

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐIỆN LỰC**



BÙI THỊ VÂN ANH

**GIẢI PHÁP TÀI CHÍNH NHẪM NÂNG
CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN
HÀNG NÔNG NGHIỆP**

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

HÀ NỘI, 2023

**BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐIỆN LỰC**



BÙI THỊ VÂN ANH

**GIẢI PHÁP TÀI CHÍNH NHẪM NÂNG
CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN
HÀNG NÔNG NGHIỆP**

Chuyên ngành: TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

Mã số: 22CH0000004

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

Người hướng dẫn khoa học: Tiến sĩ Nguyễn Tố Tâm

HÀ NỘI, 2023

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn với đề tài: “*Giải pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp*” là công trình nghiên cứu được thực hiện dưới sự hướng dẫn của TS. Nguyễn Tổ Tâm, chưa được công bố trong bất cứ một công trình nghiên cứu nào của người khác.

Các nội dung trích dẫn và tham khảo các tài liệu, sách báo, thông tin được đăng tải trên các tác phẩm, tạp chí và trang web theo danh mục tài liệu tham khảo của luận văn.

Tác giả luận văn

Bùi Thị Vân Anh

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành tới Ban giám hiệu trường Đại học Điện Lực, đến quý thầy cô giáo trong Khoa kinh tế và quản lý, trường Đại học Điện Lực đã tạo điều kiện thuận lợi để tôi hoàn thành luận văn này. Đặc biệt, tôi xin bày tỏ lòng cảm ơn sâu sắc đến TS. Nguyễn Tố Tâm đã hướng dẫn tận tình, giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu.

Tôi xin gửi lời cảm ơn tới quý lãnh đạo công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp, lãnh đạo các phòng ban, các cán bộ nhân viên trong công ty đã nhiệt tình giúp đỡ tôi trong quá trình hoàn thành luận văn.

Cuối cùng, tôi cũng xin chân thành cảm ơn tới gia đình, bạn bè, đồng nghiệp đã tận tình hỗ trợ, giúp đỡ tôi trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

I. MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài.....
2. Tổng quan nghiên cứu.....
3. Mục tiêu nghiên cứu.....
4. Nhiệm vụ nghiên cứu.....
5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....
6. Phương pháp nghiên cứu.....
7. Đóng góp của luận văn.....
8. Kết cấu luận văn.....

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP

- 1.1. Tổng quan về bảo hiểm:
 - 1.1.2. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh:
 - 1.1.3. Vai trò của bảo hiểm:
- 1.2. Tổng quan về bảo hiểm phi nhân thọ
 - 1.2.1. Khái niệm, đặc điểm của bảo hiểm phi nhân thọ
 - 1.2.2. Vai trò của bảo hiểm phi nhân thọ
- 2.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh.....
- 2.2 Sự cần thiết nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm.....
 - 2.3.1 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm
- 3.1 Giải pháp tình chính nâng cao hiệu quả kinh doanh trong bảo hiểm.....

CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP

- 2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp
 - 2.1.1. Lịch sử ra đời và phát triển của Công ty
 - 2.1.2. Các yếu tố nguồn lực của Công ty
 - 2.1.3. Đặc điểm bộ máy tổ chức và quản lý
- 2.2. Thực trạng hiệu quả kinh doanh của ABIC giai đoạn 2019 – 2022
 - 2.2.1. Tình hình và kết quả kinh doanh của Công ty
 - 2.2.1.1 Thị phần bảo hiểm của ABIC trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ ở Việt Nam
 - 2.2.1.2 Tổng tài sản vốn chủ sở hữu
 - 2.2.2 Phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty.....
 - 2.2.2.1 Chỉ tiêu doanh thu phí bảo hiểm gốc.....
 - 2.2.2.2 Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường.....
 - 2.2.2.3 Chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm.....
 - 2.2.2.4 Chỉ tiêu tỷ lệ kết hợp.....

2.2.2.5 Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm.....	
2.2.2.6 Chỉ tiêu lợi nhuận.....	
2.3 Đánh giá các giải pháp tài chính hiện tại của ABIC nâng cao hiệu quả kinh doanh.....	
2.3.1 Những kết quả đạt được.....	
2.3.2 Những điểm hạn chế.....	

