

**BỘ GIÁO DỤC ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG**

---o0o---

# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH  
BẢO HIỂM NHÂN THỌ TẠI CÔNG TY  
LIÊN DOANH BẢO HIỂM VCLI**

<b>SINH VIÊN THỰC HIỆN</b>	<b>: NGUYỄN TRỌNG NGHĨA</b>
<b>MÃ SINH VIÊN</b>	<b>: A19225</b>
<b>CHUYÊN NGÀNH</b>	<b>: TÀI CHÍNH</b>

**HÀ NỘI – 2015**

**BỘ GIÁO DỤC ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG**

**---o0o---**

# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**ĐỀ TÀI:**

**NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH  
BẢO HIỂM NHÂN THỌ TẠI CÔNG TY  
LIÊN DOANH BẢO HIỂM VCLI**

<b>Giáo viên hướng dẫn</b>	<b>: TS Nguyễn Thị Thúy</b>
<b>Sinh viên thực hiện</b>	<b>: Nguyễn Trọng Nghĩa</b>
<b>Mã sinh viên</b>	<b>: A19225</b>
<b>Chuyên Ngành</b>	<b>: Tài Chính</b>

**HÀ NỘI – 2015**

## LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên em xin gửi lời cảm ơn đến toàn thể giáo viên Khoa Kinh tế - Quản lý Trường Đại học Thăng Long đã giảng dạy, giúp em tích lũy được những kiến thức bổ ích khi ngồi trên ghế nhà trường, giúp em có những kiến thức nền tảng về kinh tế, tài chính ngân hàng để có thể hoàn thành được khóa luận này.

Em xin đặc biệt gửi tới TS Nguyễn Thị Thúy, giáo viên hướng dẫn em hoàn thành khóa luận này lời cảm ơn sâu sắc. Cảm ơn cô đã tận tình hướng dẫn, sửa chữa để em có thể thực hiện khóa luận này một cách tốt nhất.

Tiếp đến em xin cảm ơn Ban lãnh đạo cùng các cô chú, anh chị cán bộ, nhân viên tại Công ty bảo hiểm VCLI đã tạo điều kiện tốt nhất cho em trong quá trình thực tập, giúp em học hỏi được nhiều kinh nghiệm đáng quý, hơn nữa còn giúp em thu thập thông tin cho khóa luận và phân tích số liệu dễ dàng hơn.

Cuối cùng em xin cảm ơn những thành viên gia đình đã luôn ở bên cạnh, cổ vũ động viên em suốt quá trình làm khóa luận, để em có thể hoàn thành nó tốt nhất.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hà Nội, ngày 25 tháng 03 năm 2015

Sinh viên

Nguyễn Trọng Nghĩa

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Khóa luận tốt nghiệp này là do tự bản thân thực hiện có sự hỗ trợ của giáo viên hướng dẫn và không sao chép các công trình nghiên cứu của người khác. Các dữ liệu thông tin thứ cấp sử dụng trong bài khóa luận là có nguồn gốc và được trích dẫn rõ ràng.

Tôi xin chịu hoàn toàn toàn trách nhiệm về lời cam đoan này!

Sinh viên

*(Ký, ghi rõ họ tên)*

Nguyễn Trọng Nghĩa

**LỜI MỞ ĐẦU**

**CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH BẢO HIỂM NHÂN THỌ CỦA DOANH NGHIỆP BẢO HIỂM..... 1**

**1.1. Tổng quan về bảo hiểm nhân thọ .....1**

**1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển bảo hiểm nhân thọ .....1**

**1.1.2. Khái niệm về bảo hiểm nhân thọ .....4**

**1.1.3. Đặc điểm của bảo hiểm nhân thọ .....6**

**1.1.4. Phân loại bảo hiểm nhân thọ .....7**

**1.1.4.1. Phân loại theo rủi ro bảo hiểm.....7**

**1.1.4.2. Phân loại theo phương thức tham gia bảo hiểm nhân thọ .....10**

**1.1.4.3. Phân loại theo thời hạn hợp đồng. ....10**

**1.1.5. Vai trò của bảo hiểm nhân thọ .....11**

**1.1.6. Ý nghĩa của bảo hiểm nhân thọ .....14**

**1.1.6.1. Bảo vệ chống mất mát thu nhập .....14**

**1.1.6.2. Một hình thức tiết kiệm.....14**

**1.1.6.3. Tạo ra tài sản tức thời .....14**

**1.1.6.4. Chu cấp cho việc học hành của con cái .....15**

**1.2. Tổng quan về doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ .....15**

**1.2.1. Khái niệm .....15**

**1.2.2. Đặc trưng của doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ: .....15**

**1.2.3. Vai trò doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trong nền kinh tế thị trường.....16**

**1.3. Cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm.....18**

**1.3.1. Các quan điểm cơ bản về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.....18**

**1.3.2. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trong cơ chế thị trường.....19**

**1.3.3. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm.....21**

**1.3.3.1. Chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán .....21**

**1.3.3.2. Chỉ tiêu về sử dụng vốn .....22**

**1.3.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động.....22**

**1.3.3.4. Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi.....23**

**1.3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm .....24**

1.3.4.1. Yếu tố không kiểm soát được .....	24
1.3.4.2. Yếu tố kiểm soát được .....	26
<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY LIÊN DOANH BẢO HIỂM VCLI .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. Khái quát về Công ty liên doanh bảo hiểm VCLI .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.1. Quá trình thành lập và phát triển .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ .....</b>	<b>30</b>
2.1.2.1. Tầm nhìn và sứ mệnh .....	30
2.1.2.2. Chiến lược .....	31
2.1.2.3. Cam kết chất lượng dịch vụ .....	31
2.1.2.4. Giá trị cốt lõi .....	32
<b>2.1.3. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ .....</b>	<b>34</b>
2.1.3.1. Hội đồng quản trị .....	35
2.1.3.2. Kiểm toán nội bộ và thư kí hội đồng .....	36
2.1.3.3. CEO .....	37
2.1.3.4. Phó giám đốc điều hành .....	39
2.1.3.5. Phòng Tài chính- Kế toán- Đầu tư .....	39
2.1.3.6. Phòng giao dịch bảo hiểm .....	40
2.1.3.7. Phòng IT .....	40
2.1.3.8. Phòng Marketing .....	41
2.1.3.9. Phòng bán hàng .....	41
2.1.3.10. Phòng nghiệp vụ về bảo hiểm .....	41
2.1.3.11. Phòng nhân sự .....	41
2.1.3.12. Phòng pháp lý .....	42
<b>2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty liên doanh bảo hiểm VCLI .....</b>	<b>43</b>
<b>2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI .....</b>	<b>48</b>
<b>2.2.1. Khái quát tình hình kinh tế xã hội ở Việt Nam .....</b>	<b>48</b>
<b>2.2.2. Khái quát tình hình kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của các doanh nghiệp bảo hiểm tại Việt Nam .....</b>	<b>49</b>
2.2.2.1. Cơ sở pháp lý .....	49
2.2.2.2. Tình hình kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của các doanh nghiệp tại Việt Nam .....	50
<b>2.2.3. Thực trạng hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI .....</b>	<b>53</b>
2.2.3.1. Các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI .....	53

2.2.3.2. Phân tích thực trạng kết quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của liên doanh bảo hiểm VCLI.....	57
<b>2.3. Đánh giá kết quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.....</b>	<b>64</b>
2.3.1. <i>Ưu điểm</i> .....	65
2.3.1.1. <i>Qua phân tích tình hình thị trường</i> .....	65
2.3.1.2. <i>Qua phân tích số liệu:</i> .....	66
2.3.1.3. <i>Nhược điểm</i> .....	66
<b>CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH BẢO HIỂM NHÂN THỌ TẠI LIÊN DOANH BẢO HIỂM VCLI .....</b>	<b>69</b>
3.1. Mục tiêu và nhiệm vụ của công ty VCLI.....	69
3.1.1. <i>Mục tiêu</i> .....	69
3.1.2. <i>Nhiệm vụ</i> .....	69
3.2. Giải pháp nâng cáo hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại liên doanh bảo hiểm VCLI.....	69
3.2.1. <i>Củng cố hoàn thiện bộ máy tổ chức</i> .....	69
3.2.2. <i>Về sản phẩm bảo hiểm</i> .....	70
3.2.3. <i>Giải pháp phát triển về mở rộng thị trường</i> .....	71
3.2.4. <i>Giải pháp phát triển kênh phân phối</i> .....	71
3.2.5. <i>Giải pháp nâng cao trình độ nhân viên</i> .....	72
3.2.6. <i>Giải pháp phát triển công nghệ thông tin</i> .....	72
3.3. <i>Kiến nghị</i> .....	73
3.3.1. <i>Về phía nhà nước</i> .....	73
3.3.2. <i>Về phía ngành</i> .....	73
<b>KẾT LUẬN</b>	
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	

## **DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ, CÔNG THỨC**

Sơ đồ 2.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty liên doanh bảo VCLI .....	34
Bảng 2.1. Báo cáo kết quả kinh doanh của VCLI 2011-2013.....	43
Bảng 2.2. Các nghị liên quan đến kinh doanh bảo hiểm.....	49
Bảng 2.3. Tỷ lệ lưu động 2011-2013.....	58
Bảng 2.4. Tỷ lệ phải thu phải trả .....	58
Bảng 2.5. Tỷ lệ chiếm dụng vốn kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.....	59
Bảng 2.6. Tỷ suất đầu tư chung.....	59
Bảng 2.7. Tỷ suất tự tài trợ.....	60
Bảng 2.8. Tỷ lệ chi kinh doanh.....	61
Bảng 2.9. Tỷ lệ bồi thường thuần.....	62
Bảng 2.10. Tỷ lệ kinh doanh gộp .....	62
Bảng 2.11. Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản .....	63
Bảng 2.12. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu.....	64



## LỜI MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong đời sống và sản xuất kinh doanh, con người luôn luôn bị các rủi ro đe dọa gây thiệt hại về sức khỏe, tính mạng, tài sản.... Nếu không may gặp phải những rủi ro đó con người phải đối mặt với rất nhiều khó khăn trong việc khắc phục những rủi ro đó để ổn định đời sống.

Để hạn chế những thiệt hại có thể xảy ra, con người luôn luôn tìm cách đối phó với rủi ro. Thay vì bằng các biện pháp: né tránh rủi ro, ngăn chặn rủi ro, chấp nhận rủi ro thì chúng ta có thể chuyển giao rủi ro bằng cách mua bảo hiểm. Bảo hiểm đóng vai trò rất quan trọng trong đời sống xã hội hiện nay. Nó góp phần tạo sự an tâm trong quá trình làm việc, ổn định đời sống xã hội. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, các nghiệp vụ bảo hiểm ngày càng được quan tâm, xây dựng và phát triển lớn mạnh tương ứng với vị trí của nó trong thị trường bảo hiểm nhân thọ.

Việc nghiên cứu sâu sát và đưa ra giải pháp nhằm mở rộng hơn nữa thị trường các loại hình bảo hiểm nhân thọ là cần thiết. Vì lý do đó em xin chọn đề tài: "***Nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI***" cho khóa luận tốt nghiệp của mình.

### 2. Mục đích và phạm vi nghiên cứu của đề tài

#### *Mục đích nghiên cứu*

Trên cơ sở phân tích thực trạng kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI, khóa luận đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.

#### *Phạm vi nghiên cứu*

- Nghiên cứu các vấn đề cơ bản về kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.
- Phân tích thực trạng kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của công ty liên doanh bảo hiểm VCLI qua các năm 2011, 2012, 2013.

### 3. Nội dung nghiên cứu của đề tài

- Nghiên cứu hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại thị trường Việt Nam.
- Tìm hiểu, đánh giá thực trạng kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.
- Đề xuất các giải pháp để tăng cường hiệu quả của việc kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.

#### **4. Kết cấu khóa luận**

Ngoài lời mở đầu, danh mục tham khảo, danh mục viết tắt, danh mục bảng biểu và đồ thị thì kết cấu của khóa luận gồm 3 chương với nội dung cơ bản như sau:

**Chương 1: Cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm.**

**Chương 2: Thực trạng hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.**

**Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.**

# CHƯƠNG 1. CỞ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH BẢO HIỂM NHÂN THỌ CỦA DOANH NGHIỆP BẢO HIỂM

## 1.1. Tổng quan về bảo hiểm nhân thọ

### 1.1.1. *Quá trình hình thành và phát triển bảo hiểm nhân thọ*

Con người cùng các thể chế chính trị từng tồn tại trong lịch sử luôn đặt nhiệm vụ hạn chế rủi ro lên hàng đầu. Dịch vụ bảo hiểm ra đời chẳng qua chỉ để làm nhiệm vụ hạn chế rủi ro ấy. Ở Trung Hoa cách đây hơn 5.000 năm, bảo hiểm được xem là biện pháp ngăn ngừa nạn cướp biển. Lúc bấy giờ bọn cướp biển hoành hành khắp nơi; do vậy để hạn chế rủi ro, khi ra khơi người ta thường bố trí cho nhiều tàu chia nhau chở kèm một phần hàng hóa của một chiếc tàu khác, phòng khi có một chiếc tàu bị bọn cướp biển tấn công thì phần hàng còn lại chở trên những chiếc tàu kia không bị cướp. Cách nay gần 4,500 năm, ở một nơi khác là đế quốc Babylon cổ, các thương nhân thường phải du thương (buôn bán ở những nơi xa) khá nhiều, và họ đã đối phó với các rủi ro bằng cách đem tiền cho người khác vay. Khi việc vận chuyển hàng hóa đã hoàn tất một cách an toàn, các thương nhân này sẽ bắt người vay tiền hoàn trả khoản vay, kèm theo đó là tiền lời. Vào năm 2100 trước Công Nguyên, đạo luật Hammurabi ra đời đã đặt hoạt động cho vay của các doanh nhân vào khuôn khổ pháp luật. Đạo luật này đã chính thể hóa các khái niệm “bottomry” (chỉ việc mượn tiền trên cơ sở lấy tàu làm bảo đảm) và “respondentia” (chỉ hàng hóa vận chuyển bằng đường thủy). Các khái niệm này đã đặt nền móng cho thực hiện các hợp đồng bảo hiểm hàng hải. Các hợp đồng loại này gồm 3 yếu tố: khoản vay căn cứ vào giá trị tàu, hàng hóa hay cước vận chuyển; lãi suất; khoản phụ thu cho các trường hợp mất mát có thể xảy ra. Trên thực tế, khi tham gia hợp đồng bảo hiểm, chủ tàu là người được bảo hiểm còn chủ cho vay là người đánh giá rủi ro. Bảo hiểm nhân thọ xuất hiện ở đế quốc La Mã cổ đại không lâu sau đó. Tại đây người ta đã lập nên các hội mai táng để lo chi phí tang ma cho các thành viên, ngoài ra hội cũng hỗ trợ tài chính cho thân nhân người chết. Khoảng năm 450 sau Công Nguyên, đế quốc La Mã sụp đổ dẫn đến việc hầu hết các khái niệm của bảo hiểm nhân thọ bị lãng quên. Tuy nhiên các mặt, tính chất của nó thì vẫn không hề thay đổi trong suốt thời Trung Cổ, nhất là đối với các phường hội thủ công và thương nghiệp. Các phường hội này đã lập nên nhiều hình thức bảo hiểm thành viên để bù đắp thiệt hại các vụ hỏa hoạn, lũ lụt, trộm cướp; ngoài ra còn có bảo hiểm thương tật, tử vong và thậm chí là bảo hiểm tù ngục (bảo hiểm cho trường hợp người mua bảo hiểm phải vào tù).

Trong suốt thời phong kiến, các ngành du lịch và mậu dịch ngày càng suy yếu và không còn thịnh đạt như trước, do vậy các hình thức bảo hiểm sơ khai cũng bị mai

một. Tuy nhiên trong khoảng thời gian từ thế kỷ 14 đến thế kỷ 16 các ngành giao thông, thương nghiệp và cả dịch vụ bảo hiểm đã phát triển trở lại.

Dịch vụ bảo hiểm ở Ấn Độ bắt nguồn từ bộ kinh Veda của nước này. Đơn cử là trường hợp của tập đoàn bảo hiểm nhân thọ Yogakshema, một Công ty trực thuộc tổng hội liên hiệp bảo hiểm Ấn Độ. Tên của Công ty này được lấy từ trong kinh Rig Veda. Cụm từ Yogakshema cho thấy ở Ấn Độ vào khoảng năm 1000 trước Công Nguyên, hình thức “bảo hiểm cộng đồng” đã phát triển rất thịnh hành và người Aryan khi đó cũng đã tham gia rất nhiều vào hình thức bảo hiểm này. Tương tự với đế quốc La Mã cổ đại, trong giai đoạn truyền bá đạo Phật người Ấn Độ đã lập nên nhiều hội mai táng để hỗ trợ cho các gia đình xây cất nhà cửa đồng thời che chở, đùm bọc các góa phụ và trẻ nhỏ.

Sau Cách Mạng ánh sáng (Glorious Revolution) năm 1688, ở Châu Âu chỉ có Vương Quốc Anh công nhận tính pháp lý của bảo hiểm nhân thọ. Nhờ vậy mà trong suốt 3 thập kỷ sau Cách Mạng ánh sáng, ở Anh dịch vụ này đã phát triển rất mạnh mẽ. Hình thức bảo hiểm mà chúng ta thấy ngày nay có nguồn gốc từ thế kỷ 17. Khi đó ở Anh từng có một nơi gọi là Lloyd's of London, nơi mà về sau người ta biết tới với cái tên Nhà hàng Cà phê Lloyd's (Lloyd's Coffee House). Các thương nhân, chủ tàu và các nhà thầu bảo hiểm khi đó hay tụ tập ở nhà hàng này để bàn công chuyện làm ăn và tiến hành các hợp đồng buôn bán. Mặc dù được sử dụng như một công cụ hạn chế rủi ro, dịch vụ bảo hiểm nhân thọ vẫn bị cuốn vào trò đỏ đen vốn được xem là bản năng của tầng lớp tiểu tư sản Anh đang phát triển rất mạnh mẽ lúc bấy giờ. Khi đó nạn cá cược lan tràn khắp nơi. Thậm chí nếu đọc báo thấy tin có một nhân vật tiếng tăm nào đấy đang bị bệnh nặng sắp chết, người ta liền phỏng đoán ngày chết của nhân vật này, sau đó đổ về Nhà hàng Cà phê Lloyd's để đặt cược cho ngày chết ấy. Để thể hiện sự phản đối đối với trò cá cược này, vào năm 1679 đã có 79 nhà thầu bảo hiểm quyết định ly khai ra khỏi Nhà hàng Cà phê Lloyd's. Hai năm sau họ chung tay lập nên “Nhà hàng Cà phê Lloyd's mới”, nơi được công chúng biết đến với cái tên “Lloyd's chân chính”. Đến năm 1774, Quốc hội Anh ra sắc lệnh cấm tổ chức, tham gia cá cược trên ngày chết của con người, từ đó vấn nạn này mới chấm dứt.

Bảo hiểm sau đó tiếp tục có mặt ở Mỹ. Ngành công nghiệp bảo hiểm của Hoa Kỳ được xây dựng trên mô hình bảo hiểm Anh. Vào năm 1735, Công ty bảo hiểm đầu tiên của Hoa Kỳ đã ra đời ở Charleston, thủ phủ bang South Carolina. Vào năm 1759, Hội nghị Giáo hội Trưởng lão Philadelphia đã quyết định bảo trợ cho tập đoàn bảo hiểm nhân thọ đầu tiên của Hoa Kỳ. Tập đoàn này hoạt động vì lợi ích của các mục sư và tín đồ. Ngày 22/5/1761, tập đoàn này đã ký kết được hợp đồng bảo hiểm nhân thọ đầu tiên với công chúng Mỹ. Mặc dầu vậy, mãi đến 80 năm sau (tức là sau năm 1840) dịch vụ bảo hiểm nhân thọ Mỹ mới thật sự cất cánh. Chìa khóa dẫn đến thành công chính là

nờ các Công ty bảo hiểm đã hạn chế được những sự chống đối từ các nhóm tôn giáo. Năm 1835, ở New York đã xảy ra một vụ hỏa hoạn đầy tai tiếng. Vụ hỏa hoạn này khiến người dân ở đây lưu tâm nhiều hơn đến nhu cầu phải có nguồn dự trữ để bù đắp cho những thiệt hại nghiêm trọng không thể lường trước. Hai năm sau, Massachusetts trở thành bang đầu tiên ở Mỹ sử dụng luật pháp buộc các Công ty phải tự tích lũy nguồn dự trữ này. Vụ cháy lớn ở Chicago vào năm 1871 càng nhấn mạnh sâu sắc một thực tế: nếu hỏa hoạn bùng lên ở những thành phố đông dân, mức độ thiệt hại sẽ vô cùng to lớn. Hình thức bảo hiểm trách nhiệm công cộng xuất hiện trong những năm 1880 và cùng với phát minh ra xe ô tô, hình thức bảo hiểm này đã được công chúng đón nhận và ngày càng thể hiện được tầm quan trọng. Trong suốt quá trình công nghiệp hóa, dịch vụ bảo hiểm đã có rất nhiều bước phát triển. Năm 1897, chính phủ Anh thông qua “Đạo luật bồi thường cho người lao động” (Workmen’s Compensation Act). Đạo luật này buộc các Công ty phải đóng bảo hiểm tai nạn lao động cho nhân viên.

Trong thế kỷ 19, người ta đã lập ra rất nhiều hội đoàn có trách nhiệm bảo hiểm nhân mạng và sức khỏe cho hội viên. Bên cạnh đó cũng có một số hội kín chỉ cung cấp dịch vụ bảo hiểm lệ phí thấp cho những ai là hội viên của họ. Ngày nay các hội kín này vẫn cứ tiếp tục bảo hiểm cho hội viên; điều này diễn ra tương tự ở hầu hết các tổ chức của người lao động. Có nhiều chủ sử dụng lao động còn lo luôn một lúc nhiều hợp đồng bảo hiểm nhân thọ và sức khỏe cho nhân viên. Các hợp đồng này không chỉ đơn thuần bảo hiểm nhân thọ mà còn đảm bảo quyền lợi cho nhân viên khi họ bị bệnh, bị tai nạn hay về hưu. Trong các hợp đồng này thường nhân viên chỉ phải trả một phần phí bảo hiểm. Mặc dù ngành công nghiệp bảo hiểm của Hoa Kỳ bị ảnh hưởng sâu sắc bởi Vương Quốc Anh, thị trường bảo hiểm của nước này lại phát triển theo chiều hướng có phần khác với Anh. Lãnh thổ đất nước rộng lớn, sự phân bố đa dạng về mặt địa lý cùng khát vọng độc lập mãnh liệt của người Mỹ chính là những nguyên nhân góp phần tạo nên sự khác biệt này. Khi Mỹ chuyển mình từ một thuộc địa xa bờ của Anh trở thành một thế lực độc lập và từ một nước nông nghiệp thành nước công nghiệp phát triển, ngành kinh doanh bảo hiểm của nước này cũng phát triển mạnh theo hướng từ một vài Công ty ban đầu trở thành một ngành công nghiệp quy mô lớn.

Tóm lại có thể nói ngành bảo hiểm Mỹ đã phát triển rất tinh vi, sản sinh ra nhiều loại mạng lưới phục vụ và đa dạng hóa dịch vụ để phát triển hài hòa với một quốc gia đang ngày càng phức tạp.

(Nguồn: *Nguồn gốc của bảo hiểm*,  
<<https://vn.answers.yahoo.com/question/index?qid=20071015045850AACPchi>>,  
truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### **1.1.2. Khái niệm về bảo hiểm nhân thọ**

Bảo hiểm nhân thọ là sự cam kết giữa công ty bảo hiểm với người tham gia bảo hiểm mà trong đó công ty bảo hiểm có trách nhiệm trả số tiền bảo hiểm (số tiền bảo hiểm) cho người tham gia khi người tham gia có những sự kiện đã định trước (chẳng hạn như: chết thương tật toàn bộ vĩnh viễn, hết hạn hợp đồng, sống đến một thời hạn nhất định. Còn người tham gia bảo hiểm có trách nhiệm nộp phí bảo hiểm đầy đủ và đúng thời hạn.

Như vậy, bảo hiểm nhân thọ được hiểu như một sự bảo đảm” một hình thức tiết kiệm” và mang tính chất tương hỗ. Mỗi người mua hợp đồng bảo hiểm nhân thọ (thường gọi là người được bảo hiểm) sẽ định kỳ trả những khoản tiền nhỏ gọi là phí bảo hiểm trong một thời gian dài đã thỏa thuận trước (gọi là thời hạn bảo hiểm) vào một quỹ lớn do công ty bảo hiểm quản lý, và công ty bảo hiểm có trách nhiệm trả một số tiền lớn đã định trước(gọi là số tiền bảo hiểm) cho người được bảo hiểm khi người được bảo hiểm đạt đến một độ tuổi nhất định, khi kết thúc thời hạn bảo hiểm hay khi có một sự kiện xảy ra (người được bảo hiểm kết hôn hoặc vào đại học hoặc nghỉ hưu) hoặc cho thân nhân và gia đình người được Bảo hiểm nếu không may họ chết sớm hơn.

Số tiền lớn trả cho thân nhân và gia đình người có hợp đồng bảo hiểm nhân thọ khi không may họ chết sớm ngay khi họ mới tiết kiệm được một khoản tiền rất nhỏ sẽ giúp những người còn sống chi trả những khoản phải chi tiêu rất lớn như tiền thuốc thang, bác sỹ, tiền ma chay, khoản tiền cần thiết cho những người còn sống, chi phí giáo dục cho con cái nuôi dưỡng cho chúng nên người. Chính vì vậy bảo hiểm nhân thọ được coi là một hình thức bảo đảm và mang tính chất tương hỗ, chia xẻ rủi ro giữa một số đông người với một số ít người trong số họ phải gánh chịu. Với tính chất như một hình thức tiết kiệm, hợp đồng bảo hiểm nhân thọ giúp cho mỗi người, mỗi gia đình có một kế hoạch tài chính dài hạn thực hiện tiết kiệm thường xuyên có kế hoạch.

Với xã hội như một hình thức bảo hiểm, bảo hiểm nhân thọ góp phần xoá bỏ những đói nghèo, khó khăn của mỗi gia đình khi không may người trụ cột trong gia đình mất đi. Như một hình thức tiết kiệm, việc triển khai Bảo hiểm nhân thọ là một hình thức tập trung nguồn vốn tiết kiệm dài hạn trong nhân dân, góp phần tạo nên nguồn vốn đầu tư dài hạn trong nền kinh tế.

Bảo hiểm nhân thọ được coi là một hình thức tiết kiệm dài hạn nhưng không phải là hoàn toàn giống hệt nhau. Trong góc độ nghiên cứu ta cần phân biệt rõ về hai hình thức này vì nó rất thiết thực và gần gũi với đời sống của chúng ta. Thực tế bảo hiểm nhân thọ xét về mặt tích cực có những điểm giống và khác nhau so với hình thức tiết kiệm.

**\* Giống nhau:**

- Giữa gửi tiền tiết kiệm và Bảo hiểm nhân thọ là đều thu hút được một lượng tiền mặt rất lớn nằm ở mọi cơ quan đn, ở mọi thành phần kinh tế, mọi thành phần dân cư từ đó tạo lập được một quỹ. Quỹ này đều góp phần đầu tư pt cho nền kinh tế từ đó góp phần chống lạm phát, tạo thêm công ăn việc làm cho mọi người trong xã hội.

- Người gửi tiền tiết kiệm khi kết thúc kì hạn gửi thì được nhận một hoàn tiền gốc và một khoản lãi xuất nhất định.

- Bảo hiểm nhân thọ khi kết thúc các hợp đồng trong đại đa số các nghiệp vụ người tham gia cũng được nhận một khoản tiền nộp cho Bảo hiểm đồng thời cũng có thêm một khoản lãi do đầu tư nguồn vốn của công ty Bảo hiểm mang lại.

- Giữa gửi tiền tích kiệm và Bảo hiểm nhân thọ đều góp phần tích cực cho tăng trưởng và phát triển kinh tế, khắc phục những khó khăn tạo điều kiện thuận lợi cho mọi người lao động và sinh hoạt hàng ngày có một tương lai đảm bảo ổn định, thu hút những nguồn vốn nhàn rỗi còn tồn đọng trong dân cư mà chưa được triển khai. Vì vậy mà cả hai hình thức này đều được nhà nước bảo hộ.

**\* Khác nhau:**

- Mục đích: cả hai hình thức khác nhau ở nhiều điểm nhiều khía cạnh.

Gửi tiền tiết kiệm mục đích chính là nhận lãi suất và thường được nhận trong một thời gian thời kì nhất định.

