

# HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY BẢO HIỂM VIỆT NAM TRONG TRẠNG THÁI BÌNH THƯỜNG MỚI

## ACTIVITIES OF VIETNAM INSURANCE COMPANY IN THE NEW NORMAL STATUS

Trần Thị Kim Liên<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Bích Ngọc<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Phòng Tài chính Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

<sup>2</sup>Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 28/04/2022, chấp nhận đăng ngày 10/05/2022

**Tóm tắt:** Đại dịch Covid-19 đã và đang khiến vấn đề sức khỏe trở thành mối quan tâm hàng đầu của người dân và toàn xã hội. Chính vì lẽ đó, các doanh nghiệp bảo hiểm đã có những phản ứng nhanh nhạy, kịp thời khi gia tăng các quyền lợi về bảo hiểm nhân thọ, về y tế truyền thống với một loạt các sản phẩm và dịch vụ sức khỏe dành cho khách hàng. Tại Việt Nam, các doanh nghiệp bảo hiểm đang thực hiện khá tốt việc kết hợp yếu tố bền vững vào hoạt động của mình như là một phần của chiến lược phát triển dài hạn. Thị trường bảo hiểm Việt Nam đã thể hiện được vai trò là tấm lá chắn trước các rủi ro tài chính, giúp các tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm ổn định sản xuất kinh doanh và cuộc sống. Đây cũng là kênh huy động vốn dài hạn, hữu hiệu của nền kinh tế, góp phần thực hiện đường lối phát triển nền kinh tế thị trường.

**Từ khóa:** Bảo hiểm, trạng thái bình thường mới.

**Abstract:** The Covid-19 pandemic has been making health issues a top concern of the people and the whole society. For that reason, insurers have had quick and timely responses when increasing their benefits in life insurance and traditional medical with a wide range of health products and services for the elderly. customer. In Vietnam, insurers are doing quite well in incorporating sustainability into their operations as part of their long-term development strategy. Vietnam's insurance market has shown its role as a shield against financial risks, helping organizations and individuals participating in insurance to stabilize production, business and life. This is also an effective and long-term capital mobilization channel of the economy, contributing to the implementation of the development policy of the market economy.

**Keywords:** Insurance, new normal.

### 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Đại dịch Covid-19 kéo dài liên tiếp và đã trở thành một cuộc khủng hoảng toàn cầu. Với tốc độ lây lan nhanh chóng cùng với nhiều biến chủng mới xuất hiện đã cán quét khốc liệt trên phạm vi toàn cầu, gây ra nhiều ảnh hưởng và thiệt hại về mọi khía cạnh: kinh tế, giáo dục, lao động, đời sống... trong tất cả các

lĩnh vực nói chung và cho doanh nghiệp tại Việt Nam nói riêng. Những chính sách cũ hỗ trợ doanh nghiệp không còn đảm bảo tính hiệu quả trong tình hình mới. Do vậy, sự ra đời của những chính sách mới phù hợp với bối cảnh vừa cần phát triển kinh tế, vừa đảm bảo công tác phòng chống dịch là rất cấp thiết. Vì thế, chính sách “bình thường mới” đã được

ban hành như một giải pháp kịp thời hỗ trợ và cứu vớt doanh nghiệp vượt qua khủng hoảng thời kì đại dịch.

“Trạng thái bình thường mới” là trạng thái mà tại đó đất nước vừa tập trung chống dịch, vừa khôi phục và phát triển lại nền kinh tế như lúc ban đầu. Có 4 điểm đặc trưng để nhận diện “trạng thái bình thường mới”, đó là: (1) Khi làm bất kỳ việc gì, phải vừa đảm bảo tính hiệu quả vừa đảm bảo mục tiêu; (2) Dịch bệnh là vấn đề diễn ra trên quy mô toàn cầu, tình huống bất thường không ai đoán trước được, tác động đến mọi giai tầng xã hội, không phụ thuộc vào trình độ phát triển hay thể chế chính trị; (3) Tác động của dịch bệnh đòi hỏi mỗi con người, tổ chức và toàn bộ hệ thống xã hội phải năng động và có khả năng chống chịu và thích ứng với bối cảnh mới; (4) Đặt ra nhiều vấn đề phải định hình lại, phải đối mặt với nhiều rủi ro xã hội: dịch bệnh, thiên tai, biến đổi khí hậu... [1].

Bảo hiểm là một phương thức chuyển giao rủi ro phổ biến hiện nay. Thị trường bảo hiểm Việt Nam ngày càng thể hiện được vai trò, vị trí trong nền kinh tế - xã hội, góp phần thực hiện thành công các giải pháp chủ yếu về chỉ đạo, điều hành thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế của đất nước, góp phần phát triển bền vững đặc biệt trong trạng thái bình thường mới.

## **2. GIỚI THIỆU VỀ CÔNG TY BẢO HIỂM**

### **2.1. Khái niệm công ty bảo hiểm**

Công ty bảo hiểm là doanh nghiệp hoặc tổ chức bảo hiểm chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, doanh nghiệp bảo hiểm thu phí bảo hiểm và trả tiền cho người thụ hưởng hoặc người được bảo hiểm trong trường hợp xảy ra sự kiện bảo hiểm.

