

TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM CHÂU MỸ LATINH VÀ NHỮNG KINH NGHIỆM CÓ THỂ VẬN DỤNG VÀO THỰC TIỄN Ở VIỆT NAM

NGUYỄN TIẾN HÙNG

Bộ môn Bảo hiểm, ĐHKT TP.HCM

VÕ ĐÌNH TRÍ

Trung tâm Đào tạo Bảo Việt, TCT Bảo hiểm Việt Nam

I. TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH KINH TẾ – XÃ HỘI CHÂU MỸ LA TINH

Năm 2002, theo đánh giá của Ủy ban kinh tế Mỹ Latinh và vùng Caribe của Liên Hiệp Quốc (CEPAL) thì nền kinh tế của khu vực này giảm 0,8% (theo IMF là 0,6%) do bị tác động nặng nề của cuộc khủng hoảng ở Argentina (tăng trưởng kinh tế giảm 13,5%). Cuộc khủng hoảng ở Argentina đã gây tác động mạnh đến nền kinh tế các nước Brazil, Paraguay và Uruguay. Riêng Brazil còn phải đối phó với những khoản nợ khổng lồ và những lo lắng xung quanh các chính sách của chính phủ tương lai. Tỷ lệ thất nghiệp tăng mức kỷ lục 9%. Đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Mỹ Latinh giảm mạnh từ 74 tỷ USD thời kỳ 1996-1998 xuống còn 50 tỷ thời kỳ 1998-2002. Xuất khẩu giảm 1,5% do sự giảm giá của nguyên liệu thô - một trong những mặt hàng xuất khẩu chính của các nước Mỹ Latinh và do sự suy giảm kinh tế ở các nước công nghiệp phát triển. Theo CEPAL, đã đến lúc cần thay đổi mô hình kinh tế ở các nước Mỹ Latinh bởi cuộc khủng hoảng hiện nay ở các quốc gia Nam Mỹ đã chứng tỏ sự sụp đổ của mô hình kinh tế thị trường tự do được áp dụng nhiều năm qua ở khu vực này.

Về lĩnh vực tài chính tiền tệ ở Châu Mỹ Latinh, năm 2002 tiếp tục là năm bất ổn, đặc biệt là ở Brazil và Argentina. Tại hai nền kinh tế lớn của châu lục này, thị trường chứng khoán đều tụt dốc, đồng tiền nội địa bị mất giá mạnh so với đồng USD ($1\text{USD}=2,54\text{ Real}$ xuống còn $1\text{USD}=3,6\text{ Real}$).

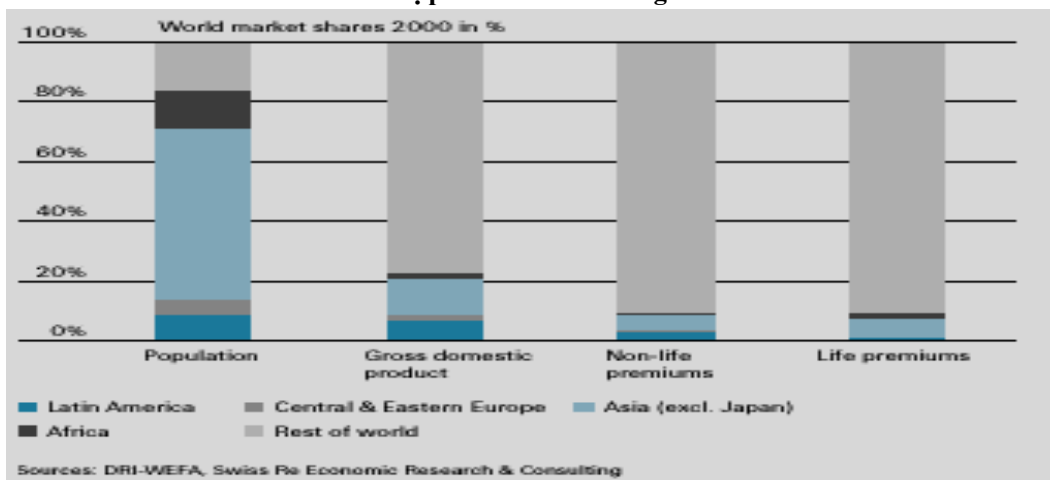
Mặc dù đã cố gắng tiến hành tự do hoá nền kinh tế cũng như củng cố hệ thống ngân hàng và tư nhân hoá các doanh nghiệp nhà nước từ đầu thập niên 90 nhưng các quốc gia khu vực này vẫn không thoát khỏi tình trạng cơ cấu kinh tế cứng nhắc, thị trường lao động kém linh hoạt với sự điều hành yếu kém của chính phủ. Trường hợp điển hình là Argentina, khi mà thể chế chính trị và pháp lý yếu cùng với chế độ tỷ giá hối đoái cố định và nợ nước ngoài quá mức đã đẩy Argentina rơi vào tình trạng vỡ nợ cuối năm 2001.

II. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM CHÂU MỸ LATINH

a. Vị trí của thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh trên thị trường thế giới

Năm 2000, dân số khu vực Mỹ Latinh là 464 triệu người, chiếm 8% dân số thế giới, GDP toàn khu vực là 1919 tỷ USD, chiếm 6% GDP toàn thế giới. Riêng về ngành bảo hiểm, doanh thu phí bảo hiểm toàn khu vực Mỹ Latinh năm 2000 là 39 tỷ USD. Bảo hiểm nhân thọ chiếm 0,8% và phi nhân thọ là 2,8% thế giới. Phí bảo hiểm tính bình quân đầu người của khu vực này đạt 80USD/năm.

Biểu đồ 1: Thị phần bảo hiểm thế giới năm 2000



Nguồn: Sigma 2/2002

Bảng 1: Tỷ trọng phí bảo hiểm trong GDP (năm 2000)

	Tỷ lệ trong GDP %
Bắc Mỹ	8,80
Mỹ Latinh và Caribe	2,17
Châu Âu	7,84
Châu Á	7,60
Châu Phi	4,54
Châu Đại Dương	8,56
Thế giới	7,83