Bảo hiểm nhân thọ mục đích không chỉ mang tính chất tiết kiệm để lấy lãi mà còn khắc phục những rủi ro. Nghĩa là Bảo hiểm nhân thọ còn mang tính chất tương hỗ, tính xã hội to lớn.

- Tính chất:

Gửi tiền tích kiệm hoàn toàn mang tính kinh tế.

Bảo hiểm nhân thọ ngoài tính chất kinh tế ra nó còn mang tính chất xã hội rõ rệt.

- Phương thức gửi và nộp:

Gửi tiết kiệm: được tiến hành khi người có tiền mang đi gửi phải đến các quỹ tiết kiệm hoặc ngân hàng để làm thủ tục.

Bảo hiểm nhân thọ có ưu thế hơn là làm thủ tục và kí kết hợp đồng tại nhà.

Người nhận quyền lợi tiền gửi tiết kiệm và người nhận số tiền Bảo hiểm nhân thọ.

Trong gửi tiết kiệm người nhận và người gửi là một hoặc người thừa kế hợp pháp.

Trong Bảo hiểm nhân thọ người tham gia Bảo hiểm và người nhận số tiền bảo hiểm có nhiều khác nhau. cụ thể:



Đối với hoạt động Bảo hiểm nhân thọ có thời hạn: thường thì người tham gia và người nhận là như nhau, chỉ khi người tham gia không may bị chết thì người nhận là người khác.

(Nguồn: Bảo hiểm nhân thọ là gì ?, < <https://voer.edu.vn/m/bao-hiem-nhan-tho-la-gi/5a8ba8b1> > , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### 1.1.3. Đặc điểm của bảo hiểm nhân thọ

Để tiến hành kinh doanh một sản phẩm, một ngành nghề, một lĩnh vực nào đó thì trước hết chúng ta phải nắm được tính năng và tác dụng của nó. Khác với các sản phẩm khác, sản phẩm bảo hiểm nhân thọ có đặc thù riêng.

Thứ nhất, bảo hiểm nhân thọ là một loại sản phẩm đặc biệt. Sở dĩ như vậy là vì sản phẩm bảo hiểm là một dịch vụ, không những thế nó là một dịch vụ đặc biệt. Điều này được thể hiện rõ qua các đặc tính cụ thể sau:

- Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ là sản phẩm không định hình. Thực chất của hoạt động bảo hiểm là hoạt động chuyển giao rủi ro giữa những người tham gia bảo hiểm với người bảo hiểm. Vào thời điểm bán, sản phẩm chủ yếu mà các nhà bảo hiểm cung cấp ra thị trường chỉ là lời hứa, lời cam kết bồi thường hay trả tiền bảo hiểm của nhà bảo hiểm khi xảy ra sự cố thuộc phạm vi bảo hiểm. Đó là sản phẩm vô hình mà người bán không chỉ ra được màu sắc, kích thước hay hình dạng của nó và người mua cũng không cảm nhận được bằng các giác quan của mình như cầm, nắm, sờ, mó, ngửi hay nếm thử. Người mua buộc phải tin vào người bán - nhà bảo hiểm.

- Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ là sản phẩm có hiệu quả về xê dịch. Có nghĩa là lợi ích đối với khách hàng từ việc chi trả, bồi thường cũng bấp bênh và xê dịch theo thời gian. Người ta mua bảo hiểm nhân thọ nhưng không biết mình sẽ sử dụng khi nào. đối với loại sản phẩm chỉ mang tính rủi ro thì khách hàng mua bảo hiểm không những mong muốn mà không bao giờ có ý nghĩ sẽ gặp rủi ro để được bồi thường.

- Sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm "của chu trình sản xuất kinh doanh đảo ngược". Các doanh nghiệp bảo hiểm không phải bỏ vốn trước mà nhận phí bảo hiểm trước của người tham gia bảo hiểm đóng góp và thực hiện nghĩa vụ sau với bên được bảo hiểm khi xảy ra sự cố bảo hiểm. Do vậy không thể tính được chính xác hiệu quả của một sản phẩm bảo hiểm vào thời điểm bán sản phẩm.

- Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ là sản phẩm dễ bắt chước. Một hợp đồng bảo hiểm dù là bản gốc cũng không được cấp bằng phát minh sáng chế và không được bảo hộ về bản quyền. Về lý thuyết, mọi doanh nghiệp bảo hiểm đều có thể bán một cách hợp pháp những hợp đồng là bản sao chép của đối thủ cạnh tranh ngoại trừ tên và cách thức tuyên truyền quảng cáo.



Thứ hai, thế giới tâm lý bảo hiểm rất phức tạp. Đó là việc chia sẻ giữa sự an toàn hợp lý và sự mê tín.

Người ta mua bảo hiểm nhân thọ với sự pha trộn của hai cân nhắc, một là hợp lý trong đề phòng rủi ro, một là biểu lộ sự mê tín. Người mua coi việc mua sản phẩm bảo hiểm như mua một chiếc bùa hộ mệnh.

Sự pha trộn giữa hai lập luận này đã làm cho người bảo hiểm rất khó khăn trong khi đề cập đến vấn đề bảo hiểm với khách hàng và đánh giá chính xác mức độ đảm bảo cần thiết. Nghĩa là, người bảo hiểm sẽ bị chi phối giữa việc thoả mãn ngay nhu cầu cho khách hàng, những đảm bảo tối thiểu - phí thấp, và việc đề nghị các bảo đảm cho an toàn cần thiết cái mà làm cho người bảo hiểm khó có thể khai thác được do phạm vi bảo đảm rộng và phí cao.

Thứ ba, mối quan hệ giữa người bảo hiểm và người được bảo hiểm được ghi nhận như là một sự "ngghi ngờ kép".

Về phía người được bảo hiểm: họ nhìn nhận người bảo hiểm đồng thời là hai người - người bảo trợ và người thu thuế.

Người được bảo hiểm tìm kiếm và thấy ở người bảo hiểm như là một nhà tư vấn và đưa ra những giải pháp để giải quyết những vấn đề lớn như: tương lai của con cái họ, thu nhập của gia đình hay thu nhập của chính họ khi về hưu.

Nhưng đồng thời, người được bảo hiểm lại coi người bảo hiểm như là người thu thuế. Bởi lẽ xuất phát từ khái niệm: "hiệu quả xê dịch" mà người tiêu dùng cảm thấy việc nộp phí trong thời gian dài không đem lại hiệu quả gì nếu không có sự kiện bảo hiểm xảy ra.

Về phía nhà bảo hiểm: ở một khía cạnh nào đó, họ luôn có thái độ ngờ vực khách hàng của mình. Khi bán bảo hiểm, họ luôn nghi ngờ rằng người tham gia có khai đúng tình trạng sức khỏe của anh ta hay không ? Khi thiệt hại xảy ra, liệu người bị hại có khai báo đúng sự thực hay không ? Chính thái độ này đã dẫn đến việc cư xử với khách hàng bị thiệt hại như một "công an", trước tiên là trấn áp.

(Nguồn: Khái niệm và tính chất của bảo hiểm, <<https://voer.edu.vn/m/khai-niem-va-tinh-chat-cua-bao-hiem-nhan-tho/d960bf9f>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

#### **1.1.4. Phân loại bảo hiểm nhân thọ**

##### **1.1.4.1. Phân loại theo rủi ro bảo hiểm**

Có 3 loại hình bảo hiểm nhân thọ cơ bản, sản phẩm của các công ty bảo hiểm đều xuất phát từ 3 loại này.

- \* Bảo hiểm trong trường hợp tử vong.
- Bảo hiểm tử kỳ

Còn gọi là bảo hiểm tạm thời hay bảo hiểm sinh mạng có thời hạn. Đây là loại hình bảo hiểm được kỳ kết bảo hiểm cho cái chết xảy ra trong thời gian đã quy định của hợp đồng. Nếu cái chết không xảy ra trong thời gian đó thì người được bảo hiểm không nhận được bất kỳ một khoản tiền nào. Điều đó cũng có nghĩa là người bảo hiểm không phải thanh toán số tiền bảo hiểm cho người được bảo hiểm. Ngược lại, nếu có cái chết xảy ra trong thời hạn có hiệu lực của hợp đồng, người bảo hiểm có trách nhiệm thanh toán số tiền bảo hiểm cho người thụ hưởng quyền lợi bảo hiểm được chỉ định. Loại hình bảo hiểm này được đa dạng hoá thành các loại hình sau:

- + Bảo hiểm tử kỳ cố định
- + Bảo hiểm tử kỳ có thể tái tục
- + Bảo hiểm tử kỳ có thể chuyển đổi
- + Bảo hiểm tử kỳ giảm dần
- + Bảo hiểm tử kỳ tăng dần
- + Bảo hiểm thu nhập gia đình
- + Bảo hiểm thu nhập gia đình tăng lên
- + Bảo hiểm tử kỳ có điều kiện

#### Đặc điểm

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

#### Mục đích

- + Đảm bảo các chi phí mai táng, chôn cất
  - + Bảo trợ cho gia đình và người thân trong một thời gian ngắn
  - + Thanh toán các khoản nợ nần về những khoản vay hoặc thế chấp của người được bảo hiểm
- Bảo hiểm trọn đời hay còn gọi là bảo hiểm trường sinh.

Bảo hiểm trọn đời là loại hình bảo hiểm nhân thọ mà thời gian bảo hiểm không xác định và số tiền bảo hiểm được chi trả cho người thừa kế khi người được bảo hiểm chết. Ngoài ra trong một số trường hợp, loại hình bảo hiểm này còn đảm bảo chi trả cho người được bảo hiểm ngay khi họ sống đến 99 tuổi (như Prudential). Loại hình này thương có các loại hợp đồng sau:

- + Bảo hiểm nhân thọ trọn đời phi lợi nhuận
- + Bảo hiểm nhân thọ trọn đời có tham gia chia lợi nhuận

- + Bảo hiểm nhân thọ trọn đời đóng phí liên tục
- + Bảo hiểm nhân thọ trọn đời đóng phí một lần
- + Bảo hiểm nhân thọ trọn đời quy định số lần đóng phí
- Đặc điểm:
  - + Số tiền bảo hiểm trả một lần khi người được bảo hiểm bị chết
  - + Thời hạn bảo hiểm không xác định
  - + Phí bảo hiểm có thể đóng một lần hoặc đóng định kỳ và không thay đổi trong suốt quá trình bảo hiểm
  - + Phí bảo hiểm cao hơn so với sinh mạng có thời hạn vì rủi ro chết chắc chắn xảy ra nên số tiền bảo hiểm chắc chắn phải chi trả
- Mục đích:
  - + Đảm bảo thu nhập để ổn định cuộc sống gia đình
  - + Giữ gìn tài sản, tạo dựng và khởi nghiệp kinh doanh cho thế hệ sau
- Bảo hiểm trong trường hợp sống (sinh kỳ)

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

Đặc điểm:

- + Trợ cấp định kỳ cho người được bảo hiểm trong thời gian xác định hoặc cho đến khi chết.
- + Phí bảo hiểm đóng một lần
- + Nếu trợ cấp định kỳ đến khi chết thì thời gian không xác định.

Mục đích:

- + Đảm bảo thu nhập cố định khi về hưu hay khi tuổi cao sức yếu.
- + Giảm bớt nhu cầu phụ thuộc vào phúc lợi xã hội hoặc con cái khi tuổi già.
- + Bảo trợ mức sống trong những năm tháng còn lại của cuộc đời.

\* Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp.

Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp là sự kết hợp giữa bảo hiểm và tiết kiệm, số tiền bảo hiểm sẽ được trả khi người được bảo hiểm bị chết hoặc sống đến đáo hạn hợp đồng và thời hạn bảo hiểm được xác định trước, trong đó bảo tức trả khi đáo hạn hợp đồng và phụ thuộc vào hiệu quả mang lại do đầu tư phí bảo hiểm mà người được bảo hiểm chọn.

Tuỳ thuộc vào nhu cầu và khả năng tài chính khác nhau của bản thân, mỗi người đều có thể lựa chọn cho mình một sản phẩm bảo hiểm nhân thọ sao cho phù hợp với mục đích của mình. Trong Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp này yếu tố rủi ro và tiết kiệm đan xen nhau vì thế nó được áp dụng rộng rãi hầu hết ở các nước trên thế giới.

- Đặc điểm:

- + Số tiền bảo hiểm được trả khi: Hết hạn hợp đồng hoặc người được bảo hiểm bị tử vong trong thời hạn bảo hiểm.
- + Thời hạn bảo hiểm xác định (thường là 5 năm, 10 năm, 20 năm...)
- + Phí BH thường đóng định kỳ và không thay đổi trong suốt thời hạn bảo hiểm.
- + Có thể được chia lãi thông qua đầu tư phí bảo hiểm và cũng có thể được hoàn phí khi không có điều kiện tiếp tục tham gia.

- Mục đích:

- + Đảm bảo ổn định cuộc sống gia đình và người thân.
- + Tạo lập quỹ giáo dục, hưu trí, trả nợ
- + Khi triển khai Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp, các công ty bảo hiểm có thể đa dạng hóa loại sản phẩm này bằng các hợp đồng có thời hạn khác nhau, hợp đồng phi lợi nhuận, có lợi nhuận và các hợp đồng khác tùy theo tình hình thực tế.

#### *1.1.4.2. Phân loại theo phương thức tham gia bảo hiểm nhân thọ*

- Bảo hiểm cá nhân

Là loại bảo hiểm con người thực hiện dưới hình thức người tham gia bảo hiểm là cá nhân. Thông thường loại bảo hiểm tự nguyện đều do cá nhân tham gia bảo hiểm.

- Bảo hiểm nhóm

Là loại bảo hiểm con người theo hình thức tập thể có kèm theo danh sách cá nhân được bảo hiểm. Thí dụ tập thể cán bộ, công nhân viên của một doanh nghiệp đều được mua bảo hiểm con người có kèm theo danh sách các cá nhân được bảo hiểm rủi ro chết hoặc bảo hiểm tai nạn bất ngờ nhằm đảm bảo an toàn sản xuất, lao động.

#### *1.1.4.3. Phân loại theo thời hạn hợp đồng.*

Trong bảo hiểm con người thì Bảo hiểm nhân thọ được sử dụng để chỉ loại hình bảo hiểm con người có tính chất dài hạn (trên 1 năm), trong Bảo hiểm nhân thọ có 3 loại hình cơ bản như đã nêu ở phần 1. Bên cạnh đó còn có những sản phẩm đi kèm cho sản phẩm chính đó là sản phẩm bổ xung, có những sản phẩm có thời hạn chỉ 1 năm, hết 1 năm lại tái tục hợp đồng ví dụ như: Trợ cấp nằm viện, chi phí phẫu thuật, bảo hiểm thương tật bộ phận vĩnh viễn do tai nạn.

(Nguồn: *Khái quát về bảo hiểm nhân thọ và sản phẩm an sinh giáo dục*,  
<<https://voer.edu.vn/c/cac-loai-hinh-bao-hiem-nhan-tho/cdf4c8cd/4b59a5f8>> , truy  
cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### **1.1.5. Vai trò của bảo hiểm nhân thọ**

Bản chất của bảo hiểm nói chung và bảo hiểm nhân thọ nói riêng như chúng ta đã biết, không chỉ nhằm ngăn ngừa những rủi ro có thể xảy ra, gây tổn thất về người và tài sản của xã hội, mà còn nhằm tạo ra dự phòng tài chính cần và đủ để bồi thường tổn thất ấy, góp phần ổn định sản xuất, đời sống kinh tế-xã hội, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Vì vậy bảo hiểm nhân thọ phát triển rất nhanh, doanh thu phí bảo hiểm ngày càng tăng. Vai trò của bảo hiểm nhân thọ không chỉ thể hiện trong từng gia đình và đối với từng cá nhân trong việc góp phần ổn định cuộc sống, giảm bớt khó khăn về tài chính khi gặp phải rủi ro, mà còn thể hiện rõ trên phạm vi toàn xã hội. Trên phạm vi xã hội, bảo hiểm nhân thọ góp phần thu hút vốn đầu tư nước ngoài, huy động vốn trong nước từ những nguồn tiền mặt nhàn rỗi nằm trong dân cư, kìm hãm lạm phát...từ đó góp phần thúc đẩy xã hội ngày càng phát triển. Những vai trò to lớn của bảo hiểm nhân thọ được biểu hiện cụ thể dưới những hình thức sau:

Thứ nhất, đối với người dân, bảo hiểm nhân thọ góp phần ổn định cuộc sống cho các cá nhân và gia đình, là chỗ dựa tinh thần cho người được bảo hiểm. Mặc dù trong thời đại ngày nay, khoa học kỹ thuật đã phát triển cao, nhưng rủi ro bất ngờ vẫn có thể xảy ra và thực tế đã chứng minh rằng nhiều cá nhân và gia đình trở nên khó khăn, túng quẫn khi có một thành viên trong gia đình, đặc biệt thành viên đó lại là người trụ cột bị chết hoặc bị thương tật vĩnh viễn. Khi đó, gia đình phải chi phí mai táng, chôn cất, chi phí nằm viện, thuốc men, chi phí phẫu thuật và bù đắp những khoản thu thường xuyên bị mất đi. Khó khăn hơn là một loạt các nghĩa vụ và trách nhiệm mà người chết chưa kịp hoàn thành như: trả nợ, phụng dưỡng bố mẹ già, nuôi dạy con cái ăn học...Dù rằng hệ thống bảo trợ xã hội và các tổ chức xã hội có thể trợ cấp khó khăn, nhưng cũng chỉ mang tính tạm thời trước mắt, chưa đảm bảo được lâu dài về mặt tài chính. Tham gia bảo hiểm nhân thọ sẽ phần nào giải quyết được những khó khăn đó.

Thứ hai, thông qua dịch vụ bảo hiểm nhân thọ, một dịch vụ có đối tượng tham gia rất đông đảo, các nhà bảo hiểm thu được phí để hình thành quỹ bảo hiểm, quỹ này được sử dụng chủ yếu vào mục đích bồi thường, chi trả và dự phòng. Khi nhàn rỗi, nó sẽ là nguồn vốn đầu tư hữu ích góp phần phát triển và tăng trưởng kinh tế. Nguồn vốn này không chỉ có tác dụng đầu tư dài hạn, mà còn góp phần thực hành tiết kiệm, chống lạm phát và tạo thêm công ăn việc làm cho người lao động.

Ngày nay ở nhiều nước trên thế giới, những tiến bộ khoa học đã góp phần đẩy nhanh quá trình phát triển sản xuất, nâng cao đời sống kinh tế xã hội, kéo dài tuổi thọ

của dân cư. Tuổi thọ tăng thể hiện đời sống vật chất tinh thần cao. Đây là điều đáng mừng, song nó cũng đặt ra cho xã hội, trước hết là nguồn ngân sách Nhà nước một số vấn đề cần được quan tâm giải quyết. Đó là việc phải dành một khoản kinh phí ngân sách ngày càng tăng tương ứng với mức tăng dân số và tuổi thọ để giải quyết các chế độ đảm bảo xã hội, nhất là đối với những người già yếu, không nơi nương tựa. Do vậy, phần vốn ngân sách đầu tư cho phát triển ít nhiều nhất định sẽ bị ảnh hưởng. Nhằm khắc phục ảnh hưởng ấy, nhiều nước trên thế giới đã dùng biện pháp khác để bổ sung vốn đầu tư phát triển. Đó là mở rộng thị trường bảo hiểm nhân thọ, huy động mọi tầng lớp dân cư tham gia mua bảo hiểm nhân thọ dài hạn. Đây được coi là biện pháp hỗ trợ ngân sách Nhà nước trong việc đảm bảo sinh hoạt bình thường cho những người già yếu, những người mất sức bên cạnh các khoản phúc lợi xã hội của Nhà nước và là nguồn vốn bổ sung cho ngân sách Nhà nước trong việc đầu tư phát triển sản xuất, tạo công ăn việc làm, giữ gìn trật tự và ổn định xã hội. Chẳng hạn, ở Mỹ, trong tổng số vốn đầu tư phát triển sản xuất hiện nay thì 30% là vốn huy động được từ các quỹ bảo hiểm nhân thọ. Ở Đức ngày nay, người hưu trí còn có khoản thu thêm từ quỹ bảo hiểm nhân thọ bổ sung cho thu nhập tuổi già của mình và khoản này chiếm 20% thu nhập hàng tháng của họ.

Hơn nữa hoạt động đầu tư cũng chi phối chiến lược thiết kế sản phẩm và tính phí bảo hiểm của công ty và đóng một vai trò nhất định trong quan hệ với khách hàng. Lợi nhuận thu được từ hoạt động đầu tư sẽ quyết định đến các sản phẩm bảo hiểm của công ty. Nếu thu nhập của hoạt động đầu tư cao sẽ giúp sản phẩm đưa ra hấp dẫn hơn đối với khách hàng về phí, về lãi đầu tư...trong khi tỷ lệ lãi đầu tư thấp có thể làm cho các sản phẩm kém cạnh tranh và có thể dẫn đến mất khách hàng.

Thứ ba, bảo hiểm nhân thọ là một công cụ hữu hiệu để huy động những nguồn tiền mặt nhàn rỗi ở các tầng lớp dân cư trong xã hội để thực hành tiết kiệm, góp phần chống lạm phát. Xét về mặt sản phẩm, tất cả sản phẩm của bảo hiểm nhân thọ đều có khả năng chống lại ảnh hưởng của lạm phát vì khi tính phí bảo hiểm, công ty bảo hiểm đã áp dụng một tỷ lệ chiết khấu phí (lãi kỹ thuật), phần lãi này sẽ bù đắp lại phần trượt giá. Khi tham gia bảo hiểm nhân thọ, khách hàng có thể yên tâm về giá trị đồng tiền vì khi tham gia bảo hiểm, số tiền nộp phí bảo hiểm của người tham gia bảo hiểm (NTGBH) không phải là tiền “chết” mà là tiền “đẻ” ra tiền. Số phí bảo hiểm mà NTGBH đóng được công ty bảo hiểm đem đầu tư và lãi đầu tư được trả lại cho NTGBH dưới hình thức chiết khấu phí (tính lãi cho phí bảo hiểm đóng), ngoài ra còn dưới hình thức lãi chia (bảo tức). Thông thường, do thực hiện đa dạng hoá đầu tư nên lãi suất đầu tư của các công ty bảo hiểm nhân thọ thường cao hơn lãi suất tiết kiệm tiền gửi ngân hàng (và cao hơn tỷ lệ lạm phát), như vậy NTGBH được hưởng lãi suất dương từ số phí đóng, tức là bảo toàn và tăng được giá trị của khoản tiền đóng phí bảo



hiểm. Một điều cũng cần lưu ý là, khi tham gia bảo hiểm và đóng phí định kỳ, không phải toàn bộ số phí đóng phải chịu ảnh hưởng của lạm phát tương ứng với thời hạn bảo hiểm mà từng phần phí đóng sẽ chịu ảnh hưởng trong những thời hạn khác nhau. Qua đó, chúng ta thấy vai trò to lớn của bảo hiểm nhân thọ trong việc kìm hãm lạm phát.

Thứ tư, bảo hiểm nhân thọ còn góp phần giải quyết một số vấn đề về mặt xã hội như: tạo thêm công ăn việc làm cho người lao động, tăng vốn đầu tư cho việc giáo dục con cái, tạo ra một nếp sống đẹp, tiết kiệm có kế hoạch.... Trong môi trường cạnh tranh mạnh mẽ, các công ty bảo hiểm nhân thọ muốn phát triển sản phẩm và mở rộng thị trường của mình thì phải cần đến một hệ thống đại lý có quy mô lớn để giúp tuyên truyền, tư vấn và phân phối các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp đến khách hàng. Nhờ đó mà những người không có việc làm, gồm nhiều thành phần :các bạn thanh niên rất trẻ, những người đang tạm nghỉ việc, những người chưa tìm được việc làm, những người chưa hài lòng với công việc của mình ...đến với công ty bảo hiểm nhân thọ đã tìm cho mình được một công việc thích hợp với mức lương xứng đáng và họ cũng bị cuốn hút cùng với sự phát triển của bảo hiểm nhân thọ.

Khi tổ chức các dịch vụ bảo hiểm nhân thọ, các công ty bảo hiểm nhân thọ còn cần một số lượng lớn các nhân viên sử dụng máy vi tính, nhân viên thống kê, kế toán...vì đối tượng và phạm vi rộng, thời gian dài, cho nên phát triển dịch vụ này sẽ tạo thêm công ăn việc làm cho người lao động. Thực tế số lượng trong thời gian vừa qua tại Việt Nam cũng như kinh nghiệm ở các nước khác cho thấy, lực lượng đại lý bảo hiểm nhân thọ sẽ phát triển rất nhanh trong thời gian tới. Cán bộ làm việc trong hệ thống Bảo Việt tại thời điểm đầu năm 1998 khoảng 2000 người, trong khi đó đến tháng 6 năm 1998, tức là chỉ hơn một năm sau khi bắt đầu tuyển những đại lý đầu tiên và bảy tháng sau khi có những chính sách hỗ trợ công tác phát triển mạng lưới đại lý, Trung tâm Đào tạo đã cấp chứng chỉ tu tiêu chuẩn cho 1300 người. Còn ở Mỹ, có gần 2 triệu lao động làm việc trong ngành bảo hiểm, ở Hồng Kông với số dân 6 triệu người, có tới 20.000 người làm ở các công ty bảo hiểm. Những số liệu nêu trên cho thấy việc xây dựng và phát triển lực lượng đại lý, nhân viên của các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ đã tạo được việc làm cho hàng ngàn lao động, góp phần ổn định an ninh, trật tự cho xã hội và tăng trưởng kinh tế cho đất nước .

Như vậy có thể nói bảo hiểm nhân thọ vừa là nguồn bổ sung vốn đầu tư phát triển, vừa là công cụ kìm hãm lạm phát hữu hiệu, tạo công ăn việc làm cho người lao động, giảm bớt khó khăn cho cá nhân và gia đình người gặp rủi ro, nhằm góp phần bảo vệ an ninh quốc gia, bảo đảm và ổn định đời sống kinh tế – xã hội ở mỗi quốc gia. Do vậy, đối với những quốc gia vai trò đảm bảo xã hội của Nhà nước còn chưa mạnh thì cần đẩy mạnh dịch vụ bảo hiểm nhân thọ dài hạn vì nó góp phần hỗ trợ cho ngân sách Nhà nước giải quyết được một số khó khăn về kinh phí đảm bảo xã hội và đầu tư phát triển.

(Nguồn: *Vai trò của bảo hiểm nhân thọ trong đời sống kinh tế- xã hội*,  
<<https://voer.edu.vn/m/vai-tro-cua-bao-hiem-nhan-tho-trong-doi-song-kinh-te-xa-hoi/1246895b>> , truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015)

### **1.1.6. Ý nghĩa của bảo hiểm nhân thọ**

#### **1.1.6.1. Bảo vệ chống mất mát thu nhập**

Thu nhập càng cao thì càng dễ bị mất mát. Thu nhập càng thấp thì càng không thể chấp nhận mất mát. Nói một cách đơn giản, người ta mua bảo hiểm nhân thọ vì lo rằng họ có thể “ Chết quá sớm”.

Không ai biết chắc được khi nào mình sẽ qua đời. Bảo hiểm nhân thọ là phương tiện để đảm bảo rằng sự qua đời sớm hay không đúng lúc sẽ không cùng một lúc xóa sạch thu nhập có thể có của một gia đình.

Điều này cực kỳ hệ trọng đối với người cha, người chồng có vợ và con nhỏ, mọi hy vọng có thể chu cấp đầy đủ cho gia đình sẽ tan biến vào mây khói nếu thấy chẳng may ông ta qua đời.

Trường hợp một sinh viên mới tốt nghiệp cũng vậy. Người này có một tiềm năng lớn về thu nhập trong tương lai, với điều kiện nay phải còn sống. Bảo hiểm nhân thọ cho phép cha mẹ có thể tiến thêm một bước nữa là bảo hiểm cho chính thu nhập tương lai của con mình, phòng trường hợp bất trắc biết đâu sẽ xảy ra.

#### **1.1.6.2. Một hình thức tiết kiệm**

Thay vì cất giấu tiền trong các hộp bánh bích quy bằng sắt để ở đầu giường như ngày xưa, ngày nay nhiều người gửi tiền ở ngân hàng. Tuy nhiên, còn có một cách chọn lựa cũng an toàn và hấp dẫn ngang như thế: đó là mua bảo hiểm nhân thọ.