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TÀI CHÍNH NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP

3.1 Định hướng phát triển kinh doanh của công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp	
3.1.1. Mục tiêu chiến lược	
3.1.2. Định hướng kinh doanh	
3.2 Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp	
3.2.1. Tăng cường hợp tác với Agribank:	
3.3.2. Nâng cao hiệu quả sử dụng các loại chi phí	
3.3 Kiến nghị nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp	
3.3.1 Kiến nghị với Bộ Tài chính và các cơ quan Nhà nước.....	
3.3.2 Các kiến nghị khác.....	
3.3.2.3 Phát triển sản phẩm mới.....	
3.3.2.4 Đẩy mạnh công tác tuyên truyền quảng cáo, nâng cao hình ảnh Công ty, quảng bá sản phẩm.....	
3.3.2.5 Nâng cao hiệu quả bồi thường.....	

KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

DANH MỤC BẢNG BIỂU

DANH MỤC BẢNG BIỂU

STT	Bảng	Nội dung	Trang
1	Bảng 2.1	Tổng tài sản và vốn chủ sở hữu ABIC giai đoạn 2017– 2020	26
2	Bảng 2.2	Doanh thu phí bảo hiểm gốc và tái bảo hiểm	29
3	Bảng 2.3	Doanh thu toàn thị trường bảo hiểm phi nhân thọ	29
4	Bảng 2.4	Chi tiết doanh thu phí bảo hiểm gốc theo loại hình nghiệp vụ	30
5	Bảng 2.5	Chi phí bồi thường bảo hiểm ABIC giai đoạn 2017– 2020	32
6	Bảng 2.6	Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường ABIC giai đoạn 2017 – 2020	34
7	Bảng 2.7	Bồi thường toàn thị trường bảo hiểm phi nhân thọ	36
8	Bảng 2.8	Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm ABIC giai đoạn 2017– 2020	38
9	Bảng 2.9	Chỉ tiêu Tỷ lệ kết hợp giai đoạn 2017 – 2020	41
10	Bảng 2.10	Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm gốc giai đoạn 2017 – 2020	42
11	Bảng 2.11	Các chỉ tiêu lợi nhuận của ABIC giai đoạn 2017 – 2020	44

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Ý nghĩa
1	Agribank	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam
2	ABIC	Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông Nghiệp
3	Vinare	Tổng công ty Cổ phần Tái bảo hiểm Quốc gia Việt Nam
4	Swiss Re	Swiss Reinsurance Company Ltd
5	Munich Re	Munich Reinsurance Company

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

STT	SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ	Nội dung	Trang
1	Sơ đồ 2.1	Tổ chức của Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông Nghiệp	24
2	Biểu đồ 2.1	Thị phần bảo hiểm của ABIC trên thị trường bảo hiểm Phi nhân thọ	25
3	Biểu đồ 2.2	Vốn chủ sở hữu và tổng tài sản của ABIC giai đoạn 2014-2017	26
4	Biểu đồ 2.3	Doanh thu phí bảo hiểm ABIC giai đoạn 2017 – 2020	27
5	Biểu đồ 2.4	Chi phí bồi thường bảo hiểm ABIC giai đoạn 2017 – 2020	32
6	Biểu đồ 2.5	Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường ABIC giai đoạn 2017 – 2020	35
7	Biểu đồ 2.6	Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm ABIC giai đoạn 2017 – 2020	37
8	Biểu đồ 2.7	Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm gốc ABIC giai đoạn 2017 – 2020	47

I. MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Hiệu quả kinh doanh là một phạm trù kinh tế phản ánh những lợi ích đạt được từ các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trên cơ sở so sánh lợi ích thu được với chi phí bỏ ra trong suốt quá trình kinh doanh của doanh nghiệp. Do đó, việc nghiên cứu và xem xét vấn đề nâng cao hiệu quả kinh doanh là một đòi hỏi tất yếu đối với mỗi doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh hiện nay. Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đang là một bài toán khó đòi hỏi mỗi doanh nghiệp đều phải quan tâm đến, đây là một vấn đề có ý nghĩa quan trọng quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, đòi hỏi các doanh nghiệp phải có độ nhạy bén, linh hoạt cao trong quá trình kinh doanh của mình.