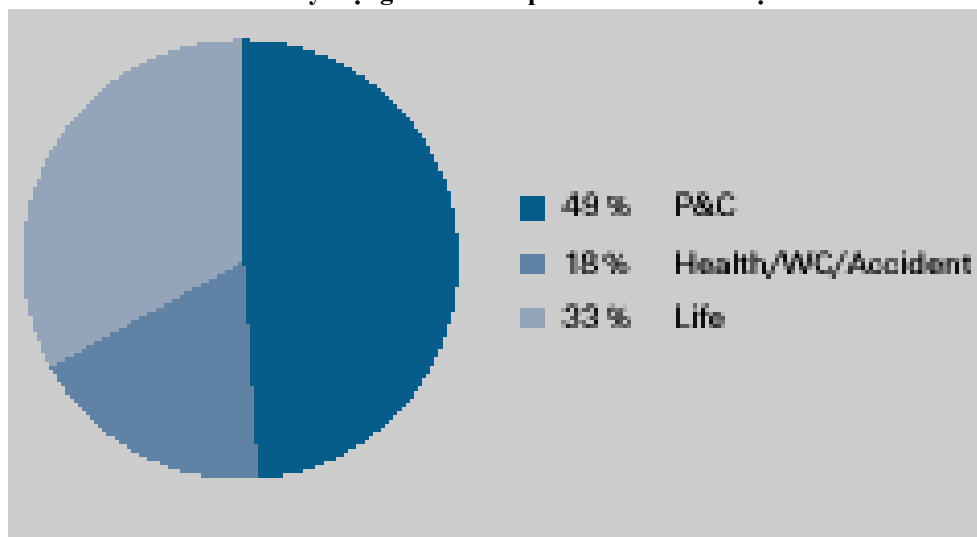
Nguồn: Sigma 6/2002

Xét về góc độ đóng góp của ngành bảo hiểm vào GDP của các khu vực trên thế giới thì Châu Mỹ Latinh và Caribe có tỷ trọng thấp nhất, ngành bảo hiểm của khu vực này chỉ chiếm 2,17% GDP toàn khu vực trong khi khu vực Bắc Mỹ tỷ lệ này là 8,8%; châu Á cũng là một thị trường mới phát triển và bảo hiểm đóng góp 7,6% GDP toàn khu vực.

a. Cơ cấu doanh thu phí bảo hiểm: Bảo hiểm phi nhân thọ chiếm tỷ trọng lớn trong toàn thị trường

Tại thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh, bảo hiểm phi nhân thọ vẫn chiếm một tỷ trọng lớn (bảo hiểm y tế-tai nạn cá nhân-bảo hiểm người lao động chiếm 18%), còn bảo hiểm nhân thọ chiếm 33%¹. Như vậy mặc dù bảo hiểm nhân thọ có sự tăng trưởng khá nhưng cũng chỉ chiếm 1/3 tổng doanh thu phí toàn thị trường.

Ở Brazil, bảo hiểm tài sản và bảo hiểm y tế có sự phát triển đáng kể. Hiện nay bảo hiểm nhân thọ ở Brazil chưa thật sự đóng vai trò quan trọng nhưng trong tương lai sẽ có nhiều cải thiện do tiến trình tư nhân hoá bảo hiểm hưu trí. Còn ở Mexico, bảo hiểm nhân thọ đã phát triển từ khi có sự cải tổ hệ thống bảo hiểm xã hội năm 1997. Trong năm 2000, lần đầu tiên ở Mexico phí bảo hiểm nhân thọ vượt qua phí bảo hiểm phi nhân thọ.

Biểu đồ 2: Tỷ trọng doanh thu phí bảo hiểm các loại hình

Nguồn: Sigma 2/2002

b. Phí bảo hiểm phi nhân thọ gia tăng

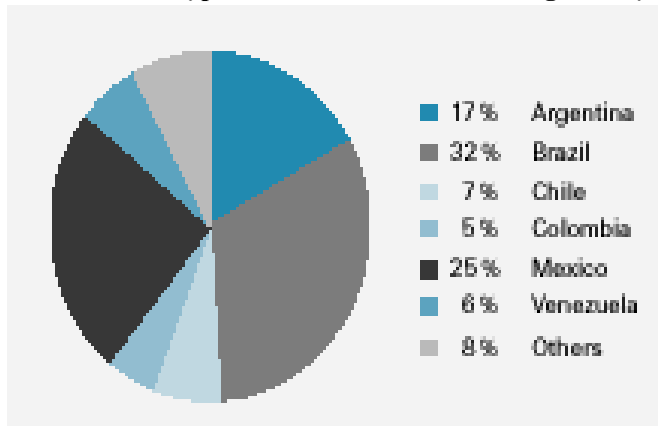
Bảo hiểm phi nhân thọ được chú ý bởi tỷ lệ phí bảo hiểm tăng, đặc biệt ở các loại hình bảo hiểm tài sản. Tại Mexico và Venezuela, Colombia và Chile, nơi mà rủi ro thảm họa thiên nhiên cao thì phí tăng 10-23%. Trong khi đó Brazil - thị trường bảo hiểm phi nhân thọ lớn nhất khu vực - thì tốc độ tăng phí chỉ 2,7%. Tỷ lệ phí bảo hiểm phi nhân thọ tăng, xét một cách toàn diện, đã tạo những chuyển biến khả quan của toàn thị trường. Trong năm 2001, phí bảo hiểm ở lĩnh vực phi nhân thọ có tốc độ tăng cao hơn nhân thọ, đây cũng là xu hướng chung của thị trường thế giới do phí bảo hiểm tài sản tăng. Tuy nhiên, phí bảo hiểm ở một số nước trong khu vực tính theo đồng USD thì giảm do đồng bản tệ bị mất giá so với đồng USD (Argentina, Venezuela).

¹ Số liệu nghiên cứu về thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh được tính toán theo phân loại bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ theo quy ước của EU và OECD. Theo đó, bảo hiểm tai nạn cá nhân và bảo hiểm y tế tự nguyện được xem là bảo hiểm phi nhân thọ.

c. Thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh tập trung chủ yếu ở một số quốc gia

Hoạt động kinh doanh của thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh tập trung ở các nước như: Argentina, Mexico, Brazil, Chile, Colombia và Venezuela. Trong số 22 nước ở khu vực này, thì 6 nước có thị trường phát triển nhất chiếm 92% tổng phí doanh thu. Nước chiếm tỷ trọng cao nhất là Brazil với tỷ trọng 32%, tiếp theo đó là Mexico 25%, Argentina 17%,

Biểu đồ 3 : Thị phần bảo hiểm các nước trong khu vực



Nguồn: Sigma 2/2002

Biểu đồ 4: Phí bảo hiểm toàn thị trường năm 2000



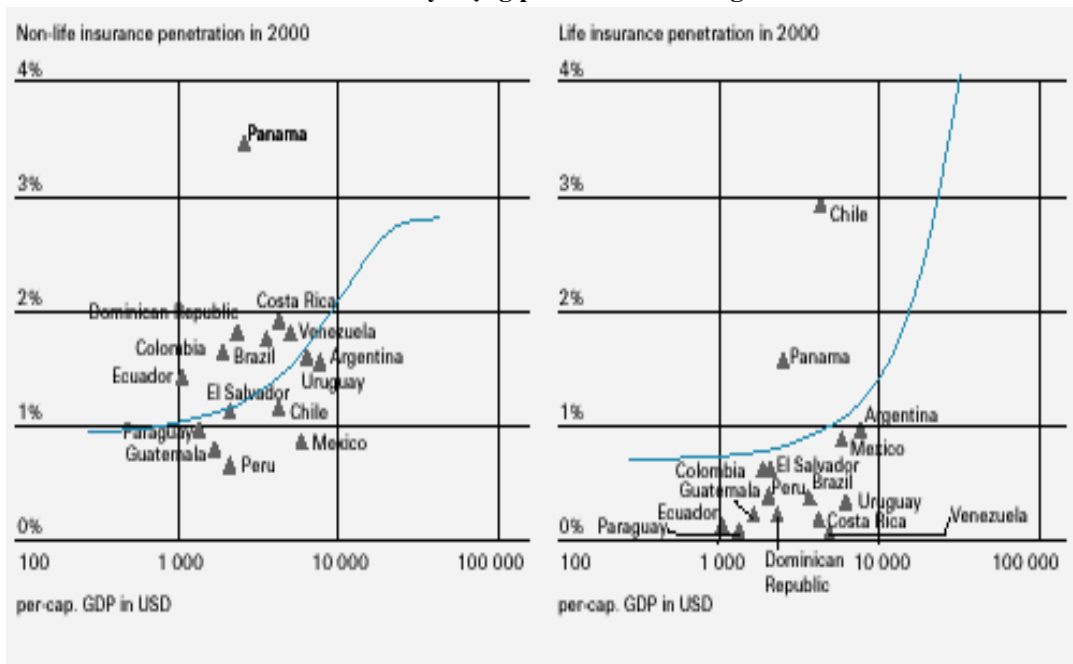
Nguồn: Sigma 2/2002

d. Vai trò của Bảo hiểm đối với nền kinh tế châu Mỹ Latinh và các quốc gia trong khu vực: Tỷ trọng phí bảo hiểm trong GDP