Nhà bảo hiểm có thể là các công ty bảo hiểm, tổ chức bảo hiểm tiền gửi, cơ quan bảo hiểm xã hội - y tế... hoạt động vì mục tiêu lợi nhuận

hoặc phi lợi nhuận. Trong đó, công ty bảo hiểm là doanh nghiệp được thành lập, tổ chức và hoạt động theo qui định của Luật kinh doanh bảo hiểm và các qui định khác của pháp luật có liên quan để kinh doanh bảo hiểm, tái bảo hiểm. Ngoài hoạt động kinh doanh bảo hiểm và kinh doanh tái bảo hiểm, các công ty bảo hiểm còn có thể thực hiện một số hoạt động khác như: môi giới bảo hiểm, đại lí bảo hiểm, đề phòng, hạn chế rủi ro, tổn thất; giám định tổn thất và đại lí giám định tổn thất; và đặc biệt là đầu tư nguồn vốn thu được từ phí bảo hiểm.

### **2.2. Vai trò của công ty bảo hiểm trong giai đoạn bình thường mới**

#### *Thứ nhất, Cung cấp sự an toàn và bảo mật*

Các công ty bảo hiểm hỗ trợ tài chính và giảm bớt những bất ổn trong kinh doanh và cuộc sống của con người. Ví dụ, trong trường hợp bảo hiểm nhân thọ hỗ trợ tài chính cho gia đình của người được bảo hiểm khi người đó qua đời. Trong trường hợp bảo hiểm khác được cung cấp bảo hiểm chống lại tổn thất do hỏa hoạn, hàng hải, tai nạn...

#### *Thứ hai, Tạo nguồn tài chính*

Công ty bảo hiểm tạo ra quỹ bằng cách thu phí bảo hiểm. Các quỹ này được đầu tư vào chứng khoán và cổ phiếu của Chính phủ. Các quỹ này được sử dụng hữu ích trong phát triển công nghiệp của một quốc gia để tạo ra nhiều quỹ hơn và được sử dụng cho sự phát triển kinh tế của đất nước. Cơ hội việc làm cho người dân tăng lên nhờ các khoản đầu tư lớn dẫn đến hình thành vốn.

#### *Thứ ba, Các công ty bảo hiểm nhân thọ khuyến khích tiết kiệm*

Bảo hiểm không chỉ bảo vệ khỏi những rủi ro và bất trắc mà còn cung cấp một kênh đầu tư cho người dân. Bảo hiểm nhân thọ cho phép tiết kiệm có hệ thống do đóng phí bảo hiểm

thường xuyên. Thêm vào đó, bảo hiểm nhân thọ cung cấp một phương thức đầu tư, giúp phát triển thói quen tiết kiệm tiền bằng cách trả phí bảo hiểm. Người được bảo hiểm nhận số tiền một lần khi hợp đồng đáo hạn.

*Thứ tư, Công ty bảo hiểm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế*

Bảo hiểm tạo ra tác động đáng kể đến nền kinh tế bằng cách huy động tiền tiết kiệm trong nước. Bảo hiểm biến vốn tích lũy thành đầu tư hiệu quả. Bảo hiểm giúp giảm thiểu tổn thất, ổn định tài chính và thúc đẩy các hoạt động thương mại và thương mại dẫn đến tăng trưởng và phát triển kinh tế. Vì vậy, bảo hiểm đóng một vai trò quan trọng trong tăng trưởng bền vững của một nền kinh tế.

*Thứ năm, Công ty bảo hiểm hỗ trợ y tế*

Bảo hiểm y tế được coi là cần thiết trong việc quản lý rủi ro sức khỏe. Ai cũng có thể là nạn nhân của cơn nguy kịch một cách bất ngờ. Và chi phí y tế tăng cao là mối quan tâm lớn. Bảo hiểm y tế là một trong những chính sách bảo hiểm dành cho các loại rủi ro sức khỏe khác nhau. Người được bảo hiểm được hỗ trợ y tế trong trường hợp hợp đồng bảo hiểm y tế.

*Thứ sáu, Phân tán rủi ro*

Bảo hiểm tạo điều kiện cho việc phân tán rủi ro từ người được bảo hiểm sang người bảo hiểm. Nguyên tắc cơ bản của bảo hiểm là phân tán rủi ro giữa một số lượng lớn người. Một số lượng lớn người nhận hợp đồng bảo hiểm và trả phí bảo hiểm cho công ty bảo hiểm. Khi xảy ra tổn thất, tổn thất được bồi thường bằng nguồn kinh phí của doanh nghiệp bảo hiểm.

*Thứ bảy, Nguồn thu quỹ*

Các khoản tiền lớn được thu thập theo cách tính phí bảo hiểm. Các quỹ này được sử dụng vào sự phát triển công nghiệp của một quốc

gia, nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Cơ hội việc làm được tăng lên nhờ những khoản đầu tư lớn như vậy. Như vậy, bảo hiểm đã trở thành một nguồn hình thành vốn quan trọng.