Việc nâng cao hiệu quả kinh doanh có ý nghĩa đặc biệt đối với nền kinh tế quốc dân và bản thân của doanh nghiệp. Hiệu quả kinh doanh đem lại cho quốc gia sự phân bổ, sử dụng các nguồn lực ngày càng hợp lý và đem lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp. Hiệu quả kinh doanh xét về mặt tuyệt đối chính là lợi nhuận thu được. Nó là cơ sở để tái sản xuất mở rộng, cải thiện đời sống cho cán bộ nhân viên. Đối với các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp hoạt động trong cơ chế thị trường thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh đóng vai trò quan trọng trong sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Ngoài ra nó còn giúp cho doanh nghiệp có sức cạnh tranh trên thị trường, đầu tư, mở rộng, cải tạo, hiện đại hóa cơ sở vật chất phục vụ cho kinh doanh, bán hàng.

Hiệu quả kinh doanh là động lực thúc đẩy, kích thích đẩy mạnh năng suất lao động, nâng cao khả năng bán hàng và tư vấn đến khách hàng một cách khách quan và hiệu quả. Các giải pháp tài chính đưa ra là cơ sở quan trọng để dự báo, đề phòng và hạn chế những rủi ro, bất định trong kinh doanh, là cơ sở quan trọng để đưa ra các giải pháp kinh doanh có hiệu quả.

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ không chỉ cạnh tranh với các công ty trong nước mà còn có cả các công ty quốc tế với trình độ và tính chuyên nghiệp rất cao, vì vậy cần xây dựng chiến lược phù hợp và xác định hướng đi đúng đắn. Việc phân tích, đánh

giá hiện trạng để tìm ra giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm luôn là yêu cầu cấp thiết trên cả phương diện lý luận và thực tiễn.

Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp (ABIC) được thành lập từ năm 2007, trải 16 năm hình thành và phát triển, hiện nay ABIC đã nằm trong top 10 công ty bảo hiểm phi nhân thọ có doanh thu lớn nhất (trong tổng số 29 công ty bảo hiểm trong nước). ABIC đã triển khai hàng loạt các biện pháp” để nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm. Tuy nhiên bên cạnh đó vẫn còn tồn tại nhiều mặt hạn chế. Để tạo dựng được một vị thế vững chắc trên thị trường, Công ty cần nghiên cứu sâu sắc về lý luận và thực tiễn kinh doanh để tìm ra cho mình một hệ thống giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Với mục đích trên, tác giả đã chọn đề tài *“Giải pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp”*.

2. Tổng quan nghiên cứu

So với lịch sử hàng trăm năm phát triển của bảo hiểm nói chung và bảo hiểm phi nhân thọ nói riêng trên thế giới, lịch sử ra đời và phát triển của bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam còn khá non trẻ. Việc DNBH đầu tiên – Bảo hiểm Bảo Việt được thành lập vào 15 tháng 01 năm 1965 là mốc son đánh dấu sự ra đời của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam. Tuy nhiên, phải sau năm 1993, thị trường bảo hiểm Việt Nam mới thực sự phát triển. Do vậy, các nghiên cứu được công bố trong lĩnh vực này còn nhiều hạn chế. Với quá trình mở cửa và hội nhập, cũng đã có nhiều tài liệu, cũng như nghiên cứu về thị trường bảo hiểm Việt Nam, cụ thể:

United Nations Development Programme (2006), Studies on competitiveness and Impact of Liberalization in Financial Services: The case of Insurance services in Vietnam, Project Vie/02/009, UNDP [91]. Đây là báo cáo nghiên cứu mức độ cạnh tranh của ngành bảo hiểm từ năm 1993 đến năm 2005. Nghiên cứu này đã chỉ ra các hạn chế như các quy định pháp luật còn thiếu, thị trường phát triển chưa cân xứng, các công ty bảo hiểm chưa có tiềm lực tài chính mạnh, cạnh tranh không lành mạnh, giảm phí còn phổ biến ...

Tuy nhiên, mặc dù nhiều nội dung của báo cáo có ý nghĩa tham khảo nhất định, nhưng tính đến thời điểm hiện nay, thị trường bảo hiểm cũng đã có những bước phát triển vượt bậc, quá trình hội nhập cũng nhiều hơn nên thị trường bảo hiểm, cả nhân thọ và phi nhân thọ cũng đã có rất nhiều khác biệt so với khoảng gần 20 năm trước đây, khi thị trường mới mở cửa và hội nhập.