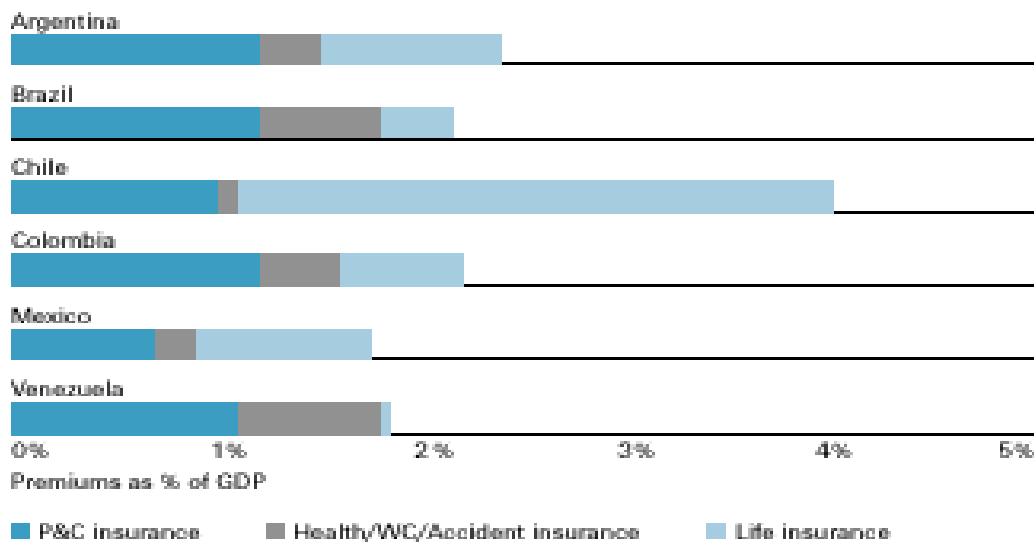
Tỷ lệ đóng góp của bảo hiểm vào GDP khu vực Mỹ Latinh còn thấp nhưng hứa hẹn nhiều tiềm năng phát triển. Ở Châu Mỹ Latinh, bảo hiểm đóng góp 2% vào GDP (trong đó bảo hiểm phi nhân thọ chiếm 1.3%), còn đối với thế giới thì ngành bảo hiểm góp 7,9% GDP thế giới. Nguyên nhân chính của tình trạng bảo hiểm chiếm tỷ trọng thấp trong GDP là do thu nhập bình quân tính theo đầu người ở khu vực này là thấp, nếu so với những nước có thu nhập bình quân đầu người tương tự thì tỷ trọng của bảo hiểm trong GDP vẫn thấp hơn.

Trong loại hình bảo hiểm phi nhân thọ ở khu vực Mỹ Latinh, các nước như Argentina, Chile, Guatamela, Peru, Uruguay là những nước lớn hơn nhưng có tỷ trọng trong GDP thấp, điều này thể hiện ở biểu đồ khi mà các nước này nằm dưới đường cong. Trong khi đó, ở loại hình bảo hiểm nhân thọ, thì hầu hết các nước đều nằm dưới đường cong ngoại trừ Chile và Panama.

Biểu đồ 5: Tỷ trọng phí bảo hiểm trong GDP



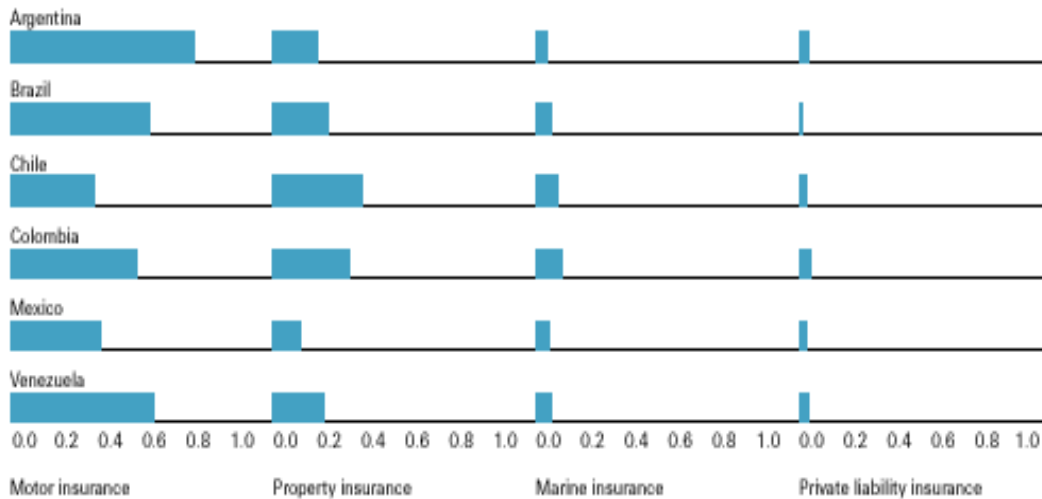
Biểu đồ 6: Tỷ trọng bảo hiểm trong gdp ở các quốc gia châu Mỹ Latinh



Theo đó, Bảo hiểm phi nhân thọ ở các nước chiếm tỷ trọng cao hơn, riêng ở Chile thì tỷ trọng của bảo hiểm nhân thọ là cao nhất. Trong lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ, tỷ trọng của các loại hình bảo hiểm khác nhau,

nhieu nhất vẫn là bảo hiểm xe cơ giới, tiếp đến là bảo hiểm tài sản, bảo hiểm hàng hải và cuối cùng là bảo hiểm trách nhiệm cá nhân.

Biểu đồ 7: Tỷ trọng các loại hình bảo hiểm phi nhân thọ trong GDP



Tỷ trọng của bảo hiểm P&C trong GDP vào năm 2000 khoảng 1%-1,2% ở hầu hết các quốc gia. Chỉ có Mexico là đáng chú ý vì chỉ có 0,7%. Bảo hiểm xe cơ giới ở Argentina, Venezuela chiếm trên 0.6%, bảo hiểm trách nhiệm cá nhân thì thấp nhất.