Chỉ cần để ra một số tiền như nhau hàng năm để mua bảo hiểm nhân thọ, người tiết kiệm khôn ngoan được đảm bảo chắc chắn sẽ đạt được mục tiêu tiết kiệm của mình. Nghĩa là như thế nào ? Chẳng hạn một người mỗi năm để dành được 1 triệu đồng, vậy mất bao nhiêu năm để anh ta có 100 triệu đồng? 100 năm? Thật khó mà thực hiện được. Nhưng bằng hình thức tiết kiệm thông qua mua bảo hiểm nhân thọ, nếu chẳng may mà người đó qua đời thì lập tức người đó đã có ngay 100 triệu đồng rồi. Đó là với việc sử dụng 1 triệu đó vào việc mua bảo hiểm nhân thọ thay vì để dành tiết kiệm.

#### **1.1.6.3. Tạo ra tài sản tức thời**

Một ngày nào đó, chúng ta sẽ có rất nhiều tiền. Một ngày nào đó kinh doanh của tôi sẽ phát đạt, phải, một ngày nào đó. Nhưng bảo hiểm nhân thọ là công cụ tài chính duy nhất cho phép tạo ra tài sản mong muốn ngay lập tức thời. Nếu bạn mua một hợp đồng bảo hiểm hỗn hợp mệnh giá 100 triệu đồng, đáo hạn trong 20 năm, bạn đã được



đảm bảo ngay mục tiêu đó. Nếu không có gì xảy ra trong 20 năm, bạn sẽ nhận được đúng số tiền đó cộng thêm một số các khoản tiền đó cộng thêm một số các khoản tiền mặt khác kèm theo hợp đồng bảo hiểm. Nhưng lỡ chẳng may có chuyện gì xảy ra trước 20 năm thì mục tiêu có được 100 triệu đồng nghiêm nhiên trở thành hiện thực, bảo hiểm nhân thọ đã tạo ra một tài sản 100 triệu đồng ngay lập tức khắc.

Ngân hàng hoạt động trên nguyên lý: “ Tiết kiệm rồi mới Có”, trong khi bảo hiểm nhân thọ lại hoạt động trên nguyên lý: “ Có rồi mới Tiết Kiệm”. Đó là tạo cho cuộc sống của bản thân hay người thân một sự chắc chắn trước khi nghĩ đến việc tiết kiệm. Thí dụ như việc cha mẹ mua bảo hiểm nhân thọ cho con cái cho đến năm 18 tuổi như một sự chuẩn bị tốt nhất trước khi con cái bước vào ngưỡng cửa cuộc sống sau khi tròn 18 tuổi mà không phải lo ngại về vấn đề tài chính.

Như thế, bất trắc lớn nhất của cuộc đời đã bị loại trừ thay vì phải đặt một dấu chấm hỏi (?) cho cuộc đời thì chúng ta sẽ sử dụng dấu cảm thán (!).

Bảo hiểm nhân thọ là một kế hoạch tiết kiệm tự hoàn tất. Những hình thức tiết kiệm khác chỉ tưởng thưởng cho bạn khi bạn có đủ thì giờ để tiết kiệm. Bảo hiểm nhân thọ trả cho bạn chính số tiền mà bạn ĐỊNH tiết kiệm.

#### *1.1.6.4. Chu cấp cho việc học hành của con cái*

Nếu con cái chúng ta đủ trình độ để ngồi trên ghế đại học thì cha mẹ chúng ta đã sáng suốt tiết kiệm để chu cấp đầy đủ cho con mình chưa ?

(Nguồn: Bảo hiểm nhân thọ , Ý nghĩa của bảo hiểm nhân thọ,  
<<http://www.bhnt.net/2014/01/y-nghia-cua-bao-hiem-nhan-tho.html>>, truy cập ngày  
13 tháng 1 năm 2015)

## **1.2. Tổng quan về doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ**

### **1.2.1. Khái niệm**

Doanh nghiệp bảo hiểm là doanh nghiệp được thành lập, tổ chức và hoạt động theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan để kinh doanh bảo hiểm, tái bảo hiểm.

(Nguồn: Cổng thông tin điện tử Chính Phủ, Luật kinh doanh bảo hiểm,  
<[http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&mode=detail&document\\_id=80498](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&mode=detail&document_id=80498)>, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2015)

### **1.2.2. Đặc trưng của doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ:**

Thứ nhất, doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có hoạt động kinh doanh tài chính, chủ yếu thường xuyên và mang tính nghề nghiệp là kinh doanh bảo hiểm. Tính đặc thù của kinh doanh bảo hiểm được thể hiện:

- Đây là dịch vụ tài chính đặc biệt, là hoạt động kinh doanh trên những rủi ro. Sản phẩm của bảo hiểm là sản phẩm vô hình, nó là sự đảm bảo về mặt tài chính trước rủi ro cho người được bảo hiểm kèm theo là dịch vụ có liên quan. Ví dụ một người mua bảo hiểm cho tính mạng của bản thân để bảo vệ quyền lợi của bản thân và người thân khi có sự cố ngoài ý muốn.

- Chu kỳ kinh doanh bảo hiểm là chu kỳ đảo ngược, tức là sản phẩm được bán ra trước, doanh thu được thực hiện sau đó mới phát sinh chi phí. Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ chỉ phát sinh chi phí khi có sự kiện mang đến khoản bồi thường dành cho người mua bảo hiểm nhân thọ.

Thứ hai: doanh nghiệp bảo hiểm được tổ chức, thành lập và hoạt động theo các quy định của luật kinh doanh bảo hiểm và các quy định khác của pháp luật như luật về kinh doanh bảo hiểm cùng các quy định cụ thể về các mảng kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm. Vì bảo hiểm nói chung là một ngành kinh doanh rất đặc thù, điển hình là sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm vô hình và tạo ra doanh thu trước khi tạo ra chi phí. Do đó cần có quy định riêng cho loại hình dịch vụ này.

Thứ ba: doanh nghiệp bảo hiểm chịu sự quản lý trực tiếp của Bộ Tài Chính, cụ thể đó là cục quản lý, giám sát bảo hiểm trực thuộc bộ Tài Chính nhằm đảm bảo hoạt động bảo hiểm, kinh doanh bảo hiểm trong phạm vi cả nước diễn ra đúng pháp luật. Để quản lý hoạt động kinh doanh bảo hiểm hầu hết các quốc gia trên thế giới đều giao cho một cơ quan quản lý nhà nước nhất định. Đây là đặc điểm giúp phân biệt doanh nghiệp bảo hiểm với doanh nghiệp khác trong nền kinh tế.

(Nguồn: Tài Liệu VN, Phân tích đặc điểm hoạt động của công ty bảo hiểm, <<http://tailieu.tv/tai-lieu/de-tai-phan-tich-dac-diem-hoat-dong-cua-cong-ty-bao-hiem-di-sau-phan-tich-cu-the-mot-cong-ty-21810/>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### **1.2.3. Vai trò doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trong nền kinh tế thị trường**

- Thứ nhất: Doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ góp phần ổn định tài chính cho người tham gia hoặc người được hưởng quyền lợi bảo hiểm.

Nhắc đến doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ là phải nhắc đến vai trò đầu tiên này, rủi ro là cái không thể lường trước trong cuộc sống mỗi con người, xã hội càng phát triển càng có nhiều cơ hội nhưng cũng đồng nghĩa với có nhiều rủi ro đe dọa cuộc sống con người dẫn đến những bất ổn về tài chính cho cá nhân gia đình cũng như xã hội. Khi rủi ro chẳng may xảy ra, nếu tham gia bảo hiểm nhân thọ thì bản thân hoặc người thân, gia đình của bạn sẽ được đảm bảo về mặt tài chính bù đắp phần nào những tổn thất do rủi ro gây ra. Còn khi rủi ro không xảy ra, thông qua một số loại hình sản phẩm khác như bảo hiểm trợ cấp hưu trí, bảo hiểm hỗn hợp.. người tham gia vẫn nhận

được số tiền bảo hiểm cùng với lãi để sử dụng cho nhu cầu ngày càng cao của con người.

- Thứ hai: Doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là công cụ thu hút vốn đầu tư hữu hiệu.

Phí trong bảo hiểm nhân thọ khá lớn, nhờ vào những đặc trưng cũng như quyền lợi to lớn khi tham gia bảo hiểm nhân thọ mà ngày nay người ta ngày càng quan tâm đến bảo hiểm nhân thọ, ta có thể dẫn chứng điều đó qua việc một cặp vợ chồng mua bảo hiểm cho con họ cho đến năm 18 tuổi và nếu có nhiều cặp vợ chồng làm việc này thì từ đó mà lượng vốn được huy động từ dân chúng được tăng lên. Việt Nam đang trong thời kỳ đổi mới “Công nghiệp hoá - hiện đại hoá” đất nước để phục vụ cho sự phát triển kinh tế phải có một lượng vốn đầu tư rất lớn. Chính vì nhận thức được tầm quan trọng của bảo hiểm nhân thọ nên tuy mới ra đời được 5 năm nhưng Nhà nước ta đã liên tục có những chính sách để tạo điều kiện cho bảo hiểm nhân thọ ngày một phát triển mà bước tiến quan trọng là sự cho phép các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ nước ngoài tham gia vào thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam và sự ra đời của Luật Bảo hiểm sửa đổi tháng 7/2010. Đây là một trong các biện pháp của Nhà nước nhằm tạo ra các nguồn vốn dồi dào cho đầu tư phát triển Đất nước với chủ trương là chủ yếu dựa vào nguồn nội lực và tranh thủ nguồn ngoại lực, chúng ta có quyền hy vọng thông qua bảo hiểm nhân thọ có thể trong thời gian tới dần dần sẽ thu hút được nguồn vốn nhân rồi trong dân cư vì lượng tiền này được dự kiến sẽ lên tới hơn 10 tỷ (được dự trữ dưới dạng ngoại tệ cũng như vàng). Ngoài ra, khi các công ty bảo hiểm nhân thọ nước ngoài tham gia vào thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam nguồn vốn do họ đầu tư vào cũng sẽ rất lớn. Thêm vào đó, do đặc điểm của bảo hiểm nhân thọ là mang tính dài hạn, nguồn vốn huy động được có thể đem đầu tư trong một thời gian dài đây là được coi là nguồn vốn tuyệt vời nhất cho các dự án kinh tế lớn.

- Thứ ba: Doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tạo ra một số lượng lớn công ăn việc làm cho người lao động.

Với dân số gần 80 triệu lại là dân số trẻ của Việt Nam, hàng năm riêng số lượng sinh viên ra trường cũng là cả một thách thức đối với xã hội, việc làm luôn là vấn đề nóng bỏng khi mà lượng người không có việc làm ngày càng nhiều và trong đó ngoài những người không có trình độ thì cũng có rất nhiều người có trình độ không được sử dụng đúng mục đích. Hoạt động bảo hiểm nhân thọ cần một mạng lưới rất lớn các đại lý khai thác bảo hiểm, đội ngũ nhân viên tin học, tài chính, kế toán, quản lý kinh tế... Vì vậy, phát triển bảo hiểm nhân thọ đã góp phần tạo ra nhiều công ăn việc làm, giảm bớt số lượng người thất nghiệp, bớt đi gánh nặng cho ngân sách Nhà nước. Cứ nói riêng ở các công ty bảo hiểm nhân thọ Hà Nội, với số lượng cán bộ khai thác ở mỗi phòng trung bình lên đến trên dưới 50 người, riêng nội thành đã có 16 phòng khai thác,

đa số đầy đủ là các cán bộ chuyên nghiệp chưa kể đến các đại lý bán chuyên nghiệp rải rác ở từng quận huyện, ngoài ra BHNT còn có 60 công ty khác ở khắp các quận huyện trong cả nước.

(Nguồn: Trần Thị Bích Hạnh, Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại công ty cổ phần Bảo Long, <<http://luanvan.net.vn/luan-van/khoa-luan-giai-phap-nang-cao-hieu-qua-kinh-doanh-bao-hiem-phi-nhan-tho-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-nha-rong-bao-long-17328/>>, truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### **1.3. Cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm**

#### **1.3.1. Các quan điểm cơ bản về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ**

Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là sự phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực như nhân lực, vật lực hay các yếu tố khác để đạt được mục đích đề ra của doanh nghiệp trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.

Đối với tất cả các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ, các đơn vị kinh doanh hoạt động bảo hiểm nhân thọ trong nền kinh tế thị trường, với các cơ chế quản lý khác nhau, nhưng trong mỗi giai đoạn phát triển của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ cũng có các mục tiêu khác nhau. Trong cơ chế thị trường ở nước ta hiện nay, mọi doanh nghiệp đều có mục tiêu bao trùm lâu dài là tối đa hóa lợi nhuận. Để đạt được mục tiêu này mọi doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ phải xây dựng cho mình một chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp thích ứng với các biến động của thị trường bảo hiểm nhân thọ rất cạnh tranh hiện nay, phải thực hiện việc xây dựng các kế hoạch kinh doanh bảo hiểm nhân thọ, các phương án kinh doanh bảo hiểm nhân thọ, phải kế hoạch hóa các hoạt động của doanh nghiệp và đồng thời tổ chức thực hiện chúng một cách có hiệu quả.

#### **- Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ chung**

Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là hiệu quả thu được từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của từng doanh nghiệp. Biểu hiện trực tiếp của hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là số lợi nhuận mà mỗi doanh nghiệp thu được hoặc lỗ phải chịu. Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ được tính bằng chênh lệch giữa doanh thu kinh doanh bảo hiểm nhân thọ và chi phí trực tiếp cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.

Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ được xác định trong mối quan hệ giữa chi phí bỏ ra với thu nhập mang lại trong quá trình kinh doanh bảo hiểm nhân thọ dưới hình thái tiền tệ đối với một dịch vụ kinh doanh bảo hiểm nhân thọ hoặc tổng thể các dịch vụ kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trong một thời gian nhất định. Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ có tính chất trực tiếp nên có thể định hướng được dễ dàng.

Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của một tổ chức kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là một sự phản ánh trình độ quản lý và năng lực kinh doanh của tổ chức đó nhằm đảm bảo thu được kết quả cao nhất theo những mục tiêu đã đặt ra với chi phí thấp nhất.

Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là thước đo tổng hợp, phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của mỗi doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ. Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ cần được xem xét 1 cách toàn diện về cả mặt định tính và định lượng.

+ Về định tính: Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ được phản ánh ở trình độ và năng lực quản lý kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ, thể hiện sự đóng góp của doanh nghiệp với toàn xã hội.

+ Về định lượng: hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của một tổ chức kinh doanh bảo hiểm nhân thọ được đo lường bằng hiệu số giữa kết quả thu được và chi phí bỏ ra. Chênh lệch giữa kết quả và chi phí càng lớn thì hiệu quả kinh doanh càng cao và ngược lại.

#### - Hiệu quả kinh tế xã hội

Hiệu quả kinh tế xã hội của bảo hiểm nhân thọ của một hoạt động kinh tế xác định trong mối quan hệ giữa hoạt động đó với tư cách là một hoạt động cụ thể về kinh tế với nền kinh tế quốc dân và đời sống xã hội. Hiệu quả kinh tế xã hội của bảo hiểm nhân thọ là lợi ích kinh tế xã hội mà hoạt động kinh tế mang lại cho nền kinh tế quốc dân và cho đời sống xã hội, được thể hiện ở mức độ đóng góp vào việc thực hiện các mục tiêu kinh tế xã hội như: phát triển kinh doanh bảo hiểm nhân thọ, tăng thu cho ngân sách nhà nước, tăng năng suất lao động, giải quyết việc làm và cải thiện đời sống.

Hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ chung và hiệu quả kinh tế xã hội của bảo hiểm nhân thọ có mối quan hệ mật thiết với nhau. Trong nhiều trường hợp, 2 hiệu quả này vận động cùng chiều, nhưng lại có một số trường hợp hai mặt đó lại mâu thuẫn với nhau. Có những hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ không mang lại lợi nhuận, thậm chí có thể thua thiệt, nhưng doanh nghiệp vẫn kinh doanh vì lợi ích chung để thực hiện mục tiêu kinh tế xã hội nhất định điều đó xảy ra đối với các doanh nghiệp công ích.

(Nguồn: Quan niệm về sản xuất kinh doanh, <<https://voer.edu.vn/m/quan-niem-ve-hieu-qua-san-xuat-kinh-doanh/ec1ebb60>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### **1.3.2. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trong cơ chế thị trường**

Trong quá trình kinh doanh không riêng gì lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ các doanh nghiệp phải luôn gắn mình với thị trường, nhất là trong cơ chế thị trường hiện nay đặt



các doanh nghiệp trong sự cạnh tranh gay gắt lẫn nhau. Do đó để tồn tại được trong cơ chế thị trường cạnh tranh hiện nay đòi hỏi các doanh nghiệp phải hoạt động một cách có hiệu quả hơn trong sản xuất kinh doanh cũng như quản lý. Trong cơ chế thị trường việc nâng cao hiệu quả kinh doanh vô cùng quan trọng, nó được thông qua:

Thứ nhất: nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là cơ sở cơ bản để đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Sự tồn tại của doanh nghiệp được xác định bởi sự có mặt của doanh nghiệp trên thị trường bảo hiểm nhân thọ, mà hiệu quả kinh doanh lại là nhân tố trực tiếp đảm bảo sự tồn tại này, đồng thời mục tiêu của doanh nghiệp là luôn tồn tại và phát triển một cách vững chắc. Do đó việc nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm là một đòi hỏi tất yếu khách quan đối với tất cả các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trong cơ chế thị trường hiện nay.

Thứ hai, nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là nhân tố thúc đẩy sự cạnh tranh và tiến bộ trong kinh doanh bảo hiểm. Chính việc thúc đẩy cạnh tranh yêu cầu các doanh nghiệp bảo hiểm nói chung và bảo hiểm nhân thọ nói riêng phải tự tìm tòi, đầu tư tạo nên sự tiến bộ trong kinh doanh trong lĩnh vực của mình. Chấp nhận cơ chế thị trường là chấp nhận sự cạnh tranh đôi khi rất khốc liệt.

Thứ ba, mục tiêu bao trùm, lâu dài của của bất kỳ doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ là tối đa hoá lợi nhuận song song với đó là khẳng định thương hiệu. Để thực hiện mục tiêu này, doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ phải liên tục tiến hành việc cung cấp sản phẩm bảo hiểm nhân thọ cho thị trường. Muốn vậy, doanh nghiệp phải sử dụng các nguồn lực từ bên trong và ngoài doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ một cách hiệu quả. Đặc biệt với những nguồn lực bên ngoài thì doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ càng tiết kiệm sử dụng các nguồn lực này bao nhiêu sẽ càng có cơ hội để thu được nhiều lợi nhuận bấy nhiêu. Hiệu quả kinh doanh nói chung và hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ nói riêng phản ánh một cách tương đối của việc sử dụng tiết kiệm các nguồn lực bên ngoài một cách hiệu quả là điều kiện quan trọng để thực hiện mục tiêu bao trùm, lâu dài của doanh nghiệp. Vì vậy, nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là đòi hỏi khách quan để doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ thực hiện mục tiêu bao trùm, lâu dài là tối đa hoá lợi nhuận. Chính sự nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ là con đường nâng cao sức cạnh tranh và khả năng tồn tại, phát triển của mỗi doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ.

(Nguồn: Trần Thị Bích Hạnh, Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại công ty cổ phần Bảo Long, < <http://luanvan.net.vn/luan-van/khoa-luan-giai-phap-nang-cao-hieu-qua-kinh-doanh-bao-hiem-phi-nhan-tho-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-nha-rong-bao-long-17328/>>, truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### **1.3.3. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm**

#### **1.3.3.1. Chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán**

- Khả năng thanh toán nợ ngắn hạn kinh doanh bảo hiểm nhân thọ (Rc- Current Ratio)

$$R_c = \frac{\text{Giá trị tài sản ngắn hạn}}{\text{Giá trị nợ ngắn hạn}}$$

Tỷ lệ này thể hiện cứ một đồng nợ ngắn hạn thì doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có bao nhiêu đồng tài sản ngắn hạn để đảm bảo thanh toán. Tỷ lệ này càng lớn thì khả năng trả nợ ngắn hạn của doanh nghiệp càng cao. Nếu  $R_c < 1$ , điều này chứng tỏ doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ đang khó khăn trong việc thanh toán nợ. Tuy nhiên, nếu tỷ số này quá lớn, chứng tỏ tiền đã tồn đọng nhiều ở tài sản ngắn hạn, có nghĩa là doanh nghiệp đang sử dụng vốn không hiệu quả. Nếu vốn tập trung nhiều ở khoản đầu tư ngắn hạn (ví dụ: gửi ở ngân hàng có kỳ hạn) thì có thể hợp lý, nhưng nếu vốn tập trung ở khoản phải thu (phí bảo hiểm) thì doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ đã bị chiếm dụng vốn. Đối với kinh doanh bảo hiểm nhân thọ, giá trị hàng tồn kho không đáng kể, không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của doanh nghiệp. Do đó tỷ lệ  $R_c$  cũng chính là tỷ lệ thanh toán nhanh ( $R_q$ - Quick Ratio).

- Tỷ lệ phải thu phải trả ( $R_t$ )

$$R_t = \frac{\text{Các khoản phải thu}}{\text{Các khoản phải trả}}$$

Tỷ số này thể hiện việc chiếm dụng vốn hoặc bị chiếm dụng vốn của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ. Nếu tỷ số này càng nhỏ, thể hiện doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ đang chiếm dụng vốn nhiều và ngược lại. Tuy nhiên, do đặc thù của kinh doanh bảo hiểm nhân thọ có các quỹ dự trữ nghiệp vụ, đặc biệt là quỹ dự trữ dao động lớn được tích tụ nhiều năm nên càng ngày càng lớn. Để xem xét được tình trạng chiếm dụng vốn, ta cần trừ các quỹ dự trữ nghiệp vụ.

- Tỷ số chiếm dụng vốn ( $R_w$ )

$$R_w = \frac{\text{Các khoản phải thu}}{\text{Các khoản phải trả - Quỹ dự trữ nghiệp vụ}}$$

Tỷ số này chủ yếu đánh giá công nợ phí bảo hiểm từ khách hàng. Tỷ số này cho ta biết doanh nghiệp bảo hiểm đang chiếm dụng vốn hay bị chiếm dụng vốn từ khách hàng. Nếu chỉ tiêu này lớn hơn 50% sẽ gây ra khả năng vốn bị chiếm dụng của doanh nghiệp nhiều hơn vốn chiếm dụng từ đó dẫn đến giảm hiệu quả sử dụng vốn và ngược

lại. Tỷ số này càng cao, nếu không thể thu hồi hết các khoản phải thu sẽ ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của các khoản phải trả, các khoản này chủ yếu là khoản bồi thường nên ít nhiều khả năng ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của công ty.

#### 1.3.3.2. *Chỉ tiêu về sử dụng vốn*

- Tỷ suất đầu tư chung ( $R_u$ )

$$R_u = \frac{\text{Giá trị tài sản cố định}}{\text{Tổng giá trị tài sản}}$$

Tỷ suất này cho biết giá trị tài sản cố định chiếm bao nhiêu trong tổng tài sản của doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp bảo hiểm nếu tỷ suất này lớn hơn 0.5 thể hiện khả năng linh hoạt. Nhưng nếu tỷ suất này quá lớn cho thấy doanh nghiệp dồn quá nhiều cho tài sản cố định từ đó gây mất cân bằng và giảm hiệu quả sử dụng vốn tại doanh nghiệp.

- Tỷ suất tự tài trợ:

$$\text{Tỷ suất tự tài trợ} = \frac{\text{Nguồn vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng giá trị tài sản}}$$

Tỷ số này phản ánh tỷ trọng nguồn vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản của doanh nghiệp. Để xác định mức độ phù hợp về tỷ lệ vốn chủ sở hữu trong nguồn vốn của doanh nghiệp sẽ phụ thuộc rất lớn vào hoạt động và chính sách của từng doanh nghiệp cũng như từng ngành. Tỷ suất tự tài trợ cao chứng tỏ khả năng tự chủ tài chính của doanh nghiệp, nhưng cũng cho thấy doanh nghiệp chưa tận dụng đòn bẩy tài chính nhiều.

#### 1.3.3.3. *Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động*

- Tỷ lệ chi kinh doanh

$$\text{Tỷ lệ chi kinh doanh} = \frac{\text{Chi phí quản lý+ hoạt động kinh doanh khác}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh hiệu quả trong quản lý hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm. Bảo hiểm là một ngành đặc thù nên chi phí quản lý chiếm tỷ lệ tương đối cao trong hoạt động kinh doanh, tỷ lệ này càng thấp chứng tỏ khả năng quản lý hoạt động trong doanh nghiệp là tốt. Ngược lại sẽ là yếu kém trong khả năng quản lý hoặc chi các hoạt động kinh doanh khác quá nhiều dẫn đến mất cân bằng trong chi kinh doanh.



#### - Tỷ lệ bồi thường thuần

$$\text{Tỷ lệ bồi thường thuần} = \frac{\text{Bồi thường gốc} + \text{Bồi thường nhận tái} + \text{Thu bồi thường nhận tái} - \text{Đòi người thứ 3}}{\text{Doanh thu thuần}}$$

Tỷ lệ bồi thường phản ánh hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm rõ ràng nhất. Tỷ lệ này khi quá cao cho thấy bồi thường gốc và bồi thường nhận tái quá lớn trong khi đòi người thứ 3 không đạt chỉ tiêu mong muốn, từ đó cho thấy hoạt động kinh doanh và chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp không được đảm bảo gây suy giảm hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

#### - Tỷ lệ kinh doanh gộp

$$\text{Tỷ lệ kinh doanh gộp} = \text{Tỷ lệ chi kinh doanh} + \text{Tỷ lệ bồi thường thuần}$$

Tỷ lệ kinh doanh gộp cho ta cái nhìn tổng quát nhất về hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm trong kì. Tổng 2 tỷ lệ này càng thấp chứng tỏ hoạt động trong doanh nghiệp đang đi đúng hướng hay ít nhất là phát triển ổn định. Ngược lại cần xem lại toàn bộ hoạt động trong trường hợp tỷ lệ trên quá cao.

#### 1.3.3.4. Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi

#### - Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA)

$$\text{ROA} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Tổng giá trị tài sản}}$$

Là tỷ số đo lường hiệu quả sử dụng và quản lý nguồn tài sản của một doanh nghiệp. ROA đo lường khả năng sinh lời của cả vốn chủ sở hữu và cả của nhà đầu tư. Chỉ tiêu phản ánh cứ 100 đồng tài sản được đầu tư của doanh nghiệp thì thu được bao nhiêu lợi nhuận trước thuế.

Tỷ số ROA nối kết các kết quả của hoạt động sản xuất kinh doanh với hoạt động đầu tư của một doanh nghiệp không kể doanh nghiệp đã dùng nguồn vốn nào để phục vụ cho các hoạt động đầu tư của mình.

#### - Tỷ suất lợi nhuận trên tổng vốn chủ sở hữu (ROE)

$$\text{ROE} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

Khi chủ sở hữu đầu tư 100 đồng thì lợi nhuận sau thuế được tạo ra bao nhiêu đồng. Tỷ số này đo lường hiệu quả khả năng sử dụng vốn chủ sở hữu của một doanh nghiệp để tạo ra thu nhập và lãi cho các cổ đông thường. Nói cách khác, nó đo lường

thu nhập trên một đồng vốn chủ sở hữu được đưa vào sản xuất kinh doanh, hay còn gọi là mức hoàn vốn đầu tư cho vốn chủ sở hữu.

Khi tính chỉ tiêu này cần lưu ý: Vốn chủ sở hữu doanh nghiệp chính là giá trị ròng của doanh nghiệp, thường được xác định bằng giá trị thị trường hoặc đơn giản lấy bằng giá trị sổ sách (tổng tài sản trừ tổng nợ).

(Nguồn: Phạm Thiện Hồng Vũ, *Hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex: Thực trạng và giải pháp*, <<http://doc.edu.vn/tai-lieu/luan-van-hieu-qua-kinh-doanh-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-petrolimex-thuc-trang-va-giai-phap-16222/>> , truy cập ngày 29/1/2015)

#### **1.3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm**

Nâng cao hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp là yêu cầu quan trọng và là mục tiêu hàng đầu trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp. Chính vì vậy nâng cao hiệu quả kinh doanh chính là việc nâng cao hiệu quả của tất cả các hoạt động trong quá trình kinh doanh. Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp chịu sự tác động của rất nhiều các nhân tố ảnh hưởng khác nhau. Để đạt được hiệu quả nâng cao đòi hỏi phải có các quyết định chiến lược và quyết sách đúng trong quá trình lựa chọn các cơ hội hấp dẫn cũng như tổ chức, quản lý và điều khiển hoạt động kinh doanh cần phải nghiên cứu một cách toàn diện và hệ thống các yếu tố ảnh hưởng đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh có thể được chia thành hai nhóm đó là nhóm các yếu tố kiểm soát được và nhóm yếu tố không kiểm soát được. Mục tiêu của quá trình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh nhằm mục đích lựa chọn mục đích các phương án kinh doanh phù hợp. Tuy nhiên việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh cần phải được thực hiện liên tục trong suốt quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trên thị trường.