### 2.3. Các hoạt động của công ty bảo hiểm

Theo điều 60 Luật kinh doanh bảo hiểm 2019, nội dung hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm gồm:

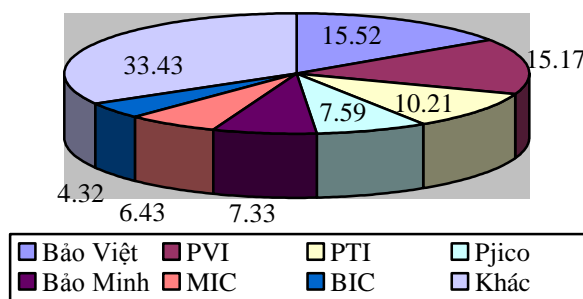
- (1) Kinh doanh bảo hiểm, kinh doanh tái bảo hiểm;
- (2) Đề phòng, hạn chế rủi ro, tổn thất;
- (3) Giám định tổn thất;
- (4) Đại lý giám định tổn thất, xét giải quyết bồi thường, yêu cầu người thứ ba bồi hoàn;
- (5) Quản lý quỹ và đầu tư vốn;
- (6) Các hoạt động khác theo quy định của pháp luật.

Theo số liệu thống kê, tính đến hết năm 2021, thị trường bảo hiểm Việt Nam có hơn 70 công ty kinh doanh về bảo hiểm, trong đó có 32 công ty bảo hiểm phi nhân thọ, 18 công ty bảo hiểm nhân thọ, 2 công ty tái bảo hiểm và 18 công ty môi giới bảo hiểm

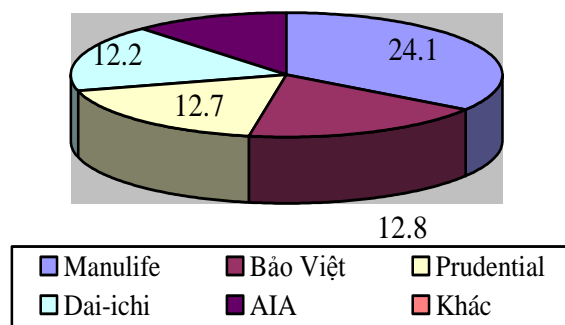
Hiện nay các công ty bảo hiểm đóng góp rất lớn đối với nền kinh tế. Cụ thể, năm 2017, các công ty ngành bảo hiểm đầu tư trở lại nền kinh tế ước đạt 251.639 tỷ đồng, tăng 27% so với năm 2016. Năm 2018, thị trường bảo hiểm tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng ấn tượng, các công ty bảo hiểm đầu tư trở lại nền kinh tế ước đạt 319.610 tỷ đồng (tăng 29,53% so với cùng kỳ năm 2017). Năm 2019 công ty bảo hiểm đầu tư trở lại nền kinh tế ước đạt 379.240 tỷ đồng, tăng 20,04% so với năm 2018. Năm 2020 các công ty bảo hiểm đầu tư trở lại nền kinh tế ước đạt 501.292 tỷ đồng (tăng 22,06% so với năm 2020). Trong đó, tổng số tiền đầu tư của các công ty này vào

trái phiếu chính phủ ước đạt gần 97.900 tỷ đồng, với 90% là trái phiếu chính phủ dài hạn, góp phần thực hiện thành công các kế hoạch phát hành trái phiếu chính phủ, ổn định kinh tế vĩ mô. Tổng doanh thu phí bảo hiểm toàn thị trường năm 2021 ước đạt 191.010 tỷ đồng, tăng 15,76% so với cùng kỳ năm 2020, trong đó doanh thu phí bảo hiểm phi nhân thọ ước đạt 52.367 tỷ đồng, tăng 1,78% so với cùng kỳ năm 2020 và doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ ước đạt 138.643 tỷ đồng, tăng 22,1% so với cùng kỳ năm 2020.

Dựa vào số liệu của Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam, có thể thấy Top 5 doanh nghiệp dẫn đầu lần lượt thuộc về: Bảo hiểm Bảo Việt (doanh thu phí bảo hiểm gốc là 4.593 tỉ đồng, chiếm 15,52% thị phần toàn thị trường), PVI (4.490 tỉ đồng, chiếm 15,17% thị phần), PTI (3.022 tỉ đồng, chiếm 10,21% thị phần), Bảo Minh (2.169 tỉ đồng, chiếm 7,33% thị phần) và MIC (1.904 tỉ đồng, chiếm 6,43% thị phần).



Biểu đồ 1. Thị phần bảo hiểm phi nhân thọ năm 2021 [4]



Biểu đồ 2. Thị phần bảo hiểm nhân thọ năm 2021 [4]

Năm 2021 đánh dấu sự tăng trưởng mạnh mẽ của ngành bảo hiểm nhân thọ với tổng doanh thu phí bảo hiểm 10 tháng đạt 123.592, tăng 23,4% so với cùng kỳ năm 2020. Thị phần chủ yếu vẫn thuộc về các tên tuổi lớn như Manulife (24,1%), Bảo Việt nhân thọ (12,8%), Prudential (12,7%), Dai-ichi (12,2%), AIA (8,1%), MB Ageas (7,3%).

