

ĐẠI LÝ BẢO HIỂM, HỌ LÀ AI ?

TRƯƠNG MINH CÁT NGUYỄN

Đại lý Bảo hiểm nhân thọ

Trong bài tham luận này, tác giả xin được xoay quanh các vấn đề cơ bản sau đây:

1. Quá trình hình thành và phát triển nghề nghiệp đại lý bảo hiểm.
2. Đại lý bảo hiểm, họ là ai ?
3. Thu nhập của đại lý.
4. Thách thức và triển vọng tương lai.

Những kết quả đạt được trong hơn 6 năm qua của ngành bảo hiểm đã làm thay đổi nhận thức xã hội về hình ảnh một lực lượng lao động mới: đại lý bảo hiểm.

Về thuật ngữ chuyên ngành, có công ty gọi họ là đại lý bảo hiểm, công ty khác gọi họ là tư vấn tài chính, tư vấn bảo hiểm, cộng tác viên ... trong dân gian có người còn gọi họ là “cò bảo hiểm”; tuy nhiên “đại lý bảo hiểm” là thuật ngữ dễ hiểu, gần gũi và được sử dụng phổ biến hơn cả.

I. NHỮNG CỘT MỐC QUAN TRỌNG

a. Trước khi có Nghị định 100/NĐ-CP

công ty Bảo hiểm Việt Nam đã có những ghi nhận đóng góp của cá nhân và tổ chức trong việc giúp công ty khai thác, kinh doanh có hiệu quả các nghiệp vụ bảo hiểm. Những ghi nhận công lao đó được thể hiện bằng cách trích lập từ hiệu quả kinh doanh những khoản thưởng dành cho người cộng tác khai thác. Nó trở thành động lực khai thác có hiệu quả ở thời điểm đó, và đây cũng chính là tiền lệ không hay đối với hoạt động kinh doanh bảo hiểm sau này. Tiền lệ này làm cản trở khả năng làm việc và phát triển của lực lượng đại lý trong từng lĩnh vực nhất định, đồng thời gây tác động cạnh tranh thiếu lành mạnh, làm biến dạng nhu cầu của khách hàng.

b. 18/12/93

Chính phủ chính thức công nhận các hoạt động khai thác bảo hiểm thông qua kênh phân phối là những cá nhân và tổ chức trung gian. Những cá nhân và tổ chức trung gian đó được sắp xếp, quản lý, hoạt động theo những mô hình khác nhau. Cá nhân hoạt động khai thác bảo hiểm được gọi là “đại lý” – theo quy định tại điều 19, Nghị định 100/NĐ-CP.

Trong giai đoạn này nghề đại lý bảo hiểm chưa được xã hội nhìn nhận, thị trường lao động đang manh nha một nghề có thu nhập và triển vọng cao. Tuy nhiên, do chưa có hướng dẫn, thời điểm đó vẫn có các tổ chức và cá nhân khai thác bảo hiểm tương tự như hoạt động đại lý nhưng chưa có cơ quan nào quản lý. Đó là những cơ quan hành chính sự nghiệp hay tổ chức kinh tế như: cơ quan thuế, cơ quan đăng ký xe, cơ quan đăng kiểm, trường học, các công ty kinh doanh du lịch ... được hiểu như là “cộng tác viên”. Quyền lợi của cộng tác viên được trả theo hình thức tỷ lệ phần trăm trên doanh số bán.

c. 30/05/1994

Bộ Tài Chính ban hành Thông tư số 46-TC/CĐTC hướng dẫn thực hiện Nghị định 100/NĐ-CP trong đó quy định nội dung, phạm vi hoạt động đại lý bảo hiểm, các quyền và nghĩa vụ liên quan.

d. 25/10/1995

Bộ Tài Chính tiếp tục ban hành Thông tư số 76/TCNH quy định về chế độ hoa hồng bảo hiểm. Có thể nói đây là cột mốc quan trọng nhất đối với nghề đại lý bảo hiểm. Gần hai năm kể từ ngày Nghị định 100/NĐ-CP ra đời, những người cung cấp dịch vụ bảo hiểm với tư cách là một đại lý mới có đủ hành lang pháp lý cho hoạt động kinh doanh của mình.

e. 1997

Đại lý chính thức thực hiện nghĩa vụ nộp thuế.

f. 1997 đến nay

Nghề đại lý bảo hiểm không còn trong giai đoạn manh nha nữa, thị trường tài chính chứng kiến những bước đột phá ngoạn mục trong thời gian ngắn bằng việc công ty bảo hiểm nhân thọ đầu tiên bán sản phẩm của mình. Những kết quả, những số liệu của ngành bảo hiểm nhân thọ được công bố hoàn toàn chỉ do một lực lượng duy nhất và trực tiếp phân phối đến người sử dụng: lực lượng đại lý bảo hiểm nhân thọ. Lực lượng lao động trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ bùng nổ về số lượng ở tất cả các công ty nhân thọ.