Achieving Healthy Growth in the Non- life Insurance market, 2013 [6] do Hiệp hội bảo hiểm phi nhân thọ Nhật Bản, Học viện bảo hiểm phi nhân thọ Nhật Bản phối hợp với Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam tổ chức. Nội dung chính của chương trình này là giới thiệu những kinh nghiệm về phát triển hoạt động bảo hiểm phi nhân thọ tại Nhật Bản như việc đào tạo đại lý, đa dạng hóa sản phẩm, tự do hóa thị trường, định phí bảo hiểm, phòng chống trục lợi bảo hiểm... Đây cũng là nội dung bổ ích, có thể tham khảo để phục vụ cho quá trình nghiên cứu, xây dựng chính sách phát triển hoạt động bảo hiểm phi nhân thọ tại Việt Nam.

Một số tổ chức nước ngoài như Tạp chí tái bảo hiểm của Thụy Sĩ Swissre hay Tập đoàn tài chính bảo hiểm HSBC của Anh đã nhiều lần đăng tải các bài viết liên quan tới thị trường bảo hiểm Việt Nam nói chung và hoạt động bảo hiểm phi nhân thọ nói riêng, tuy nhiên nội dung của các bài viết này chỉ là những phân tích đơn giản về thị trường cũng như hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ, nó mang tính rời rạc, không toàn diện không đánh giá được một cách đầy đủ, khách quan, đối với hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ.

Ngoài ra còn có các tài liệu mang tính chất lý thuyết và kỹ thuật dùng cho giảng dạy nghiệp vụ bảo hiểm phi nhân thọ như: Bảo hiểm nguyên tắc và thực hành của TS DaVis Blans - Học viện bảo hiểm Hoàng gia Anh, Les grands principes de Lassurance của Trường bảo hiểm quốc gia Cộng hòa Pháp, Lassurance contre Lincendie của nhà xuất bản Lasrgus - Cộng hòa Pháp...

Nghiên cứu của Phạm Thị Định (2004) [12] về hoạt động đầu tư của doanh nghiệp bảo hiểm nhà nước tại Việt Nam. Nghiên cứu tập trung vào các vấn đề lý luận về hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm; kinh nghiệm của các nước về quản lý hoạt động đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm; đánh giá

thực trạng hoạt động của các doanh nghiệp bảo hiểm nhà nước thông qua ba công ty bảo hiểm là Bảo Việt, Bảo Minh và PVI. Nghiên cứu cũng đưa ra các giải pháp phát triển hoạt động cho hoạt động đầu tư của doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam. Mặc dù có những thành công nhất định những nghiên cứu này cũng có những hạn chế. Thứ nhất là tác giả chủ yếu tập trung phân tích hoạt động đầu tư tài chính mà không phải các hoạt động kinh doanh bảo hiểm.

Thứ hai chỉ nghiên cứu cho ba công ty bảo hiểm nhà nước mà không phải toàn bộ thị trường bảo hiểm. Thứ ba là cách tiếp cận dựa vào phân tích nghiệp vụ mà không phải các phương pháp mô hình hóa trong nghiên cứu khoa học nên kết quả nghiên cứu khó có thể khái quát hóa. Thứ tư là nghiên cứu cũng không đề cập đến cách tiếp cận từ khách hàng (chất lượng dịch vụ, sự hài lòng). Nghiên cứu của Đoàn Trung Kiên (2005) [2] về hoạt động đầu tư của các Công ty bảo hiểm, hơn nữa trong thời điểm hoạt động đầu tư của các Công ty chưa phát triển, số lượng doanh nghiệp bảo hiểm ít, chủ yếu là doanh nghiệp nhà nước nên cũng không đề cập tới các mặt quan trọng khác của hoạt động bảo hiểm phi nhân thọ.

Nghiên cứu của Hoàng Mạnh Cử (2007) [4] về cơ sở lý luận của các giải pháp tài chính nhằm phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam. Sau khi giải quyết xong về mặt cơ sở lý luận, tác giả đã đánh giá thực trạng thị trường bảo hiểm Việt Nam từ năm 2002 đến năm 2006 để từ đó đưa ra các giải pháp tài chính nhằm thúc đẩy sự phát triển của thị trường bảo hiểm nước ta nên phạm vi nghiên cứu và các giải pháp đề ra còn hạn chế.

Nghiên cứu của Đoàn Minh Phụng (2009) [3] chủ yếu tập trung giải quyết vấn đề chính đó là thực trạng kinh doanh, đầu tư của các doanh nghiệp bảo hiểm Nhà nước và các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh, đầu tư trong các doanh nghiệp này.