### 3. THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH BẢO HIỂM VIỆT NAM TRONG TRẠNG THÁI BÌNH THƯỜNG MỚI

#### 3.1. Thuận lợi

*Thứ nhất*, Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, sự cải thiện về nhận thức của người dân về bảo hiểm đã trở thành động lực quan trọng nhất cho các công ty bảo hiểm.

*Thứ hai*, toàn cầu hóa tạo điều kiện cho các công ty bảo hiểm có cơ hội tiếp cận dòng vốn ngoại đến từ nước ngoài. Để gia nhập, sẽ buộc nhiều tập đoàn bảo hiểm nước ngoài đi vòng bằng cách gia tăng đầu tư, mua bán - sáp nhập (M&A) hoặc trở thành đối tác chiến lược của các công ty bảo hiểm trong nước. Về cơ bản, đối với thị trường đang phát triển như Việt Nam, việc có thể sử dụng các dịch vụ thuê ngoài, kể cả cho các quy trình cốt lõi từ các nhà cung cấp hàng đầu thế giới sẽ giúp các công ty bảo hiểm nội hạn chế được điểm yếu ở các lĩnh vực không phải là thế mạnh.

*Thứ ba*, Nhờ sự phát triển của công nghệ thông tin, doanh nghiệp bảo hiểm có nhiều kênh phân phối hơn bên cạnh kênh truyền thống là đại lý/tư vấn viên. Các kênh bán hàng online như ứng dụng di động, Chatbot, mạng xã hội đang dần trở nên phổ biến và tạo được sự thuận lợi trong tương tác với khách hàng. Khảo sát người tiêu dùng của Vietnam Report cho thấy trước khi mua bảo hiểm, 75,7% khách hàng đã sử dụng công cụ kỹ thuật số để

đưa ra quyết định mua sản phẩm. Trong bối cảnh dịch bệnh trên thế giới còn diễn biến phức tạp, xu hướng chuyển dịch phân phối bảo hiểm từ offline sang online trở nên rõ ràng hơn bao giờ hết, thuận tiện cho doanh nghiệp bảo hiểm và cả khách hàng trong khi vẫn đảm bảo an toàn giãn cách xã hội [3].

Dịch Covid-19 đã làm thay đổi hành vi tiêu dùng: làm việc tại nhà, đi du lịch bằng máy bay... đặc biệt khiến cho chúng ta quan tâm đến sức khỏe và các vấn đề rủi ro nhiều hơn. Đây được coi là một tín hiệu tích cực của thị trường bảo hiểm. Theo đánh giá của cộng đồng doanh nghiệp bảo hiểm, đây cũng là một trong 3 cơ hội lớn nhất của ngành trong thời gian tới bên cạnh sự phát triển của công nghệ và triển vọng kinh tế vĩ mô phục hồi.

*Thứ tư*, Sự gia tăng của siêu kết nối. Người tiêu dùng đã quen với các thông báo và lời nhắc phù hợp thông qua các công cụ theo dõi hoạt động trên các thiết bị công nghệ mang đeo và ứng dụng di động. Mọi người và các công ty - những người thích những hướng dẫn mang tính cá nhân hóa trong giao thông, thời tiết và thể dục có thể sẽ chấp nhận các dịch vụ tương tự đối với các trường hợp phơi nhiễm rủi ro (đặc biệt nếu điều đó giúp họ tiết kiệm tiền). Điều này có nghĩa là cơ hội đổi mới lớn tiếp theo với dữ liệu và phân tích cho các công ty bảo hiểm liên quan đến việc xác định nhanh chóng và đo lường chính xác rủi ro, sau đó sử dụng góc nhìn chuyên sâu để chủ động đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Các công ty bảo hiểm sẽ nắm bắt các luồng dữ liệu từ các ứng dụng, thiết bị di động, thiết bị công nghệ mang đeo, phương tiện giao thông được kết nối hay cả nhà và nơi làm việc thông minh, cũng như các đối tác liên minh và hàng tỷ thiết bị được kết nối với internet. Bằng cách áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI), học máy và các kỹ thuật phân tích nâng cao khác, họ có thể đo

lượng rủi ro và phí bảo hiểm theo thời gian thực, từ đó giảm giá và đem lại các dịch vụ phòng ngừa phù hợp cùng các sản phẩm dựa trên việc sử dụng chúng.

### 3.2. Thách thức

Mặc dù có nhiều mặt thuận lợi, các công ty bảo hiểm cũng phải đối mặt với khá nhiều thách thức.