##### **1.3.4.1. Yếu tố không kiểm soát được**

- Yếu tố chính trị và luật pháp :

Các yếu tố thuộc môi trường chính trị và luật pháp tác động mạnh đến việc hình thành và khai thác cơ hội kinh doanh và thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ. Tình hình ổn định chính trị là tiền đề quan trọng cho hoạt động kinh doanh không chỉ trong lĩnh vực bảo hiểm, thay đổi về chính trị có thể gây ảnh hưởng có lợi cho nhóm doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ này hoặc kìm hãm sự phát triển của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ khác. Hệ thống pháp luật hoàn thiện với luật kinh doanh bảo hiểm được ban hành và sự nghiêm minh trong thực thi pháp luật sẽ tạo môi

trường cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp, tránh tình trạng gian lận, kinh doanh thiếu trung thực như tình trạng cạnh bôi xấu các công ty bảo hiểm cạnh tranh hay khách hàng cố ý trục lợi từ hoạt động mua bán bảo hiểm nhân thọ.

Mức độ ổn định về chính trị và luật pháp của một quốc gia cho phép doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có thể đánh giá được mức độ rủi ro của môi trường kinh doanh và ảnh hưởng của nó đến doanh nghiệp như thế nào, vì vậy nghiên cứu các yếu tố chính trị và luật pháp là yêu cầu không thể thiếu được khi doanh nghiệp tham gia vào thị trường. Ví dụ như cần kiểm tra kĩ càng xem chính trị nơi kinh doanh bảo hiểm có ổn định hay không hay pháp luật sở tại có chặt chẽ cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm diễn ra an toàn không.

- Yếu tố kinh tế :

Có thể tạo ra điều kiện thuận lợi cho việc xâm nhập mở rộng thị trường. Các yếu tố kinh tế ảnh hưởng đến sức mua, sự thay đổi nhu cầu tiêu dùng hay xu hướng phát triển của các ngành bảo hiểm, các yếu tố kinh tế đó bao gồm :

+ Hoạt động ngoại thương : xu hướng đóng mở của nền kinh tế có ảnh hưởng các cơ hội phát triển của doanh nghiệp, các điều kiện cạnh tranh. Nhất là trong tình hình hiện nay, rất nhiều các công ty bảo hiểm nhân thọ nhảy vào thị trường Việt Nam thì một cơ chế tốt sẽ giúp hoạt động kinh doanh bảo hiểm tốt và công bằng hơn giúp các doanh nghiệp trong nước tránh được những bất lợi khi cạnh tranh với các công ty bảo hiểm nhân thọ danh tiếng hơn.

+ Lạm phát và khả năng điều khiển lạm phát ảnh hưởng đến thu nhập, tích lũy, tiêu dùng, kích thích hoặc kìm hãm nhu cầu sử dụng bảo hiểm của người dân. Nếu lạm phát quá cao sẽ gây nên hiện tượng sụt giảm nhu cầu về bảo hiểm nhân thọ vì đặc thù bảo hiểm nhân thọ là một loại sản phẩm tốn rất nhiều chi phí do vậy nếu lạm phát quá cao sẽ đẩy người mua bảo hiểm vào thế khó khi chi phí dành cho bảo hiểm của họ trở nên quá lớn .

+ Sự thay đổi về cơ cấu kinh tế ảnh hưởng đến vị trí vai trò và xu hướng phát triển của các ngành kinh tế kéo theo sự thay đổi chiều hướng phát triển của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ. Một ví dụ điển hình là sự chuyển hướng nền kinh tế Việt Nam từ nước nông nghiệp chuyển sang công nghiệp và dịch vụ đã tạo ra nhiều điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của bảo hiểm nhân thọ vì khi chuyển dịch sang công nghiệp dịch vụ thì nhu cầu về bảo đảm cho cuộc sống sẽ tăng cao giúp các dịch vụ về bảo hiểm phát triển .

+ Tốc độ tăng trưởng kinh tế : Thể hiện xu hướng phát triển chung của nền kinh tế liên quan đến khả năng mở rộng hay thu hẹp quy mô kinh doanh của mỗi doanh nghiệp bảo hiểm. Tốc độ tăng trưởng càng cao sẽ phản ánh rõ ràng qua nhu cầu của

người dân với các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ bởi khi nền kinh tế tăng trưởng kéo theo người dân có nhiều tiền hơn cho các dịch vụ trong đó có bảo hiểm .

- Các yếu tố văn hoá xã hội :

Có ảnh hưởng lớn tới khách hàng cũng như hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ, là yếu tố hình thành tâm lí, thị hiếu của người tiêu dùng, ví dụ đơn giản đó là người Việt Nam thường có tính tiết kiệm nên những dịch vụ tiết kiệm cho tương lai như bảo hiểm nhân thọ sẽ dễ dàng tiếp cận với người dân . Thông qua yếu tố này cho phép các doanh nghiệp hiểu biết ở mức độ khác nhau về đối tượng phục vụ qua đó lựa chọn các phương thức kinh doanh cho phù hợp .

- Yếu tố khách hàng :

Khách hàng là những người có nhu cầu và khả năng thanh toán về hàng hoá và dịch vụ mà doanh nghiệp kinh doanh bảo hiểm nhân thọ . Khách hàng là nhân tố quan trọng quyết định sự thành bại của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ trong nền kinh tế thị trường. Khách hàng có nhu cầu rất phong phú và khác nhau tùy theo từng lứa tuổi, giới tính mức thu nhập, tập quán. Mỗi nhóm khách hàng có một đặc trưng riêng phản ánh quá trình mua sắm của họ. Do đó doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ phải có chính sách đáp ứng nhu cầu từng nhóm cho phù hợp.

- Đối thủ cạnh tranh :

Bao gồm các nhà kinh doanh bảo hiểm nhân thọ cùng sản phẩm của doanh nghiệp hoặc kinh doanh sản phẩm có khả năng thay thế. Đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng lớn đến doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ, doanh nghiệp có cạnh tranh được thì mới có khả năng tồn tại ngược lại sẽ bị đẩy lùi ra khỏi thị trường. Cạnh tranh giúp doanh nghiệp có thể nâng cao hoạt động của mình phục vụ khách hàng tốt hơn, nâng cao được tính năng động và không bị rơi vào tình trạng bị đẩy lùi.

#### *1.3.4.2. Yếu tố kiểm soát được*

- Sức mạnh về tài chính thể hiện trên tổng nguồn vốn (bao gồm vốn chủ sở hữu, vốn huy động) mà doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có thể huy động vào kinh doanh, khả năng quản lí có hiệu quả các nguồn vốn trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Sức mạnh tài chính thể hiện ở khả năng trả nợ ngắn hạn, dài hạn, các tỉ lệ về khả năng sinh lời của doanh nghiệp bảo hiểm, trong tình hình kinh tế khó khăn như hiện nay thì đây vẫn đang là một bài toán nan giải cho các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ.

- Tiềm năng về con người :

Thể hiện ở kiến thức, kinh nghiệm có khả năng đáp ứng cao yêu cầu của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ, hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao, đội ngũ cán bộ của doanh nghiệp trung thành luôn hướng về doanh nghiệp có khả năng chuyên môn

hoá cao, lao động giỏi có khả năng đoàn kết, năng động biết tận dụng và khai thác các cơ hội kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.

- Tiềm lực vô hình :

Là các yếu tố tạo nên thế lực của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ trên thị trường, tiềm lực vô hình thể hiện ở khả năng ảnh hưởng đến sự lựa chọn, chấp nhận và ra quyết định mua hàng của khách hàng. Trong mối quan hệ thương mại yếu tố tiềm lực vô hình đã tạo điều kiện thuận lợi cho công tác bán hàng, tạo khả năng cạnh tranh thu hút khách hàng, mở rộng thị trường kinh doanh bảo hiểm. Tiềm lực vô hình của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có thể là hình ảnh uy tín của doanh nghiệp trên thị trường khi khách hàng lần đầu tiên nhìn vào sản phẩm họ có thể nhận ra ngay sản phẩm vì tiếng tốt mà nó đã có hay mức độ nổi tiếng của nhãn hiệu, hay khả năng giao tiếp và uy tín của người lãnh đạo trong các mối quan hệ xã hội .

- Vị trí địa lí , cơ sở vật chất của doanh nghiệp cho phép doanh nghiệp thu hút sự chú ý của khách hàng, thuận tiện cho cung cấp thu mua hay thực hiện các hoạt động dự trữ như khi trụ sở công ty nằm ở vị trí thuận lợi trong trung tâm thành phố . Cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp thể hiện nguồn tài sản cố định mà doanh nghiệp huy động vào kinh doanh bao gồm văn phòng nhà xưởng, các thiết bị chuyên dùng. Điều đó thể hiện thế mạnh của doanh nghiệp, quy mô kinh doanh cũng như lợi thế trong kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.

(Nguồn: Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, <<https://voer.edu.vn/m/cac-nhan-to-anh-huong-den-hoat-dong-kinh-doanh-cua-doanh-nghiep/5d33458b>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015)

### **Kết Luận Chương 1:**

- Từ khái niệm và ý nghĩa về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ, trọng tâm phần này là hệ thống hóa cơ sở lý luận chung về phân tích hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm.

- Giới thiệu tổng quát về bảo hiểm nhân thọ : Vai trò, chức năng, đặc điểm và các nguyên tắc trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp bảo hiểm tại thị trường Việt Nam, từ đó tạo tiền đề nghiên cứu sâu hơn về sự phát triển của lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam cũng như những điểm được và chưa được trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của doanh nghiệp VCLI.

- Giới thiệu một số công cụ đánh giá hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ làm cơ sở đi sâu vào phân tích hiệu quả kinh doanh tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLISong song với các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của VCLI.

## CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY LIÊN DOANH BẢO HIỂM VCLI

### 2.1. Khái quát về Công ty liên doanh bảo hiểm VCLI

#### 2.1.1. Quá trình thành lập và phát triển

*VCLI LÀ LIÊN DOANH GIỮA NGÂN HÀNG VIETCOMBANK (45% VỐN ĐIỀU LỆ), BNP PARIBAS CARDIF (43%) VÀ SEABANK (12%).* Liên doanh được thành lập năm 2012 với số vốn ban đầu là 600 tỷ đồng hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ.

#### **Vietcombank:**

- Thành lập năm 1963, trải qua hơn 50 năm phát triển Vietcombank hiện là ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam tính theo tổng khối lượng tài sản.
- Tháng 1/2013, Vietcombank được Hội đồng Thương hiệu Quốc gia Việt Nam vinh danh và trao tặng Cúp “Thương hiệu Quốc gia”.
- Tháng 7/2013, Vietcombank nằm trong top 1000 Ngân hàng hàng đầu thế giới và đứng đầu Việt Nam năm 2013 do Tạp chí Tài chính Quốc tế The Banker công bố.
- Tháng 7/2012, Vietcombank được trao giải thưởng “Ngân hàng cung cấp dịch vụ thanh toán thương mại tốt nhất Việt Nam năm 2012” do tạp chí Trade Finance trao tặng. Với giải thưởng này, Vietcombank đã trở thành đại diện duy nhất của Việt Nam được Trade Finance vinh danh trên trường quốc tế 5 lần liên tiếp (2008-2012).

Sở hữu hạ tầng kỹ thuật ngân hàng hiện đại, Vietcombank có nhiều lợi thế trong việc ứng dụng công nghệ tiên tiến vào xử lý tự động các dịch vụ ngân hàng, phát triển các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử dựa trên nền tảng công nghệ cao. Các dịch vụ: VCB Internet Banking, VCB Money, SMS Banking, Phone Banking,... đã, đang và sẽ tiếp tục thu hút đông đảo khách hàng bằng sự tiện lợi, nhanh chóng, an toàn, hiệu quả, tạo thói quen thanh toán không dùng tiền mặt cho đông đảo khách hàng.

Sau hơn nửa thế kỷ hoạt động trên thị trường, Vietcombank hiện có gần 14.000 cán bộ nhân viên, với hơn 400 Chi nhánh/Phòng Giao dịch/Văn phòng đại diện/Đơn vị thành viên trong và ngoài nước, gồm 1 Hội sở chính tại Hà Nội, 1 Sở Giao dịch, 1 Trung tâm Đào tạo, 79 chi nhánh và hơn 330 phòng giao dịch trên toàn quốc, 2 công ty con tại Việt Nam, 2 công ty con và 1 văn phòng đại diện tại nước ngoài, 6 công ty liên doanh, liên kết. Bên cạnh đó, Vietcombank còn phát triển một hệ thống Autobank với gần 2.000 máy ATM và trên 43.500 điểm chấp nhận thanh toán thẻ (POS) trên toàn quốc. Hoạt động ngân hàng còn được hỗ trợ bởi mạng lưới hơn 1.700 ngân hàng đại lý tại trên 120 quốc gia và vùng lãnh thổ.

- Tổng tài sản năm 2013: 468.994 tỷ đồng



- Lợi nhuận trước thuế năm 2013: 5.743 tỷ đồng

#### **BNP Paribas Cardif:**

BNP Paribas Cardif là công ty bảo hiểm thuộc Tập đoàn tài chính hàng đầu thế giới BNP Paribas, chuyên phát triển và cung cấp các sản phẩm và dịch vụ bảo hiểm mang tính bảo vệ và bảo hiểm mang tính tiết kiệm thông qua mô hình bảo hiểm liên kết ngân hàng (bancassurance) tại 37 quốc gia.

Nhờ có mô hình kinh doanh bền vững dựa trên sự đa dạng hóa kinh doanh, địa bàn kinh doanh và kênh phân phối rộng khắp, BNP Paribas Cardif tiếp tục duy trì được kết quả kinh doanh khả quan đồng thời tiếp tục đầu tư để tăng trưởng.

- Doanh thu phí bảo hiểm: 25,3 tỷ Euro
- Tổng giá trị tài sản quản lý: 178 tỷ Euro
- Lợi nhuận thuần từ hoạt động ngân hàng: 2,1 tỷ Euro
- Lợi nhuận trước thuế: 1,2 tỷ Euro

#### **SEABANK:**

Thành lập năm 1995, SeABank là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam xét về vốn điều lệ trong đó tập đoàn tài chính hàng đầu của Pháp Societe Generale chiếm 20% vốn. Trải qua 20 năm phát triển, SeABank đã phát triển được mạng lưới giao dịch phủ khắp 3 miền với 154 điểm giao dịch với khoảng 2.200 nhân viên trên toàn hệ thống. Trong nhiều năm qua, SeABank luôn được Ngân hàng Nhà nước xếp hạng tổ chức tín dụng vững mạnh.

Tạp chí tài chính nổi tiếng thế giới The Banker trao tặng giải thưởng quốc tế “Bank of The Year Vietnam 2013” (Ngân hàng của năm 2013) ghi nhận sự phát triển ổn định, bền vững của SeABank trong thời gian qua.

SeABank chính thức được vinh danh xếp hạng thứ 27/500 Doanh nghiệp tư nhân lớn nhất Việt Nam 2012 và thứ 97 trong “Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam năm 2012”. Đây là năm thứ ba liên tiếp SeABank lọt vào bảng xếp hạng danh tiếng VNR500 - “Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam”.

- Tổng tài sản năm 2013: 79.865 tỷ đồng
- Lợi nhuận trước thuế năm 2013: 200,4 tỷ đồng.

(Nguồn: Công ty VCLI, Giới thiệu về VCLI, <https://vcli.vn/vi/gioi-thieu>, truy cập ngày 29 tháng 1 năm 2015)

### 2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ

#### **Vietcombank – Cardif Life Insurance Co., Ltd**

##### **- Hà Nội**

- + Phòng 1101, Tòa tháp Capital
- + Số 109 Phố Trần Hưng Đạo,
- + Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, Việt Nam
- + Tel: (+84 4) 3936 8507
- + Fax: (+84 4) 3936 7375

##### **- Tp. Hồ Chí Minh**

- + Tầng 4, tòa nhà E-STAR
- + Số 147–149 phố Võ Văn Tần
- + Quận 3, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam
- + Tel: (+84 8) 6290 6502
- + Fax: (+84 8) 6290 6500

#### 2.1.2.1. Tầm nhìn và sứ mệnh

##### **- Tầm nhìn**

*"Trở thành đối tác bảo hiểm liên kết ngân hàng được lựa chọn và đáng tin cậy nhất tại Việt Nam"*

Tầm nhìn của chúng tôi được từng bước thực hiện thông qua sự kết hợp độc đáo giữa kiến thức sâu sắc về định phí bảo hiểm của BNP Paribas Cardif, khả năng quản trị và bảo mật dữ liệu được lưu trữ tại Singapore, văn hóa hợp tác với nền tảng thiết kế chuyên biệt dựa trên sự am hiểu địa phương và hệ thống quản lý chăm sóc khách hàng ưu việt.

##### **- Sứ mệnh**

*"VCLI hướng tới mối quan hệ hợp tác thành công và cùng có lợi với các ngân hàng và tổ chức tài chính nhằm phát triển trung tâm gia tăng lợi nhuận thông qua bảo hiểm liên kết ngân hàng bằng việc cung cấp danh mục các sản phẩm bảo hiểm toàn diện, đảm bảo sự hài lòng tối đa của khách hàng và duy trì hiệu quả hoạt động tầm cỡ quốc tế."*

*"Thành công của chúng tôi sẽ được chứng minh bằng khả năng đáp ứng, thậm chí vượt hơn cả sự mong đợi của khách hàng với sản phẩm, dịch vụ và kinh nghiệm của mình"*

Để hoàn thành sứ mệnh đã đề ra, chúng tôi mang đến cho đối tác:



- + Kế hoạch chiến lược triển khai bảo hiểm liên kết ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu của đối tác
- + Hợp tác và gia tăng giá trị lợi nhuận bền vững cho đối tác
- + Chương trình hỗ trợ và thúc đẩy kinh doanh thông qua thi đua tư vấn sản phẩm, chương trình đào tạo thường xuyên nhằm hỗ trợ trực tiếp cho từng điểm bán hàng trong mạng lưới
- + Hoạt động tập huấn tại chỗ nhằm tăng cường khả năng tư vấn bán hàng và truyền thụ kiến thức bài bản về bảo hiểm và đặc điểm của từng sản phẩm bảo hiểm
- + Dịch vụ chăm sóc khách hàng chất lượng và minh bạch thông qua Chương trình Hướng tới Khách hàng
- + Các khảo sát thị trường thường xuyên cập nhật nhu cầu khách hàng và các xu hướng thị trường của bảo hiểm liên kết ngân hàng

#### *2.1.2.2. Chiến lược*

- Khi thành lập liên doanh VCLI với các cổ đông có nền tảng vững chắc là Vietcombank và SeABank, chúng tôi đã xác định một chiến lược phát triển rõ ràng là tập trung vào lĩnh vực bảo hiểm liên kết ngân hàng (Bancassurance) với mục tiêu từng bước giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ bảo hiểm mang lại lợi ích cho khách hàng của ngân hàng.
- Đối với VCLI, Bancassurance không đơn thuần là một kênh phân phối mà đó thực sự là một mô hình kinh doanh cho phép chúng tôi phục vụ khách hàng ở khắp mọi nơi trên lãnh thổ Việt Nam. Mô hình chuyên biệt này được phát triển trên 2 yếu tố then chốt: sự tin tưởng mà khách hàng gửi gắm nơi ngân hàng của họ và mong muốn của ngân hàng là làm sao gắn kết lâu bền với khách hàng đồng thời tạo thêm nguồn thu cho ngân hàng.
- Việc tích hợp các sản phẩm bancassurance vào sản phẩm lõi của ngân hàng giúp ngân hàng đa dạng hóa dịch vụ tài chính, bổ sung thêm sản phẩm bảo vệ, sức khỏe và tích lũy dài hạn.

#### *2.1.2.3. Cam kết chất lượng dịch vụ*

Với kinh nghiệm mười năm hoạt động tại năm quốc gia khu vực Châu Á, liên doanh VCLI rất lạc quan về tiềm năng thị trường của sản phẩm bảo hiểm tín dụng và các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ khi có được một mạng lưới đối tác đa dạng như thế này tại Việt Nam. Chúng tôi cam kết sẽ cung cấp những sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp trong nước cũng như mong đợi của khách hàng. Liên doanh sẽ khai thác triệt để ưu thế về mạng lưới chi nhánh rộng khắp

của Vietcombank và chuyên môn cao của SeAbank để phục vụ tốt nhất các doanh nghiệp trẻ tại Việt Nam.

Trong thời điểm suy thoái kinh tế toàn cầu hiện tại, việc tham gia liên doanh trong lĩnh vực bancassurance mang lại lợi ích cho tất cả chúng tôi. Đối với ngân hàng, đây là một hình thức mở rộng danh mục sản phẩm đồng thời giúp tăng nguồn vốn huy động của ngân hàng từ phía bảo hiểm. Đối với bảo hiểm, đây là công cụ để mở rộng thị phần, gia tăng doanh số và tiết kiệm chi phí bán hàng và chi phí phân phối sản phẩm. Chúng tôi mong muốn, bằng chuyên môn và kinh nghiệm của mỗi đối tác, sẽ cung cấp cho khách hàng những dịch vụ tài chính trọn gói với chi phí thấp hơn và thuận tiện hơn, gắn với các dịch vụ gia tăng khác từ nghiệp vụ bảo hiểm thông qua ngân hàng.

#### 2.1.2.4. Giá trị cốt lõi

- **Đáng tin cậy:** Cùng với sự hỗ trợ trực tiếp về nhân lực, công nghệ, kinh nghiệm chuyên môn, cơ sở khách hàng và hệ thống mạng lưới sẵn có của các bên góp vốn, VCLI sẽ nỗ lực hoạt động và phát triển theo định hướng tăng trưởng bền vững sẵn sàng mang đến cho khách hàng những sản phẩm - dịch vụ tài chính hiện đại, chất lượng cao với phương châm “*Xứng đáng để bạn tin cậy*” (Ensuring your trust). VCLI cam kết sẽ hoạt động đúng trong phạm vi pháp luật Việt Nam và tích cực đóng góp vào sự phát triển chung của toàn ngành bảo hiểm cả chiều sâu lẫn bề rộng trong xu thế hội nhập kinh tế toàn cầu hiện đang diễn ra ngày càng sâu rộng.

- **Tham vọng lâu dài:** Mục tiêu hoạt động của VCLI là cung cấp các sản phẩm tiết kiệm và bảo hiểm cho thị trường Việt Nam thông qua kênh phân phối là các ngân hàng. VCLI xây dựng mô hình kinh doanh dựa trên sự hợp tác và liên kết đa dạng với nhiều đối tác trên cơ sở kế thừa kinh nghiệm tích lũy từ mỗi thành viên. Từ đó có thể khẳng định tham vọng lâu dài của VCLI là trở thành một trong những liên doanh bảo hiểm thành công nhất tại thị trường Việt Nam được nhiều người biết tới, sau 5 năm hoạt động đến nay vị trí số 1 Việt Nam về bảo hiểm tín dụng đã minh chứng rõ ràng cho tham vọng đó của VCLI.

- **Quản lý minh bạch:** Dựa trên những cam kết của liên doanh với khách hàng, VCLI sẽ chung tay xây dựng một thị trường bảo hiểm nhân thọ minh bạch về cạnh tranh, song song với đó là minh bạch hoàn toàn trong hoạt động kinh doanh nhằm tạo niềm tin vững chắc về liên doanh tới các cổ đông góp vốn và quan trọng nhất là khách hàng, những người quyết định cuối cùng đến sự phát triển trong tương lai của VCLI.

- **Cam kết gắn bó:** Vì tương lai bảo hiểm liên kết ngân hàng tại Việt Nam, VCLI cam kết:

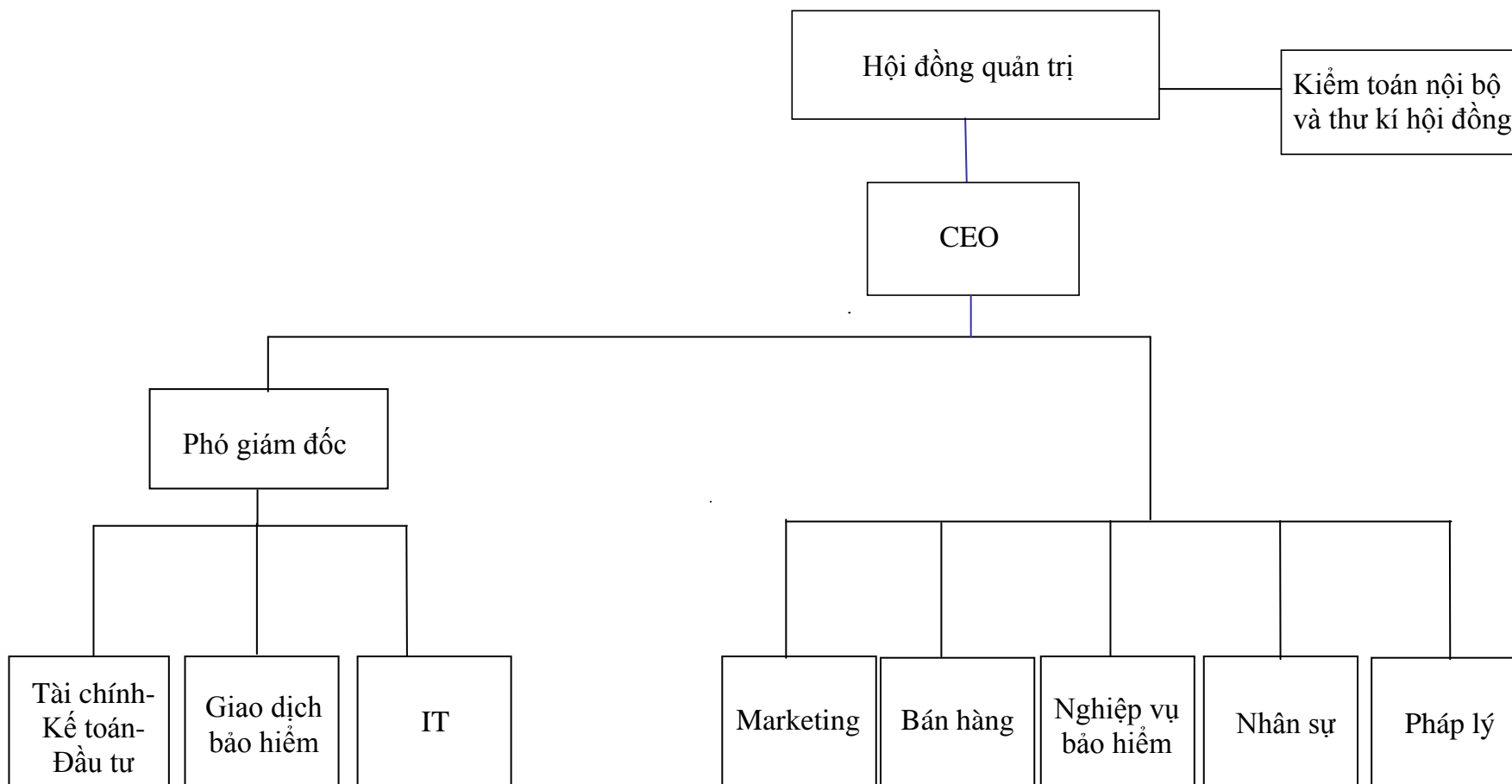
- + Đáp ứng nhu cầu của thị trường.

- + Cố gắng đạt đến sự hoàn hảo.
- + Giữ vững uy tín về khả năng thâm nhập thị trường, tính chuyên nghiệp, hiệu quả hoạt động và quan hệ cộng tác lâu dài và sâu sắc với khách hàng...
- + Nỗ lực để trở thành công ty dẫn đầu thị trường về mức độ hài lòng của khách hàng, về tăng trưởng kinh doanh, chất lượng sản phẩm, năng lực tài chính để tối ưu hóa lợi nhuận
- Sản phẩm ưu việt: Với bề dày 42 năm hình thành và phát triển, đối tác góp vốn của VCLI là BNP Paribas Cardif sẽ mang đến cho khách hàng tại thị trường Việt Nam những sản phẩm ưu việt nhất về bảo hiểm nhân thọ đã tạo nên thương hiệu của BNP kết hợp với sự am hiểu về văn hóa con người Việt Nam để mang đến sự hài lòng tuyệt đối giành cho khách hàng.