Xét về khía cạnh nào đó thì việc nâng cao hiệu quả kinh doanh, đầu tư trong các doanh nghiệp bảo hiểm Nhà nước sẽ góp phần phát triển hoạt động bảo hiểm phi nhân thọ, tuy nhiên nội dung của bản luận án này chỉ đề cập một cách khái quát thực trạng kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm trong

những năm 2005-2008 để làm cơ sở cho việc phân tích hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp bảo hiểm Nhà nước. Luận án này cũng tập trung vào nghiên cứu cơ sở lý luận chung về bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm; phân tích thực trạng hoạt động của ba doanh nghiệp bảo hiểm nhà nước là Bảo Việt, Bảo Minh và PVI; đề xuất những giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh cho các doanh nghiệp bảo hiểm nhà nước tại Việt Nam. Mặc dù có những thành công nhất định nhưng nghiên cứu cũng có những hạn chế mà các nghiên cứu tại Việt Nam gặp phải. Thứ nhất, nghiên cứu thuần túy là hoạt động đánh giá nghiệp vụ. Thứ hai, nghiên cứu cũng chỉ tập trung cho phân tích cho ba doanh nghiệp bảo hiểm mà không phải toàn ngành bảo hiểm

Nghiên cứu của Công ty chứng khoán VPBank (VPBS, 2014) [19] về ngành bảo hiểm. Đây là một nghiên cứu toàn cảnh về ngành bảo hiểm Việt Nam bao gồm cả những phân tích về bảo hiểm phi nhân thọ và bảo hiểm nhân thọ. Nghiên cứu chỉ ra tiềm năng rất lớn của bảo ngành bảo hiểm Việt Nam trong đó có bảo hiểm phi nhân thọ, những đánh giá về hiện trạng (khó khăn, thách thức, cơ hội) đối với ngành bảo hiểm. Tuy nhiên đây chỉ là một nghiên cứu ở dạng báo cáo kinh doanh mà thiếu những phân tích chuyên sâu mang tính hàn lâm của một nghiên cứu khoa học.

Trong những năm vừa qua tại Việt nam còn có một số bài viết của các tác giả hoặc của các công ty chứng khoán về hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm, tuy nhiên nội dung của các bài viết này chủ yếu đánh giá kết quả kinh doanh của một số doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ niêm yết trên Sở giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh hoặc Sở giao dịch chứng khoán Hà nội như Tập đoàn tài chính Bảo Việt, Tổng công ty cổ phần Bảo hiểm Dầu khí (PVI), Bảo hiểm Bưu điện(PTI) Tổng công ty cổ phần bảo hiểm Bảo Minh (BMI) ... Bên cạnh các công trình nghiên cứu nêu trên còn rất nhiều các công trình nghiên cứu liên quan đến giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm, nhưng tựu chung các công trình nghiên cứu này mới chỉ nghiên cứu một góc độ chung chung khái quát trong phạm vi giới hạn của doanh nghiệp mà đề tài đó nghiên cứu, các bài viết này không đánh giá

tổng thể hoạt động kinh doanh của toàn bộ thị trường bảo hiểm Việt nam thời gian vừa qua cũng như không đề cập tới việc phát triển hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ tại Việt Nam hiện nay.

Trên tinh thần học hỏi những kinh nghiệm từ các tài liệu tham khảo cùng với việc khảo sát thực tế tại công ty, từ đó có những sáng kiến về giải pháp hoàn thiện giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp.

3. Mục tiêu nghiên cứu:

Mục tiêu tổng quát: Đề xuất các giải pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp

Mục tiêu chi tiết:

- + Tổng quan được những vấn đề lý luận liên quan đến bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ.
- + Phân tích thực trạng hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp và từ đó đề xuất giải pháp tài chính phù hợp.

4. Nhiệm vụ nghiên cứu:

Hệ thống những vấn đề lý luận cơ bản về hiệu quả kinh doanh và giải pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp

Phân tích, đánh giá thực trạng hiệu quả kinh doanh của công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp

Trên cơ sở hệ thống hoá phân tích lý luận và nghiên cứu khảo sát thực tế, Luận văn sẽ đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp.