*Thứ nhất*, cạnh tranh trong ngành ngày càng gia tăng. Thời gian qua, các doanh nghiệp bảo hiểm ở cả 2 khối bảo hiểm phi nhân thọ lẫn bảo hiểm nhân thọ đều liên tiếp rót thêm vốn điều lệ nhằm đẩy mạnh đầu tư vào tuyển dụng nhân sự, công nghệ và triển khai các dự án mở rộng thị trường, phát triển kênh phân phối, tăng dự phòng rủi ro theo quy định mới cũng như tăng năng lực bồi thường. Đối với bảo hiểm nhân thọ, ngoài doanh nghiệp trong nước là Bảo Việt, có thể thấy cuộc đua thật sự là sân chơi của nhóm doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) hoạt động lâu năm ở Việt Nam. Đây là các doanh nghiệp có kinh nghiệm đầu tư ở các thị trường mới nổi, có tiềm lực tài chính mạnh mẽ, am hiểu văn hóa tiêu dùng địa phương và có chiến lược phát triển bền vững.

*Thứ hai* là rủi ro từ các yếu tố thiên tai, dịch bệnh. Dịch Covid-19 chính là minh chứng rõ nhất cho điều này. Đại dịch đã làm thay đổi toàn bộ nền kinh tế toàn cầu, lây nhiễm cho hơn 11 triệu người, và khiến cho hơn 500 nghìn người tử vong, chưa kể đến số lượng người bị thất nghiệp và doanh nghiệp phải đóng cửa do suy thoái kinh tế. Điều này khiến cho cộng đồng doanh nghiệp ý thức sâu sắc hơn về tầm quan trọng của quản trị rủi ro và bảo hiểm. Thay vì “bị động” đối phó với rủi ro, các doanh nghiệp nên tạo ra lợi thế cạnh tranh từ việc chuẩn bị cho rủi ro.

*Thứ ba*, đại dịch đã khiến thu nhập của khách

hàng giảm sút. Theo Tổng cục Thống kê, khoảng 22,2 triệu người lao động bị giảm thu nhập do tác động của Covid-19 trong năm 2020. Xét riêng quý 4/2021, con số này lên tới 6,5 triệu người (xấp xỉ 1/3 tổng số người bị ảnh hưởng trong cả năm 2020).

Điều này cho thấy, túi tiền của khách hàng thực sự trở nên eo hẹp hơn rất nhiều so với năm trước. Thêm vào đó, trong bối cảnh lạm phát toàn cầu năm 2021 dự báo tăng khá mạnh (có thể ở mức 2,8% so với mức 2% năm 2020), áp lực lạm phát Việt Nam cũng đã bắt đầu “nhen nhóm” do ảnh hưởng bởi độ trễ của lượng cung tiền.

*Thứ tư* là thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao, có hiểu biết rõ ràng về thị trường bảo hiểm. Mặc dù bảo hiểm là ngành có tốc độ tăng trưởng cao so với các ngành khác nhưng nhân sự trong ngành đang rơi vào tình trạng “thiếu thầy, thiếu cả thợ”. “Thầy” ở đây chính là những quản lý cấp cao, những người định hướng thị trường và xây dựng những sản phẩm cá nhân hóa theo nhu cầu của từng người. Trong khảo sát chuyên gia trong ngành do Vietnam Report thực hiện tháng 6/2020, thị trường bảo hiểm Việt Nam hiện nay chưa có “thầy”. Các sản phẩm bảo hiểm trên thị trường còn khá đơn giản, chủ yếu là các sản phẩm được “đóng gói” từ hàng chục, thậm chí hàng trăm năm trước đó, việc triển khai các sản phẩm mới theo xu hướng Insurtech mới chỉ trong giai đoạn thử nghiệm [3]. Thêm vào đó, việc thiếu hụt nhân sự liên quan đến chuyển đổi số cũng là một bài toán nan giải đối với các doanh nghiệp bảo hiểm hiện nay.

*Thứ năm* là hạ tầng công nghệ thông tin bất cập. Tuy cơ hội từ CMCN 4.0 rất lớn nhưng ở Việt Nam, việc áp dụng công nghệ 4.0 trong ngành bảo hiểm còn chưa được chú trọng. Áp dụng công nghệ tin học trong quản lý còn yếu, chưa tích hợp được quản lý hồ sơ khách hàng,

quản lý rủi ro trước, trong và sau cấp đơn qua hệ thống máy tính và mạng, dẫn đến những vấn đề như chưa xây dựng được hệ thống dữ liệu đầy đủ, đáng tin cậy, vấn đề kiểm soát trực lợi bảo hiểm, phát sinh thêm nhân lực hỗ trợ back office (nhập liệu, quản lý hóa đơn ấn chỉ...).

Khảo sát của Vietnam Report cho thấy, hầu hết các công ty bảo hiểm Việt Nam đang chú trọng phát triển các ứng dụng công nghệ ở mức độ cơ bản nhất như Xây dựng ứng dụng trên thiết bị thông minh (90,5%), Phân phối sản phẩm qua kênh bán hàng mới: trực tuyến, mạng xã hội (85,7%), công nghệ trả lời khách hàng tự động (chatbot) (42,9%), Triển khai phần mềm lõi bảo hiểm (28,6%), Phân phối sản phẩm qua website so sánh các sản phẩm bảo hiểm (Web aggregator) (23,8%)... Còn những sản phẩm đặc trưng của Insurtech như sản phẩm theo yêu cầu (On-demand insurance) hay mô hình bảo hiểm ngang hàng (peer-to-peer insurance) thì hiện còn khá ít [3].