(Nguồn: Công ty VCLI, Giới thiệu về VCLI, < <https://vcli.vn/vi/gioi-thieu> > , truy cập ngày 29 tháng 1 năm 2015)

### 2.1.3. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ

Sơ đồ 2.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức công ty liên doanh bảo VCLI



(Nguồn: Phòng nhân sự)

### 2.1.3.1. Hội đồng quản trị

Hội đồng quản trị là cơ quan quản lý công ty, có toàn quyền nhân danh công ty để quyết định, thực hiện các quyền và nghĩa vụ của công ty không thuộc thẩm quyền của Đại hội đồng cổ đông.

Hội đồng Quản trị có các quyền và nhiệm vụ được quy định cụ thể:

- Quyết định chiến lược, kế hoạch phát triển trung hạn và kế hoạch kinh doanh hằng năm của công ty.
- Quyết định chào bán cổ phần mới trong phạm vi số cổ phần được quyền chào bán của từng loại; quyết định huy động thêm vốn theo hình thức khác.
- Quyết định giá chào bán cổ phần và trái phiếu của công ty.
- Quyết định phương án đầu tư và dự án đầu tư trong thẩm quyền và giới hạn theo quy định của điều lệ công ty.
- Quyết định giải pháp phát triển thị trường, tiếp thị và công nghệ; thông qua hợp đồng mua, bán, vay, cho vay và hợp đồng khác có giá trị bằng hoặc lớn hơn 50% tổng giá trị tài sản được ghi trong báo cáo tài chính gần nhất của công ty hoặc một tỷ lệ khác nhỏ hơn quy định tại Điều lệ công ty.
- Bổ nhiệm, miễn nhiệm, cách chức, ký hợp đồng, chấm dứt hợp đồng đối với Giám đốc và người quản lý quan trọng khác do Điều lệ công ty quy định; quyết định mức lương và lợi ích khác của những người quản lý đó, cử người đại diện theo uỷ quyền thực hiện quyền sở hữu cổ phần hoặc phần vốn góp ở công ty khác, quyết định mức thù lao và lợi ích khác của những người đó.
- Giám sát, chỉ đạo Giám đốc và người quản lý khác trong điều hành công việc kinh doanh hằng ngày của công ty.
- Quyết định cơ cấu tổ chức, quy chế quản lý nội bộ công ty, quyết định thành lập công ty con, lập chi nhánh, văn phòng đại diện và việc góp vốn, mua cổ phần của doanh nghiệp khác.
- Duyệt chương trình, nội dung tài liệu phục vụ họp Đại hội đồng cổ đông, triệu tập họp Đại hội đồng cổ đông hoặc lấy ý kiến để Đại hội đồng cổ đông thông qua quyết định.
- Trình báo cáo quyết toán tài chính hằng năm lên Đại hội đồng cổ đông.
- Kiến nghị mức cổ tức được trả, quyết định thời hạn và thủ tục trả cổ tức hoặc xử lý lỗ phát sinh trong quá trình kinh doanh.
- Kiến nghị việc tổ chức lại, giải thể hoặc yêu cầu phá sản công ty.
- Các quyền và nhiệm vụ khác theo quy định của Luật này và Điều lệ công ty.

### 2.1.3.2. Kiểm toán nội bộ và thư kí hội đồng

#### - Kiểm toán nội bộ:

Là sự đảm bảo mục tiêu độc lập và các hoạt động tư vấn để làm tăng giá trị và cải thiện các hoạt động của doanh nghiệp. Nó giúp doanh nghiệp thực hiện các mục tiêu của mình thông qua các phương pháp tiếp cận một cách có hệ thống và có nguyên tắc để đánh giá và nâng cao sự hiệu quả của quản trị rủi ro, hệ thống kiểm soát cũng như các quy trình quản trị.”

#### Yêu cầu của kiểm toán nội bộ

Kiểm toán nội bộ có trách nhiệm cung cấp đánh giá khách quan và đúng mục đích một cách chuyên nghiệp cho doanh nghiệp. kiểm toán nội bộ phải độc lập với các hoạt động mà kiểm toán nội bộ đánh giá và báo cáo cho cấp cao nhất trong một doanh nghiệp, các quản lý cấp cao và các thống đốc, ví dụ hội đồng quản trị hoặc hội đồng quản trị của người được ủy thác, cán bộ kế toán hoặc Ủy ban kiểm toán.

Kiểm toán viên nội bộ cũng cần cập nhật những kiến thức và các kỹ năng mới nhất để đảm bảo họ được trang bị đầy đủ kiến thức để giải quyết những vấn đề mới và tư vấn liên quan đến rủi ro mới.

Trong khi trách nhiệm xác định và quản trị rủi ro thuộc về các nhà quản lý thì một trong những vai trò quan trọng của kiểm toán nội bộ là cung cấp sự đảm bảo rằng những rủi ro đó đã được quản trị đúng cách. Hoạt động kiểm toán nội bộ chuyên nghiệp có thể đạt được sứ mệnh tốt nhất của nó như là một nền tảng về quản trị bằng cách định vị công việc của mình trong bối cảnh khuôn khổ quản trị rủi ro của chính doanh nghiệp. Điều này liên quan đến phương pháp các nhà quản lý phát hiện, đánh giá, phản ứng lại và lập báo cáo về rủi ro, cũng như việc các nhà quản lý kiểm soát các phản ứng với những rủi ro trong hoạt động kinh doanh như thế nào.

#### - Thư kí hội đồng:

- + Trợ giúp Chủ tịch HĐQT xây dựng chiến lược kinh doanh, phương pháp quản lý công ty.

- + Có khả năng tham mưu cho Chủ tịch HĐQT về công tác tổ chức, điều hành các hoạt động kinh doanh của Công ty.

- + Có thể soạn thảo các hợp đồng cũng như thực hiện giao dịch với đối tác, có thể hỗ trợ các cuộc đàm thoại với đối tác nước ngoài.

- + Biết đánh giá tình hình thực tế hiện tại của Công ty.

- + Có thể tham mưu cho Chủ tịch HĐQT về chính sách của Công ty đối với người lao động.

- + Theo dõi việc giải quyết và thực hiện các công việc của các bộ phận.

- + Hỗ trợ cho Chủ tịch HĐQT trong việc đối nội, đối ngoại.
- + Tổng hợp các công việc và báo cáo trước Chủ tịch HĐQT hàng tuần, hàng tháng, hàng quý.
- + Thực hiện các công việc theo sự ủy quyền của Chủ tịch HĐQT.

Thư kí hội đồng sẽ giám sát việc tuân thủ các quy trình do công ty quy định để đảm bảo việc bộ máy điều hành nộp các báo cáo thường niên và báo cáo quý chính xác và đúng hạn; soạn thảo nghị trình, chuẩn bị tài liệu cho các cuộc họp HĐQT; ghi biên bản cuộc họp; đảm bảo các nghị quyết, quyết định của HĐQT được truyền đạt đến CEO một cách chính xác và đúng đắn.

#### 2.1.3.3. CEO

Là người quản lý điều hành cao nhất trong một công ty và thường là người đại diện cho công ty về mặt pháp luật và điều hành toàn bộ mọi hoạt động của công ty theo chiến lược và chính sách của Hội Đồng Quản Trị.

##### - Hoạch định

Chiến lược thực hiện tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi của công ty.

Thực hiện các nghị quyết của Hội đồng quản trị và Đại Hội đồng cổ đông, kế hoạch kinh doanh và kế hoạch đầu tư của Công ty đã được Hội đồng quản trị và Đại hội đồng cổ đông thông qua.

Chiến lược kinh doanh của công ty, phát triển hệ thống kinh doanh, phân phối. Chiến lược, kế hoạch, ngân sách của các khối/phòng để thực thi kế hoạch kinh doanh của công ty.

Chậm nhất vào ngày 15 tháng 12 hàng năm, Tổng giám đốc phải trình Hội đồng quản trị phê chuẩn kế hoạch kinh doanh chi tiết cho năm tài chính tiếp theo trên cơ sở đáp ứng các yêu cầu của ngân sách phù hợp cũng như kế hoạch tài chính 5 năm.

Đề xuất những biện pháp nâng cao hoạt động và quản lý công ty:

- Phát triển sản phẩm mới  
Quyết định các tuyến sản phẩm mới và đa dạng hoá các sản phẩm hiện hữu.
- Xây dựng thương hiệu  
+ Quyết định các chiến lược, chiến dịch, chương trình phát triển thương hiệu của công ty.  
+ Quyết định các chương trình thu hút khách hàng.
- Tài chính  
+ Chịu trách nhiệm về chỉ tiêu tài chính trước Hội đồng quản trị



- + Duyệt các quy định về tài chính và quy định về thẩm quyền ký duyệt về tài chính.

- + Duyệt các khoản chi phí trong phạm vi ngân sách đã được duyệt.

- + Quyết định tất cả các vấn đề không cần phải có quyết nghị của Hội đồng quản trị, bao gồm việc thay mặt công ty ký kết các hợp đồng tài chính và thương mại, tổ chức và điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh thường nhật của công ty theo những thông lệ quản lý tốt nhất.

- Đầu tư

- + Thẩm định các dự án đầu tư.

- + Duyệt kế hoạch thực hiện dự án đầu tư.

- + Duyệt kế hoạch vay, mua bán cổ phiếu, trái phiếu.

- Chính sách

Duyệt các chính sách kinh doanh, phân phối, tiếp thị, nhân sự, mua hàng, tín dụng.

- Tổ chức

Kiến nghị về số lượng và các loại cán bộ quản lý mà công ty cần thuê để Hội đồng quản trị bổ nhiệm hoặc miễn nhiệm khi cần thiết để thực hiện các thông lệ quản lý tốt nhất cũng như các cơ cấu do Hội đồng quản trị đề xuất và tư vấn cho Hội đồng quản trị để quyết định mức lương, thù lao, các lợi ích và các điều khoản khác của hợp đồng lao động của cán bộ quản lý.

Tham khảo ý kiến của Hội đồng quản trị để quyết định số lượng người lao động, mức lương, trợ cấp, lợi ích, việc bổ nhiệm, miễn nhiệm và các điều khoản khác liên quan đến hợp đồng lao động của họ.

- + Phê duyệt cấu trúc tổ chức của công ty, khối, phạm vi trách nhiệm.

- + Duyệt cấu trúc lương, thang bảng lương, các yếu tố trả lương.

- + Duyệt quy chế tiền lương, tiền thưởng.

- + Duyệt kết quả đánh giá cán bộ và quyết định mức khen thưởng cán bộ.

- Quyết định, Quy chế.

- + Duyệt các quy định, quy chế điều hành của toàn công ty.

- + Duyệt quy định khấu hao tài sản cố định.

- Hoạt động điều hành

- + Thoả thuận và duyệt các mục tiêu cho các giám đốc chức năng.

- + Đánh giá hoạt động của các Khối và điều chỉnh những kế hoạch cần thiết.

- + Báo cáo định kỳ và đột xuất cho Hội đồng quản trị.

- + Thực thi kế hoạch kinh doanh hàng năm do Đại hội đồng cổ đông và Hội đồng quản trị thông qua.

- + Thực hiện tất cả các hoạt động khác theo quy định của Điều lệ này và các quy chế của Công ty, các nghị quyết của Hội đồng quản trị, hợp đồng lao động của giám đốc và pháp luật.

*(Nguồn: Công ty VCLI, Phòng Nhân sự)*

#### *2.1.3.4. Phó giám đốc điều hành.*

Phó Giám đốc Công ty là người giúp việc cho Giám đốc, được Giám đốc uỷ quyền hoặc chịu trách nhiệm trong một số lĩnh vực quản lý chuyên môn, chịu trách nhiệm trực tiếp với Giám đốc về phần việc được phân công.

#### *2.1.3.5. Phòng Tài chính- Kế toán- Đầu tư.*

Tổ chức, chỉ đạo toàn bộ hoạt động tài chính kế toán của công ty theo chế độ, chính sách, pháp luật nhà nước, theo Điều lệ tổ chức và hoạt động, quy chế tài chính của liên doanh VCLI.

Xây dựng kế hoạch tài chính hàng năm, năm năm và dài hạn theo kế hoạch sản xuất kinh doanh của trình Hội đồng quản trị, Giám đốc phê duyệt.

Đề xuất các phương án sử dụng linh hoạt toàn bộ số vốn được giao, các loại vốn khác, các quỹ do liên doanh quản lý để phục vụ các hoạt động sản xuất kinh doanh của liên doanh có hiệu quả, bảo toàn và phát triển vốn.

Làm các thủ tục huy động các nguồn vốn, vay tín dụng, vay ngân hàng, các tổ chức tài chính khác. Chuẩn bị đầy đủ vốn đầu tư theo kế hoạch, tiến độ đầu tư cho các hoạt động kinh doanh.

Lập báo cáo quyết toán tài chính hàng năm, định kỳ theo quy định của pháp luật và quy chế tài chính của Công ty. Tổng hợp báo cáo theo chức năng, nhiệm vụ của phòng và theo yêu cầu của lãnh đạo Công ty.

Nộp thuế và các khoản phải đóng góp khác theo quy định của pháp luật và của Công ty.

Tổng hợp và phân tích kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty, đề xuất các biện pháp quản lý tài chính thích hợp trong các hoạt động kinh doanh của Công ty.

Đề xuất phương án nhượng bán, cho thuê, thế chấp, cầm cố, thanh lý tài sản của Công ty.

Mở sổ sách kế toán, thực hiện luật kế toán theo quy định của nhà nước. Thực hiện công tác kiểm toán báo cáo tài chính hàng năm của Công ty và kiểm toán nhà nước theo định kỳ.

Thực hiện trích khấu hao tài sản cố định theo quy định của pháp luật. Đề xuất trích lập các quỹ trình Hội đồng quản trị, Giám đốc Công ty quyết định.

Theo dõi, đôn đốc việc thực hiện quyết toán các hợp đồng kinh tế của Công ty và các công nợ. Đề xuất phương án thu hồi và xử lý những khoản nợ tồn đọng, dây dưa, khó đòi.

Phối hợp với các phòng ban chức năng khác của Công ty xây dựng kế hoạch kinh doanh, đơn giá sản phẩm trình Hội đồng quản trị, Giám đốc Công ty phê duyệt.

Tổ chức kiểm kê tài sản Công ty sau khi kết thúc năm kế hoạch, phản ánh kết quả kiểm kê vào sổ sách kế toán.

Tổ chức kiểm kê đánh giá lại tài sản của Công ty theo quy định của nhà nước và trong trường hợp cần thiết.

Soạn thảo các văn bản hướng dẫn nghiệp vụ theo chức năng nhiệm vụ của phòng.

Lưu giữ, bảo quản hồ sơ hình thành trong quá trình thực hiện chức năng nhiệm vụ của phòng.

#### *2.1.3.6. Phòng giao dịch bảo hiểm*

Là nơi xây dựng và thực hiện các quy trình, các hoạt động thẩm định, phát hành hợp đồng, xử lý các yêu cầu sau khi phát hành hợp đồng và giải quyết quyền lợi bảo hiểm cho khách hàng; đồng thời, là nơi phát triển và thực hiện các chiến lược, các hoạt động phục vụ và chăm sóc khách hàng.

#### *2.1.3.7. Phòng IT*

Hoạt động như một đối tác với các phòng ban để nhận và phân tích các yêu cầu về công nghệ thông tin; phát triển các chương trình, các phần mềm ứng dụng nhằm phục vụ cho hoạt động của Công ty; theo dõi việc thực hiện và đảm bảo chất lượng cho các dự án công nghệ thông tin và điều hành cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin của Công ty.

Nhiệm vụ phòng IT gồm có:

- Cùng các phòng ban liên quan xây dựng trình Giám đốc kế hoạch hằng năm về công nghệ thông tin của công ty.
- Khai thác, sử dụng và bảo quan các tài nguyên công nghệ thông tin của công ty
- Nghiên cứu xây dựng và ứng dụng công nghệ thông tin rộng rãi vào công tác chuyên môn, nghiệp vụ của công ty.
- Tổ chức thu nhập, lưu trữ và xử lý dữ liệu phục vụ yêu cầu quản lý cũng như cung cấp cho các phòng ban có liên quan.
- Hướng dẫn các nghiệp vụ sử dụng công nghệ thông tin cho các phòng ban.
- Sử dụng hiệu quả cũng như đề xuất sửa chữa thay mới các thiết bị công nghệ thông tin trong công ty

*(Nguồn: Công ty VCLI, Phòng Nhân sự)*

#### 2.1.3.8. Phòng Marketing

Phòng marketing là cầu nối giữa bên trong và bên ngoài, giữa sản phẩm và khách hàng, giữa thuộc tính của sản phẩm và nhu cầu khách hàng.

Chức năng của phòng marketing:

- Nghiên cứu tiếp thị và thông tin, tìm hiểu sự thật ngầm hiểu của khách hàng
- Lập hồ sơ thị trường và dự báo doanh thu
- Khảo sát hành vi ứng xử của khách hàng tiềm năng
- Phân khúc thị trường, xác định mục tiêu, định vị thương hiệu
- Phát triển sản phẩm, hoàn thiện sản phẩm với các thuộc tính mà thị trường mong muốn (thực hiện trước khi sản xuất sản phẩm, xây dựng nhà hàng,...)
- Quản trị sản phẩm (chu kỳ sống sản phẩm): Ra đời, phát triển, bão hòa, suy thoái, và đôi khi là hồi sinh.
- Xây dựng và thực hiện kế hoạch chiến lược marketing như 4P: sản phẩm, giá cả, phân phối, chiêu thị; 4 C: Nhu cầu, mong muốn, tiện lợi và thông tin. Đây là kỹ năng tổng hợp của toàn bộ quá trình trên nhằm kết hợp 4P và 4C.

#### 2.1.3.9. Phòng bán hàng

Phòng bán hàng hay phòng kinh doanh, tên gọi chung của bộ phận thuộc Doanh nghiệp trực tiếp chịu trách nhiệm thực hiện các hoạt động tiếp thị - bán hàng tới các khách hàng và khách hàng tiềm năng của Doanh nghiệp nhằm đạt mục tiêu về Doanh số, Thị phần,...

Chức năng của phòng bán hàng :

- Lập các kế hoạch Kinh doanh và triển khai thực hiện
- Thiết lập, giao dịch trực tiếp với hệ thống Khách hàng, hệ thống nhà phân phối
- Thực hiện hoạt động bán hàng tới các Khách hàng nhằm mang lại Doanh thu cho Doanh nghiệp
- Phối hợp với các bộ phận liên quan như Kế toán, Sản xuất, Phân phối,...nhằm mang đến các dịch vụ đầy đủ nhất cho khách hàng

#### 2.1.3.10. Phòng nghiệp vụ về bảo hiểm

Là một trong những phòng ban đặc thù của công ty bảo hiểm, là nơi chuyên trách các nghiệp vụ về bảo hiểm cũng như thẩm định chất lượng cho các sản phẩm bảo hiểm .

(Nguồn: Công ty VCLI, Phòng Nhân sự)

#### 2.1.3.11. Phòng nhân sự

Là nơi xây dựng và thực hiện các chiến lược về con người để phục vụ cho mục tiêu phát triển của toàn Công ty. Phòng Nhân sự thực hiện các hoạt động nhằm hỗ trợ nhân viên, phát triển đội ngũ nhân viên trong công ty, và thu hút các nhân tài từ bên

ngoài thông qua sự phối hợp hiệu quả của các bộ phận Tuyển dụng, Tiền lương, Đào tạo và bộ phận Hỗ trợ Hoạt động Nhân sự của các phòng ban.

Chức năng:

- Xây dựng kế hoạch nhân sự phù hợp với kế hoạch phát triển của công ty.
- Quản lý đào tạo nhân viên về nghiệp vụ, từ đó làm đầu mối đánh giá nhân viên.
- Tổ chức bố trí nhân sự theo kế hoạch nhu cầu nguồn lực của công ty.
- Lên kế hoạch nhân sự hàng năm để kịp thời đáp ứng nhu cầu về nhân sự của công ty.
- Thực hiện công tác lập đơn giá tiền lương cũng như giải quyết chế độ phụ cấp cho nhân viên trong công ty.
- Thực hiện các thủ tục cần thiết cho nhân viên trong trường hợp được cử đi công tác, tham quan trong hoặc ngoài nước
- Quản lý công tác thi đua khen thưởng trong công ty để đánh giá nhân viên trong thời gian làm việc.

#### *2.1.3.12. Phòng pháp lý*

Phòng pháp lý với nhiệm vụ giải quyết các vấn đề pháp lý xảy ra trước trong quá trình kinh doanh bảo hiểm của công ty. Đảm bảo cho quá trình kinh doanh của công ty đi đúng hướng và chấp hành đúng quy định của pháp luật.

*(Nguồn: Công ty VCLI, Phòng Nhân sự)*

#### 2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty liên doanh bảo hiểm VCLI.

**Bảng 2.1. Báo cáo kết quả kinh doanh của VCLI 2011-2013**

Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2012	Năm 2011	Chênh lệch 2013/2012		Chênh lệch 2012/2011	
				Tuyệt đối	Tương đối(%)	Tuyệt đối	Tương đối(%)
(A)	(B)	(C)	(D)	(E)=(B)-(C)	(F)=(E)/(C)	(G)=(C)-(D)	(H)=(G)/(D)
Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm	56.528.320.029	47.729.069.474	25.654.869.519	8.799.250.550	18,43	22.074.199.965	8,60
Tổng chi phí trực tiếp hoạt động kinh doanh bảo hiểm	37.139.655.398	39.347.418.875	11.566.581.815	(2.207.763.480)	(5,61)	27.780.837.060	79,15
Lợi nhuận gộp hoạt động kinh doanh bảo hiểm	19.388.664.631	8.381.650.599	3.692.572.590	11.009.014.032	131,34	4.689.078.009	126,98
Doanh thu hoạt động tài chính	62.470.272.396	78.010.821.180	71.060.209.648	(15.540.548.784)	(19,92)	6.950.285.632	9,77
Chi phí bán hàng	20.884.944.388	16.894.988.345	11.298.698.538	3.989.956.040	23,61	5.596.289.807	49,53

Chi phí quản lý doanh nghiệp	41.103.828.139	34.426.493.713	30.104.299.887	6.677.336.420	19,39	4.322.493.826	14,35
Chi phí khác	-	229.165.071	-	(229.165.071)	-	229.165.071	-
Thu nhập khác	-	253.860.777	853.866.523	(253.860.777)	-	(600.005.746)	(70,26)
Thuế thu nhập doanh nghiệp	5.949.793.978	8.984.684.579	8.679.334.089	(3.034.890.601)	(33,77)	305.350.490	3,51
Lợi nhuận sau thuế	13.614.876.135	25.752.139.438	25.182.279.743	(12.137.263.303)	(47,13)	570.159.990	2,26

(Nguồn: Phòng Tài Chính-Kế  
Toán- Đầu Tư)



- Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm:

Trong 3 năm qua, doanh thu thuần từ hoạt động kinh doanh bảo đã có bước nhảy vọt lớn, năm 2012 doanh thu đã tăng gần gấp rưỡi với mức tăng 86,04% tương ứng với 22.074.199.965 đồng. Dù trong năm 2013 mức tăng chỉ là 8.799.250.550 đồng so với năm 2012 nhưng xét về tổng thể vẫn là tín hiệu tích cực trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm của VCLI nếu tính đến tình hình kinh tế còn nhiều bất ổn hiện tại khi chính phủ vẫn đang căng mình để kìm hãm lạm phát ở mức một con số song song với việc giữ mức tăng trưởng ở mức 5-7% cộng thêm với sự dè dặt trong chi tiêu của người dân hiện nay nhất là các khoản chi cần một chi phí lớn trong thời gian dài như mua bảo hiểm nhân thọ.

- Tổng chi phí trực tiếp hoạt động kinh doanh bảo hiểm :

Song song với mức tăng rất tốt của năm 2012 về doanh thu kinh doanh bảo hiểm so với năm 2011 thì 2012 cũng là năm chi phí trực tiếp cho hoạt động này tăng lên nhanh chóng. Nếu năm 2011 chỉ là 21.962.296.929 đồng thì đến 2012 đã là 39.347.418.875 đồng tương ứng với mức tăng 79,15%. Tuy nhiên trong năm 2013 con số này lại giảm 2.207.763.480 đồng khi chỉ đạt 37.139.655.398 đồng so với năm 2012, cho thấy doanh nghiệp đã biết kiểm soát chi phí dành cho kinh doanh bảo hiểm một cách tốt hơn qua việc tái cơ cấu lại nhân sự, giảm các chi phí không cần thiết hoặc có thể cắt giảm được trong quá trình kinh doanh. Điều này sẽ tạo điều kiện để lợi nhuận gộp tăng cao.

- Lợi nhuận gộp hoạt động kinh doanh bảo hiểm:

Ta có thể nhận thấy từ doanh thu và chi phí kinh doanh bảo hiểm của VCLI trong 3 năm qua, lợi nhuận gộp của công ty chắc chắn sẽ tăng. Mức tăng 126,98% của năm 2012 so với năm 2011 đã minh chứng cho khẳng định trên, mức tăng này thậm chí còn cao hơn trong năm 2013 khi 2013 đạt 19.388.664.631 đồng nhiều hơn 11.007.014.032 đồng so với 8.381.650.599 đồng của năm 2012 và đạt tỷ lệ là 131,34%. Đạt được điều này chính là sự kết hợp giữa việc tăng doanh thu trong hoạt động bảo hiểm kết hợp với cắt giảm được một lượng chi phí sử dụng cho kinh doanh bảo hiểm. Con số trên càng khẳng định rõ hơn về sự phát triển trong kinh doanh bảo hiểm của liên doanh VCLI trong 3 năm qua.

- Doanh thu từ hoạt động tài chính:

Có thể nhận thấy rằng hoạt động tài chính mà cụ thể ở đây là gửi tiền tại ngân hàng vẫn là nguồn doanh thu lớn của VCLI. Năm 2011 con số này 71.062.533.548 đồng, năm 2012 tăng lên 6.948.287.632 đồng lên thành 78.010.821.180 tương ứng với mức tăng 9.77% . Dù cho trong năm 2013 con số này chỉ còn 62.470.272.396 đồng giảm 15.540.548.784 đồng tương ứng với mức 19.92% thì đây vẫn là mức doanh thu

cao hơn doanh thu từ hoạt động chính của công ty là bảo hiểm nhân thọ. Doanh thu từ hoạt động tài chính hiện đang nắm giữ vị trí số một trong tổng doanh thu chung của công ty, dẫn đến điều này là do hiện nay do yếu tố kinh tế hiện nay còn nhiều hạn chế như tăng trưởng thấp, lạm phát hay do người dân dè dặt trong chi tiêu cộng thêm với thương hiệu VCLI còn mới trên thị trường Việt Nam khi mới chỉ có 5 năm có mặt trên thị trường nên VCLI vẫn đang trong quá trình cạnh tranh khốc liệt giành thị phần không chỉ với các mô hình liên kết bảo hiểm và ngân hàng khác mà còn với những công ty bảo hiểm nhân thọ khác đã có mặt tại Việt Nam từ lâu.

- Chi phí bán hàng:

Chi phí bán hàng của liên doanh VCLI có mức tăng khá đều trong 3 năm qua. Năm 2012 tăng thêm 5.596.289.807 đồng lên 16.984.988.345 đồng với mức tăng là 49,53%, năm 2013 chỉ tăng 23,61% so với năm 2012 là 20.884.944.388 đồng. Mức tăng này là hoàn toàn hợp lý với mức tăng doanh thu hoạt động kinh doanh bảo hiểm của công ty, tuy nhiên điều cần thiết là tiếp tục giữ cho chi phí này tăng không quá cao trong các năm tiếp theo để hoạt động kinh doanh hiệu quả hơn. Ngoài việc tăng cường tái cơ cấu lại nhân sự hợp lý để tiết giảm chi phí thì cần tăng cường lên các phương án bán hàng mới sử dụng ít chi phí hơn mà vẫn có hiệu quả bán hàng tốt.

- Chi phí quản lý doanh nghiệp:

Chi phí này được coi như chi phí cố định của doanh nghiệp nên việc cắt giảm nó chính là sự cố gắng của toàn bộ bộ máy của công ty. Chi phí này trong năm 2011 là 30.104.299.887 đồng đến năm 2012 chỉ tăng 4.322.193.826 đồng và dừng ở mức là 34.426.493.713 đồng với tỷ lệ tăng chỉ là 14,35%. Con số này cao hơn trong năm 2013 khi năm 2013 chi phí bán hàng tăng 6.677.334.426 đồng lên mức 41.103.828.139 so với năm 2012. Như đã biết nền kinh tế Việt Nam trong năm 2012 là không tốt và tương đối khó khăn cho các doanh nghiệp bảo hiểm khi đây là năm tiền đề cho việc tái cấu trúc nền kinh tế của chính phủ từ các công ty nhà nước cho đến các công ty tư nhân qua việc ngăn chặn đà tăng của lạm phát cũng như hết động lực tăng trưởng do vậy để tồn tại qua giai đoạn này cũng là một thử thách không đơn giản của các doanh nghiệp nhất là đối với một công ty còn mới như VCLI, tuy rằng mức tăng không quá lớn so với doanh thu đạt được nhưng về lâu dài sẽ ảnh hưởng đến tình hình chung của công ty nên rất cần những biện pháp tốt hơn từ lãnh đạo công ty nhằm hạn chế tối đa mức tăng của chi phí này, cũng như các chi phí khác thì tái cơ cấu nhân sự hiệu quả vẫn là giải pháp đầu tiên. Tiếp đó là cắt giảm hợp lý các chi phí qua việc sử dụng các hiệu quả các thiết bị tại công ty tránh lãng phí.