III. MỘT SỐ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM CHÂU MỸ LATINH

a. Tình trạng nền kinh tế ảnh hưởng đến ngành bảo hiểm

Bảng sau đây cho thấy trong vòng 10 năm (1991-2001) thì tốc độ tăng trưởng của GDP dao động từ 0%-5%. Bảo hiểm phi nhân thọ có tốc độ tăng trưởng tăng giảm tùy năm, Năm 1996 là trường hợp xấu nhất với mức tăng trưởng âm 10%.

Trong giai đoạn 1995-2000, bảo hiểm nhân thọ châu lục này phát triển gấp 4 lần so với tốc độ tăng trưởng GDP với mức tăng trưởng trên 5%. Ngoại trừ trường hợp khủng hoảng ở Mexico 1995 và Brazil 1999 làm cho doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ giảm. Tuy nhiên có khuynh hướng giảm trong năm 2001.

Bảng 2: Tỷ lệ tăng trưởng của kinh tế và bảo hiểm (%) 1995 – 2000

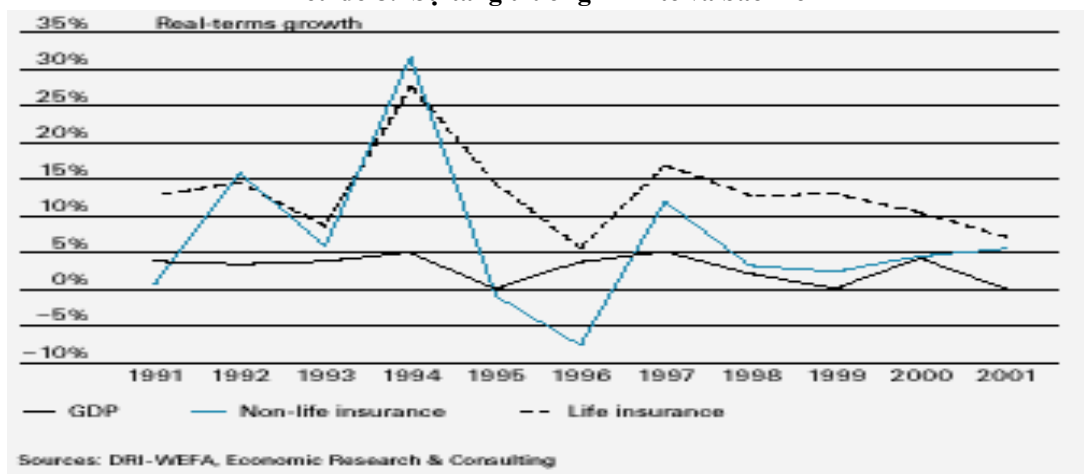
Quốc gia	Tăng trưởng GDP	Tăng trưởng Doanh Thu PBH	Phi nhân thọ	Nhân thọ
Argentina	2.6	6.6	2.6	15.8
Brazil	2.3	2.9	3.0	2.9
Chile	4.5	7.5	-0.4	11.9
Colombia	0.9	2.3	0.2	9.8
Mexico	5.5	10.2	4.1	19.3
Venezuela	0.6	1.9	2.0	-0.4
Khu vực	3.0	5.1	2.7	11.7

Dựa vào số liệu tính toán, tổng phí bảo hiểm toàn khu vực tăng 6.7% trong năm 2001 sau khi có điều chỉnh lạm phát, mặc dù tốc độ tăng trưởng kinh tế giảm đi 1%. Điều này trái ngược với năm 2000, khi mà bảo hiểm phi nhân thọ tăng trưởng mạnh hơn so với bảo hiểm nhân thọ ở hầu hết các nước là nhờ tăng phí bảo hiểm cho rủi ro thảm họa thiên nhiên ở một số nước như Chile, Colombia và Mexico.

Doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ năm, 2001 tăng 5,9% chỉ bằng một nửa so với năm 2000 (11%). Tốc độ tăng trưởng mạnh nhất là ở 2 thị trường Mexico và Chile với tốc độ khoảng 9,6% và 9%. Ở các quốc gia khác, sự giảm sút của bảo hiểm nhóm và niên kim làm giảm tốc độ tăng trưởng chung ở Argentina, Brazil và Colombia. Nhu cầu bảo hiểm nhân thọ ở các quốc gia châu lục này giảm mạnh do sự bất ổn và mất giá của

đồng bản tệ trong suốt thập niên 90 của thế kỷ trước dẫn đến sự giảm sút niềm tin của người dân vào các loại hình tiết kiệm.

Biểu đồ 8: Sự tăng trưởng kinh tế và bảo hiểm



Trường hợp Argentina: Một ví dụ điển hình về ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế đến ngành bảo hiểm: Sau hơn 3 năm nền kinh tế bị giảm sút, Argentina đã bị rơi vào tình trạng không có khả năng thanh toán các khoản nợ vào cuối năm 2001 và buộc phải phá giá đồng Peso. Triển vọng kinh tế ảm đạm, tốc độ tăng trưởng GDP thực giảm 10-15% và lạm phát tăng mạnh đã tác động nhiều đến ngành bảo hiểm.

Phí bảo hiểm trực tiếp tính theo đồng USD giảm mạnh vì sự xuống giá của đồng Peso. Hầu hết các hợp đồng trực tiếp đều được chuyển sang đồng Peso, ngoại trừ những hợp đồng bảo hiểm liên quan đến rủi ro công nghiệp lớn như hàng hải và hàng không. Kinh tế suy thoái cũng tác động đến bảo hiểm xe cơ giới vì lượng xe hơi được tiêu thụ giảm. Nhu cầu bảo hiểm nhân thọ cá nhân giảm do lạm phát, đồng Peso mất giá và các loại hình tiết kiệm giảm sự thu hút của người dân.

Đề đối phó lại tình hình lạm phát, một số nhà bảo hiểm chọn loại hình bảo hiểm ngắn hạn để dễ điều chỉnh tỷ lệ phí nhưng bù lại, chi phí hoạt động kinh doanh sẽ cao hơn.

Tình trạng mất khả năng thanh toán của chính phủ làm giảm thu nhập đầu tư của các nhà bảo hiểm. Đến tháng 6/2001, các nhà bảo hiểm phi nhân thọ đầu tư 33% tài sản vào trái phiếu chính phủ, tỷ lệ này đối với nhân thọ là 48%.