5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Giải pháp tài chính và hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp bảo hiểm

- Phạm vi nghiên cứu:

+ Thời gian: Từ năm 2019 đến năm 2022

+ Không gian: Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp

(ABIC)

6. Phương pháp nghiên cứu:

Luận văn có sử dụng nhiều phương pháp kết hợp nhằm giải quyết vấn đề đã nêu ra. Cụ thể các phương pháp được triển khai như sau:

Phương pháp nghiên cứu tại bàn:

Trên cơ sở kế thừa các kết quả nghiên cứu, luận văn cùng các tài liệu trước đó nghiên cứu về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ. Bài viết sẽ tóm tắt những kết quả đã đạt được và chỉ ra những khoảng trống hoặc những thiếu sót của các tài liệu đó. Từ đó tìm ra khoảng trống nghiên cứu cho đề tài, đồng thời kế thừa những nội dung đã được nghiên cứu trước đó

Phương pháp phân tích tổng hợp lý thuyết:

Bài viết sẽ nghiên cứu các văn bản, tài liệu lý luận khác nhau về vấn đề hiệu quả kinh doanh nói chung; các tài liệu liên quan đến ngành bảo hiểm phi nhân thọ. Từ những đặc thù riêng của ngành này, bài viết sẽ đưa ra được một hệ thống các tiêu chí phù hợp để đánh giá hiệu quả kinh doanh cho công ty bảo hiểm phi nhân thọ. Các chỉ tiêu này vừa đảm bảo có các chỉ tiêu tổng quát đúng với mọi loại hình doanh nghiệp, vừa có các chỉ tiêu riêng đặc thù của ngành bảo hiểm phi nhân thọ. Đồng thời chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh

Phương pháp thu thập thông tin: Bài viết sử dụng các dữ liệu thứ cấp được lấy từ các báo cáo tài chính cùng các tài liệu đã công bố của công ty được nghiên cứu.

Phương pháp xử lý thông tin: Sử dụng các dữ liệu thứ cấp đã thu thập, luận văn sẽ phân tích các thông tin này theo hệ thống các chỉ tiêu đánh giá đã nêu ra trước đó. Sau đó sẽ có các nhận xét về sự thay đổi của các chỉ tiêu này qua các năm 2019 – 2022. Đồng thời đó sẽ so sánh các dữ liệu này với một số công ty tương đương và trung bình ngành. Từ đó sẽ rút ra các kết luận về hiệu quả kinh doanh của công ty.

7. Đóng góp của luận văn

7.1 . Về mặt lý luận

- Luận văn đã góp phần hệ thống hóa và làm rõ hơn cơ sở lý luận về hiệu quả kinh doanh và phân tích hiệu quả kinh doanh trong các doanh nghiệp bảo hiểm đồng thời làm sáng tỏ nguồn cơ sở dữ liệu, nội dung phân tích, phương pháp phân tích và quy trình phân tích để phục vụ cho hoạt động phân tích hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp.

- Luận án đóng góp thêm quan điểm về hiệu quả kinh doanh và phân tích hiệu quả kinh doanh.

7.2 Về mặt thực tiễn:

- Luận án đã tiến hành khảo sát và đánh giá thực trạng phân tích hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ tại Việt Nam trên các mặt: nguồn cơ sở dữ liệu, nội dung phân tích, phương pháp phân tích và quy trình phân tích dưới các góc độ về hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội và hiệu quả môi trường. Từ đó luận án chỉ ra được những kết quả doanh nghiệp đã đạt được cũng như những hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế đó.

- Trên cơ sở phân tích thực trạng phân tích hiệu quả kinh doanh tại các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ và đề xuất một số giải pháp có tính khả thi giúp hoàn thiện hoạt động phân tích hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp.

8. Kết cấu luận văn

Ngoài phần mở đầu và kết luận, phụ lục danh mục tài liệu tham khảo thì luận văn được chia làm 3 chương.

- Chương 1: Những vấn đề lý luận cơ bản về nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty CP Bảo hiểm Ngân hàng Nông Nghiệp
- Chương 2: Đánh giá thực trạng về hiệu quả kinh doanh tại Công ty CP Bảo hiểm Ngân hàng Nông Nghiệp
- Chương 3: Giải pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty CP Bảo hiểm Ngân hàng Nông Nghiệp

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP

1.1. Tổng quan về bảo hiểm phi nhân thọ:

1.1.1. Khái niệm về kinh doanh bảo hiểm:

Kinh doanh bảo hiểm là hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm nhằm mục đích sinh lợi, theo đó doanh nghiệp bảo hiểm chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, trên cơ sở bên mua bảo hiểm đóng phí bảo hiểm để doanh nghiệp bảo hiểm trả tiền bảo hiểm cho người thụ hưởng hoặc bồi thường cho người được bảo hiểm khi xảy ra sự kiện bảo hiểm. Kinh doanh tái bảo hiểm là hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm nhằm mục đích sinh lợi, theo đó doanh nghiệp bảo hiểm nhận một khoản phí bảo hiểm của doanh nghiệp bảo hiểm khác để cam kết bồi thường cho các trách nhiệm đã nhận bảo hiểm.