- Thu nhập khác:

Thu nhập khác là nguồn thu nhập không đáng kể của doanh nghiệp. Do đặc thù của bảo hiểm nhân thọ là không sử dụng nhiều tài sản cố định nên công ty có rất ít thu nhập từ việc thanh lý các tài sản đã cũ cần thanh lý hay những chi phí liên quan đến tài sản khác. Trong năm 2011 là 583.566.523 đồng đến 2012 chỉ còn 253.860.777 đồng. Thậm chí đến năm 2013 công ty không có thu nhập khác.

- Chi phí khác:

Giống như thu nhập khác, chi phí khác tại công ty VCLI rất ít do không có nhiều các hoạt động liên quan đến tài sản như thanh lý nhượng bán tài sản cố định hay các khoản lỗ do đưa tài sản cố định đi góp vốn liên doanh. Năm 2011 và 2013 đều không có phát sinh về chi phí này. Riêng chỉ có 2012 chi phí này cũng chỉ là 229.165.071 đồng.

- Lợi nhuận khác:

Do cả 2 khoản là doanh thu và chi phí khác đều rất thấp nên lợi nhuận khác cũng không thể cao. Cụ thể, 2011 đạt 853.866.523 đồng nhưng chỉ sau 1 năm đã giảm gần như hoàn toàn chỉ còn 24.695.706 đồng. Đây là mức giảm rất sâu với tỷ lệ giảm là 3357% .

- Thuế thu nhập doanh nghiệp:

Trong năm 2011, liên doanh VCLI đã đóng góp cho ngân sách nhà nước thông qua thuế thu nhập của doanh nghiệp số tiền là 8.679.334.089 đồng. Số tiền thuế trong năm 2012 gần như tương đương khi chỉ tăng nhẹ 3,51% đạt 8.984.684.579 đồng so với 2011. Năm 2013 do lợi nhuận suy giảm do đó thuế thu nhập chỉ còn 5.949.793.978 đồng giảm 33,77% so với 1 năm trước đó. Thuế phải nộp của công ty tuy giảm nhưng đây là một trong những dẫn chứng cho thấy sự suy giảm trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của VCLI khi doanh thu từ các hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ và đầu tư tài chính ngắn hạn có mức tăng không như mong đợi hoặc giảm đi.

- Lợi nhuận sau thuế:

Trong 2 năm 2011 và 2012, lợi nhuận sau thuế của gần như tương đương lần lượt là 25.182.279.743 đồng và 25.752.139.438 đồng. Đối với một công ty còn tương đối mới như VCLI (6 năm) cùng với việc hoạt động trong một môi trường kinh doanh đầy cạnh tranh (tính đến 2011, tại Việt Nam có 57 doanh nghiệp bảo hiểm trong đó có 28 doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ) và còn chịu nhiều ảnh hưởng từ khủng hoảng kinh tế (lạm phát, tăng trưởng chậm) như Việt Nam thì đây là những con số chấp nhận được. Tuy nhiên 2013 lợi nhuận sau thuế lại giảm quá nhanh xuống chỉ còn 13.614.876.135 đồng tỷ lệ giảm lên tới 47,13 % so với 1 năm trước đó. Điều này cho thấy những vấn đề mới xuất hiện trong bộ máy kinh doanh của VCLI, đây là thời điểm để tái cơ cấu lại bộ máy đồng thời phải tìm ra các giải pháp nâng cao

hiệu quả trong quản lý kinh doanh như các phương án bán hàng hiệu quả và kinh tế hơn của công ty để nhanh chóng đưa lợi nhuận trở lại mức cũ và lên cao hơn, nhất là trong thời điểm nền kinh tế phục hồi lại sẽ có không ít cạnh tranh tìm đến với doanh nghiệp từ các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ khác.

## **2.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI**

### **2.2.1. Khái quát tình hình kinh tế xã hội ở Việt Nam**

Chính phủ xác định mục tiêu phát triển kinh tế xã hội 2014 “tiếp tục ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, tăng trưởng hợp lý và nâng cao chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh của nền kinh tế trên cơ sở đẩy mạnh thực hiện ba đột phá chiến lược gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, tái cơ cấu kinh tế, đảm bảo an ninh xã hội và phúc lợi xã hội, cải thiện đời sống nhân dân. Sử dụng hợp lý và có hiệu quả tài nguyên, bảo vệ môi trường và chủ động ứng phó với biến đổi khí hậu, đẩy mạnh cải cách hành chính và chống tham nhũng, cải thiện môi trường kinh doanh, đảm bảo quốc phòng an ninh, trật tự, an toàn xã hội, mở rộng và nâng cao hiệu quả công tác đối ngoại và hội nhập quốc tế”. Chính phủ đã ban hành ND 01 ngày 2/1/2014 về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu chỉ đạo, điều hành thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế xã hội. Nền kinh tế xã hội 3 tháng đầu năm có nhiều khởi sắc chứng tỏ nền kinh tế đã phục hồi tăng trưởng trở lại. GDP phát triển 4,96%, nông lâm thủy sản tăng 2,37%, công nghiệp và xây dựng 4,69%, dịch vụ 5,59%. Vốn đầu tư toàn xã hội đạt 214.800 tỉ đồng tăng 3,8% chiếm 28,4% GDP trong đó vốn Nhà nước 78.400 tỉ đồng tăng 0,4%, xuất khẩu 33,3 tỉ USD tăng 14,1%, nhập khẩu 32,3 tỉ USD tăng 12,4%, xuất siêu 1 tỉ USD. Chỉ số giá tiêu dùng tăng 4,83% so với cùng kỳ năm trước, riêng tháng 3 tăng 0,8% so với tháng 12/2013. Mức tăng trên sẽ có tác động tích cực đến thị trường bảo hiểm nhân thọ đặc biệt là GDP dịch vụ vì sự tăng trưởng tốt của nền kinh tế đồng nghĩa với việc người dân thoải mái hơn trong việc chi tiêu các sản phẩm cần nhiều tiền chi trả như bảo hiểm nhân thọ.

(Nguồn: *Tạp Chí Tài Chính, Tổng quan thị trường bảo hiểm Việt Nam 2014*, <[http://www.tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014\\_07\\_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf](http://www.tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014_07_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf)>, truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015)

## 2.2.2. Khái quát tình hình kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của các doanh nghiệp bảo hiểm tại Việt Nam

### 2.2.2.1. Cơ sở pháp lý

**Bảng 2.2. Các nghị liên quan đến kinh doanh bảo hiểm**

Ký hiệu	Ngày ban hành	Ngày hiệu lực	Mô tả
123/2011/NĐ-CP	28/12/2011	15/02/2012	Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật KDBH và sửa đổi, bổ sung một số điều của ND số 45/2007/NĐ-CP
41/2009/NĐ-CP	05/05/2009	22/06/2009	Về xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực KDBH
114/2008/NĐ-CP	03/11/2008	29/11/2008	Về việc hướng dẫn chi tiết thi hành một số điều của luật phá sản đối với DN HĐKD trong lĩnh vực bảo hiểm, chứng khoán và tài chính khác
103/2008/NĐ-CP	16/09/2008	16/10/2008	Quy định về bảo hiểm bắt buộc TNDS của chủ xe cơ giới
46/2007/NĐ-CP	27/03/2007	11/04/2007	Quy định chế độ tài chính đối với DNBH và DNMGBH
45/2007/NĐ-CP	27/03/2007	11/04/2007	Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật KDBH
130/2006/NĐ-CP	08/11/2006	22/11/2006	Quy định chế độ bảo hiểm cháy, nổ bắt buộc
125/2005/NĐ-CP	07/10/2005	21/10/2005	Quy định chế độ bảo hiểm bắt buộc TNDS của người kinh doanh vận tải hành khách, hàng hoá dễ cháy và dễ nổ trên đường thuỷ nội địa
18/2005/NĐ-CP	24/02/2005	10/03/2005	Quy định việc thành lập, tổ chức và hoạt động của tổ chức bảo hiểm tương hỗ
118/2003/NĐ-CP	13/10/2003	02/11/2003	Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực KDBH (*)

43/2001/NĐ-CP	01/08/2001	15/08/2001	Quy định chế độ tài chính đối với DNBH và doanh nghiệp môi giới bảo hiểm (*)
42/2001/NĐ-CP	01/08/2001	15/08/2001	Quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật KDBH (*)
115/1997/NĐ-CP	17/12/1997	31/12/1997	Về chế độ bảo hiểm bắt buộc TNDS của chủ xe cơ giới (*)
74/CP	14/06/1997	29/06/1997	Sửa đổi, bổ sung một số điều quy định tại Nghị định số 100/CP ngày 18/12/1993 của Chính phủ về KDBH (*)
100/CP	18/12/1993	01/01/1994	Về Kinh doanh Bảo hiểm (*)
30/HĐBT	10/03/1988	01/04/1988	Về chế độ bảo hiểm TNDS của chủ xe cơ giới (*)

(\*): Văn bản hết hiệu lực

(Nguồn: Cục Quản Lý và Giám Sát Bảo Hiểm, Các nghị định liên quan đến hoạt động kinh doanh bảo hiểm,

<[http://irt.mof.gov.vn/portal/page/portal/irt/37905500?p\\_page\\_id=49926491&pers\\_id=37854263&item\\_id=41557483&p\\_details=1](http://irt.mof.gov.vn/portal/page/portal/irt/37905500?p_page_id=49926491&pers_id=37854263&item_id=41557483&p_details=1)> , truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015)

#### 2.2.2.2. Tình hình kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của các doanh nghiệp tại Việt Nam

Căn cứ vào thông tin mới nhất từ Bản tin thị trường Bảo hiểm Toàn Cầu của Cục Quản lý và Giám sát bảo hiểm (Bộ Tài chính), có thể thấy sự thay đổi nhẹ trong thị phần của khối này trong năm 2013.

Dù là DN mới gia nhập thị trường, nhưng PVI Sun Life đã vượt qua Manulife, AIA và Dai-ichi để giành vị trí thứ 3 trong doanh thu khai thác mới, đóng góp đáng kể vào con số 7.603 tỷ đồng doanh thu khai thác mới của cả khối nhân thọ, tăng tới gần 46% so với năm 2012.

Cụ thể, nhóm dẫn đầu thị phần doanh thu phí bảo hiểm khai thác mới (hợp đồng chính) bao gồm Prudential (ước thị phần 23,1%), Bảo Việt Nhân thọ (ước 21,1%), PVI Sunlife (ước 13,0%), Manulife (ước 11,0%), AIA và Dai-ichi (ước 8,3%), ACE (ước 6,4%) và Prevoir (ước 5,4%).

Các DN chiếm thị phần nhỏ như: Hanwalife (ước 1,1%), Cathay (ước 0,5%)... PVI Sun Life cũng là DN có tỷ trọng sản phẩm bảo hiểm liên kết chung lớn trong tổng số lượng hợp đồng khai thác mới, bên cạnh những “đàn anh” là ACE, Dai-ichi, AIA, Bảo Việt Nhân thọ.



VCLI và Vietinbank Aviva cũng là các DN có số lượng hợp đồng bảo hiểm tử kỳ khai thác mới chiếm đa số cùng với Prevoir, đóng góp chính vào mức tăng trưởng tới 230% trong doanh thu khai thác mới của nghiệp vụ bảo hiểm tử kỳ.

Cụ thể về sự phát triển của bảo hiểm nhân thọ trong 3 tháng đầu năm 2014 :

- Số lượng hợp đồng bảo hiểm
  - + Số lượng hợp đồng khai thác mới trong 03 tháng đầu năm 2014 đạt 214.274 hợp đồng (sản phẩm chính), giảm 14% so với cùng kỳ năm ngoái, trong đó, có 214.163 hợp đồng cá nhân (giảm 14%) và 111 hợp đồng nhóm (tăng 65%).
  - + Số lượng hợp đồng khôi phục hiệu lực (sản phẩm chính) trong 3 tháng đầu năm là 23.333 hợp đồng, tăng 13% so với cùng kỳ năm ngoái. Số lượng hợp đồng hết hiệu lực trong kỳ là 184.815 hợp đồng giảm 8% so với cùng kỳ năm trước.
  - + Tổng số lượng hợp đồng có hiệu lực cuối kỳ (sản phẩm chính) là 5.186.168 hợp đồng, tăng 7% so với cùng kỳ năm ngoái. Các doanh nghiệp có số lượng hợp đồng có hiệu lực lớn nhất bao gồm Prudential (2.177.895 hợp đồng), Bảo Việt (1.351.876 hợp đồng) và Manulife (432.537 hợp đồng).
  - + Về cơ cấu số lượng hợp đồng theo sản phẩm: nhóm 3 sản phẩm bảo hiểm hỗn hợp, bảo hiểm tử kỳ và bảo hiểm đầu tư vẫn là những sản phẩm được ưa chuộng và chiếm tỉ trọng cao nhất.
- Số tiền bảo hiểm

Tổng mức trách nhiệm mà các DNBH Nhân thọ đang nắm giữ là 733,7 nghìn tỉ đồng tăng 23% so với cùng kỳ năm ngoái, trong đó, mức trách nhiệm của các sản phẩm chính đạt 539 nghìn tỉ đồng (tăng 24%), mức trách nhiệm của các sản phẩm phụ đạt 194 nghìn tỉ đồng (tăng 19%). Tổng mức trách nhiệm của các sản phẩm bảo hiểm cá nhân đạt 715 nghìn tỉ đồng (tăng 22%) và các sản phẩm bảo hiểm nhóm đạt 19 nghìn tỉ đồng (tăng 58%). Mặc dù số lượng hợp đồng khai thác mới trong 3 tháng đầu năm giảm và số lượng hợp đồng có hiệu lực cuối kỳ chỉ tăng ở mức nhẹ 7% nhưng tổng số tiền bảo hiểm tăng khá lớn cho thấy các sản phẩm bảo hiểm có mức trách nhiệm lớn đang ngày càng được quan tâm. Các sản phẩm này chủ yếu bao gồm sản phẩm bảo hiểm đầu tư, bảo hiểm hỗn hợp và các sản phẩm bảo hiểm bồi trợ. Các doanh nghiệp có tổng mức trách nhiệm cao trên thị trường bảo hiểm là: Prudential 193 ngàn tỉ, Dai-ichi life là 127 ngàn tỉ và Bảo Việt Nhân thọ là 110 ngàn tỉ đồng.

- Phí bảo hiểm
  - + Phí bảo hiểm định kỳ năm đầu trong 3 tháng đầu năm 2014 đạt 1.462 tỉ đồng tăng 16% so với cùng kỳ năm trước, phí bảo hiểm đóng một lần là 43 tỉ đồng tăng 32%. Tổng phí khai thác mới trong 3 tháng đầu năm đạt 1.505 tỉ đồng tăng 16% so với



cùng kỳ năm trước. Dẫn đầu về phí bảo hiểm khai thác mới là Prudential với 396 tỉ đồng, Bảo Việt Nhân thọ là 359 tỉ đồng và Manulife là 195 tỉ đồng.

- + Tổng doanh thu phí bảo hiểm toàn thị trường là 5.312 tỉ đồng, tăng 20,4% so với cùng kỳ năm trước, trong đó, sản phẩm bảo hiểm cá nhân đạt 5.256 tỉ đồng (tăng 20%) và sản phẩm bảo hiểm nhóm đạt 56 tỉ đồng (tăng 147%). Với mức tăng khá ấn tượng của các sản phẩm bảo hiểm nhóm cả về số lượng hợp đồng (tăng 65%), số tiền bảo hiểm (tăng 58%) và doanh thu phí (tăng 147%), có thể thấy các sản phẩm bảo hiểm nhóm đang dần có chỗ đứng trên thị trường, đặc biệt là các sản phẩm bảo hiểm nhóm cho người lao động. Hầu hết các sản phẩm bảo hiểm nhóm cho người lao động hiện nay trên thị trường đều có thời hạn 1 năm, đồng thời lại có một số ưu đãi nhất định về mặt thuế nên đây được coi là một hướng phát triển mới cho các DNBH nhỏ mới tham gia thị trường.

- + Các doanh nghiệp chiếm thị phần tổng doanh thu lớn trên thị trường bao gồm Prudential (1.748 tỉ đồng), Bảo Việt Nhân thọ (1.625 tỉ đồng), Manulife (615 tỉ đồng), AIA (450 tỉ đồng) và Dai-ichi Life (416 tỉ đồng).

- + Cơ cấu doanh thu theo sản phẩm: nhóm sản phẩm chiếm tổng doanh thu cao nhất vẫn bao gồm các sản phẩm bảo hiểm hỗn hợp, bảo hiểm đầu tư và các sản phẩm phụ. Số phí bình quân trên 1 hợp đồng đạt xấp xỉ 1.000.000đ/1 hợp đồng.

- Trả tiền bảo hiểm

Trong 3 tháng đầu năm 2014, tổng số chi trả quyền lợi bảo hiểm đạt 1.816 tỉ đồng Tổng số trả tiền bảo hiểm là 1.179 tỉ đồng, giảm 2%, trong đó Bảo Việt với 528 tỉ đồng, Prudential với 413 tỉ đồng và Manulife với 98 tỉ đồng. Tổng số trả giá trị hoàn lại là 358 tỉ đồng, tăng 2%, trong đó, Prudential là doanh nghiệp có giá trị hoàn lại cao nhất thị trường với 128 tỉ đồng, tiếp theo là Bảo Việt Nhân thọ với 94 tỉ đồng và Manulife với 60 tỉ đồng. Tổng số lãi chia cho người thụ hưởng là 278 tỉ đồng, giảm 10%, trong đó, Prudential trả 141 tỉ đồng, Bảo Việt Nhân thọ trả 66 tỉ đồng và Manulife trả 62 tỉ đồng.

- Số lượng đại lý bảo hiểm

- + Số lượng đại lý mới tuyển dụng trong 3 tháng đầu năm 2014 là 25.193 người tăng 20% so với cùng kỳ năm ngoái, các doanh nghiệp bảo hiểm có số lượng đại lý mới tuyển dụng nhiều nhất thị trường theo thứ tự là: Prudential (7.041 đại lý), Bảo Việt Nhân thọ (5.249 đại lý) và AIA (3.673 đại lý).

- + Mặc dù số lượng đại lý mới tuyển dụng tăng khá lớn nhưng tính đến hết tháng 3 tháng năm 2014, tổng số lượng đại lý có mặt trên thị trường chỉ tăng 4,5% với

225.287 đại lý. Các doanh nghiệp có số lượng đại lý cao nhất là Prudential 106.608 người, Bảo Việt Nhân thọ là 37.426 người và Dai-ichi life 22.030 người.

(Nguồn: *Tạp Chí Tài Chính*, *Tổng quan thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2014*, <[http://tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014\\_07\\_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf](http://tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014_07_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf)>, truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015)

### **2.2.3. Thực trạng hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI**

#### **2.2.3.1. Các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI**

##### **Bảo an tín dụng (bảo vệ)**

- Sẵn sàng bảo vệ bạn và gia đình

Với khoản vay ngân hàng, một căn nhà mơ ước, tương lai học vấn cho con cái, một chiếc xe hơi đời mới, một chuyến du lịch nước ngoài và nhiều dự định khác nữa đều trong tầm tay bạn.

Giờ đây, VCLI còn giúp bạn hoàn toàn an tâm rằng gia đình mình luôn được tận hưởng tiện nghi và phong cách sống do bạn dành nhiều tâm sức gây dựng mà không lo trả nợ vay.

- Bảo An Tín Dụng là gì?

Bảo An Tín Dụng bảo vệ bạn và gia đình trước những rủi ro không lường trước dẫn đến tử vong hoặc thương tật toàn bộ vĩnh viễn bằng việc đứng ra chi trả dư nợ vay ngân hàng.

- Ai có thể mua Bảo An Tín Dụng?

Cá nhân trong độ tuổi 18-60 và được bảo vệ đến 70 tuổi.

- Tại sao cần đến Bảo An Tín Dụng?

Cuộc sống thăng trầm, những giấc mơ và kế hoạch quan trọng có thể không thực hiện được khi bất hạnh không may ập đến. Bảo An Tín Dụng là sự lựa chọn đúng đắn giúp mỗi người an tâm với những dự định tương lai dù cho có bất trắc nào xảy ra đi nữa

- Mức phí bảo hiểm?
  - + Không đáng kể được tính trên dư nợ giảm dần của khoản vay.
  - + Phương thức đóng phí
  - + Việc đóng phí linh hoạt theo lịch trình trả nợ vay của khách hàng.
- Liệu có phải kiểm tra sức khỏe?

Không cần kiểm tra sức khỏe hay thẩm định đối với khoản vay tới 2,4 tỷ đồng

- Có thể mua ở đâu?

Bảo An Tín Dụng hiện đang được phân phối tại các Chi nhánh và PGD của Ngân hàng Vietcombank, SeABank và OCB trên toàn quốc. Và sắp tới sẽ có thêm nhiều ngân hàng đối tác của VCLI cung cấp sản phẩm rộng rãi và Bảo An Tín Dụng sẽ được giới thiệu khi khách hàng tiếp cận khoản vay tại ngân hàng.

- Quy trình tham gia

Thật đơn giản, tham gia ngay khi giải ngân khoản vay tại ngân hàng. Một mức phí bảo hiểm chung áp dụng cho người vay không phân biệt tuổi tác và nghề nghiệp với quy trình đơn giản - thuận tiện.

**Bảo an thành tài (Tích lũy)**

- Học vấn – chìa khóa của thành công

Là bậc cha mẹ yêu thương con cái, bạn luôn muốn tạo dựng cho con em mình bước khởi đầu tốt đẹp để giúp bé yêu thực hiện những hoài bão và thành công trên đường đời. Là một người lớn đầy trải nghiệm, bạn biết rằng cuộc sống cũng tiềm ẩn những bất trắc có thể phá vỡ ước mơ của con bạn. Là người cha người mẹ có tầm nhìn, bạn hiểu rằng nền tảng giáo dục tốt là hành trang quý giá theo con suốt cuộc đời, giúp nâng cánh ước mơ thời thơ bé và đưa con vươn đến đỉnh cao tri thức và sự thành đạt.

Vậy bạn đã chuẩn bị gì cho tương lai học vấn của con trong bốn bề lo toan với:

- + Chi tiêu đời sống ngày càng tốn kém
- + Chi phí giáo dục ngày càng tăng Cạnh tranh việc làm ngày càng gay gắt?
- + Rủi ro bất ngờ ập đến trước khi con em kịp trưởng thành
- + Trong bối cảnh đó, giải pháp tốt nhất là hãy hoạch định tương lai học vấn cho trẻ ngay hôm nay để đảm bảo một tương lai vững chắc cho con bạn.

- Bảo An Thành Tài – Bảo vệ tương lai của bé

Công ty BHNT Vietcombank-Cardif thấu hiểu và chia sẻ với mối quan tâm - lo lắng của các bậc phụ huynh Việt Nam. Bởi vậy chúng tôi đồng hành cùng bạn trên con đường hoạch định tương lai bền vững cho trẻ với sản phẩm Bảo An Thành Tài.

Bảo An Thành Tài là kế hoạch an sinh giáo dục toàn diện kết hợp tích lũy và bảo vệ. Bạn và gia đình sẽ nhận được một khoản hỗ trợ chi phí học tập kịp thời khi con vào Đại học và được bảo vệ tới năm con tốt nghiệp. Bên cạnh đó, quỹ học vấn Bảo An Thành Tài còn được đảm bảo với một mức lãi hấp dẫn tới khi con bạn 18 tuổi.

- Quyền lợi vượt trội giúp bạn hoàn toàn an tâm:

- + Giúp con thực hiện hoài bão

Bảo An Thành Tài hỗ trợ tài chính kịp thời giúp trẻ tự tin theo đuổi con đường học vấn. Khi trẻ đủ 18 đến 21 tuổi, mỗi năm bạn sẽ nhận được 25% quỹ tích lũy học

vấn đề lo các chi phí giáo dục cho con. Lần thanh toán cuối cùng sẽ bao gồm toàn bộ lãi tích lũy đảm bảo và chia thêm. Trường hợp bạn muốn nhận quỹ tích lũy học vấn một lần, VCCI sẽ chi trả 90% cùng với lãi tích lũy và quyền lợi bảo vệ cũng kết thúc.

- + Bảo vệ nhân 3 cho gia đình trước những biến cố không lường trước

Tương lai học vấn của con yêu vẫn được đảm bảo dù bất kỳ rủi ro nào xảy đến với bạn:

Chi trả ngay toàn bộ số tiền bảo hiểm cùng với bảo tức tích lũy

Miễn đóng phí cho đến khi trẻ 18 tuổi

Quyền lợi học vấn vẫn được đảm bảo chi trả theo kế hoạch khi trẻ đủ 18, 19, 20, 21 tuổi mỗi năm 25% số tiền bảo hiểm

- + Quyền lợi lãi suất

Mức lãi đảm bảo tương đương 3%/năm của số tiền bảo hiểm tới khi trẻ 18 tuổi. Ngoài ra, tùy theo kết quả hoạt động kinh doanh, bạn có thể nhận được bảo tức chia thêm cho đến khi kết thúc bảo hiểm.

Trong cuộc sống, thật khó lường trước những bất trắc để hoạch định tương lai như mong muốn. Bởi vậy, nhu cầu bảo vệ trở nên cấp thiết hơn bao giờ hết. Với Bảo An Thành Tài, hãy để chúng tôi đồng hành cùng bạn viết tiếp tương lai cho con yêu.

Chúng tôi tin rằng Bảo An Thành Tài sẽ là một món quà đầy ý nghĩa dành tặng con yêu của bạn, giúp con hiểu và trân trọng tình yêu thương, sự quan tâm lo lắng mà cha mẹ dành cho. Điều đó còn giúp con hình thành những phẩm chất tốt như sống có mục tiêu, hiểu được giá trị của đồng tiền và sử dụng đồng tiền một cách thông minh.

### **Bảo hiểm bệnh ung thư và đau tim (Sức khỏe)**

- Tại sao bảo hiểm bệnh ung thư và đau tim là cần thiết?

Những tiến bộ trong y học và tuổi thọ được nâng cao đồng nghĩa với việc con người có nhiều cơ hội để chữa khỏi bệnh hiểm nghèo. Tuy nhiên, chi phí chữa trị bệnh hiểm nghèo vẫn là một gánh nặng đối với bất kỳ ai và gia đình họ. Bảo An Toàn - bảo hiểm bệnh Ung thư và Đau tim được công ty VCCI phát triển dựa trên khảo sát về bệnh lý hiểm nghèo phổ biến của người Việt Nam sẽ hỗ trợ khách hàng những chi phí cần thiết để khách hàng yên tâm điều trị và phục hồi sức khỏe. Quyền lợi bảo hiểm có thể đáp ứng nhu cầu chi phí đa dạng, trực tiếp và gián tiếp khi khách hàng cần đến như:

- + Thanh toán khoản vay
- + Thuê người chăm sóc tại nhà
- + Hỗ trợ chi phí điều trị, vật lý trị liệu.

Bên cạnh những ảnh hưởng về thể chất và tinh thần, những người bị chuẩn đoán mắc bệnh hiểm nghèo thường phải đối mặt với những khó khăn về kinh tế. Hơn lúc nào hết, họ cần có thêm chi phí hỗ trợ điều trị, chi trả tiền thuốc thang và các khoản chi không tên khác.

- Ưu điểm nổi bật của sản phẩm:
- + Quyền lợi bảo hiểm được thanh toán trực tiếp cho khách hàng, giúp khách hàng chủ động tài chính đúng vào thời điểm họ cảm thấy có ít lựa chọn.
- + Quyền lợi bảo hiểm sẵn sàng được chi trả ngay sau lần chuẩn đoán đầu tiên khi khách hàng cần đến nhất
- + Tự động tái tục sau 5 năm mà không cần thẩm định gì thêm
- + Phí bảo hiểm thấp, bảo vệ cao với quy trình tham gia đơn giản-thuận tiện

(Nguồn: Công ty VCLI, sản phẩm, < <https://vcli.vn/vi/san-pham>>, truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015 )

### **Bảo an tích lũy (Bảo hiểm nhóm)**

- BẢO AN TÍCH LŨY đem lại sự an tâm cho khách hàng

Thông qua sản phẩm BẢO AN TÍCH LŨY tất-cả-trong-một đơn giản, bạn không chỉ an tâm thực hiện kế hoạch tiết kiệm của mình với một tài khoản tích lũy tiện lợi mà còn được gia tăng quyền lợi bảo vệ toàn diện mà không mất thêm một chi phí nào. BẢO AN TÍCH LŨY giúp đem lại sự an tâm cho khách hàng khi tương lai tài chính của gia đình được đảm bảo trong mọi trường hợp.