Ngoài ra, sự mất giá đồng tiền bất ngờ sẽ đe dọa các nhà bảo hiểm nếu như đầu tư bằng đồng USD và chi trả các khiếu nại bồi thường bằng đồng nội tệ.

b. Xu hướng tư nhân hóa bảo hiểm hưu trí

Sự tăng trưởng trong loại hình bảo hiểm nhân thọ được ghi nhận ở những nước mà hệ thống bảo hiểm hưu trí đã được tư nhân hoá. Bảo hiểm nhân thọ được hưởng lợi bởi vì quỹ hưu trí đảm bảo cho rủi ro tử vong và rủi ro thương tật, ngoài ra người tham gia được phép chuyển những khoản tiết kiệm đã tích lũy ở quỹ hưu trí sang dạng niên kim của một nhà bảo hiểm nào đó khi đến tuổi hưu. Trong giai đoạn này, bảo hiểm nhân thọ tăng trưởng đáng kể với mức hai chữ số.

c. Sự xâm nhập của các Nhà bảo hiểm nước ngoài

Hoạt động bảo hiểm ở khu vực châu Mỹ Latinh cũng đã thu hút được sự chú ý của các nhà đầu tư quốc tế, nhiều nhà bảo hiểm nước ngoài đã và đang đầu tư vào thị trường này trong vòng 10 năm lại đây và đóng vai trò ngày càng quan trọng. Sự xuất hiện của các công ty bảo hiểm nước ngoài trên thị trường đã làm tăng tính cạnh tranh và điều này là phù hợp với quy luật tự nhiên của nền kinh tế thị trường. Một khi có sự xuất hiện của các nhà bảo hiểm nước ngoài thì đòi hỏi các nhà bảo hiểm trong nước phải nỗ lực (chi phí kinh doanh ở Argentina gấp 1,5 lần ở Châu Âu) trong hoạt động kinh doanh vì tính chất khốc liệt của cạnh tranh, Các nhà bảo hiểm nhân thọ cũng phải đối đầu với việc môi trường đầu tư có chiều hướng giảm sút, lãi suất thị trường giảm.

d. Nguyên nhân khác: Thảm họa thiên nhiên, sự phát triển mạnh của phương tiện giao thông cơ giới

Bảo hiểm phi nhân thọ gắn liền với tình hình của nền kinh tế nói chung và vì thế dễ bị ảnh hưởng với những thay đổi của nền kinh tế. Số liệu của cả quá trình phát triển cho thấy sự tương quan giữa tăng trưởng kinh tế và bảo hiểm ở một số nước như Argentina, Colombia, Mexico và Venezuela: sự co dãn trong thu nhập- tăng trưởng bảo hiểm so với tăng trưởng kinh tế- là tương đối lớn. Tuy nhiên sự phát triển của nền kinh tế không phải hoàn toàn ảnh hưởng đến các loại hình bảo hiểm. Chẳng hạn đối với loại hình bảo hiểm xe cơ giới, phí bảo hiểm tăng là do quy luật đi kèm sự phát triển của xã hội. Còn ở Mexico, sự co dãn trong thu nhập của bảo hiểm xe cơ giới là 2 lần. Đối với bảo hiểm tài sản thì chịu sự chi phối bởi thị trường thế giới hơn là sự

phát triển của kinh tế quốc gia, nhất là ở Chile và Mexico khi mà ở đây rủi ro thảm họa thiên nhiên thường được tái bảo hiểm trên thị trường thế giới.

Sự ổn định của nền kinh tế, phi tập trung hoá bảo hiểm xã hội tác động đến bảo hiểm thương mại, việc mở rộng và đa dạng hóa kênh phân phối sản phẩm bảo hiểm - Kinh nghiệm của Châu Mỹ Latinh và vận dụng vào thực tiễn ở Việt Nam

e. Tình hình kinh tế cải thiện kéo theo thị trường bảo hiểm tăng trưởng

Hiện nay, nền kinh tế nói chung của khu vực và ngành bảo hiểm phát triển song song nhưng theo những tiến trình khác nhau. Sự tăng trưởng kinh tế và những khuynh hướng của phí bảo hiểm có mối liên hệ gắn gũi: ngành bảo hiểm phi nhân thọ có liên quan với các dự án đầu tư xây dựng, việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm công nghiệp. Còn bảo hiểm nhân thọ thì liên quan đến thu nhập và sự phồn vinh của nền kinh tế. Xu hướng hiện nay trên toàn thế giới là bảo hiểm có tốc độ tăng trưởng cao hơn nền kinh tế nói chung và Mỹ Latinh cũng không nằm ngoài khuynh hướng này.

Trong năm 2002 tình hình kinh tế châu Mỹ Latinh không mấy khả quan nhưng dự báo năm 2003 tăng khoảng 3-5%, mặc dù tỷ lệ này tương đối thấp so với các nước đang phát triển ở các châu lục khác, hy vọng lớn nhất là ở Chile và Mexico.

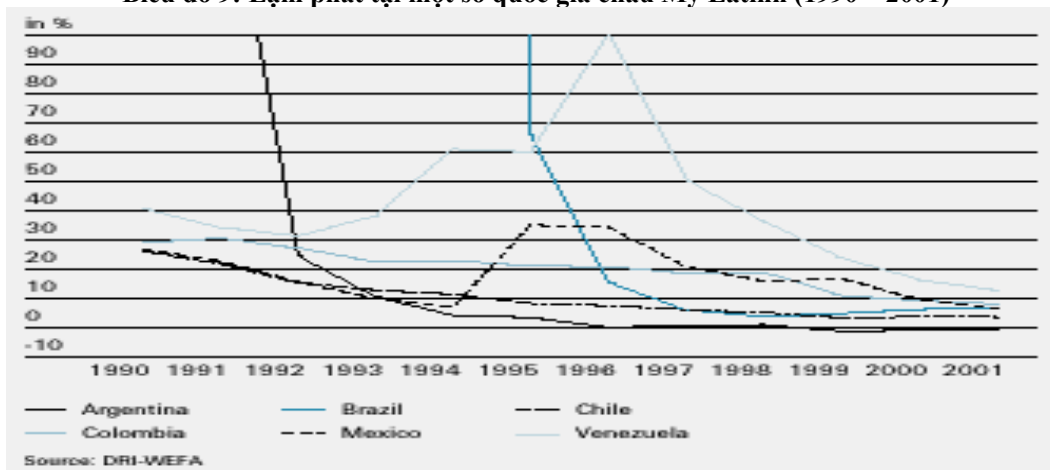
Mặc dù phí thu nhập tính theo USD giảm do khủng hoảng ở Argentina và Venezuela nhưng có triển vọng sẽ phục hồi cùng với những cải cách vĩ mô của nền kinh tế. Ngoài ra, trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ sẽ có nhiều chuyển biến cùng sự cải tổ hệ thống bảo hiểm xã hội ở Brazil và Venezuela.

Như vậy với những dự báo về sự chuyển biến tích cực của tình hình kinh tế-xã hội khu vực và những cải cách trong ngành bảo hiểm thì trong những năm tới đây, ngành bảo hiểm châu Mỹ Latinh sẽ có những bước phát triển và đóng góp nhiều hơn cho nền kinh tế xã hội khu vực nói chung và cho từng quốc gia nói riêng.

f. Tình hình khả quan về kiềm chế lạm phát có tác động tích cực đến thị trường bảo hiểm

Sự ổn định của môi trường kinh tế và giá trị thực đạt được khi hợp đồng đáo hạn là những nhân tố thiết yếu ảnh hưởng đến quyết định mua bảo hiểm nhân thọ. Mặc dù có sự bất ổn và mất giá của đồng bản tệ các quốc gia trong khu vực suốt thập niên 90 của thế kỷ trước nhưng tỷ lệ lạm phát có xu hướng chung là giảm vào những năm cuối, đặc biệt vào năm 2000, 2001 đã khuyến khích thị trường bảo hiểm phát triển, nhất là bảo hiểm nhân thọ, được hưởng lợi từ sự phát triển này.