Cũng trong thời gian này thị trường nhận ra sự khác biệt giữa những người đại lý bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ, giữa những người chuyên nghiệp và không chuyên nghiệp, giữa đại lý của công ty này và công ty khác, giữa những đại lý chỉ xem việc phân phối sản phẩm bảo hiểm là một nghề tay trái, kiếm thêm thu nhập hay là một cái nghề tạm trước khi có công việc ổn định ...; sự cạnh tranh đã trở nên khốc liệt hơn giữa những người đại lý.

Về phía doanh nghiệp bảo hiểm, việc tuyển dụng, tổ chức đào tạo, quản lý đội ngũ đại lý của từng công ty có những định hướng và chiến lược riêng. Trong khi đại lý bảo hiểm phi nhân thọ chưa được đào tạo bài bản, trình độ chuyên môn chưa cao, chỉ đáp ứng được những nhu cầu bảo hiểm thông dụng, đơn giản của khách hàng thì các đồng nghiệp của họ ở lĩnh vực nhân thọ lại được tiếp cận và trang bị nhiều kiến thức, kinh nghiệm chuyên môn, công nghệ thông tin ... của công nghệ bảo hiểm hiện đại thuộc những tập đoàn tài chính khổng lồ. Do đó, lợi thế hay cơ may hội nhập với nghề của từng đại lý thuộc sở hữu công ty trở nên khác biệt.

Lực lượng đại lý bắt đầu xuất hiện sự phân hóa rõ nét, sự phân hóa xảy ra giữa những nhóm nghề (nhân thọ hay phi nhân thọ), mức độ chuyên nghiệp, mức độ đầu tư cá nhân, thu nhập,... Điều này khẳng định thị trường bảo hiểm Việt Nam: không những phát triển về mặt lượng (có nhiều công ty, nhiều sản phẩm) mà còn phát triển về chất, trong đó yếu tố chuyên nghiệp của lực lượng phân phối cũng là một thuộc tính chất lượng sản phẩm. Nó mang tính chất quyết định cho sự tồn tại, phát triển của doanh nghiệp bảo hiểm và của chính người đại lý. Điều này khẳng định nhu cầu thị trường đã nâng cao rất nhiều từ chỗ cần dịch vụ tài chính chất lượng cao đến đòi hỏi người cung cấp hoặc phân phối sản phẩm đó phải đạt trình độ tương ứng.

Hiện nay các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ đang sở hữu hai lực lượng khai thác mà mục đích không gì khác hơn là phân phối sản phẩm gồm lực lượng nhân viên khai thác trực tiếp (hưởng lương) và lực lượng trung gian gồm đại lý, các nhà môi giới (hưởng hoa hồng) ... Theo các doanh nghiệp bảo hiểm, sở dĩ có sự tồn tại các lực lượng phân phối như trên bởi những nguyên nhân sau:

- Những nghiệp vụ cần chuyên môn cao đại lý không thể đảm đương nổi.
- Lực lượng môi giới quá mỏng và phạm vi hoạt động còn hạn chế.
- Các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước có xu hướng sử dụng lực lượng bán hiện có hơn là đào tạo mới hoặc chuyển đổi hình thức kênh phân phối.
- Năng lực đáp ứng nhu cầu dịch vụ có chất lượng hoàn hảo của các doanh nghiệp bảo hiểm chậm hơn tốc độ phát triển của thị trường nên chưa kịp hoàn thiện và chuyển giao công nghệ cho đại lý.
- Do chưa kịp đầu tư cho lực lượng phân phối sản phẩm, trước tình hình tăng trưởng đột biến, đội ngũ đại lý ở lĩnh vực phi nhân thọ không đáp ứng nổi nhu cầu thị trường.

Với những lý do trên, trong thời gian vừa qua thị trường bảo hiểm Việt Nam đã chứng kiến nhiều sự kiện và nhiều phản ứng khác nhau xung quanh vấn đề chất lượng sản phẩm, chất lượng kênh phân phối. Một trong những sự kiện nổi bật đó là thị trường không chấp nhận tiêu thụ sản phẩm bảo hiểm xe máy kém chất lượng lại được phân phối thông qua kênh đại lý chưa được đào tạo hoặc đào tạo quá sơ sài mặc dù có sự can thiệp của nhà nước. Hệ quả là:

- Làm cho nhu cầu thị trường bị chệch hướng,
- Làm thay đổi nhân quan xã hội về một nghề nghiệp có nhiều đóng góp cho nền kinh tế.
- Những mục tiêu kinh tế, xã hội của nhà nước trở nên kém hiệu quả.

