

# PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ BẢO HIỂM TẠI VIỆT NAM

✍ NGUYỄN THỊ THÙY DUNG\*

Ngày nhận: 21/11/2018

Ngày phản biện: 22/11/2018

Ngày duyệt đăng: 24/12/2018

**Tóm tắt:** Công nghệ - Bảo hiểm (InsurTech) là một ngành công nghiệp, bao gồm các công ty sử dụng công nghệ để cung cấp các dịch vụ bảo hiểm rẻ hơn, nhanh hơn, đơn giản hơn và hiệu quả hơn. InsurTech sẽ là một xu thế làm thay đổi toàn bộ cục diện ngành bảo hiểm trên thế giới trong thời gian tới, sẽ phá tan mọi cách thức hoạt động truyền thống trong hàng trăm năm qua của ngành bảo hiểm, làm thay đổi hành vi mua hàng và các phương thức quản trị, điều hành của mọi công ty bảo hiểm.

**Từ khóa:** InsurTech, Công nghệ - Bảo hiểm, xu thế, doanh nghiệp bảo hiểm

## INSURTECH DEVELOPMENT IN VIETNAM

**Abstract:** Technology - Insurance (InsurTech) is an industry that includes companies that use technology to provide cheaper, faster, simpler and more efficient insurance services. InsurTech will be a trend that will change the entire insurance industry in the world in the near future, breaking the traditional way of operating in the insurance industry for hundreds of years, changing buying behavior, and the modes of administration and administration of every insurance company.

**Keywords:** InsurTech, Technology - Insurance, Trends, Insurance Companies.

### 1. Công nghệ bảo hiểm - InsurTech là gì?

Ngành Bảo hiểm có rất ít sự thay đổi trong vài thập kỷ qua đồng thời đây cũng không phải là thị trường cạnh tranh nơi mà những người mới tham gia thị trường có thể dễ dàng gia nhập. Tuy nhiên, tất cả đang có sự thay đổi mạnh mẽ do sự phát triển vượt trội về công nghệ. Nếu như trào lưu đầu tư vào FinTech (Công nghệ - Tài chính) trong lĩnh vực ngân hàng đã đạt đỉnh cao, các ngân hàng truyền thống và FinTech đang ngày càng trở thành đối tác trong liên doanh thì trong bảo hiểm, một mô hình tương tự đang phát triển. InsurTech được ghép bởi hai từ Insurance (bảo hiểm) và Technology (công nghệ). Theo bà Nguyễn Thị Vân Anh, Tổng công ty cổ phần Bảo hiểm Bưu điện thì InsurTech được hiểu là Công nghệ - Bảo hiểm bao gồm các công ty dẫn đầu về công nghệ thâm nhập và lĩnh vực bảo hiểm, tận dụng các công nghệ mới để cung cấp các dịch vụ bảo hiểm nhanh hơn, đơn giản hơn, tiện ích hơn và hiệu quả hơn.

Công nghệ bảo hiểm sẽ buộc ngành bảo hiểm phải đẩy mạnh sự thay đổi về cách thức cung cấp dịch vụ và phục vụ khách hàng. Theo quy trình khai thác của bảo hiểm truyền thống, các doanh nghiệp thường phải đầu tư lớn vào mạng lưới người bán

hàng, đến giới thiệu, thuyết phục khách hàng, sau đó cấp đơn bảo hiểm. Khi không may xảy ra bồi thường, mọi khiếu nại được con người xử lý, mất nhiều thời gian cho việc nộp và giải quyết bồi thường, đồng thời luôn xảy ra mâu thuẫn về quyền lợi với khách hàng. Trong khi đó, với sự vào cuộc của các công ty InsurTech, trong tương lai, khách hàng có thể tự đóng gói đơn bảo hiểm theo yêu cầu của mình, tự động điều chỉnh các điều khoản cho phù hợp, giấy chứng nhận bảo hiểm sẽ ngay lập tức được chuyển đến email cho khách hàng. Khi bồi thường, mọi quy trình đều có thể thực hiện tự động hóa theo công thức có sẵn và khép kín, do đó ít có khả năng xảy ra khiếu kiện, khiếu nại. Tại Hội thảo - Triển lãm Vietnam Finance do Bộ Tài chính tổ chức với chủ đề "Chính sách phát triển thị trường bảo hiểm và giải pháp công nghệ thông tin", một chuyên gia đầu ngành Bảo hiểm đã khẳng định ứng dụng công nghệ số được coi là một trong những giải pháp cơ bản để phát triển thị trường bảo hiểm thời gian tới.