Biểu đồ 9: Lạm phát tại một số quốc gia châu Mỹ Latinh (1990 – 2001)



Biểu đồ trên cho thấy, tất cả các nước ngoại trừ Venezuela, cho thấy tỷ lệ lạm phát thấp hơn 10% năm 2001. ở Argentina, sự phụ thuộc của đồng Peso vào Dollar làm giảm tốc độ lạm phát xuống 1 con số trong một thời gian ngắn, thậm chí có cả giảm phát trong giai đoạn này. Tuy nhiên, quyết định thả nổi tỷ giá hối đoái đầu năm 2002 với hy vọng tăng tỷ lệ lạm phát. Ở Brazil, như Argentina, bị gánh chịu bởi siêu lạm phát từ đầu năm 90, kế hoạch ổn định năm 1994 làm lạm phát giảm. Sự ổn định giá cả duy trì trong thời gian khủng hoảng năm 1999. ở Chile và Colombia, lạm phát giảm mạnh.

g. Xu hướng tự do hóa dịch vụ bảo hiểm xã hội

Sự tăng trưởng trong loại hình bảo hiểm nhân thọ được ghi nhận ở những nước mà ở đó hệ thống bảo hiểm hưu trí đã được phi tập trung hoá. Ngoài Chile, nước mà hệ thống bảo hiểm xã hội đã được cải tổ ở thập niên 80, thì các nước khác cũng có sự cải tổ theo sau đó như Colombia(1994), Argentina(1994), và Mexico(1997).

Với sự cải tổ này, người hưởng lợi bảo hiểm được phép chuyển những khoản tiết kiệm đã tích lũy ở quỹ hưu trí sang dạng niên kim với một nhà bảo hiểm khi đến tuổi về hưu. Hệ thống bảo hiểm hưu trí tạo ra sự tăng

trường ổn định cho bảo hiểm tư nhân. Sự cải tổ tương tự cũng được tiến hành thử nghiệm ở Brazil và Venezuela, nhưng vẫn chưa thực thi.

Kết quả là, ở Argentina và Colombia, phí bảo hiểm có liên quan đến bảo hiểm hưu trí tăng gấp 2 lần so với các loại hình bảo hiểm nhân thọ khác trong vòng 5 năm qua. Ở Mexico, phí bảo hiểm hưu trí tăng gấp 3 lần so với các loại hình bảo hiểm nhân thọ khác kể từ khi cải tổ năm 1997. Chile là một điển hình của việc cải tổ sớm. Bảo hiểm hưu trí chiếm 76% tổng phí bảo hiểm nhân thọ. Tình hình ở các quốc gia khác trong khu vực chắc cũng sẽ có kết quả khả quan như vậy sau khi việc cải tổ bảo hiểm xã hội được thực thi.

Mô hình mẫu ở Chile: Năm 1981, Chile trở thành nước đầu tiên trên thế giới thay thế một phần hệ thống hưu trí công bằng hệ thống quản lý tư nhân. Đây là một hệ thống có 2 cấp. Ở cấp đầu tiên, chính phủ cung cấp những đảm bảo cơ bản cho tuổi già và người lao động phải đóng góp khi mình về hưu thông qua hệ thống đóng góp được quản lý bởi tư nhân. Những người theo hệ thống cũ có quyền duy trì hoặc đổi theo hệ thống mới. Tất cả những người lao động khi gia nhập thị trường lao động buộc phải tham gia hệ thống hưu trí, những người lao động tự do thì được có quyền tham gia tự nguyện. Cấp đầu tiên do chính phủ quản lý. Nó đảm bảo một tay trong việc trợ cấp hưu trí cho những người về hưu sống thiếu thốn và mặt khác đảm bảo một khoản lương hưu tối thiểu cho tất cả những người đã tham gia đóng vào quỹ lương hưu ít nhất là 20 năm nhưng không đủ điều kiện để được hưởng lương hưu tối thiểu.

Ở cấp tiếp theo, mỗi người lao động phải đăng ký với quỹ hưu trí. Khoản đóng góp hàng tháng được thực hiện như sau: tất cả các thành viên đóng 10% lương và phí là 2,4% thu nhập cá nhân cho chi phí quản lý và đảm bảo rủi ro thương tật và người còn sống sót. Quỹ hưu trí chuyển 100% những rủi ro này cho các nhà bảo hiểm thương mại. Nhà tuyển dụng lao động không phải đóng góp. Đến khi về hưu, người thụ hưởng có quyền để lại tiền trong tài khoản và rút ra hàng tháng hoặc có thể mua một bảo hiểm niên kim ở công ty bảo hiểm nhân thọ. Các quỹ hưu trí được tư nhân điều hành nhưng dưới sự giám sát chặt chẽ của các cấp thẩm quyền. Nếu Quỹ này bị phá sản thì Chính phủ sẽ có sự hỗ trợ.

h. Đa dạng hoá các kênh marketing: Bán bảo hiểm qua Ngân hàng và Internet

Bảng 3: Tóm lược bảo hiểm hưu trí cá nhân ở một số thị trường Nam Mỹ

	Chile	Colombia	Argentina	Mexico
Năm tiến hành	1981	1994	1994	1997
Bắt buộc đối với	Người lao động	Người lao động	Người lao động và người tự làm cho mình	Người lao động
Những người đã đóng góp theo hệ thống cũ	Lựa chọn giữa hệ thống mới và cũ	Lựa chọn giữa hệ thống mới và cũ	Lựa chọn giữa hệ thống mới và cũ	Bắt buộc tham gia hệ thống mới
Lương hưu tối thiểu	Có- 70%lương cơ bản sau khi đóng ít nhất 20 năm	Có- bằng lương cơ bản sau khi đóng ít nhất 22 năm	Có- ít nhất là 28% lương trung bình sau khi đóng ít nhất 30 năm	Có- lương cơ bản theo chỉ số giá, sau ít nhất 25 năm.
Bảo hiểm mất khả năng lao động và người sống sót	Tư nhân	Tư nhân	Tư nhân	Nhà nước thông qua IMSS
Tỷ lệ đóng góp	10%	10%	7,4%	10%
Phí trung bình	2,4%	3,5%	3,6%	4%

Nguồn: SIGMA số 2 năm 2002

Cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn đang buộc các nhà bảo hiểm châu Mỹ Latinh hướng đến những thay đổi mới trong chiến lược Marketing. Tiên trình quan trọng nhất là bán bảo hiểm qua ngân hàng (bancassurance) và sử dụng Internet để thúc đẩy nỗ lực bán hàng. Tuy nhiên thị trường bảo hiểm Mỹ Latinh vẫn bị chi phối bởi các nhà môi giới, đại lý (bảo hiểm nhân thọ). Các rủi ro công nghiệp lớn hầu như được bảo hiểm thông qua các nhà môi giới. Trong những năm gần đây, các nhà bảo hiểm đã tìm ra kênh phân phối mới cho các sản phẩm cá nhân: Marketing qua điện thoại hiện nay được sử dụng ở nhiều nước để nhắm đến những khách hàng thu nhập trung bình và thấp; Ngoài ra, việc tiếp xúc với khách hàng tiềm năng qua thư tín, quảng cáo ở các cửa hiệu, nhà ga, trạm xăng, siêu thị, cửa hàng xe hơi ... cũng được sử dụng.