- BẢO AN TÍCH LŨY sẽ bảo vệ tôi như thế nào?

BẢO AN TÍCH LŨY bảo vệ bạn trước mọi rủi ro tử vong hoặc thương tật toàn bộ vĩnh viễn (TTTBVV) do mọi nguyên nhân xảy ra ở bất cứ đâu tại bất cứ thời điểm nào, ngoài những trường hợp loại trừ như tự tử, phạm tội hoặc chiến tranh vv. Xin xem thêm phụ lục Các điều kiện và điều khoản sản phẩm để biết thêm chi tiết về các trường hợp loại trừ này.

- Tôi được bảo hiểm với số tiền bao nhiêu?

Số tiền bảo hiểm được tính là phần chênh lệch giữa Số tiền tiết kiệm mục tiêu và tổng các Khoản tiền tiết kiệm đã tích lũy được của tất cả tài khoản tiết kiệm của bạn (không bao gồm tiền lãi) đến thời điểm xảy ra sự kiện bảo hiểm. Số tiền bảo hiểm tối đa trên tất cả tài khoản tiết kiệm của một khách hàng không được vượt quá 600 triệu đồng.

- Khi nào bảo hiểm của tôi hết hiệu lực?

Bảo hiểm BẢO AN TÍCH LŨY có hiệu lực ngay khi mở tài khoản tiết kiệm và có thời hạn bằng thời hạn của tài khoản tiết kiệm trừ đi định kỳ lựa chọn gửi tiết kiệm

(quy ra tháng). Trường hợp bạn nộp tiền gửi định kỳ trễ quá 30 ngày sau thời gian cho phép hoặc tắt toán tài khoản trước hạn, hiệu lực bảo hiểm sẽ chấm dứt ngay lập tức.

- Ai được hưởng quyền lợi từ bảo hiểm của tôi?

Người thụ hưởng là người được hưởng quyền lợi bảo hiểm BẢO AN TÍCH LŨY trong trường hợp xảy ra tử vong đối với khách hàng được bảo hiểm. Bạn sẽ được yêu cầu chỉ định người thụ hưởng tại thời điểm mở tài khoản tiết kiệm và đó có thể là bất cứ người thân nào trong gia đình mà bạn thương yêu nhất.

- Tôi có thể tham gia bảo hiểm bằng cách nào?

Thủ tục tham gia bảo hiểm rất đơn giản và dễ dàng ngay khi bạn mở tài khoản tiết kiệm tại bất kỳ chi nhánh/ PGD nào thuộc ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (SCB) với tổng số tiền bảo hiểm không quá 600 triệu đồng và bạn trong độ tuổi từ 18 đến 60. Bạn sẽ được yêu cầu ký giấy Cam kết Sức khỏe đồng thời chỉ định người thụ hưởng. Hãy để nhân viên ngân hàng tại chi nhánh SCB gần nhất hướng dẫn và trợ giúp bạn từng bước một.

- Ví dụ minh họa

Chị An 35 tuổi mở tài khoản tiết kiệm tại ngân hàng SCB với Số tiền tiết kiệm mục tiêu là 120 triệu đồng trong vòng 24 tháng với kỳ đóng tiền hàng tháng 5 triệu đồng. Chị An đã ký giấy Cam kết Sức khỏe và đồng ý tham gia bảo hiểm BẢO AN TÍCH LŨY. Thời hạn bảo hiểm của chị An sẽ được tính bằng thời hạn tiết kiệm trừ đi định kỳ lựa chọn tiết kiệm  $= 24 - 1 = 23$  tháng, được minh họa với số tiền tiết kiệm tích lũy và số tiền bảo hiểm như sau:

Trường hợp xảy ra sự kiện bảo hiểm vào cuối tháng thứ 6 của kỳ tiết kiệm, tổng số quyền lợi bảo hiểm được chi trả cho chị An và gia đình là Số tiền tiết kiệm mục tiêu trừ đi Số tiền đã tích lũy bằng với  $120 \text{ triệu} - 30 \text{ triệu} = 90 \text{ triệu đồng}$

Cộng thêm Số tiền tiết kiệm đã tích lũy được tới tháng thứ 6 là 30 triệu đồng sẽ được ngân hàng SCB trả lại, giúp gia đình chị An vượt qua giai đoạn khó khăn. Bảo vệ tương lai, an tâm tài chính

(Nguồn: Công ty VCLI, sản phẩm, < <https://vcli.vn/vi/san-pham> >, truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015 )

#### 2.2.3.2. Phân tích thực trạng kết quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của liên doanh bảo hiểm VCLI

- Chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán



- + Khả năng thanh toán nợ ngắn hạn kinh doanh bảo hiểm nhân thọ:

**Bảng 2.3. Tỷ lệ lưu động 2011-2013**

Tỷ lệ lưu động ( $R_c$ )	
Giá trị tài sản lưu động	$R_{c2011} = 43,72$
	$R_{c2012} = 71,15$
Nợ ngắn hạn	$R_{c2013} = 124,93$

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Ta có thể thấy rõ ràng là tỉ lệ này trong cả 3 năm đều rất cao, năm sau đều có mức tăng gần gấp đôi so với năm trước. Điều này chứng tỏ công ty có giá trị tài sản lưu động có tính thanh khoản cao, có thể dễ dàng chuyển đổi để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn. Nhất là đối với lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ, hàng tồn kho có giá trị tồn kho không đáng kể nên các chỉ số trên đều là chỉ số thanh toán nhanh nợ ngắn hạn. Nguyên nhân khiến chỉ số này cao như vậy là do hiện nay công ty vẫn dành một khoản tiền lớn để đầu tư tài chính ngắn hạn, cụ thể ở đây là đem gửi ngân hàng trong khi các khoản phải thu chiếm tỷ trọng không lớn trong giá trị tài sản lưu động. Do vậy tuy chỉ số này tuy cao nhưng vẫn được coi là có hiệu quả kinh doanh.

- + Tỷ lệ phải thu phải trả:

**Bảng 2.4. Tỷ lệ phải thu phải trả**

Tỷ lệ phải thu phải trả ( $R_t$ )	
Các khoản phải thu	$R_{t2011} = 0,59$
	$R_{t2012} = 0,79$
Các khoản phải trả	$R_{t2013} = 1,01$

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Đối với một doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ, đây là chỉ tiêu cơ bản trong việc đánh giá khả năng doanh nghiệp đang chiếm dụng hay bị chiếm dụng vốn. Với kết quả như trên, ta có thể nhận định công ty đang có dấu hiệu đầu tiên của việc bị chiếm dụng vốn. Năm 2011, chỉ số này chỉ là 0,59 và được coi là con số an toàn, nhưng đến năm 2012 đã tăng lên 0,79 và đến năm 2013 đã là 1,01. Tuy rằng tỷ lệ này mới chỉ chạm ngưỡng cân bằng nhưng việc tăng đều chỉ số này trong 2012 và 2013 cho thấy VCLI đang gặp những vấn đề của mình trong việc chiếm dụng vốn như phát sinh các khoản phải thu (cụ thể đó là các khoản đòi bồi thường từ bên thứ 3 hay các khoản phí bảo hiểm khách hàng chậm đóng góp) nhiều hơn các khoản phải trả. Trong dài hạn tỷ lệ này càng cao sẽ ảnh hưởng đến nguồn vốn kinh doanh bảo hiểm của công ty.



- + Tỷ lệ chiếm dụng vốn (Với doanh nghiệp bảo hiểm)

**Bảng 2.5. Tỷ lệ chiếm dụng vốn kinh doanh bảo hiểm nhân thọ**

Tỷ lệ chiếm dụng vốn (Rw)	
Các khoản phải thu	Rw <sub>2011</sub> = 1,88
	Rw <sub>2012</sub> = 3,20
Các khoản phải trả- Quỹ dự trữ nghiệp vụ	Rw <sub>2013</sub> = 4,94

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Đối với doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ, tỷ lệ chiếm dụng vốn không phải là tỷ số giữa phải thu và phải trả mà là khoản phải thu và khoản phải trả (sau khi đã trừ đi Quỹ dự trữ nghiệp vụ). Sau khi đã trừ đi Quỹ dự trữ nghiệp vụ, có thể khẳng định công ty đang bị chiếm dụng vốn rất lớn khi chỉ số 3 năm đều vượt rất xa so với mức an toàn là từ 0,5 trở xuống. Chính xác là công ty đang có quá nhiều công nợ phí bảo hiểm chưa lấy được từ khách hàng, đây là lỗi của khâu bán hàng khi không đánh giá chính xác khả năng tài chính của khách hàng dẫn đến sự chậm trễ trong việc thanh toán phí bảo hiểm của một bộ phận khách hàng. Khi không thể thu hồi hết các khoản phải thu sẽ gây ra ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của các khoản phải trả và trong trường hợp này thì ảnh hưởng này là rất lớn, từ đó ảnh hưởng nghiêm trọng đến hoạt động kinh doanh và chất lượng dịch vụ bảo hiểm nhân thọ chung của công ty qua việc ứ đọng vốn tại các khoản phải thu dẫn đến tình trạng thiếu nguồn lực phục vụ cho hoạt động kinh doanh và chăm sóc khách hàng thậm chí ảnh hưởng đến việc duy trì bộ máy nhân sự. Cuối cùng là mất uy tín với khách hàng cũng quyền lợi của các khách hàng thực hiện tốt nghĩa vụ tài chính của mình.

- Chỉ tiêu sử dụng vốn

- + Tỷ suất đầu tư chung:

**Bảng 2.6. Tỷ suất đầu tư chung**

Tỷ suất đầu tư chung (Ru)	
Tài sản cố định + Đầu tư dài hạn	Rw <sub>2011</sub> = 0,45
	Rw <sub>2012</sub> = 0,02
Tổng giá trị tài sản	Rw <sub>2013</sub> = 0,003

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Nhìn vào tỷ suất này ta thấy vốn cố định chiếm một phần lớn trong tổng giá trị tài sản của công ty. Năm 2011 tỷ suất này khá tốt khi đạt 0,45 nhưng giảm chỉ còn 0,02 một năm sau đó và năm đến năm 2013 thì gần như bằng 0. Có sự thay đổi này là do sự tập trung cao của công ty vào các khoản đầu tư ngắn hạn khi tập trung vào gửi tiền ăn lãi tại các ngân hàng thương mại thay vì các khoản đầu tư tài chính dài hạn như cổ phiếu, trái phiếu hay đầu tư bất động sản, một điểm nữa tạo nên điều này là do đặc thù của doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ không cần quá nhiều tài sản cố định khi sản phẩm bảo hiểm nhân thọ là sản phẩm vô hình nằm trên giấy tờ dẫn đến giá trị tài sản này không cao như những doanh nghiệp lĩnh vực khác.

+ Tỷ suất tự tài trợ:

**Bảng 2.7. Tỷ suất tự tài trợ**

Tỷ suất tự tài trợ	
Vốn chủ sở hữu	Năm 2011= 0,92
	Năm 2012= 0,90
Tổng giá trị tài sản	Năm 2013= 0,90

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

- Có thể thấy rõ tỷ suất tự tài trợ qua các năm tại công ty VCLI luôn ở mức cao lần lượt đạt 0,92, 0,9 và 0,9 cho các năm 2011, 2012 và 2013. Chỉ tiêu này phản ánh tỷ trọng vốn chủ sở hữu so với tổng tài sản của công ty là gần như tương đương, dễ dàng nhận thấy khả năng tự chủ về tài chính của công ty là tốt. Điều này được tạo ra là doanh thu từ các hoạt động kinh doanh của công ty trong 3 năm đều khả quan từ đó giúp tỷ suất này luôn ổn định, kết quả này không chỉ tạo tiền đề vững chắc để công ty phát triển trong các năm tiếp theo mà còn tạo uy tín cho khách hàng khi cân nhắc sử dụng sản phẩm của công ty và đặc biệt với các nhà đầu tư có ý định góp vốn vào liên doanh VCLI.

- Theo phương pháp Dupont, ta có :

$$\begin{aligned}
 \text{Tỷ suất tự tài trợ} &= \text{Vốn chủ sở hữu} / \text{Tổng tài sản} \\
 &= (\text{Thu nhập sau thuế} / \text{ROE}) / (\text{Thu nhập sau thuế} / \text{ROA}) \\
 &= \text{ROA} / \text{ROE}
 \end{aligned}$$

+ Năm 2011 = 0,03/0,04 = 0,75

+ Năm 2012 = 0,03/0,04 = 0,75

+ Năm 2013 = 0,01/0,02 = 0,5

Khi dựa theo chỉ tiêu này, chúng ta hoàn toàn có thể đánh giá ngược lại với những tín hiệu tốt ở phía trên vì khi đưa tỷ suất tự tài trợ gắn với khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu và tổng tài sản thì tỷ suất này giảm. Cụ thể năm 2011 và 2012 chỉ là 0,75 khác với con số 0,9 và 0,92 ở phía trên trong khi năm 2013 chỉ còn 0,5. Điều đáng chú ý đó là sự sụt giảm giá trị đến từ cả ROA, ROE cho thấy 3 năm qua công ty có sự phát triển đi xuống, điều này cũng cho thấy có những vấn đề trong hoạt động kinh doanh của công ty. VCLI cần nhanh tìm giải pháp cho vấn đề tránh tình trạng khả năng tự chi cho hoạt động của tổ chức bị giảm sút, vẫn biết vay nợ là điều không thể tránh khỏi của mỗi doanh nghiệp và nó cũng là một trong những động lực phát triển nhưng với một khả năng tự chi tốt thì VCLI sẽ có được cái nhìn tốt từ những nhà đầu tư lẫn khách hàng tiềm năng.

- Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động
- + Tỷ lệ chi kinh doanh:

**Bảng 2.8. Tỷ lệ chi kinh doanh**

Tỷ lệ chi kinh doanh	
$\frac{\text{Chi phí quản lý + Chi hoạt động kinh doanh khác}}{\text{Doanh thu thuần}}$	Năm 2011= 0,30
	Năm 2012= 0,26
	Năm 2013= 0,32

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Theo số liệu 3 năm qua thì tỷ lệ chi kinh doanh của công ty được giữ khá ổn định. Dù trong năm 2013 đã tăng lên 0,32 dù trước đó trong năm 2012 đã giảm chỉ còn 0,26 so với 0,30 của năm 2011 nhưng đây vẫn được coi là an toàn và trong tầm kiểm soát. Tuy nhiên, để việc kinh doanh tốt hơn trong những năm tới đòi hỏi công ty cần có thêm những kế hoạch cụ thể để hạn chế tối đa sự gia tăng trong chi phí cũng như tìm ra các giáp cắt giảm những chi phí không cần thiết nhằm giảm bớt gánh nặng chi phí cho toàn công ty. Cụ thể là việc cơ cấu nhân sự hợp lý cùng với kế hoạch quản lý hiệu quả để giảm gánh nặng lên chi phí quản lý, song song là rà soát lại các mục chi kinh doanh khác của công ty từ đó loại bỏ các hạng mục kinh doanh chưa hợp lý, hiệu quả để việc kinh doanh khác tạo ra lợi nhuận nhiều và vững chắc hơn vì trong kinh doanh để luôn có kết quả kinh doanh tốt thì tốt nhất cắt giảm được chi phí không cần thiết trước hơn là cố gắng tạo ra nhiều doanh thu.

+ Tỷ lệ bồi thường thuần:

**Bảng 2.9. Tỷ lệ bồi thường thuần**

Tỷ lệ bồi thường thuần	
$\frac{\text{Bồi thường gốc} + \text{Bồi thường nhận tái} + \text{Thu bồi thường nhận tái} - \text{Đòi người thứ 3}}{\text{Tổng doanh thu thuần}}$	Năm 2011= 0,007
	Năm 2012= 0,026
	Năm 2013= 0,033

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Tỷ lệ này phản ánh chính xác nhất hiệu quả kinh doanh của công ty. Tỷ lệ bồi thường trong cả 3 năm đều ở mức rất thấp với mức tăng không đáng kể từ 0,007 của năm 2011 đến 0,033 của năm 2013. Tất cả cho biết tình hình kinh doanh cũng như chất lượng dịch vụ của công ty đang rất tốt khi các khoản bồi thường chiếm một số lượng rất nhỏ trong tổng doanh thu thuần. Tuy vậy, hiện nay nguồn doanh thu của công ty vẫn có tỷ trọng lớn thuộc về doanh thu đầu tư tài chính ngắn hạn khi công ty vẫn tập trung gửi tiền đầu tư tại các ngân hàng để sinh lời, điều đó chứng minh khả năng kinh doanh lĩnh vực chính của VCLI là bảo hiểm nhân thọ, ngay trong 2013 doanh thu từ hoạt động tài chính đã giảm cùng với đó là mức tăng trưởng không cao từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm cho thấy sự thiếu cân bằng trong kinh doanh của VCLI khi phụ thuộc quá nhiều vào đầu tư tài chính để giữ tỷ lệ bồi thường ở mức thấp. Điều này được giải thích là do sự do dự của VCLI khi nền kinh tế Việt Nam hiện nay còn chưa ổn định lại hoàn toàn sau khủng hoảng kinh tế năm 2008 đã tạo ra tâm lý e ngại cho người dân khi phải bỏ một số tiền không nhỏ cho sản phẩm bảo hiểm, do đó hiện nay tỷ trọng doanh thu bảo hiểm nhân thọ vẫn xếp sau doanh thu từ hoạt động tài chính. Nhưng để phát triển và được nhiều người biết đến hơn nữa thì trong tương lai gần, công ty cần dần chuyển hướng chú ý nhiều hơn đến mảng kinh doanh chính là bảo hiểm nếu không sẽ mãi chỉ là một doanh nghiệp tiềm năng trong một thị trường tiềm năng về bảo hiểm liên kết ngân hàng.

+ Tỷ lệ kinh doanh gộp:

**Bảng 2.10. Tỷ lệ kinh doanh gộp**

Tỷ lệ kinh doanh gộp	
$\frac{\text{Tỷ lệ chi kinh doanh} + \text{Tỷ lệ bồi thường thuần}}{\text{Tổng doanh thu thuần}}$	Năm 2011= 0,307
	Năm 2012= 0,286
	Năm 2013= 0,353

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Tỷ lệ kinh doanh gộp là tỷ lệ cho thấy hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trong kì của doanh nghiệp. Ta có thể thấy tỷ lệ này trong cả 3 năm 2011, 2012 và 2013 đều ở mức thấp cho thấy tình hình kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại VCLI vẫn đang đi đúng đường với một sự ổn định. Bằng chứng là năm 2011 là 0,307 thì đến năm 2012 chỉ còn 0,286, tỷ lệ này tăng tương đối nhanh trong năm 2013 khi lên tới 0,353. Tuy chưa mất an toàn nhưng công ty nên có sự điều chỉnh nhất định nào đó đưa con số này thấp hơn nữa vì trong vài năm tới khi nền kinh tế dần hồi phục và Việt Nam bước vào thị trường mở của cộng đồng ASEAN, cũng là lúc các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ khác không chỉ các doanh nghiệp bảo hiểm liên kết ngân hàng sẽ cạnh tranh quyết liệt với VCLI, các doanh nghiệp mới cũng sẽ có uy tín và chất lượng sản phẩm bảo hiểm nhân thọ không kém so với VCLI và các doanh nghiệp trong nước hiện nay. Điều này đặt ra thách thức cho công ty bởi nếu không nhanh chóng tìm ra các giải pháp nâng cao hiệu quả trong chi cho hoạt động kinh doanh sẽ khiến doanh thu giảm đi từ đó kéo theo rất nhiều hệ lụy như giảm sút lợi nhuận ròng, mất lòng tin của khách hàng cũ và khó khăn trong việc thu hút lượng khách hàng tiềm năng mới, và dẫn đến uy tín trên thị trường của doanh nghiệp sẽ bị đe dọa. Từ đó kéo theo sự tụt hậu của doanh nghiệp trên thị trường bảo hiểm nhân thọ trước các đối thủ cạnh tranh.

- Chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi
- + Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản :

**Bảng 2.11. Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản**

Tỷ suất sinh lời trên tổng tài sản	
$\frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Tổng giá trị tài sản}}$	ROA <sub>2011</sub> = 0,03
	ROA <sub>2012</sub> = 0,03
	ROA <sub>2013</sub> = 0,01

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Theo kết quả ROA 3 năm qua thì rõ ràng khả năng sinh lời trên tổng tài sản của công ty VCLI là rất thấp khi 2011 và 2012 chỉ 0,03, tức là chỉ sinh lời 3 đồng khi đầu tư 100 đồng. Thậm chí 2013 còn thấp hơn khi chỉ tạo ra 1 đồng khi đầu tư 100 đồng. Nguyên nhân sâu xa giải thích cho việc này do trong 3 năm qua chi phí cho quản lý và bán hàng tăng cao hơn trong khi công ty vẫn dựa nhiều vào nguồn thu từ đầu tư tài chính ngắn hạn hơn là nguồn thu từ kinh doanh bảo hiểm. Tất nhiên trong 2012 và 2013, doanh thu từ kinh doanh bảo hiểm đã tăng nhiều hơn so với những năm trước nhưng doanh thu từ đầu tư tài chính ngắn hạn lại giảm đi khiến cho khả năng sinh lời giảm sút. Đây chính là vấn đề lớn nhất VCLI cần giải quyết vì sớm muộn công ty cũng

cần chuyển tỷ trọng doanh thu chính từ hoạt động tài chính sang hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ để tạo uy tín tốt trên thị trường, bước đầu sẽ kéo theo việc giảm doanh thu vì doanh thu từ hoạt động tài chính vẫn tạo ra nhiều doanh thu nhưng về lâu dài nếu dựa quá nhiều vào nguồn doanh thu này sẽ khiến hình dung về công ty bảo hiểm nhân thọ của VCLI mất dần đi vì hoạt động kinh doanh chính là bảo hiểm nhân thọ lại bị xem nhẹ dẫn đến không đem lại ấn tượng đặc biệt cho những khách hàng mới có nhận thức về thương hiệu của công ty. Cần xử lý được điều trên để không chỉ có những kết quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tốt hơn so với hiện nay mà xa hơn còn là định hình rõ ràng hơn trong tâm trí khách hàng về vị trí của công ty trên thị trường bảo hiểm Việt Nam.

+ Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu:

**Bảng 2.12. Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu**

Tỷ suất sinh lời trên vốn chủ sở hữu	
Lợi nhuận ròng	ROE <sub>2011</sub> = 0,04
Vốn chủ sở hữu	ROE <sub>2012</sub> = 0,04
	ROE <sub>2013</sub> = 0,02

(Nguồn: Bảng cân đối kế toán công ty VCLI 2011-2013)

Khả năng sinh lời trên vốn chủ sở hữu cũng tương tự như khả năng sinh lời trên tổng tài sản. Năm 2011 và 2012, khi đầu tư 100 đồng vốn chủ sở hữu công ty chỉ thu được 4 đồng tiền lời. Năm 2013 con số đó thậm chí chỉ còn nửa với 2 đồng lời trên 100 đồng vốn chủ sở hữu. Giống như ROA, đây là hệ quả từ việc dựa quá nhiều vào doanh thu từ hoạt động tài chính là xem nhẹ nâng cao doanh thu từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ. Ngay lập tức khi doanh thu tài chính không còn tăng trưởng nhanh hay ổn định sẽ dẫn đến việc giảm lợi nhuận ròng sau cùng khi doanh thu kinh doanh bảo hiểm nhân thọ chưa tăng trưởng kịp với mức giảm từ hoạt động tài chính. Một lần nữa đây là không chỉ là vấn đề mà còn cơ hội để VCLI thay đổi lại cách thức hoạt động, tập trung hơn vào kinh doanh bảo hiểm song song với hoạt động tài chính. Có như vậy mới giúp nâng cao khả năng sinh lời không chỉ trên vốn chủ sở hữu mà cả trên giá trị tài sản

### **2.3. Đánh giá kết quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty liên doanh bảo hiểm VCLI**

Trước hết chúng ta cần làm rõ mô hình hoạt động kinh VCLI là Bancassurance, đây là một thuật tiếng Pháp dùng để chỉ việc bán các sản phẩm bảo hiểm qua hệ thống các ngân hàng thương mại (Tiếng anh là Bank Assurance hay Assure Banking).



Bancassurance phát triển đầu tiên ở Mỹ và các nước châu Âu (Pháp, Đức, Tây Ban Nha, Hà Lan, Bỉ). Hiện nay, Bancassurance ngày càng trở nên phổ biến tại các nước châu Á như Malaysia, Singapore, Thái Lan,....

Một cách tổng quát, có thể hiểu Bancassurance là một kênh trong chiến lược phân phối sản phẩm của các công ty bảo hiểm (có thể là nhân thọ hoặc phi nhân thọ), liên kết với các ngân hàng thương mại để cung cấp có hiệu quả các sản phẩm bảo hiểm qua khách hàng của mình.

Tại Việt Nam, Bancassurance là một thuật ngữ mới xuất hiện vài năm trở lại và chưa phổ biến trong đại đa số người dân. Tuy nhiên đây là một thị trường tiềm năng với dân số 90 triệu người, do đó BNP Paribas đã liên kết với 2 ngân hàng lớn tại Việt Nam là Vietcombank và SEABANK để tạo ra liên doanh VCLI, trở thành một trong những doanh nghiệp đi tiên phong trong lĩnh vực này tại Việt Nam. Có thể nói VCLI đã mang một luồng gió hoàn toàn mới về bảo hiểm liên kết ngân hàng đến với thị trường bảo hiểm Việt Nam. Dù chỉ mới thành lập từ 2009 nhưng đến 2010, VCLI đã đạt 30.246 triệu đồng. 2011 đã xếp thứ 2 trong việc phân phối sản phẩm bảo hiểm tử kỳ với 6984 hợp đồng được ký kết và chỉ đứng sau Prudential.

Thành công này của VCLI được góp phần từ các lợi thế như kỹ thuật chuyên môn về kinh doanh Bancassurance của BNP trên thị trường quốc tế, thêm vào đó là nguồn khách hàng tiềm năng của Vietcombank và SEABANK cùng sự nghiên cứu tỉ mỉ về thói quen tiêu dùng của người Việt Nam.

Điểm qua những ưu và nhược điểm của VCLI để có cái nhìn rõ hơn về tình hình hiện tại.

(Nguồn: *Tạp Chí Tài Chính, Tổng quan thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2014*, <[http://tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014\\_07\\_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf](http://tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014_07_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf)>, truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015)

### **2.3.1. Ưu điểm**

#### **2.3.1.1. Qua phân tích tình hình thị trường**

- + Mạng lưới chi nhánh rộng lớn đang vươn tới khu vực nông thôn

Bước tiến này để khẳng định thêm tham vọng có mặt tại khắp Việt Nam của VCLI trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm nhân thọ.

- + Việt Nam nói riêng có một số lượng tăng trưởng bùng nổ thị trường bảo hiểm

Với sự phát triển chung của châu Á, Việt Nam nổi lên như một thị trường tiềm năng trong hầu hết các lĩnh vực không chỉ riêng bảo hiểm, VCLI đã nắm bắt rất tốt điều này và hiện giờ đã có chỗ đứng tương đối vững chắc tại thị trường Việt Nam.

- + Quy định thuận lợi hiện hành cho phép phát triển Bancassurance



Với đòi hỏi tạo ra chính sách thông thoáng hơn khi hội nhập với thị trường quốc tế cộng với hệ thống ngân hàng phát triển, Chính Phủ Việt Nam đã ban hành nhiều nghị quyết tạo ra môi trường đầu tư thuận lợi hơn cho các nhà đầu tư nước ngoài trong đó có lĩnh vực liên doanh bảo hiểm ngân hàng.

Tăng trưởng nhanh nhờ lợi thế từ các đơn vị liên kết

Ngân hàng có vốn nhà nước có ảnh hưởng rộng lớn, vững chắc: Với sự góp mặt của Vietcombank, ngân hàng vốn nhà nước luôn ở mức trên 51% trong liên doanh giúp VCLI có sẵn cho mình một lượng khách hàng lớn từ ngân hàng này. Đây là yếu tố quan trọng mang lại thành công nhanh chóng cho VCLI.