Theo thống kê, cuối năm 2002 số lượng đại lý bảo hiểm hoạt động trong cả hai lĩnh vực nhân thọ và phi nhân thọ là trên 80.000 người và đang không ngừng phát triển về số lượng và trình độ chuyên môn.

II. NGHỀ ĐẠI LÝ BẢO HIỂM LÀ GÌ, HỌ LÀ AI ?

Theo quy định của pháp luật về hoạt động đại lý bảo hiểm được quy định tại Luật kinh doanh bảo hiểm và Nghị định 100/NĐ-CP, có thể hiểu “đại lý bảo hiểm” là một cá nhân hội đủ điều

kiện được doanh nghiệp bảo hiểm ủy quyền phân phối sản phẩm dịch vụ tài chính đến người có nhu cầu sử dụng. Tuy nhiên do tính chất đặc thù của sản phẩm, không phải khách hàng nào cũng cảm thấy mình có nhu cầu sử dụng dịch vụ bảo hiểm. Nhu cầu này chỉ được cảm nhận thông qua quá trình giới thiệu những tiện ích của nó và được kiểm chứng những sự kiện có liên quan. Do vậy không phải bất cứ ai cũng có thể làm cho khách hàng cảm nhận được nhu cầu sử dụng những tiện ích mà dịch vụ bảo hiểm có thể cung cấp. Việc này đòi hỏi anh ta phải am hiểu hoàn cảnh và những mong muốn trong tương lai của khách hàng mà anh ta muốn thuyết phục. Rõ ràng là người đại lý bảo hiểm cần có những kỹ năng riêng, vượt trội so với những người làm công việc phân phối sản phẩm tiêu dùng khác. Chính vì thế đây là công việc có nhiều thách thức và cơ hội.

Và cũng do tính chất nghề nghiệp là “thực hiện một giao dịch được ủy quyền” nên công việc của người đại lý mang tính độc lập cao. Người đại lý có thể chủ động và linh hoạt trong mọi giao dịch của mình, có quyền đánh giá rủi ro của khách hàng và quyết định cung cấp dịch vụ hay không. Cũng chính yếu tố nhận được sự ủy quyền cung cấp dịch vụ tài chính cho khách hàng từ doanh nghiệp bảo hiểm nên trách nhiệm của người đại lý độc lập với trách nhiệm của công ty bảo hiểm. Anh ta phải hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính trung thực của mình trong giao dịch.

Khi bước vào nghề, người làm đại lý bảo hiểm được trang bị:

- *Kiến thức chuyên môn:* Sau những bước chuẩn bị về thủ tục hành chính theo quy định của pháp luật, đại lý sẽ được tham dự các khóa học đi từ cơ bản đến nâng cao và hoàn thiện trong quá trình làm việc. Các kiến thức phục vụ cho việc khai thác bảo hiểm trọng tâm là đặc tính sản phẩm, các ứng dụng thực tiễn, phân tích tài chính, phân loại đánh giá rủi ro ... Bên cạnh đó, việc phân tích, tổng hợp các đặc tính tâm lý nhóm khách hàng, đánh giá khả năng khách hàng và cân đối nhu cầu trong tương lai, khả năng ứng xử ... cũng được chú ý huấn luyện cho đại lý.
- *Kỹ năng và tích lũy kinh nghiệm:* Sau khi hoàn thành khóa huấn luyện căn bản đại lý được huấn luyện thực tế bằng nhiều phương pháp, kể cả phương pháp cổ điển là có người thạo việc đi cùng trong những cuộc tiếp xúc khách hàng đầu tiên.
- *Các phương tiện làm việc:* Phương tiện làm việc của đại lý gồm các văn phòng giao dịch, công nghệ thông tin chuyên ngành, ấn phẩm, ấn chỉ ... nhằm giúp đại lý cung cấp đầy đủ, kịp thời thông tin về công ty và sản phẩm cho khách hàng.

Ngoài ra, đại lý bảo hiểm còn được hỗ trợ bằng những chương trình tiếp thị có tầm chiến lược và chuyên nghiệp của công ty bảo hiểm và được phát huy hết những năng lực tiềm ẩn và cho phép tận dụng để khai thác trong khuôn khổ pháp luật và những quy định chung.