Nguyên nhân chính là do hạ tầng công nghệ thông tin còn chưa theo kịp với tốc độ phát triển và nhu cầu của thị trường như rủi ro an ninh mạng... Sức mạnh lớn nhất của Insurtech chính là database, tuy nhiên thông tin thị trường hiện còn bất đối xứng, vì thế nếu muốn tận dụng những cơ hội từ CMCN 4.0 buộc ngành bảo hiểm cần đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin.

## **4. KẾT QUẢ KINH DOANH MỘT SỐ CÔNG TY BẢO HIỂM LỚN TRÊN SỞ GIAO DỊCH CHỨNG KHOÁN HIỆN NAY**

### **4.1. Doanh thu thuần**

Doanh thu thuần là khoản tiền doanh nghiệp thu được từ việc bán hàng hóa, dịch vụ sau khi đã khấu trừ các loại thuế (thuế xuất nhập khẩu, thuế tiêu thụ đặc biệt...), các loại giảm

giá (chiết khấu thương mại, giảm giá)....

Doanh thu thuần của các công ty bảo hiểm nhìn chung tăng qua các năm. Trong số các công ty bảo hiểm lớn hiện nay, BVH là công ty có quy mô lớn nhất với doanh thu năm 2017 đạt 24.042 tỷ đồng, đến năm 2021 đạt 37.301 tỷ đồng. Dẫn đầu thị phần bảo hiểm nhân thọ và bảo hiểm phi nhân thọ, triển khai kinh doanh hiệu quả và đóng góp tích cực vào công tác an sinh xã hội, phát triển đất nước, BVH đã nhận được giải thưởng Top 10 "Thương hiệu Tiêu biểu châu Á - Thái Bình Dương năm 2020", đồng thời dẫn đầu Top 10

"Công ty bảo hiểm nhân thọ uy tín Việt Nam" trong nhiều năm liên tiếp. Có được điều này là do BVH là công ty tiên phong trong việc đẩy mạnh hợp tác cùng các đối tác quốc tế về tái bảo hiểm, công nghệ số để nghiên cứu và triển khai những giải pháp bảo hiểm toàn diện, tối ưu và an toàn cho khách hàng. Đứng thứ hai là PVI, doanh thu thuần tăng đều qua các năm. Năm 2017 đạt 4.789 tỷ đồng, đến năm 2021 đạt 4.967 tỷ đồng. Năm 2021, doanh thu của PVI tăng nhẹ 4% do đại dịch covid nên việc tiếp xúc gặp gỡ khách hàng có gặp khó khăn.

**Bảng 1. Doanh thu thuần của công ty bảo hiểm lớn**

*Đơn vị: Tỷ đồng*

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>BVH</b>	24.042	29.065	33.309	34.524	37.301
<b>PVI</b>	4.789	5.685	5.911	4.776	4.967
<b>PTI</b>	2.781	3.377	4.310	4.734	4.964
<b>BMI</b>	3.176	3.184	3.429	3.791	3.811
<b>PGI</b>	2.335	2.413	2.606	2.921	3.037
<b>MIG</b>	1.607	1.632	1.848	2.402	2.669

*Nguồn: Cafef.vn [4]*

#### 4.2. Lợi nhuận sau thuế

Lợi nhuận sau thuế còn gọi là lợi nhuận ròng là tỷ suất thực hiện tài chính được tính bằng các chia thu nhập ròng theo doanh thu thuần. Lợi nhuận sau thuế càng cao thì công ty hoạt

động càng tốt, mang lại nhiều giá trị hơn, dưới dạng lợi nhuận cho các cổ đông. Lợi nhuận ròng cho thấy công ty kiểm soát chi phí của mình như thế nào.

**Bảng 2. Lợi nhuận sau thuế của công ty bảo hiểm lớn**

*Đơn vị: Tỷ đồng*

	2017	2018	2019	2020	2021
<b>BVH</b>	1.603	1.088	1.242	1.650	1.989
<b>PVI</b>	540	588	702	849	871
<b>PTI</b>	153	16	113	239	269
<b>BMI</b>	163	162	181	196	251
<b>PGI</b>	127	142	162	175	362
<b>MIG</b>	44	108	142	194	224

