



Thị trường bảo hiểm Nam Mỹ và vận dụng kinh nghiệm vào thực tiễn ở Việt Nam

NGUYỄN TIẾN HÙNG

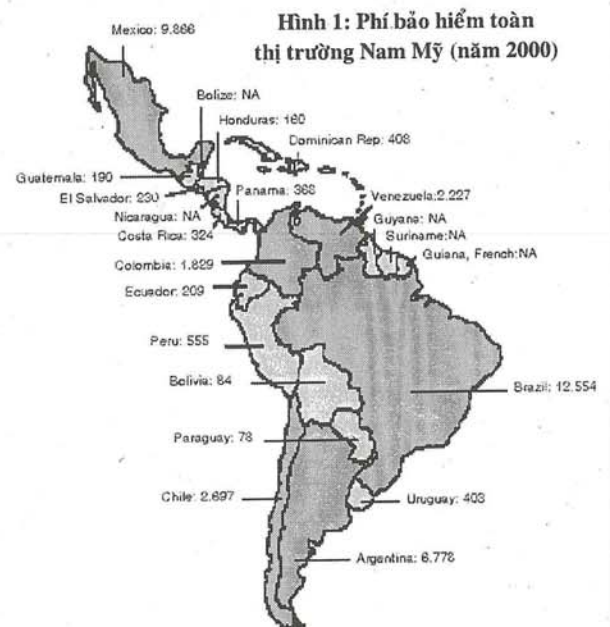
Tổng quan tình hình thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh

Doanh thu phí bảo hiểm toàn khu vực Mỹ Latinh năm 2000 là 39 tỷ đô la Mỹ. Bảo hiểm nhân thọ chiếm tỷ trọng 0,8% và phi nhân thọ là 2,8% thị phần thế giới. Phí bảo hiểm tính bình quân đầu người của khu vực này đạt 80 USD/năm. Xét về góc độ đóng góp của ngành bảo hiểm vào GDP thì Nam Mỹ có tỷ trọng thấp nhất, ngành bảo hiểm của khu vực này chỉ chiếm 2,17% GDP toàn khu vực. Ngoại trừ ở Chi Lê, có sự tăng trưởng đáng kể trong loại hình nhân thọ dẫn đến tỷ trọng của cả ngành bảo hiểm trong GDP đạt 4%, còn lại ở các nước khác như Argentina, Guatemala, Peru, Uruguay là những nước lớn hơn trong khu vực nhưng có tỷ trọng bảo hiểm trong GDP thấp (từ 1,8-2,5%) và bảo hiểm phi nhân thọ vẫn chiếm phần lớn hơn. (Xem hình 1)

Hoạt động kinh doanh của thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh tập trung ở các nước như: Argentina, Mexico, Brazil, Chi Lê, 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%,

Những năm gần đây, 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, ngược lại, bảo hiểm nhân thọ 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. Bảo hiểm phi nhân thọ đặc biệt ở các loại hình



PHÁT TRIỂN KINH TẾ Tháng Năm 2005

bảo hiểm tài sản, được chú ý bởi tỷ lệ phí bảo hiểm tăng. Tại Mexico và Venezuela, Colombia và Chi Lê, 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, đây cũng là khuynh hướng chung của thị trường thế giới. Tuy nhiên, phí bảo hiểm ở một số nước trong khu vực nếu tính theo đồng đô la Mỹ thì giảm do đồng bản tệ bị mất giá (Argentina, Venezuela).

Một số nhân tố ảnh hưởng đến thị trường bảo hiểm châu Mỹ Latinh

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

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.

Tổng phí bảo hiểm toàn khu vực tăng 6,7% trong năm 2001 (sau khi đã điều chỉnh lạm phát), mặc dù tăng trưởng kinh tế giảm đi 1%. Tốc độ tăng trưởng mạnh nhất là ở 2 thị trường Mexico và Chi Lê với tốc độ khoảng 9,6% và 9%. Bảo hiểm phi nhân thọ tăng trưởng mạnh ở hầu hết các nước là nhờ tăng tỷ lệ phí bảo hiểm cho rủi ro thảm họa thiên nhiên ở một số nước. Sự giảm sút của các loại hình bảo hiểm nhân thọ như 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.

Bảng 1: Tăng trưởng của kinh tế và bảo hiểm 1995 – 2000 (%)

Quốc gia	Tăng trưởng GDP	Tăng trưởng PBH	Phi nhân thọ	Nhân thọ
Argentina	2,6	6,6	2,6	15,8
Brazil	2,3	2,9	3,0	2,9
Chi Lê	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

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 gốc 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. Để 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%).

2. Xu hướng phi tập trung hóa 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 Chi Lê, 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 của bảo hiểm xã hội bắt buộc sang dạng niên kim với một nhà bảo hiểm khi đến tuổi về hưu. Hệ thống bảo hiểm hưu trí tạo ra sự tăng trưởng ổn định cho bảo hiểm tư nhân. Kết quả là, ở Argentina và Colombia, phí bảo hiểm các loại hình niên kim nhân thọ tăng gấp 2 lần so với các loại hình bảo hiểm nhân thọ khác trong vòng 5 năm qua. Ở Mexico, phí bảo hiểm niên kim nhân thọ tăng gấp 3 lần so với các loại hình bảo hiểm nhân thọ khác kể từ khi cải tổ năm 1997. Chi Lê là một điển hình của việc cải tổ sớm. Bảo hiểm niên kim nhân thọ 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 Chi Lê: Năm 1981, Chi Lê 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. Người lao động phải đóng góp 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 chi phối. Nó đảm bảo một phần 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. 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 trợ cấp tàn tật. Quỹ hưu trí chuyển 100% những rủi ro này cho các nhà bảo hiểm thương mại. Người sử 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 tự 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.