Hệ thống siêu thị và các cửa hàng bách hoá lớn được sử dụng vừa là nơi bán các sản phẩm bảo hiểm tự nguyện hoặc bán bảo hiểm như là sản phẩm đi kèm. Chẳng hạn, các siêu thị bán bảo hiểm nhân thọ ngắn hạn cho khách hàng với giá rẻ với một số điều kiện nào đó. Ở một vài thị trường, phân phối qua các nhà tuyển

dụng cũng đạt được một số kết quả: những người tìm việc thường tham gia hợp đồng nhóm và phí bảo hiểm đóng vào sẽ được trừ vào lương hàng tháng.

Bảng 4a và 4b: Các kênh phân phối sản phẩm bảo hiểm

Các kênh truyền thống	Các kênh trực tiếp	Các kênh mới
Môi giới Đại lý Đại diện thương mại	Qua điện thoại Qua Thư tín Qua Internet Qua các nhà tuyển dụng	Ngân hàng Cửa hàng Dịch vụ bán lẻ
85%	2%	13%

		Argentina	Brazil	Chile	Colombia	Mexico	Venezuela
Môi giới/ đại lý tự do	Nhân thọ	***	***	*	**	***	***
	Phi nhân thọ	***	***	***	***	***	***
Đại diện Thương mại	Nhân thọ	**		*	*		
	Phi nhân thọ	*		*	*		
Điện thoại/ thư tín	Nhân thọ	*	*	*	*	*	*
	Phi nhân thọ	**	*	*	*	*	*
Internet	Nhân thọ	*	*		*		
	Phi nhân thọ	*	*		*		
Ngân hàng	Nhân thọ	*	**	**	*	**	*
	Phi nhân thọ	*	**	**	*	**	*
Cửa hàng bách hoá, nhà tuyển dụng	Nhân thọ	*	*	*	*	*	*
	Phi nhân thọ	*	*	*	*	*	*

Chú thích: *: 1-10%; **: 10-40%; ***: >40%, ở Brazil luôn có Broker vì pháp luật quy định.

Thị trường bảo hiểm Mỹ latin sử dụng Internet như là một công cụ marketing nhằm đơn giản hoá việc tiếp xúc với khách hàng. Mặc dù nhiều trang web của các nhà bảo hiểm cho phép khách hàng tính chính xác phí cho một số sản phẩm đơn giản như bảo hiểm xe, nhưng ít có công ty sử dụng hiệu quả công cụ này. Những lý do được đưa ra là chi phí đầu tư cho việc này tốn kém, sự tin tưởng vào khách hàng chưa cao. Ngoài ra còn sợ nguy cơ giảm giá và phá huỷ mối quan hệ truyền thống với các kênh trung gian. Marketing qua Internet thích hợp nhất với những sản phẩm chuẩn, phí thấp vì phân phối qua môi giới và đại lý thì không có lời. Nhưng những đối tượng này ở Mỹ Latinh tiếp cận Internet còn ít.

Mặc dù không là kênh marketing trực tiếp, Internet trong tương lai gần sẽ ảnh hưởng đến doanh thu bán bảo hiểm: nhiều nhà bảo hiểm có trang web cung cấp thông tin về công ty và các sản phẩm của nó, ngoài ra còn tạo thuận lợi trong việc tiếp xúc với khách hàng.

Khách hàng và giới trung gian có thể trao đổi thông tin với nhau, thông báo các khiếu nại qua mạng Internet. Các nhà môi giới và đại lý thường có trang web riêng giúp khách hàng có thể so sánh sản phẩm của các công ty và liên hệ đến các trang web thuận lợi cho việc bán bảo hiểm như: trang web bán xe, tìm việc, tổ chức cưới ... và triển vọng này càng được củng cố khi mà số người sử dụng Internet ngày càng tăng.

Trong những năm gần đây, việc bán bảo hiểm qua ngân hàng có sự tăng trưởng đáng kể ở thị trường Nam Mỹ. Kênh marketing này được sử dụng trước hết để bán các sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ như bảo hiểm xe cơ giới, bảo hiểm hoả hoạn. Kênh này cũng phát triển trong loại hình bảo hiểm nhân thọ. Tỷ lệ lạm phát thấp và chính sách thuế của nhà nước linh hoạt, khiến người dân có khuynh hướng tiết kiệm, ngoài ra, các dịch vụ tài chính hiện nay cũng được gỡ bỏ bớt một số rào cản pháp lý, ngân hàng được phép bán bảo hiểm trực tiếp hoặc thông qua môi giới làm tạo điều kiện cho kênh phân phối này phát triển. Trong một vài trường hợp, các nhà bảo hiểm cho phép các ngân hàng bán bảo hiểm trực tiếp, nhưng trong những trường hợp khác thì cần có mối quan hệ tài chính giữa các công ty có liên quan. Chẳng hạn ở Brazil, 5 trong số 8 tập đoàn bảo hiểm lớn nhất phụ thuộc vào ngân hàng. Kể từ giữa thập niên 90, mối quan hệ hàng ngang giữa các ngân hàng và công ty bảo hiểm ngày càng phổ biến, các nhà bảo hiểm nước ngoài có cổ phần trong các công ty bảo hiểm nội địa cũng như các ngân hàng nước ngoài có cổ phần trong công ty bảo hiểm nội địa. Điển hình là liên doanh giữa AIG và Unibancon ở Brazil năm 1997.

Bán bảo hiểm qua ngân hàng như là một nguyên tắc mà nguyên tắc này đem lại lợi ích cho tất cả các bên có liên quan. Về phía khách hàng, họ có thể tiếp cận và mua bảo hiểm dễ dàng hơn với chi phí thấp hơn, việc chi trả phí bảo hiểm định kỳ cũng thuận tiện hơn. Còn đối với các ngân hàng, bán bảo hiểm sẽ tạo ra nguồn thu nhập mới, hơn thế nữa còn mở rộng danh mục sản phẩm khiến cho ngân hàng trở nên hấp dẫn hơn và nâng cao sự tín nhiệm của khách hàng đối với mình. Về phía các nhà bảo hiểm, chi phí phân phối sản phẩm sẽ được giảm bớt.

Bảng 5: Liệt kê lợi ích của bán bảo hiểm qua ngân hàng

Khách hàng	Ngân hàng	Nhà bảo hiểm
Tiếp cận dễ dàng	Hưởng hoa hồng	Tiếp cận nhóm khách hàng mới
Sản phẩm đơn giản	Mở rộng sản phẩm	Chi phí phân phối thấp
Sản phẩm giá thấp	Có khách hàng mới	Tiếp cận dữ liệu khách hàng
Thanh toán đơn giản	Tăng uy tín	Tiếp cận việc mở rộng hệ thống bán hàng
Mua tại một nơi	Tăng hiệu quả của chi nhánh	Thu phí đơn giản

Tại Brazil: các nhà môi giới luôn xuất hiện ngay cả bảo hiểm được bán qua ngân hàng.