*Nguồn: Cafef.vn [4]*

BVH năm 2018 đạt hơn 1.088 tỷ đồng lợi nhuận, giảm 515 tỷ đồng (tức giảm 33,18%) so với năm 2017. Nguyên nhân giảm này là do diễn biến thị trường tài chính không thuận lợi. Cụ thể, thị trường chứng khoán Việt Nam sụt giảm mạnh trong 6 tháng đầu năm và diễn biến chưa ổn định khiến chi phí trích lập dự phòng đầu tư cổ phiếu, chứng chỉ quỹ tăng lên so với cùng kỳ. Bên cạnh đó, lãi suất trái phiếu chính phủ dài hạn giảm từ cuối năm 2017 và tiếp tục ở mức thấp trong năm 2018 cùng với việc trích lập dự phòng nghiệp vụ các doanh nghiệp bảo hiểm tăng mạnh. Thị trường bảo hiểm phi nhân thọ ghi nhận nhiều sự bất thường về thiên tai, hoả hoạn, tai nạn,... khiến chi phí bồi thường có xu hướng tăng. Đến năm 2019 lợi nhuận sau thuế tăng 154 tỷ đồng (tăng 14,15%) so với năm 2018. Năm 2020 lợi nhuận sau thuế tăng 408 tỷ đồng so với 2019. Năm 2021 lợi nhuận tăng 339 tỷ đồng

(tăng 20,54%).

Trong giai đoạn 2017-2021, lợi nhuận sau thuế của PVI có xu hướng tăng. Năm 2017 là 540 tỷ đồng. Năm 2018 tăng 48 tỷ đồng (tương đương 10%) và năm 2019 tăng mạnh 114 tỷ đồng (tức 19,6%). Năm 2020 tăng 147 tỷ đồng. Có được kết quả như vậy là do công ty đã nỗ lực thay đổi các gói sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

### 4.3. Tỷ suất sinh lời

Sẽ không có một con số cụ thể và cố định nào để đánh giá các chỉ số ROE-ROA của công ty là tốt. Chỉ cần các chỉ số này càng cao và luôn dương thì coi như hoạt động đầu tư và kinh doanh hiệu quả. Ngoài ra, việc đánh giá (tốt hay xấu) còn phụ thuộc vào đặc điểm ngành nghề kinh doanh và quy mô tài sản so với doanh thu của mỗi công ty.

**Bảng 3. Tỷ suất sinh lời của các doanh nghiệp bảo hiểm niêm yết**

Đơn vị: %

	BVH		PVI		PTI		BMI		PGI		MIG	
	ROA	ROE	ROA	ROE	ROA	ROE	ROA	ROE	ROA	ROE	ROA	ROE
2017	1,89	11,05	2,76	7,32	2,97	8,2	3,09	7,59	2,74	10,69	1,08	5,09
2018	1,02	6,95	2,8	7,94	0,29	0,91	2,97	7,43	2,73	9,58	3,23	11,51
2019	0,98	6,72	3,16	9,27	1,65	6,15	3,25	8,04	2,88	10,67	3,3	11,49
2020	1,16	7,85	3,64	11,22	3,12	12,45	3,19	8,54	3,02	10,99	3,71	12,86
2021	1,19	8,79	3,57	11,04	3,28	12,76	3,61	10,81	5,64	21,61	3,69	13,67

Nguồn: Cafef.vn [4]

Tỷ lệ ROE của các công ty có sự khác biệt lớn do sự khác biệt ở tất cả các chỉ số đòn bẩy tài chính, vòng quay tổng tài sản và lợi nhuận ròng biên. Năm 2020 công ty có tỷ lệ ROE cao nhất và thấp nhất là MIG và BVH với 12,86% và 7,85%. Năm 2021 công ty có tỷ lệ ROE cao nhất và thấp nhất là PGI và BVH với 21,61% và 8,79%.

ROE của MIG đạt mức cao chủ yếu do công

ty bổ sung đòn bẩy tài chính.

Hiệu suất sinh lời ROA, ROE của các công ty nhìn chung có xu hướng tăng nhưng chưa đồng đều trong giai đoạn 2017-2020 nhờ vào việc doanh thu tăng trưởng tốt và quản lý chi phí hiệu quả với tỷ trọng mỗi loại chi phí trên doanh thu tuy có tăng qua các năm nhưng tăng với tốc độ giảm dần. Chỉ số ROA cũng tăng trong giai đoạn 2017-2021 cho thấy các



khoản đầu tư lớn của công ty trong các năm qua tập trung xây dựng các chi nhánh văn phòng và nâng cao chất lượng đã mang lại hiệu quả nhất định.

### **Kết quả đạt được**

Năng lực tài chính của một số công ty bảo hiểm lớn tại thị trường Việt Nam đã dần được cải thiện, doanh thu, lợi nhuận, tỷ suất sinh lời nhìn chung tăng qua các năm. Để duy trì vị thế vững chắc của mình trên thị trường bảo hiểm, các công ty này đã điều chỉnh chiến lược kinh doanh của mình, cung cấp cho người tiêu dùng sản phẩm với giá cả hợp lý so với các công ty khác. Tuy nhiên, ROA, ROE chưa tăng cao ở mức dưới 15%, các công ty cần chú ý để khắc phục tình trạng này.

## **5. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM PHÁT TRIỂN CÁC DOANH NGHIỆP NGÀNH BẢO HIỂM VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI**

*Thứ nhất*, về năng lực tài chính, lợi nhuận sau thuế các công ty có tăng nhưng chưa nhiều nên cần cải thiện. Doanh nghiệp cần có biện pháp hữu hiệu để xây dựng một nguồn tài chính mạnh và ổn định, đảm bảo cho hoạt động kinh doanh, tăng cường sự tin tưởng với các nhà đầu tư.