### 2. InsurTech ở Châu Á

Theo nghiên cứu nội bộ của Willis Towers Watson - công ty Môi giới bảo hiểm lớn thứ 3 toàn cầu hiện

\* Trường Đại học Công Đoàn

nay trên toàn cầu có khoảng 1.500 công ty khởi nghiệp về InsurTech. Ở châu Á, chỉ có 100 công ty InsurTech được công nhận, có nghĩa là số công ty InsurTechs châu Á chỉ chiếm khoảng 7% tổng số công ty InsurTechs toàn cầu. Hệ thống kinh doanh InsurTech tại châu Á vẫn tương đối nhỏ bé. Hoạt động chủ yếu tập trung tại Singapore, Hồng Kông và Trung Quốc, nhưng gần đây Malaysia, Indonesia, Thái Lan và Việt Nam cũng đã có những quy định pháp luật cho phép sự phát triển và tăng trưởng của InsurTechs tại những thị trường bảo hiểm này.

Cơ sở hạ tầng hiện tại không hạn chế sự tăng trưởng bùng nổ của bảo hiểm ở Trung Quốc. Cuộc cách mạng bảo hiểm của Trung Quốc đã dẫn tới dòng các sản phẩm bảo hiểm chủ đạo mới như các sản phẩm bảo hiểm thuần túy mang tính bảo vệ và những sản phẩm thiên về sinh lời. Ngoài ra, những người khổng lồ về công nghệ mở rộng mạnh mẽ hơn vào lĩnh vực bảo hiểm ở Trung Quốc. Sở thích của Alibaba và Tencent là tích cực tìm kiếm việc mua lại cổ phần của các công ty bảo hiểm hiện có và đồng tài trợ đầu tư vào các công ty InsurTech mới. Kinh nghiệm của họ đem lại sự nổi bật về những lợi ích của việc phân phối số so với những thách thức trong việc xây dựng hệ thống phân phối truyền thống tại một nước khá là kém phát triển và rộng lớn như Trung Quốc.

Công ty kinh doanh InsurTech riêng biệt lớn nhất trên thị trường hiện nay là công ty bảo hiểm kỹ thuật số Zhong An, được thành lập và đầu tư bởi công ty bảo hiểm Bình An (Ping An) với Tencent và Alibaba vào năm 2013. Zhong An là công ty đầu tiên, và hiện là một trong bốn công ty trên toàn quốc ở Trung Quốc nhận được giấy phép từ Ủy ban quản lý Bảo hiểm Trung Quốc (CIRC) cho phép bán các sản phẩm bảo hiểm trực tuyến. Công ty Zhong An tự hào với việc kinh doanh hơn 240 sản phẩm bảo hiểm mà tất cả các sản phẩm bảo hiểm đó đều được phân phối hoàn toàn bằng kỹ thuật số, chủ yếu qua mạng dựa trên nền tảng mạng của nhiều đối tác của công ty. Cho đến nay Zhong An đã huy động được hơn 2,4 tỷ đô la vốn, bao gồm cả đợt phát hành 1,5 tỷ USD gần đây trên Sở Giao dịch Chứng khoán Hồng Kông (với giá trên 10 tỷ USD) vào tháng 9 năm 2017.