Tại Chile: Được bán bảo hiểm trực tiếp cho khách hàng của ngân hàng khi khách hàng này có giao dịch với ngân hàng. Một số loại bảo hiểm phải được bán qua trung gian. Việc bán bảo hiểm niên kim kết hợp với an sinh xã hội cá nhân bị cấm. Các ngân hàng không được phép mở công ty bảo hiểm riêng nhưng có thể góp vốn cùng công ty bảo hiểm.

Tại Colombia: được bán bảo hiểm cho khách hàng của ngân hàng nhưng phải qua trung gian. Công ty bảo hiểm nhân thọ phải tách biệt với bảo hiểm phi nhân thọ. Ngân hàng không được mở công ty bảo hiểm riêng nhưng có thể góp vốn.

Tại Mexico: Không nhất thiết phải có trung gian (nhà môi giới) nhưng buộc phải có đại lý.

Tại Venezuela: ngân hàng được phép bán bảo hiểm kết hợp với công ty bảo hiểm hoặc nhà môi giới. Nhân viên ngân hàng không được phép bán bảo hiểm.

Ở Mỹ latin, việc khách hàng quen với các sản phẩm bảo hiểm thì hơi hiếm. Chính vì lý do này mà trong tương lai điều này là cần thiết trong việc giải thích các sản phẩm mới và phức tạp như bảo hiểm nhân thọ chẳng hạn. Các đại lý và nhà môi giới sẽ chuyên về những sản phẩm phức tạp và có phí cao hơn, cung cấp dịch vụ tư vấn cho khách hàng cũng là nhiệm vụ của họ. Những loại hình bảo hiểm đơn giản sẽ được bán qua các kênh phân phối có lựa chọn và các nhà bảo hiểm cần đầu tư nhiều vào điểm này trong những năm sắp tới.

IV. KINH NGHIỆM TỪ THỊ TRƯỜNG CHÂU MỸ LA TINH VÀ VIỆC VẬN DỤNG VÀO THỰC TIỄN Ở VIỆT NAM

Xét về điều kiện kinh tế - xã hội thì Việt Nam có nhiều điểm tương đồng so với một số nước ở khu vực Châu Mỹ Latinh. Trong lĩnh vực bảo hiểm, khu vực Châu Mỹ Latinh đã mở cửa cho các công ty bảo hiểm nước ngoài hoạt động từ năm 1990 còn Việt Nam chính thức mở cửa kể từ năm 1993. Xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế và mở cửa thị trường bảo hiểm là điều cần thiết, điều này cũng đã được Chính phủ Việt Nam phê duyệt thông qua "Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam giai đoạn 2003-2010". Tuy nhiên việc hội nhập và mở cửa luôn có tính hai mặt của nó. Xem xét kinh nghiệm của các nước ở khu vực Châu Mỹ Latinh trong việc thay đổi một số chính sách đối với ngành bảo hiểm và tác động của việc mở cửa hội nhập sẽ giúp cho việc vận dụng vào thực tiễn ở Việt Nam đạt kết quả tốt hơn. Cụ thể, qua nghiên cứu này, chúng tôi muốn đưa ra một số vấn đề lớn như sau:

a. Vấn đề thứ nhất: ổn định về kinh tế để tạo điều kiện cho ngành bảo hiểm phát triển

Cần duy trì tốc độ tăng trưởng kinh tế như hiện nay vì Việt Nam được đánh giá là quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao và ổn định. Kinh tế phát triển sẽ kéo theo sự phát triển của nhiều loại hình bảo hiểm.

Kinh nghiệm từ thị trường Nam Mỹ cho thấy việc đôla hóa nền kinh tế sẽ dễ tạo nên hiện tượng nền kinh tế "xà phòng". Cuộc khủng hoảng đã xảy ra ở các nước khu vực Châu Mỹ Latinh (cũng như ở châu Á năm 1997) đã tác động xấu đến nền kinh tế nói chung và ngành bảo hiểm nói riêng ở những khu vực này. Đối với ngành bảo hiểm, khủng hoảng kinh tế và sự không ổn định tiền tệ sẽ dẫn đến một số vấn đề sau:

Một là, doanh thu phí bảo hiểm tính theo USD sẽ giảm, từ đó khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế bị giảm sút.

Hai là, các loại hình bảo hiểm nói chung bị sụt giảm về doanh thu do khủng hoảng kinh tế, nhất là loại hình bảo hiểm tài sản và bảo hiểm nhân thọ.

Ba là, thu nhập từ các hoạt động đầu tư tài chính của các nhà bảo hiểm đặc biệt là bảo hiểm nhân thọ bị sụt giảm do hiệu quả đầu tư kém trong bối cảnh chung của thị trường.

b. Vấn đề thứ hai: Phi tập trung hóa hệ thống bảo hiểm xã hội

Hiện nay hệ thống bảo hiểm xã hội của Việt Nam vẫn chỉ do một mình nhà nước quản lý và còn tồn tại nhiều hạn chế. Để nâng cao quyền lợi của người tham gia và quản lý có hiệu quả thì cần phi tập trung hoá hệ thống bảo hiểm xã hội hiện nay theo một số hướng sau:

- Phi tập trung hoá theo mô hình hai cấp của Chile nhưng điều chỉnh phù hợp với thực tế của Việt Nam.
- Phi tập trung hoá các dịch vụ cung cấp cho người tham gia bảo hiểm xã hội.

Nhà nước quản lý trong thời gian người lao động tham gia bảo hiểm xã hội nhưng khi đến tuổi về hưu thì cho phép người lao động chuyển sang tham gia niên kim ở một công ty bảo hiểm nhân thọ bất kỳ với khoản tiền đã đóng góp trong suốt thời gian làm việc.

Như vậy, để thúc đẩy thị trường bảo hiểm phát triển, giảm bớt gánh nặng cho hệ thống bảo hiểm xã hội và nâng cao quyền lợi của người tham gia bảo hiểm xã hội thì có thể nghiên cứu thực hiện việc phi tập trung hoá một phần hợp lý hệ thống bảo hiểm xã hội theo một số hướng mang tính tham khảo như trên.

c. Vấn đề thứ ba, tạo điều kiện để thúc đẩy các kênh phân phối sản phẩm phát triển đa dạng

Chìa khoá thành công của hoạt động marketing là phải dựa vào đổi mới sản phẩm và khả năng kết hợp sản phẩm với các kênh phân phối để tiếp cận với khách hàng tiềm năng, sử dụng song song các kênh Marketing (multi-channel). Trong thời gian qua, dù có nhiều thành quả khả quan của các nhà bảo hiểm Việt Nam, song hầu hết doanh thu của họ cũng vẫn đa số thực hiện qua hệ thống bán hàng truyền thống là đại lý. Kinh nghiệm từ thị trường Châu Mỹ latin cho thấy, nếu muốn tiếp tục tăng trưởng thị trường bảo hiểm Việt Nam một cách nhanh chóng và vững chắc, nhà nước cần đi trước một bước, tạo điều kiện (về nhiều mặt mà quan trọng hơn là khung pháp lý, cơ sở vật chất ...) để các doanh nghiệp phát triển các kênh phân phối mới như bán bảo hiểm qua mạng, qua ngân hàng ...