*Thứ hai*, doanh nghiệp phải luôn cải tiến, cập nhật những sản phẩm mới để có thể nâng cao chất lượng của sản phẩm, thu hút khách hàng, giảm chi phí đầu vào, làm tăng lợi nhuận sau thuế. Trong đó chú trọng phát triển các sản phẩm có tính cộng đồng và an sinh xã hội cao, cho phép điều chỉnh các sản phẩm bảo hiểm linh hoạt phù hợp với nhu cầu của từng khách hàng cá nhân. Xây dựng cơ sở dữ liệu chung của toàn thị trường phục vụ cho việc định phí bảo hiểm, tạo mặt bằng về mức phí sản, góp phần lành mạnh hóa môi trường cạnh tranh trên thị trường [4].

*Thứ ba*, Trong bối cảnh “bình thường mới”,

các doanh nghiệp bảo hiểm cần điều chỉnh hệ thống kênh phân phối theo hướng kỹ thuật số dựa trên 3 nhóm [2]”

- *Kết hợp kênh chuyển tiếp tối ưu.* Các đại lý trực tiếp vẫn là một phần quan trọng của hệ thống phân phối của công ty bảo hiểm, đặc biệt là với bảo hiểm nhân thọ và các sản phẩm bảo hiểm thương mại lớn. Tuy nhiên các doanh nghiệp bảo hiểm cần thiết lập thêm kênh bán hàng kỹ thuật số để phục vụ khách hàng thích tương tác từ xa thông qua kỹ thuật số

- *Xác định công nghệ mới phục vụ cho giai đoạn “bình thường mới”.* Các doanh nghiệp bảo hiểm cần coi công nghệ và kỹ thuật số là những yếu tố khác biệt cốt lõi tạo nên giá trị doanh nghiệp, từ đó xác định các điều chỉnh mong muốn của họ đối với thực tế công nghệ hiện có.

- *Sẵn sàng để đưa ra các quyết định M&A chiến lược để tăng cường phân phối.* Bắt tay với các công ty Fintech và Insurtechs có thể là một hướng đi mới dành các doanh nghiệp bảo hiểm. Các doanh nghiệp bảo hiểm nên chủ động xác định các lỗ hổng trong hệ sinh thái phân phối cũng như mối quan hệ với các đối tác M&A tiềm năng để có thể tiếp cận nhóm khách hàng mới và các loại sản phẩm mới.

*Thứ tư*, Xây dựng thương hiệu bảo hiểm trong thời “bình thường mới”

(1) Sớm có chuẩn bị chiến lược thoát khỏi khủng hoảng và tái lập hình ảnh; (2) Tiếp tục sử dụng công nghệ để hỗ trợ và tăng năng suất chứ không phải để thay thế con người; (3) Sớm thực hiện chuyển đổi số thích nghi với khủng hoảng ngày một tinh vi hơn và tận dụng tốt sự dịch chuyển trong hành vi tiêu dùng và văn hóa do khủng hoảng tạo ra.

*Thứ năm*, tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý để

hỗ trợ doanh nghiệp. Khung khổ pháp lý về kinh doanh bảo hiểm dần được hoàn thiện theo hướng đơn giản hóa và giảm bớt thủ tục hành chính, tạo môi trường pháp lý đồng bộ, công khai, minh bạch và bình đẳng cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia hoạt động trên thị trường, phù hợp với các chuẩn mực và cam kết quốc tế của Việt Nam trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm.

Về công tác quản lý, giám sát nhà nước về kinh doanh bảo hiểm được đẩy mạnh theo hướng kết hợp giữa quản lý, giám sát từ xa và

kiểm tra tại chỗ, tăng cường đối thoại trực tiếp với doanh nghiệp để giải quyết kịp thời khó khăn, vướng mắc, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển.

### 6. KẾT LUẬN

Trong trạng thái bình thường mới, với chiến lược hợp lý của mỗi doanh nghiệp bảo hiểm nói riêng và toàn ngành nói chung, sự quản lý nhà nước một cách phù hợp sẽ tạo điều kiện để nâng cao hiệu quả chiến lược ấy và nhân rộng thành quả đến toàn ngành kinh tế.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đỗ Văn Quân. (2021). Thích ứng với “trạng thái bình thường mới” trong phòng, chống dịch COVID-19. Tạp chí Ban Tuyên giáo Trung ương.
- [2] Duy Thái (1/2021), *Thị trường bảo hiểm 2020: Các chỉ tiêu quan trọng đều tăng trưởng hai con số*, Thời báo tài chính Việt Nam online.
- [3] <https://vietnamreport.net.vn/>
- [4] <https://www.cafef.vn/>

---

Thông tin liên hệ: **Trần Thị Kim Liên**

Điện thoại: 0904007975 - Email: [ttklien@uneti.edu.vn](mailto:ttklien@uneti.edu.vn)

Phòng Tài chính Kế toán, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.