, thường xuyên để cập nhật kiến thức và thông tin trên lĩnh vực quản lý bảo hiểm. Mời chuyên gia nước ngoài sang giảng, cử các cán bộ trẻ có năng lực đi nước ngoài thực tập để nâng cao kiến thức và kỹ năng nghiệp vụ là công tác không thể thiếu trong việc đào tạo cán bộ.

3.3. Nâng cao toàn diện sức cạnh tranh của các công ty bảo hiểm

+ Tiến hành cổ phần hoá một số công ty bảo hiểm Việt Nam.

Cổ phần hoá sẽ giúp các doanh nghiệp bảo hiểm nhanh chóng huy động

được một lượng vốn lớn và trao đổi kinh nghiệm quản lý kinh doanh.

Hiện nay Bảo Minh và VinaRe đã thực hiện thành công cổ phần hoá. Tương tự như vậy, Bảo Việt cũng cần được cổ phần hoá với sự tham gia của các cổ đông chính là các công ty bảo hiểm.

+ Phát triển dịch vụ mới và nâng cao chất lượng hoạt động bảo hiểm

Tuỳ theo mức độ phát triển kinh tế, trình độ nhận thức của các tổ chức kinh tế và các cá thể, các công ty bảo hiểm cần từng bước đưa các dịch vụ mới vào hoạt động. Kinh nghiệm phát triển thị trường mới của các nước cần được triệt để khai thác và áp dụng.

Nâng cao chất lượng phục vụ sau khi bán bảo hiểm cần được chú trọng đúng mức và đẩy mạnh. Phải giải toả tâm lý khách hàng: mua bảo hiểm thì dễ, đòi bảo hiểm khi gặp rủi ro thì khó, thông qua các việc làm cụ thể.

+ Đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Một số giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực cần được xem xét và áp dụng:

Một là, Xây dựng các tiêu chuẩn nghiêm ngặt về một đại lý, từ đó làm căn cứ để tuyển đại lý. Các tiêu chuẩn đó được biến thành các câu hỏi trắc nghiệm để kiểm tra các ứng viên. Không tuyển đại lý một cách ồ ạt, phải coi trọng chất lượng.

Hai là, Xây dựng các quy trình tiếp cận khách hàng. Định rõ các vấn đề nào đại lý nhất thiết phải trình bày, giải thích cho khách hàng, đặc biệt là nội

dung hợp đồng. Hợp đồng phải được ký kết trước khi người mua bảo hiểm trả tiền.

Ba là, Tăng cường công tác kiểm tra và thanh tra mọi hoạt động bảo hiểm, từ khâu tuyển, đào tạo, đến việc bán bảo hiểm và chi trả bồi thường cho khách hàng. Từ đó đề xuất các biện pháp hiệu quả để chấn chỉnh hoạt động kinh doanh bảo hiểm.

+ Đẩy mạnh công tác phòng ngừa tổn thất.

- Định kỳ tuyên truyền cho khách hàng về các yếu tố và các biện pháp cần thiết để ngăn chặn, phòng ngừa các tổn thất về người và của. Công ty có thể tiến hành bằng cách mở các lớp bồi dưỡng kiến thức, các hội thảo, phát tờ rơi hoặc thông qua các phương tiện thông tin đại chúng khác.

- Tăng cường đầu tư vào các công trình phòng ngừa tai nạn, thiệt hại như trang bị các bình chữa cháy, các thiết bị cần thiết cho giao thông như biển báo tín hiệu, gương cầu lồi, làm dải phân cách...

+ Tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam.

Cần đặt ra mục tiêu là mở rộng phạm vi thoả thuận hợp tác trên nhiều lĩnh vực thiết yếu. Đó là thành lập một hệ thống thông tin toàn thị trường làm cơ sở để đánh giá rủi ro, tính phí bảo hiểm; hệ thống phân tích, đánh giá rủi ro và phòng chống, giảm nhẹ tổn thất. Đó là sự hợp tác trong việc phối hợp cùng giải quyết tai nạn; hợp tác trong việc đồng bảo hiểm, tái bảo hiểm. Đồng thời cùng phối hợp trong việc trợ giúp kỹ thuật, đào tạo để nâng cao năng lực nhận bảo hiểm, bồi thường hoặc trả tiền bảo hiểm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đoàn Trung Kiên, Hoạt động đầu tư của bảo hiểm Việt Nam trong thị trường tài chính, *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, số 317, 10/2004.
2. Lê Song Lai, Thị trường bảo hiểm Việt Nam sau một năm thực hiện chiến lược phát triển thị trường, *Tạp chí Tài chính*, 1/2005.
3. Nguyễn Tuấn Vạng, Thị trường bảo hiểm Việt Nam: Tiềm năng và thử thách, *Tạp chí Phát triển kinh tế*, số 155, 10/2003.
4. Nguyễn Văn Trình, Thực trạng và hướng phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam, *Tạp chí Phát triển kinh tế*, số 155, 10/2003.
5. Phí Trọng Thảo, Tổng quan về thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2002 và dự báo cho năm 2003, *Tạp chí Tài chính*, số 1+2, 2003
6. Thị trường bảo hiểm Việt Nam còn quá nhỏ, *VietnamNet*, 22/12/2003.

COMPETITIVENES OF INSURANCE SERVICES IN VIETNAM REALITIES AND SOLUTIONS

Dr. Vu Quoc Binh
MA. Nguyen The Hung

Faculty of Economics, Vietnam National University, Hanoi

Insurance service is a young financial service in Vietnam with its establishment in 1993. Currently, there are 24 insurance companies participating in insurance market.

Achievements: If in 1994 insurance output reached 741 bill. VND, there was in 2003 already 10,192 bill VND. Contribution to the state budget has been increasing remarkable: in 1994 only 71 bill.VND, but in 2001 it reached 215 bill VND and already 460 bill.VND in 2003. Insurance has been creating a lot of jobs, in 2001: 10,000 laborers (10 times from 1994 to 2001). It attracts a number of foreign investment and actively takes part in international integration.

Short coming: The insurance market is relatively small. The ratio of fee collection to GDP is only 1,6% in 2003 (in Thailand 2.25%). Insurance supply can not meet the demand of the market yet, especially in agriculture. There still is not good competition between insurance companies.

Solutions: Raising awareness about insurance significance for insurance consumers such as administrative office, enterprises and citizen. Strengthen governmental management in insurance sector through adjustment of legal documents, separating governmental management out of business management...Insurance companies themselves have to try their best to strengthen their power in competition.