1.1.2. Phân loại bảo hiểm:

Bảo hiểm có thể được phân chia làm nhiều loại. Căn cứ vào ý chí của các bên, bảo hiểm gồm hai loại: bảo hiểm tự nguyện và bảo hiểm bắt buộc. Căn cứ vào mục tiêu của hành động bảo hiểm, bảo hiểm gồm có hai loại: bảo hiểm thương mại và bảo hiểm phi thương mại. Căn cứ vào đối tượng bảo hiểm, bảo hiểm gồm: bảo hiểm con người, bảo hiểm tài sản, bảo hiểm trách nhiệm dân sự.

Ở Việt Nam, trong cơ chế kinh tế kế hoạch hoá tập trung, hoạt động kinh doanh bảo hiểm do Tổng công ti bảo hiểm Việt Nam thực hiện theo Quyết định số 179/CP của Hội đồng Chính phủ ban hành ngày 17.12.1964. Tổng công ti bảo hiểm Việt Nam (gọi tắt là Bảo Việt) được thành lập ngày 25.01.1975, là cơ quan bảo hiểm đầu tiên ở Việt Nam gồm nhiều công ti ở các tỉnh, thành trực thuộc trung ương. Bảo Việt là thành viên của Hội đồng bảo hiểm trách nhiệm chủ tàu miền tây nước Anh (WOE). Đây là hình thức tái bảo hiểm, một thông lệ phổ biến trên thế giới. Các công ti bảo hiểm quốc gia thường mua bảo hiểm của các công ti tái bảo hiểm quốc tế nhằm phân tán rủi ro mà mình chịu trách

nhiệm bảo hiểm và chịu sự tổn thất.

Luật kinh doanh bảo hiểm được Quốc hội nước Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam khoá X, kì họp thứ 8 thông qua ngày 09.12.2000 là văn bản pháp luật quy định có hệ thống về tổ chức và hoạt động kinh doanh bảo hiểm, quyền, nghĩa vụ của tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm. Theo quy định của Luật kinh doanh bảo hiểm, bên bảo hiểm là doanh nghiệp được tổ chức theo các hình thức: doanh nghiệp nhà nước, công ti cổ phần, doanh nghiệp liên doanh với người nước ngoài, doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài, tổ chức bảo hiểm tương hỗ. Ngoài doanh nghiệp bảo hiểm là chủ thể trực tiếp kí hợp đồng với người tham gia bảo hiểm, kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm còn có doanh nghiệp môi giới bảo hiểm, tổ chức và cá nhân làm đại lí bảo hiểm.

1.1.3. Vai trò của bảo hiểm:

Cho đến nay, đặc biệt trong nền kinh tế thị trường, bảo hiểm càng thể hiện rõ là nhu cầu không thể thiếu, là yếu tố quan trọng góp phần đảm bảo cho quá trình tái sản xuất có thể tiến hành thường xuyên và liên tục, đồng thời góp phần ổn định đời sống của mọi thành viên trong xã hội.

1.1.3.1 Bảo hiểm bảo đảm cho các tổ chức và các doanh nghiệp phát triển vững mạnh

Bảo hiểm là một yếu tố cấu thành tất yếu trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Những rủi ro ngoài ý muốn luôn đe dọa tới sự an toàn trong mỗi thời khắc của đời sống kinh tế xã hội. Xã hội càng phát triển, con người càng ứng dụng kỹ thuật cao vào cuộc sống cũng như cố gắng hạn chế các thiệt hại do thiên tai gây ra, thì rủi ro có thể thiệt hại cho chúng ta vẫn không thể giảm bớt, mà còn có xu hướng tăng lên. Những thiệt hại này mỗi tổ chức, doanh nghiệp, không thể tự gánh chịu tự trang trải. Họ luôn cần tới một chỗ dựa vững chắc: Bảo hiểm.

Dựa trên nguyên tắc san sẻ rủi ro, bảo hiểm mang lại cho các tổ chức và các doanh nghiệp sự an tâm được bảo vệ và đền bù các mất mát, thiệt hại đối với con người, với tài sản, với công việc, tiền, lợi nhuận..... thuộc tổ chức và đơn vị đó.