III. THU NHẬP CỦA ĐẠI LÝ

Vì tính độc lập và tự chịu trách nhiệm công việc nên có thể hiểu công việc đại lý bảo hiểm là một công việc kinh doanh độc lập, tự trả lương cho chính mình. Vốn bỏ ra là kiến thức, thời gian và lòng kiên trì. Thu nhập của đại lý cũng giống như thu nhập của bao hình thức kinh doanh hợp pháp khác, thu nhập cao hay thấp hoàn toàn phụ thuộc vào kết quả kinh doanh của đại lý.

IV. MÔI TRƯỜNG ĐÀO TẠO

Một chuẩn mực đào tạo có chuyên môn cao là điều mà các đại lý bảo hiểm tâm huyết với nghề luôn mong muốn có được. Việc tuyển dụng ồ ạt và đào tạo qua loa nhằm mục đích thu tóm thị phần của các công ty bảo hiểm trong giai đoạn vừa qua đã để lại không ít những hậu quả đáng tiếc. Phần lớn đại lý không còn an tâm với nghề khi đứng trước những khó khăn do nhiều nguyên nhân. Trong đó có nguyên nhân chưa được đào tạo sâu về chuyên môn đã phải “xông trận” do áp lực từ phía các công ty bảo hiểm. Giữa các công ty bảo hiểm có những chương trình đào tạo khác biệt vì tính chất đặc thù của sản phẩm. Tuy nhiên, một chuẩn mực cơ bản mà một đại lý chuyên nghiệp cần phải có khi tham gia thị trường lao động này cho đến nay vẫn chưa được quản lý bởi một cơ quan hay tổ chức nào. Nên chẳng đã đến lúc chúng ta phải có một tổ chức đào tạo chính quy và khoa học nghiên cứu nghề đại lý bảo hiểm? Theo đó bất kỳ một cá nhân hay tổ chức muốn tham gia thị trường bảo hiểm với tư cách đại lý phải tốt nghiệp khóa đào tạo dạy nghề và được cấp chứng chỉ trước khi làm đại lý cho một công ty bảo hiểm nào đó.

V. THÁCH THỨC VÀ TRIỂN VỌNG

a. Thách thức

Như đã phân tích, nhu cầu xã hội đòi hỏi ngày càng cao về mức sống, trong đó các dịch vụ y tế, tài chính - tín dụng, dịch vụ tư vấn pháp lý ... ngày càng trở nên hoàn hảo để có thể cung cấp cho đại đa số khách hàng đang trở nên giàu có do quá trình hội nhập mang lại. Họ luôn có nhu cầu được tiếp cận và tiêu dùng những sản phẩm chất lượng cao và không ngần ngại chi tiêu cho nhu cầu của họ. Những sản phẩm chất lượng cao sẽ trở nên không cao nếu được phân phối bởi đội ngũ kém chất lượng. Do đó đây sẽ là thách thức lớn đối với những người làm nhiệm vụ phân phối sản phẩm bảo hiểm. Họ phải luôn thay đổi để thích nghi, luôn tự hoàn thiện và trở nên chuyên nghiệp hơn trong suy nghĩ của khách hàng. Nói một cách khác, nghề đại lý bảo hiểm luôn phải đối mặt với quy luật tự đào thải. Ngoài ra, thách thức đối với người làm nhiệm vụ phân phối bảo hiểm còn ở chỗ hành lang pháp lý bảo vệ người đại lý chưa đạt đến mức độ có thể yên tâm hành nghề.

b. Triển vọng

- Cho dù có những ý kiến trái ngược nhau về nghề nghiệp đại lý bảo hiểm, thị trường vẫn đầy tiềm năng và không ngừng tăng trưởng, thị trường vẫn luôn cần những người đại lý năng động, có chuyên môn sâu, chịu khó và quyết tâm làm giàu.
- Thu nhập đại lý hoàn toàn được tính trên tỷ lệ phí thu, do đó không chịu ảnh hưởng trực tiếp bởi kết quả đầu tư của doanh nghiệp bảo hiểm.
- Nhu cầu thị trường đang phát triển về lượng lẫn chất, do đó đây là cơ hội cho những người thật sự có chuyên môn và đầu tư đúng mức cho nghề nghiệp của mình.

VI. KIẾN NGHỊ

Một là, nhà nước cần phải thiện khung pháp lý nhằm bảo vệ quyền lợi của người đại lý bảo hiểm.

Hai là, nên thành lập hiệp hội của những người đại lý.

Ba là, nhà nước phối hợp với các doanh nghiệp bảo hiểm tổ chức đào tạo chuyên môn đại lý theo một chuẩn mực nhất định sao cho vừa tiết kiệm cho doanh nghiệp bảo hiểm và cho xã hội, đồng thời tổ chức nghiên cứu nghề đại lý bảo hiểm dưới nhãn quan khoa học nhằm định hướng cho họ lý tưởng nghề nghiệp.