Một công ty InsurTech đáng chú ý khác là Công ty bảo hiểm Nhân thọ Singapore - Singapore Life - là một công ty bảo hiểm kỹ thuật số chuyên về bảo hiểm nhân thọ và các sản phẩm y tế, đặc biệt nhằm vào những cá nhân giàu có. Bảo hiểm Nhân thọ Singapore là công ty bảo hiểm Singapore đầu tiên được cấp phép trong nước từ năm 1970. Cơ quan

Quản lý Tiền tệ của Singapore (MAS) đã từng bước để tạo ra các quy định cho InsurTechs, theo đó cho phép các công ty mới có cơ hội để kiểm nghiệm các đề xuất có giá trị trong một môi trường có không nhiều những quy định pháp luật điều tiết. Sau động thái này của MAS, Malaysia đã thiết lập một cơ chế tương tự. Những điều khoản này dự kiến sẽ thúc đẩy một làn sóng dịch chuyển trong bảo hiểm để đáp ứng nhu cầu ngày càng lớn và ngày càng tăng trưởng cơ sở người tiêu dùng trực tuyến cấp độ cao ở Châu Á.

Các nhà khai thác mạng di động (MNOs) đang có tác động lớn và ý nghĩa trong ngành bảo hiểm vi mô, đặc biệt là ở các thị trường mới nổi, nơi sự thâm nhập của các dịch vụ tài chính truyền thống còn thấp nhưng sự thâm nhập của việc sử dụng điện thoại di động lại cao, đặc biệt là các thuê bao trả trước. Nghiên cứu mới nhất được thực hiện bởi mạng lưới bảo hiểm vi mô và Quỹ của Công ty Tái Bảo hiểm Munich Re ước tính rằng các nhà khai thác mạng di động MNOs cung cấp bảo hiểm vi mô cho hơn 40 triệu người. Khoảng cách đối với việc bảo vệ bằng bảo hiểm cho những người không thuộc mục tiêu của các kênh phân phối truyền thống có thể bị thu hẹp bởi các sản phẩm chi phí thấp và đơn giản của các sản phẩm bảo hiểm kỹ thuật số mới.

Là một trong những thị trường tái bảo hiểm lớn nhưng kém phát triển nhất trên toàn cầu, Châu Á có thể hưởng lợi nhiều nhất từ một Cuộc cách mạng InsurTech. Hiện nay, Châu Á có thể đang ở giai đoạn non trẻ về sự phát triển tài chính, khu vực này có thể phục vụ một cách hiệu quả như là một vườn ươm cho các công ty InsurTechs, sau đó kết thúc việc thử nghiệm và chuyển đổi cách thức kinh doanh mới này sang các thị trường bảo hiểm phát triển hiện đang được kiểm soát bởi các công ty bảo hiểm lớn truyền thống.

### 3. InsurTech ở Việt Nam

Tổng quan thị trường bảo hiểm Việt Nam trong 6 tháng đầu năm 2018 cho thấy, tổng doanh thu phí bảo hiểm toàn thị trường ước tính đạt 59.800 tỷ đồng, tăng 25,98% so với cùng kỳ năm 2017, trong đó doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ ước tính đạt 37.503 tỷ đồng, tăng 32,38%. Ngoài ra, trong báo cáo khảo sát của Vietnam Report, đại diện các doanh nghiệp bảo hiểm cho biết, đổi mới, nghiên cứu áp dụng công nghệ mới trong hệ thống quản lý, phục vụ khách hàng là ưu tiên hàng đầu (chiếm 100% phản hồi); kế tiếp là đổi mới, nghiên cứu các sản phẩm mới đáp ứng yêu cầu của thị trường (82,4% phản hồi) và đa dạng hóa các kênh bán bảo hiểm (76,5%). Vì vậy,

các công ty bảo hiểm cần phải áp dụng những cách thức sử dụng công nghệ trong kinh doanh. Từ đầu năm 2018 đến nay, thị trường liên tục chào đón các giải pháp số hóa đến từ nhiều đơn vị trong ngành cho thấy sự tăng tốc của các doanh nghiệp để đón đầu nhu cầu khách hàng nhằm đón đầu xu hướng, hướng đến việc bảo vệ tài chính cho khách hàng mọi nơi mọi lúc, dù họ ở đời sống thực hay trong thế giới số “digital”.