#### *2.3.1.2. Qua phân tích số liệu:*

Nhìn chung trong 3 năm 2011, 2012 và 2013 thì liên doanh bảo hiểm VCLI từ chỗ là một doanh nghiệp bảo hiểm mới đã có những bước tiến vững chắc đầu tiên tại thị trường Việt Nam thông qua kết quả tích cực từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ cũng như đầu tư vào các hoạt động tài chính. Có thể tóm gọn qua những điểm sau:

- + Sau 3 năm thì tài sản lưu động không ngừng được tăng cao nhờ nguồn thu lớn của doanh nghiệp từ các hoạt động đầu tư tài chính.
- + Chủ động tốt trong khả năng tài chính để thực hiện các chiến lược kinh doanh bảo hiểm nhân thọ. Điều này có được là do tính đặc thù trong hoạt động bảo hiểm không cần nhiều tài sản cố định để hoạt động kinh doanh.
- + VCLI đã quản lý và thực hiện rất tốt khâu đề phòng rủi ro khi tỷ lệ bồi thường hợp đồng cho khách hàng trong 3 năm qua chiếm một tỷ trọng nhỏ trong tổng doanh thu của công ty.

#### *2.3.1.3. Nhược điểm*

- Qua phân tích tình hình thị trường
- + Nhân viên ngân hàng hầu hết chưa được đào tạo để chào bán các sản phẩm ngân hàng.

Đây là vấn đề nổi cộm nhất của liên doanh bảo hiểm VCLI, vì đây là lĩnh vực mới nổi nên nhân viên ngân hàng chưa được tiếp cận về bán bảo hiểm, từ đó gây ra lãng phí nhân lực sẵn có của các ngân hàng cộng thêm chi phí thuê lao động ngoài của các liên doanh bị đội lên nhằm hoạt động hiệu quả. Giải quyết vấn đề này cần có kế hoạch cụ thể về hướng phát triển nhân sự của ngân hàng trong thời gian tới để hình thức bảo hiểm liên kết ngân hàng thực sự phát huy hết các ưu điểm của nó.

- + Sự thiếu hụt sản phẩm bảo hiểm nhân thọ của VCLI so với các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ khác.

Hiện nay, công ty VCLI mới chỉ có 4 sản phẩm bảo hiểm nhân thọ đó là Bảo an tín dụng, Bảo an thành tài, Bảo hiểm bệnh ung thư và đau tim và Bảo an tích lũy. Dù rằng số lượng này không thua kém quá nhiều so với các doanh nghiệp cùng ngành hoạt động từ lâu tại Việt Nam nhưng hiện nay chiều sâu trong các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ lại chưa cao như Bảo an thành tài hiện nay chỉ chú trọng vào lứa tuổi là trẻ em cho đến khoảng 21 mà quên đi số lượng khách hàng nằm ngoài khoảng này có nhu cầu học tiếp tuy rằng tỷ lệ này không nhiều nhưng nếu có thể thâm thóm lượng khách hàng thì về lâu dài sẽ có lợi cho liên doanh khi khách hàng sẽ thấy được sự toàn diện và sâu rộng của sản phẩm bảo hiểm nhân thọ tại công ty.

+ Vẫn còn phụ thuộc nhiều vào nguồn khách hàng từ Vietcombank và SEABANK.

Ngoài lượng khách hàng từ các ngân hàng nói trên thì công ty nên chủ động tìm đến với lực lượng khách hàng mới không có tài khoản tại các ngân hàng trên. Vừa có thể mở rộng doanh thu lại có thể tăng được khách hàng cho chính các ngân hàng liên doanh cùng.

(Nguồn: *Tạp Chí Tài Chính, Tổng quan thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2014*, <[http://tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014\\_07\\_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf](http://tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014_07_09/1.%20Tong%20quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf)> ,truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015)

- Qua phân tích số liệu:

+ Hiện nay công ty đang lâm vào trạng thái bị chiếm dụng vốn cao khi tỷ lệ chiếm dụng vốn luôn lớn hơn 1.

+ Khả năng sinh lợi từ tổng tài sản cũng như vốn chủ sở hữu còn rất hạn chế nếu không muốn nói là rất thấp, đây là hệ quả từ việc doanh thu hiện nay phụ thuộc nhiều hơn vào doanh thu từ hoạt động tài chính còn doanh thu từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ chưa chiếm được tỷ trọng phù hợp với mục đích kinh doanh ban đầu của doanh nghiệp.

Từ đó, ta có thể kết luận rằng để tiếp tục phát triển thì công ty cần nhanh chóng cân bằng lại cán cân giữa phải thu và phải trả. Song song với đó là tìm ra phương pháp kinh doanh bảo hiểm mang tính đột phá để thoát khỏi tình trạng phụ thuộc quá nhiều vào doanh thu từ hoạt động tài chính để tăng trưởng. Nếu không nguy cơ bị thua lỗ và chậm phát triển hơn các công ty khác là hoàn toàn có khả năng xảy ra.

## Kết Luận Chương 2

- Có cái nhìn tổng quát về mọi mặt của công ty liên doanh bảo hiểm VCLI, từ lịch sử phát triển, các chiến lược và cam kết về chất lượng mà công ty sẽ mang lại cho khách hàng nhằm tạo nhận thức cho khách hàng về công ty cũng như khẳng định vị trí là một doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ tiềm năng lớn tại thị trường Việt Nam.
- Nắm rõ chức năng và phương thức hoạt động của bộ máy VCLI từ cơ cấu tổ chức để giúp khách hàng có một cái nhìn tốt nhất về chất lượng của doanh nghiệp.
- Khái quát tổng thể về tình hình kinh tế xã hội cũng như tình hình kinh doanh bảo hiểm nhân thọ của các doanh nghiệp tại Việt Nam từ đó rút ra những lợi thế cũng như những hạn chế bất cập còn tồn tại để định hướng được những bước đi tiếp một theo một cách chính xác nhất cho liên doanh bảo hiểm nhân thọ VCLI.
- Qua số liệu các năm tổng kết hoạt động kinh doanh của liên doanh VCLI để nắm rõ tình hình phát triển của công ty trong giai đoạn 2011-2013 cũng như tìm ra được những ưu và nhược điểm đang tồn tại tại VCLI cần giải quyết trong hoạt động kinh doanh của công ty để rút kinh nghiệm tạo tiền đề cho sự phát triển tốt hơn trong những năm tới. Cụ thể ngoài những ưu điểm ưu việt của hệ thống bảo hiểm liên kết qua ngân hàng thì khó khăn lại đến từ sự lệ thuộc vào hoạt động tài chính hơn là hoạt động chính đó là kinh doanh bảo hiểm nhân thọ dẫn tới việc hiện nay sự tăng trưởng trong kinh doanh bảo hiểm nhân thọ không đủ bù đắp cho sự sụt giảm doanh thu từ hoạt động tài chính. Đây tuy là thách thức nhưng cũng là cơ hội để VCLI nhìn lại hiện trạng hiện tại của công ty qua đó tìm ra hướng đi mới trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm nhân thọ nói riêng cũng như các hoạt động kinh doanh khác, song song với tiếp tục cải thiện chất lượng sản phẩm bảo hiểm nhân thọ ngày một chất lượng hơn. Cuối cùng là không ngừng hoàn thiện bộ máy tổ chức công ty để việc tổ chức kinh doanh trở nên hiệu quả hơn cùng với đó là nâng cao trình độ nghiệp vụ của người lao động.

## **CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH BẢO HIỂM NHÂN THỌ TẠI LIÊN DOANH BẢO HIỂM VCLI**

### **3.1. Mục tiêu và nhiệm vụ của công ty VCLI**

#### **3.1.1. Mục tiêu**

- Trở thành công ty bảo hiểm nhân thọ liên kết ngân hàng hàng đầu về bảo hiểm tín dụng tại Việt Nam.
- Doanh thu phí tăng trưởng hằng năm từ 20%-25%.
- Tốc độ tăng trưởng lợi nhuận trước thuế khoảng 20%/ năm.
- Hướng tới mục tiêu niêm yết trên thị trường chứng khoán.
- Thương hiệu “Vietcombank – Cardif Life Insurance” viết tắt là VCLI được biết đến rộng rãi tại thị trường Việt Nam.

#### **3.1.2. Nhiệm vụ**

- củng cố phát triển hình thức bảo hiểm liên kết ngân hàng.
- Phân loại khách hàng tiềm năng và khách hàng lớn.
- Chú trọng đầu tư vào công tác đào tạo về quản lý- nghiệp vụ, nâng cao trình độ nhân viên.
- Mở rộng phạm vi hoạt động nhất là tại các thị trường lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Cần Thơ,.....

*(Nguồn: Hội đồng quản trị liên doanh bảo hiểm VCLI)*

### **3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại liên doanh bảo hiểm VCLI**

#### **3.2.1. Củng cố hoàn thiện bộ máy tổ chức**

Đây là một trong những ưu tiên trong một loạt các giải pháp nâng cao chất lượng kinh doanh bảo hiểm nhân thọ tại công ty VCLI.

- Đầu tiên là hoàn thiện cơ chế quản lý, đây là nhiệm vụ rất quan trọng vì hoàn thiện cơ chế quản lý tức là hoàn thiện quá trình làm việc, hoàn thiện quá trình cung ứng sản phẩm, tiết kiệm tối đa thời gian lao động và cuối cùng là sử dụng hiệu quả các nguồn lực sẵn có trong công ty. Đối với VCLI, là doanh nghiệp đi tiên phong trong ngành bảo hiểm liên kết ngân hàng tại Việt Nam thì điều đó càng trở nên quan trọng nhất là trong bối cảnh đây vẫn là một dịch vụ còn khá mới mẻ với người dân cộng thêm với trong 3 năm trở lại đây đã có những đối thủ mới cũng là liên kết bảo hiểm với ngân hàng gia nhập thị trường thì một cơ chế quản lý tốt sẽ giúp VCLI không chỉ tạo ấn tượng tốt với khách hàng mà còn tiết kiệm nguồn lực cho các hoạt động xúc tiến quảng bá hình ảnh của doanh nghiệp rộng hơn tới người tiêu dùng.

- Thứ hai đó là nhanh chóng rà soát lại các phòng ban trong tổng thể doanh nghiệp.

- + Các phòng ban cần gọn nhẹ, quyền hạn nhiệm vụ tránh xảy ra tình trạng trùng lắp, chồng chéo, nhưng đồng thời không được bỏ sót cũng như đảm bảo dân chủ tạo điều kiện cho nhân viên nói lên ý kiến của bản thân, nhất là những ý tưởng tu duy sang tạo trong cách làm việc để tận dụng tối đa chất xám, tài sản vô hình rất quý giá của bất kì doanh nghiệp nào.

- + Các bộ phận, phòng ban này đóng vai trò rất quan trọng và sẽ hỗ trợ tích cực cho bộ phận khai thác. Vì vậy trên cơ sở các phòng ban hiện có công ty cần hoàn thiện chức năng của các phòng, phân công cụ thể nhiệm vụ của từng phòng, từng bộ phận nhằm hỗ trợ cho bộ phận khai thác làm việc có hiệu quả hơn.

- Và cuối cùng, công ty cần tuyển thêm nhân sự có trình độ chuyên môn cao phân bổ cho các phòng ban. Chi phí cho việc củng cố hoàn thiện bộ máy tổ chức của công ty là tương đối cao nhưng đây là điều cần thiết trong việc phát triển bền vững lâu dài của công ty. Chính vì vậy mà công ty đã và đang ngày càng hoàn thiện và phát huy bộ máy tổ chức của mình.

### **3.2.2. Về sản phẩm bảo hiểm**

- Phát triển và nâng cao chất lượng sản phẩm bằng cách: nghiên cứu, phát triển và hoàn thiện các sản phẩm theo các nguyên tắc gắn liền quyền lợi giữa doanh nghiệp bảo hiểm và người tham gia bảo hiểm: Phí bảo hiểm tương ứng với mức trách nhiệm bảo hiểm, cung cấp các sản phẩm bảo hiểm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, tăng thêm quyền lợi của người tham gia bảo hiểm.

- Mở rộng phạm vi bảo hiểm, bổ sung các quyền lợi bảo hiểm bằng cách mở rộng thêm các điều khoản trong các sản phẩm bảo hiểm hiện có cho các tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm, xây dựng các sản phẩm bảo hiểm trọn gói với mức phí hợp lý và mức trách nhiệm bảo hiểm đáp ứng nhu cầu bảo hiểm thiết yếu của các doanh nghiệp, các nhà đầu tư.

- Tiến hành nghiên cứu thị trường, nghiên cứu xem khách hàng mua bảo hiểm tại VCLI như thế nào. Từ đó tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng mua bảo hiểm tại công ty bảo hiểm VCLI cũng như các công ty kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ đóng trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh, giúp công ty có cái nhìn hoàn thiện hơn về chất lượng dịch vụ bảo hiểm của mình, từ đó công ty có thể đưa ra các sản phẩm bảo hiểm phù hợp đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

### **3.2.3. Giải pháp phát triển về mở rộng thị trường**

- Phát triển mạng lưới đại lý bảo hiểm nhân thọ chuyên nghiệp trong nghiệp vụ và chăm sóc khách hàng, mở thêm các đại lý tại các quận huyện tại thành phố Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Điều này giúp công ty có thể đáp ứng những yêu cầu về sản phẩm của khách hàng một cách thuận tiện và nhanh chóng nhất, khiến khách hàng cảm thấy thoải mái khi sử dụng sản phẩm bảo hiểm nhân thọ.

- Tiếp đó là mở rộng đa dạng hóa các sản phẩm hiện có và tạo ra thêm các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ mới, ví dụ như bảo an thành tài có thể gia tăng độ tuổi đóng và nhận bảo hiểm cùng với đó là mở rộng những ngành học khác chứ không chỉ riêng việc học phổ thông cho đến năm 18 tuổi, hay bảo hiểm các bệnh ung thư có thể tạo thêm bảo hiểm cho các bệnh nan y khác. Song song là tạo thêm các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ như bảo hiểm cơ thể đối với những ngành nghề đặc thù tạo ra nhiều của cải cho xã hội nhưng lại chứa đựng nhiều rủi ro cho tới thân thể và mạng sống.

- Tăng cường hợp tác sâu rộng với các cơ quan chính quyền các địa phương nhằm mở rộng hình ảnh đến người dân.

### **3.2.4. Giải pháp phát triển kênh phân phối**

Kênh phân phối đóng vai trò rất quan trọng trong kinh doanh bảo hiểm nhân thọ, hiện nay sản phẩm bảo hiểm nhân thọ được phân phối cho người tham gia bảo hiểm qua các kênh: doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ trực tiếp thực hiện, thông qua trung gian bảo hiểm nhân thọ là môi giới bảo hiểm, đại lý bảo hiểm, ngân hàng.

Nhằm đảm bảo tăng trưởng doanh thu hàng năm, công ty chú trọng phát triển các kênh phân phối như:

- Tăng cường hợp tác, giao dịch với các nhà môi giới.
- Nghiên cứu, mở rộng phân phối thông qua các kênh mới: Tổ chức mạng phân phối thông qua các Đại lý tổ chức như: Ngân hàng, Bưu điện, Cửa hàng, Garage, Showroom buôn bán xe...
- Phát triển và nâng cao chất lượng đào tạo đại lý bảo hiểm nhân thọ.

Trong công tác khai thác và chăm sóc khách hàng cần tập trung khai thác có chọn lọc, phân thành những đối tượng khách hàng khác nhau để tiện lợi trong công tác chăm sóc khách hàng cũng như tạo điều kiện khai thác thuận lợi hơn.

Do tính chất của ngành bảo hiểm nhân thọ nên công tác tìm kiếm và tiếp cận khách hàng khó thực hiện được vì vậy tạo được mối quan hệ với khách hàng thông qua sự giới thiệu của nhà môi giới giúp công tác khai thác thuận lợi hơn. Tuy nhiên công tác khai thác cũng cần chủ động hơn trong việc tìm kiếm và tiếp cận



khách hàng không quá phụ thuộc nhiều vào sự giới thiệu của khách hàng và nhà môi giới.

Luôn tìm kiếm và phát triển khách hàng mới, thông qua nhiều mối quan hệ xã hội, quen biết. Và điều quan trọng hơn hết là thực hiện đúng cam kết với khách hàng sẽ nâng cao năng lực cạnh tranh cũng như uy tín của công ty trên thị trường Việt Nam và khu vực .

(Nguồn: Trần Thị Bích Hạnh, Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại công ty cổ phần Bảo Long, <<http://luanvan.net.vn/luan-van/khoa-luan-giai-phap-nang-cao-hieu-qua-kinh-doanh-bao-hiem-phi-nhan-tho-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-nha-rong-bao-long-17328/>>, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2015)

### **3.2.5. Giải pháp nâng cao trình độ nhân viên**

- Chính sách đào tạo: Chú trọng nâng cao chất lượng đội ngũ viên chức thông qua việc đào tạo, đào tạo chuyên sâu, tổ chức huấn luyện, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn, kỹ năng về công nghệ,... mang tính chuyên nghiệp cao nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, tạo thế và lực mới. Cần có chế độ chính sách hợp lý của công ty để giữ được đội ngũ cán bộ bảo hiểm giỏi nghiệp vụ và am hiểu thị trường, khách hàng.

- Tổ chức kênh đào tạo: Liên kết các Trường Đại học, Học viện mở các khóa tập huấn, hội thảo chuyên đề theo định hướng các nhu cầu công việc trong từng giai đoạn. Động viên hình thức tự đào tạo bằng nhiều biện pháp như thi đua khen thưởng, hỗ trợ học phí. Cử cán bộ trong diện quy hoạch đi học nâng cao trình độ, kỹ năng để tạo nguồn lực kế nhiệm.

### **3.2.6. Giải pháp phát triển công nghệ thông tin**

Tuy công nghệ thông tin chưa phải là ưu tiên trong chính sách thay đổi bộ mặt doanh nghiệp của VCLI nhưng nâng cao hiệu quả công nghệ thông tin vẫn sẽ là hướng đi lâu dài cho sự phát triển hiệu quả của công ty. Cụ thể:

- Phát triển hạ tầng cơ sở mạng dựa trên các công nghệ viễn thông tiên tiến.
- Nâng cấp hoàn chỉnh chương trình cấp và quản lý hợp đồng bảo hiểm, rủi ro và đối tượng được bảo hiểm, giám định giải quyết bồi thường trên máy tính. Hoàn thiện công tác bán hàng qua mạng .
- Áp dụng các thành tựu công nghệ thông tin tiên tiến phục vụ quản lý.
- Bắt buộc mỗi cán bộ nhân viên phải tự nâng cao trình độ tin học.
- Hoàn thiện chương trình thống kê đáp ứng yêu cầu công việc.
- Tiếp tục phát triển các ứng dụng tin học hướng về phục vụ khách hàng trên cơ sở nền tảng của hệ thống dữ liệu nghiệp vụ.



Cụ thể như sau:

- + Tạo ra các dịch vụ cộng thêm để tăng tính hấp dẫn khách hàng cho các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, như dịch vụ thanh toán phí bảo hiểm, giải quyết quyền lợi bảo hiểm qua ngân hàng, qua thẻ,...
- + Xóa bỏ ranh giới địa lý giữa các văn phòng khu vực trên toàn địa bàn, văn phòng công ty là địa điểm tập trung các nguồn dữ liệu.
- + Dựa trên nền tảng của hệ thống dữ liệu nghiệp vụ, phát triển các ứng dụng tin học. Tự động hóa các khâu tổng hợp dữ liệu, thu thập dữ liệu, phục vụ kịp thời cho lãnh đạo ra các quyết định quản lý.

(Nguồn: Trần Thị Bích Hạnh, Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại công ty cổ phần Bảo Long, <<http://luanvan.net.vn/luan-van/khoa-luan-giai-phap-nang-cao-hieu-qua-kinh-doanh-bao-hiem-phi-nhan-tho-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-nha-rong-bao-long-17328/>>, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2015)

### 3.3. Kiến nghị

#### 3.3.1. Về phía nhà nước

- Tạo môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các doanh nghiệp bảo hiểm nói chung và doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ nói riêng, đặc biệt không có sự phân biệt giữa doanh nghiệp nhà nước hay công ty cổ phần để có một thị trường cạnh tranh lành mạnh từ đó giúp nâng cao tốc độ tăng trưởng chung của đất nước.
- Tạo cơ chế thông trong các hoạt động bảo hiểm, nâng cao hoạt động của bộ máy nhà nước trong xử lý các thủ tục liên quan đến hoạt động bảo hiểm.
- Nhanh chóng khắc phục những lỗ hổng trong hoạt động quản lý kinh doanh bảo hiểm để ngăn chặn tối đa những hành vi trục lợi bất chính từ hoạt động bảo hiểm gây hoang mang cho khách hàng và làm hỗn loạn thị trường bảo hiểm.

#### 3.3.2. Về phía ngành

- Tăng cường vai trò của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam hơn nữa trong thiết lập môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các công ty bảo hiểm như : cạnh tranh về chi phí, hay cạnh tranh về tỷ lệ phí,...
- Tích cực đối thoại với các doanh nghiệp bảo hiểm để nắm bắt giải thích rõ hơn những khúc mắc của doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Tạo sự tin tưởng vào sự an toàn thị trường đối với cộng đồng doanh nghiệp bảo hiểm nói chung và liên doanh bảo hiểm VCLI nói riêng.

(Nguồn: Trần Thị Bích Hạnh, Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại công ty cổ phần Bảo Long, <<http://luanvan.net.vn/luan-van/khoa-luan-giai-phap-nang-cao-hieu-qua-kinh-doanh-bao-hiem-phi-nhan-tho-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-nha-rong-bao-long-17328/>>, truy cập ngày 20 tháng 3 năm 2015)

### **Kết Luận Chương 3**

- Nhận thức đầy đủ về mục tiêu, phương hướng nhiệm vụ phát triển của VCLI trong thời gian sắp tới .
- Tìm ra các giải pháp để ngăn chặn đà suy giảm phát triển trong hoạt động kinh doanh bảo liên doanh VCLI.
- Các kiến nghị đến nhà nước và các ban ngành để tiến tới một thị trường tốt hơn, phù hợp hơn cho những phương hướng phát triển của doanh nghiệp.

## KẾT LUẬN

Với sự đóng góp to lớn của ngành bảo hiểm nói chung và bảo hiểm nhân thọ nói riêng, không ai có thể phủ nhận được vai trò quan trọng của ngành bảo hiểm. Đời sống càng nâng cao thì con người càng tìm đến các nghiệp vụ bảo hiểm ngày càng nhiều. Mục đích của bảo hiểm là đem lại sự an tâm, sự an toàn về mặt tài chính cho người tham gia bảo hiểm trước những rủi ro có thể xảy ra.

Qua hơn 6 năm hoạt động và phát triển không ngừng, Công ty liên doanh bảo hiểm VCLI luôn ý thức được vai trò đặc biệt của mình về các công tác giám định bồi thường, coi đó là nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu trong hoạt động kinh doanh, đây không chỉ là vấn đề đền bù tài chính mà còn là thể hiện sự quan tâm, chia sẻ khó khăn với khách hàng khi không may gặp rủi ro. Hàng năm VCLI đã giải quyết nhanh chóng hàng nghìn vụ tổn thất tai nạn xảy ra góp phần nào đó ổn định đời sống, sản xuất kinh doanh của xã hội. Tuy nhiên, bên cạnh những thành quả đạt được, công tác giám định bồi thường cũng không thể tránh khỏi những thiếu sót và hạn chế nhất định cần được khắc phục kịp thời để công tác này phát huy hết tác dụng của nó.

Là một công ty có tuổi đời còn khá trẻ, tuy nhiên với những nỗ lực không ngừng cùng với đội ngũ cán bộ nhân viên trẻ, nhiệt tình, có chuyên môn cao và tâm huyết đều hướng tới mục đích phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, VCLI đã và đang xây dựng thương hiệu của mình trước khách hàng và các đối thủ cạnh tranh.

Hiện nay, thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam rất tiềm năng đặc biệt là tại thị trường Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội, hy vọng với sự nỗ lực và hoàn thiện trong hoạt động kinh doanh của mình VCLI sẽ ngày càng phát triển và nâng cao được thị phần của mình trong ngành bảo hiểm nhân thọ.

## **PHỤ LỤC**

1. Bảng cân đối kế toán Công ty Liên doanh bảo hiểm VCLI năm 2012
2. Bảng cân đối kế toán Công ty Liên doanh bảo hiểm VCLI năm 2013
3. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh Công ty Liên doanh bảo hiểm VCLI năm 2012
4. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh Công ty Liên doanh bảo hiểm VCLI năm 2013

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguồn gốc bảo hiểm,  
<<https://vn.answers.yahoo.com/question/index?qid=20071015045850AACPchi>>, truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
2. Bảo hiểm nhân thọ là gì ?, <<https://voer.edu.vn/m/bao-hiem-nhan-tho-la-gi/5a8ba8b1>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
3. Khái niệm và tính chất của bảo hiểm, <<https://voer.edu.vn/m/khai-niem-va-tinh-chat-cua-bao-hiem-nhan-tho/d960bf9f>>, truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
4. Khái quát về bảo hiểm nhân thọ và sản phẩm an sinh giáo dục,  
<<https://voer.edu.vn/c/cac-loai-hinh-bao-hiem-nhan-tho/cdf4c8cd/4b59a5f8>>, , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015 .
5. Vai trò của bảo hiểm nhân thọ trong đời sống kinh tế- xã hội,  
<<https://voer.edu.vn/m/vai-tro-cua-bao-hiem-nhan-tho-trong-doi-song-kinh-te-xa-hoi/1246895b>> , truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015.
6. Bảo hiểm nhân thọ, Ý nghĩa của bảo hiểm nhân thọ,  
<<http://www.bhnt.net/2014/01/y-nghia-cua-bao-hiem-nhan-tho.html>>, truy cập ngày 13 tháng 1 năm 2015.
7. Cổng thông tin điện tử Chính Phủ, Luật kinh doanh bảo hiểm,  
<[http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class\\_id=1&mode=detail&document\\_id=80498](http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&mode=detail&document_id=80498)>, truy cập ngày 20 tháng 2 năm 2015.
8. Tài liệu VN, Phân tích đặc điểm hoạt động của công ty bảo hiểm,  
<<http://tailieu.tv/tai-lieu/de-tai-phan-tich-dac-diem-hoat-dong-cua-cong-ty-bao-hiem-di-sau-phan-tich-cu-the-mot-cong-ty-21810/>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
9. Trần Thị Bích Hạnh, Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại công ty cổ phần Bảo Long, <<http://luanvan.net.vn/luan-van/khoa-luan-giai-phap-nang-cao-hieu-qua-kinh-doanh-bao-hiem-phi-nhan-tho-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-nha-rong-bao-long-17328/>>, truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
10. Quan niệm về sản xuất kinh doanh, <<https://voer.edu.vn/m/quan-niem-ve-hieu-qua-san-xuat-kinh-doanh/ec1ebb60>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
11. Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp,  
<<https://voer.edu.vn/m/cac-nhan-to-anh-huong-den-hoat-dong-kinh-doanh-cua-doanh-nghiep/5d33458b>> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
12. Trang chủ VCLI, Giới thiệu về VCLI, <<https://vcli.vn/vi/gioi-thieu>> , truy cập ngày 29 tháng 1 năm 2015.

13. Tạp chí tài chính, Tổng quan thị trường bảo hiểm Việt Nam 2014, <[http://www.tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014\\_07\\_09/1.%20Tong%20Quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf](http://www.tapchitaichinh.vn/Uploaded/tranhuyentrang/2014_07_09/1.%20Tong%20Quan%20thi%20truong%203%20thang%202014.pdf)>, truy cập ngày 5 tháng 3 năm 2015.
14. Các nghị định liên quan đến hoạt động kinh doanh bảo hiểm, <[http://irt.mof.gov.vn/portal/page/portal/irt/37905500?p\\_page\\_id=49926491&pers\\_id=37854263&item\\_id=41557483&p\\_details=1](http://irt.mof.gov.vn/portal/page/portal/irt/37905500?p_page_id=49926491&pers_id=37854263&item_id=41557483&p_details=1)> , truy cập ngày 8 tháng 2 năm 2015.
15. Trang chủ VCLI, Liên doanh VCLI, sản phẩm, <<https://vcli.vn/vi/san-pham>>.
16. Phạm Thiện Hồng Vũ, Hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex: Thực trạng và giải pháp, <<http://doc.edu.vn/tai-lieu/luan-van-hieu-qua-kinh-doanh-tai-cong-ty-co-phan-bao-hiem-petrolimex-thuc-trang-va-giai-phap-16222/>> , truy cập ngày 29 tháng 1 năm 2015.