Bảng 2: Tóm lược cải cách bảo hiểm hưu trí cá nhân ở một số nước ở Nam Mỹ

	Chi Lê	Colombia	Argentina	Mexico
Năm tiến hành	1981	1994	1994	1997
Bắt buộc đối với	Người lao động hưởng lương	Người lao động hưởng lương	Người lao động hưởng lương và tự do	Người lao động hưởng lương
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	70% lương cơ bản sau khi đóng ít nhất 20 năm	Bằng lương cơ bản sau khi đóng ít nhất 22 năm	Tối thiểu 28% lương trung bình sau khi đóng ít nhất 30 năm	Lương cơ bản theo chỉ số giá, sau ít nhất 25 năm.
Chế độ trợ cấp tàn tật	Tự nhân	Tự nhân	Tự nhân	Nhà nước thông qua IMSS
Tỷ lệ đóng góp	10%	10%	7,4%	10%
Tỷ lệ phí trung bình	2,4%	3,5%	3,6%	4%

3. Sự xâm nhập của các nhà bảo hiểm nước ngoài:

Hoạt động bảo hiểm ở khu vực Nam Mỹ 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, 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.

4. Đa dạng hoá các kênh phân phối sản phẩm:

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*. Trong những năm gần đây, bên cạnh kênh phân phối truyền thống là môi giới (bảo hiểm phi nhân thọ), đại lý (bảo hiểm nhân thọ), các nhà bảo hiểm đã tìm ra kênh phân phối mới, quan trọng nhất là bán bảo hiểm qua ngân hàng (banc-assurance) và sử dụng Internet để thúc đẩy nỗ lực bán hàng. *Marketing* qua điện thoại đối với các sản phẩm bảo hiểm cá nhân 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. 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.

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. 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. Thị trường bảo hiểm Nam Mỹ sử dụng Internet như là một công cụ *marketing* nhằm đơn giản hoá việc tiếp xúc với khách hàng, 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 hủy 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. Hơn nữa, ở Nam Mỹ, những đối tượng tiếp cận Internet còn ít.

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 hỏa 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,

Bảng 3: Các kênh phân phối sản phẩm bảo hiểm ở Nam Mỹ

		Argentina	Brazil	Chi Lê	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 môi giới vì pháp luật quy định.

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 tức có cổ đông lớn hoặc điều hành là 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 ngân hàng thương mại 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.

5. 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 có sự co giãn 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. 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 Chi Lê và Mexico khi mà ở đây rủi ro thảm họa thiên nhiên thường được tái bảo hiểm trên thị trường thế giới.

Kinh nghiệm từ thị trường Nam Mỹ 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 Nam Mỹ. Trong lĩnh vực bảo hiểm, 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:

Một là, ngành bảo hiểm phát triển phải dựa trên sự tăng trưởng ổn định về kinh tế.

Trong những năm gần đây, Việt Nam được đánh giá là quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao (trung bình 6%/ năm). Kinh tế tăng trưởng đã kéo theo sự phát triển của nhiều loại hình bảo hiểm và tăng trưởng doanh thu phí trên toàn thị trường kể cả bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ. Tuy nhiên, cần phải chú ý "chất lượng" của tăng trưởng nhằm đảm bảo sự "bền vững" của nền kinh tế. Kinh nghiệm từ thị trường

Nam Mỹ cho thấy việc đô la hóa nền kinh tế sẽ dễ tạo nên hiện tượng nền kinh tế "bong bóng 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: Doanh thu phí bảo hiểm tính theo ngoại tệ mạnh sẽ giảm, từ đó khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế bị giảm sút. 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. 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.

Hai là, phi tập trung hóa hệ thống bảo hiểm xã hội

Hiện nay hệ thống bảo hiểm xã hội của Việt Nam do nhà nước tập trung quản lý và còn tồn tại nhiều hạn chế. Theo quan điểm của chúng tôi, cần phi tập trung hoá hệ thống bảo hiểm xã hội hiện nay theo một số hướng sau:

- Phi tập trung hoá việc quản lý một số quỹ thuộc hệ thống bảo hiểm xã hội (theo mô hình Chi Lê nhưng điều chỉnh phù hợp với thực tế của Việt Nam); Ví dụ Nhà nước quản lý người lao động tham gia bảo hiểm xã hội trong thời gian người lao động còn tuổi lao động, nhưng khi đến tuổi về hưu thì cho phép người lao động nhận quyền lợi chuyển sang tham gia niên kim ở một công ty bảo hiểm nhân thọ; cho phép một số tổ chức ngoài công lập quản lý một số quỹ (hưu trí) và thực hiện theo quy chế chung do Nhà nước quy định;

- Phi tập trung hoá các dịch vụ bảo hiểm, nâng cao vai trò của bảo hiểm thương mại, đặc biệt khu vực tư nhân nhằm cung cấp ngày càng nhiều, càng đầy đủ các sản phẩm bảo hiểm cho người dân.

Như vậy, để nâng cao quyền lợi của người tham gia, quản lý có hiệu quả và thúc đẩy thị trường bảo hiểm phát triển, giảm bớt gánh nặng cho Nhà nước 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.

Ba là, đa dạng hóa kênh phân phối sản phẩm bảo hiểm

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 Latinh 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 ■

Tài liệu tham khảo
SwissRe, Sigma các số 2.2002, 8.2002.