Đầu tiên là Sun Life Việt Nam đã hợp tác với Timo để bán sản phẩm bảo hiểm sức khỏe và nhân thọ thông qua ứng dụng trên điện thoại di động và kết nối khách hàng Timo với các tư vấn tài chính Sun Life. Ngoài ra, Generali NPS là một chương trình được Tập đoàn Generali triển khai tại 35 thị trường, trong đó có mặt tại Việt Nam. Ứng dụng này cho phép dựa trên phản hồi của khách hàng, hãng bảo hiểm sẽ xác định và tiến hành khắc phục những mặt chưa tốt, đi sâu giải quyết gốc rễ vấn đề, nâng cao hiệu quả bằng cách đơn giản hóa quy trình, lược bỏ những bước không cần thiết, trao quyền quyết định phù hợp các cấp nhân viên.

Công ty Bảo hiểm Nhân thọ FWD Việt Nam (FWD) thuộc Tập đoàn bảo hiểm FWD, có phạm vi kinh doanh rộng khắp tại châu Á, lại là một công ty rất mạnh về công nghệ kỹ thuật số. Với DN này, công nghệ số là nền tảng giúp họ mang đến cho khách hàng những trải nghiệm mới mẻ, hiện đại và thuận tiện nhất. FWD đã hợp tác độ quyền 3 năm với Tiki để giới thiệu thêm các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ trực tuyến mới.

Tập đoàn bảo hiểm AIA đã đưa vào sử dụng ứng dụng iMO - là ứng dụng tương tác trên điện thoại giúp các Đại lý bảo hiểm trực tuyến có thể tiếp cận, phục vụ khách hàng từ xa và kịp thời thông qua chức năng gọi video. Đây là một ứng dụng mang tính chất đột phá, tạo nên sự chuyên nghiệp và là giải pháp giúp khẳng định vị thế vững chắc của AIA trong khu vực châu Á và ở Việt Nam.

Không chỉ công ty mới, với lợi thế đầu tư ban đầu mà cả những tên tuổi “cũ” như bảo hiểm Bảo Việt, Prudential... cũng bắt đầu có sự chuyển biến. Prudential đã đưa rất nhiều ứng dụng công nghệ vào việc hỗ trợ bán bảo hiểm như PruBot - Chatbot tư vấn bảo hiểm đến Matchbook. Tổng công ty Bảo hiểm Bảo Việt ký hợp đồng hợp tác cùng MoMo - ứng dụng ví điện tử trực thuộc công ty M-Service. Đây là lần đầu tiên tại Việt Nam, giải pháp mua các gói bảo hiểm và thanh toán toàn diện trên di động được triển khai mang lại cho khách hàng một trải nghiệm thú vị khi được chủ động chọn mua, thanh

toán với quy trình khép kín vô cùng dễ dàng, tiện lợi và an toàn. Việc chọn hợp tác chiến lược với MoMo là một trong những bước đi tiên phong của Bảo hiểm Bảo Việt bởi không chỉ mang đến giải pháp toàn diện trong việc mua bán, thanh toán không tiền mặt - xu hướng tất yếu trong thời đại 4.0 - mà còn thể hiện rõ định hướng phát triển lâu dài dựa nền tảng công nghệ thông tin của Bảo hiểm Bảo Việt khi InsurTech đang dần trở thành xu hướng và là tương lai của ngành bảo hiểm.

Nhìn chung, thị trường bảo hiểm Việt Nam trong một vài năm gần đây đã ghi nhận những thay đổi vượt bậc trong việc chăm sóc, kết nối dịch vụ với các khách hàng nhờ sự phát triển của công nghệ. Các doanh nghiệp bảo hiểm đang nỗ lực phát triển những sản phẩm đáp ứng theo nhu cầu của từng phân khúc khách hàng, nghiên cứu để cung cấp ra thị trường sản phẩm bảo hiểm hoàn toàn trực tuyến. Tuy được kỳ vọng sẽ là phân khúc “hot” không kém bancassurance (phân phối bảo hiểm qua ngân hàng) trong tương lai, nhưng tỷ trọng doanh thu từ bán bảo hiểm trực tuyến còn khá khiêm tốn trong tổng doanh thu của các công ty bảo hiểm, điều này được giải thích bởi các lý do sau:

*Thứ nhất*, đặc thù ngành bảo hiểm là có nhiều sản phẩm cần có sự tư vấn chuyên sâu và hỗ trợ từ các tư vấn viên. Bên cạnh đó, tâm lý của một số khách hàng không muốn tự tìm kiếm thông tin mà muốn được hỗ trợ từ tư vấn viên hoặc khách hàng ngại mua bảo hiểm trực tuyến do chưa hiểu rõ về các quy trình cũng như cách thức thao tác trên nền tảng công nghệ. Nhiều khách hàng chưa quen và cảm thấy không an tâm với việc chi trả một số tiền đều đặn hàng tháng cho sản phẩm “vô hình”.

*Thứ hai*, thực tế, tại thị trường Việt Nam, không nhiều người nghĩ tới và chủ động tìm mua bảo hiểm khi đang khỏe mạnh. Do vậy, bảo hiểm vẫn phải tự tìm đến với khách hàng hơn là khách hàng chủ động tìm đến doanh nghiệp.

*Thứ ba*, những quy định về việc doanh nghiệp bảo hiểm phải chứng minh người mua bảo hiểm cũng chính là người đứng tên hợp đồng sẽ là công việc rất khó thực thi khi triển khai bán bảo hiểm qua kênh trực tuyến. Trong khi đây là nguyên tắc chung của bảo hiểm nhân thọ để chống trục lợi bảo hiểm. “Chưa nói tới bán hàng trực tuyến, ngay cả việc bán bảo hiểm qua kênh truyền thống thì doanh nghiệp đã rất khó khăn để kiểm soát vấn đề này”, đại diện một doanh nghiệp bảo hiểm nhìn nhận. Ngoài ra, với hợp đồng bảo hiểm trực tuyến, các quy định về chữ ký

sống cũng rất mới mẻ với khách hàng và có thể là vấn đề gây tranh chấp sau này.

**Thứ tư**, rào cản về khung pháp lý chưa hoàn thiện là vấn đề khiến các công ty bảo hiểm rất thận trọng với mô hình này.

Có thể thấy công nghệ mà các công ty InsurTech sử dụng đem đến cho các doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống cơ hội điều chỉnh lại sản phẩm, dịch vụ và kênh phân phối của mình, đồng thời giảm chi phí kinh doanh. Rất nhiều kỳ vọng thúc đẩy sự chuyển đổi từ các hãng bảo hiểm truyền thống sang cách tiếp cận sử dụng công nghệ cao để bán bảo hiểm. Tuy vậy, đa phần các doanh nghiệp bảo hiểm đang ở giai đoạn đầu tiên của “con đường” InsurTech và đầu tư bảo hiểm trực tuyến là một cuộc đua tư dài hơi, không thể “một sớm, một chiều” mà cuộc đua này sẽ chỉ dành cho những doanh nghiệp có nguồn lực và kiên định với chiến lược đẩy mạnh các giải pháp kỹ thuật số nâng cao trải nghiệm khách hàng.

#### **4. Một số đề xuất phát triển InsurTech ở Việt Nam**

Để tiếp tục duy trì tốc độ phát triển trong lĩnh vực công nghệ bảo hiểm nói riêng cũng như thị trường bảo hiểm ở Việt Nam nói chung trong thời kỳ hội nhập hiện nay, các cơ quan nhà nước cũng như các Doanh nghiệp cần tiếp tục triển khai một số các giải pháp cơ bản:

**Thứ nhất, hoàn thiện hệ thống pháp luật trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm.** Bộ Tài chính sẽ trình Chính phủ, trình Quốc hội thông qua Luật sửa đổi, bổ sung Luật Kinh doanh BH; đồng thời xây dựng các văn bản hướng dẫn thi hành theo hướng quản lý trên cơ sở rủi ro, đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế, tăng cường tính chủ động và chịu trách nhiệm của các doanh nghiệp bảo hiểm trong hoạt động kinh doanh...

**Thứ hai, khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển và đa dạng hóa sản phẩm bảo hiểm, các kênh phân phối bảo hiểm.** Các doanh nghiệp kinh doanh bảo hiểm cần đổi mới hơn nữa công tác quản trị doanh nghiệp theo hướng chuyên nghiệp, phù hợp với thông lệ quốc tế; quan tâm đến việc đa dạng hóa và phát triển sản phẩm, mở rộng các kênh phân phối như bancassurance, hệ thống đại lý, thương mại điện tử; Các DN cần hợp tác cạnh tranh lành mạnh và tuân thủ pháp luật trong quá trình hoạt động kinh doanh; thực hiện tốt việc chi trả quyền lợi bảo hiểm cho các tổ chức, cá nhân, các nhà đầu tư không may gặp rủi ro để sớm khôi phục sản xuất kinh doanh và ổn định đời sống dân cư,

góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội và thực hiện chính sách an sinh xã hội.

**Thứ ba, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá xây dựng hình ảnh.** Để công tác này đạt được hiệu quả cao, công ty bảo hiểm cần thuê các công ty quảng cáo chuyên nghiệp, tổ chức thực hiện trong một thời gian dài, kết hợp với việc tuyên truyền trọng tâm nhân dịp các ngày lễ lớn, sự kiện quan trọng nhằm thu hút sự quan tâm chung của toàn xã hội...

**Thứ tư, tăng cường hiệu quả quản lý nhà nước về kinh doanh bảo hiểm.** Theo đó, tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát để có những khuyến nghị, cảnh báo kịp thời cho các doanh nghiệp bảo hiểm và sửa đổi, bổ sung cơ chế chính sách cho phù hợp với thực tế. Nâng cao năng lực quản lý, giám sát của cơ quan quản lý nhà nước thông qua việc hoàn thiện mô hình tổ chức phù hợp, bổ sung bộ phận chuyên trách hỗ trợ phòng chống trục lợi bảo hiểm, hỗ trợ tư vấn pháp lý, trọng tài. Hiện đại hóa cơ sở hạ tầng, hệ thống công nghệ thông tin đáp ứng yêu cầu hoạt động quản lý, giám sát. Xây dựng và triển khai hệ thống công nghệ thông tin kết nối giữa cơ quan quản lý nhà nước về kinh doanh bảo hiểm với các doanh nghiệp bảo hiểm và doanh nghiệp môi giới bảo hiểm, bao gồm cả các phần mềm quản lý, giám sát chuyên nghiệp và website của cơ quan quản lý nhà nước về kinh doanh bảo hiểm.

**Thứ năm, đẩy mạnh hợp tác quốc tế và hội nhập trong lĩnh vực bảo hiểm.** Về hợp tác quốc tế, mở rộng hợp tác với các quốc gia phát triển về bảo hiểm ngoài các quốc gia khu vực châu Á, nhằm học hỏi, chia sẻ kinh nghiệm, nâng cao hiệu quả trong công tác quản lý, giám sát thị trường. Phối hợp với các đối tác, các nhà tài trợ xây dựng, triển khai các chương trình hỗ trợ kỹ thuật, đáp ứng nhu cầu, bám sát các mục tiêu trong Chiến lược và giải pháp phát triển của thị trường bảo hiểm, tăng cường chất lượng chuyên gia tư vấn quốc tế và đa dạng hóa hình thức hỗ trợ, đặc biệt là các hình thức hỗ trợ đào tạo dài hạn, gắn với thực hành, thực tập. □

#### **Tài liệu tham khảo**

1. Báo cáo năm 2018 về thị trường bảo hiểm châu Á do công ty Willis Towers Watson phát hành.
2. Báo cáo khảo sát của Vietnam Report.
3. Trang web của Trung tâm nghiên cứu và Đào tạo Bảo hiểm: <http://www.mof.gov.vn/>
4. Trang web của một số công ty Bảo hiểm: [https://baohiem.baoviet.com](https://baohiem.baoviet.com;); [https://www.prudential.com.vn](https://www.prudential.com.vn;); [https://www.aia.com.vn](https://www.aia.com.vn;); <https://www.fwd.com.vn>