Tham gia bảo hiểm không nhằm triệt tiêu, né tránh rủi ro song chắc chắn sẽ góp phần đề phòng và giảm thiểu tổn thất, đảm bảo cho mọi doanh nghiệp tổ chức và doanh nghiệp phát triển vững mạnh.

1.1.3.2. Bảo hiểm góp phần hoàn thiện cuộc sống của con người

Cuộc sống của mỗi chúng ta, dù ở nông thôn hay thành thị, dù nghèo túng hay khá giả.... đều chứa chấp những yếu tố không định trước. Mọi nỗ lực của nhân loại luôn nhằm tới mục tiêu kiểm soát các yếu tố tác động tới con người, nâng cao mức sống tạo dựng sự ổn định lâu dài và hoàn thiện cuộc sống.

Dù ở mức độ nào của sự phát triển, cuộc sống vẫn luôn tiềm ẩn những rủi ro không lường trước: Rủi ro chết bất ngờ, ốm đau, bệnh tật, tai nạn, trộm cắp, lũ lụt, đồ vỡ... Tất cả những hiểm họa bất khả kháng luôn đe dọa chúng ta và tài sản của chúng ta vẫn hiện hữu và cũng chưa bao giờ bị loại trừ một cách tuyệt đối. Rủi ro chỉ có thể xử lý hoặc giảm thiểu nhiều hay ít tùy thuộc vào nỗ lực của xã hội và của mỗi chúng ta. Khi rủi ro xảy ra, trách nhiệm của tất cả chúng ta là giảm thiểu thiệt hại, phục hồi nhanh nhất mất mát về ổn định cuộc sống, mang lại sự bình yên và hạnh phúc cho con người.

Con người sẽ có được sự tự tin, thanh thản tâm trí khi đã có bảo hiểm, sẽ được bồi thường tổn thất, mất mát, hay thực hiện các kế hoạch tài chính của mình. Tham gia bảo hiểm là thể hiện cuộc sống biết kế hoạch hóa của chúng ta và nó thực sự cần thiết đối với tất cả chúng ta.

• 1.2. Khái niệm, đặc điểm của bảo hiểm phi nhân thọ

1.2.1.1. Khái niệm bảo hiểm phi nhân thọ và doanh nghiệp bảo hiểm

Mặc dù bảo hiểm ra đời từ lâu, song cho đến nay vẫn có nhiều tác giả đưa ra những quan niệm khác nhau về bảo hiểm. Sự khác nhau đó xuất phát từ việc nhìn nhận bảo hiểm ở các góc độ và cách thức tiếp cận khác nhau.

Về phương diện kinh tế, bảo hiểm là biện pháp chuyển giao rủi ro được thực hiện thông qua "hợp đồng bảo hiểm, trong đó bên mua bảo hiểm chấp nhận trả phí bảo hiểm và doanh nghiệp bảo hiểm cam kết bồi thường hoặc trả tiền bảo hiểm khi xảy ra sự kiện bảo hiểm.

Về phương diện tài chính, bảo hiểm chính là sự vận động các nguồn tài lực trong việc huy động sự đóng góp (phí bảo hiểm) của các tổ chức kinh tế, cá nhân tham gia bảo hiểm để lập quỹ bảo hiểm và phân phối, sử dụng nó bồi thường những tổn thất vật chất, chi trả cho tai nạn bất ngờ xảy ra đối với các đối tượng bảo hiểm.

Theo Điều 3 - Luật kinh doanh bảo hiểm năm 2000, 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 đến kinh doanh bảo hiểm, tái bảo hiểm.

Doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ là tổ chức hoạt động kinh doanh nhằm mục đích sinh lời theo đó doanh nghiệp bảo hiểm chấp nhận rủi ro của người được bảo hiểm, trên cơ sở bên mua đóng phí bảo hiểm để doanh nghiệp bảo hiểm trả tiền bồi thường cho người được bảo hiểm hoặc người thụ hưởng khi xảy ra sự kiện bảo hiểm.

1.2.1.2. Phân loại bảo hiểm

- Phân loại nghiệp vụ bảo hiểm theo Luật Kinh doanh bảo hiểm:
 - + Bảo hiểm nhân thọ
 - + Bảo hiểm phi nhân thọ
 - + Bảo hiểm sức khỏe
- Phân loại nghiệp vụ bảo hiểm theo đối tượng bảo hiểm:
 - + Bảo hiểm tài sản
 - + Bảo hiểm trách nhiệm dân sự
 - + Bảo hiểm con người
- Phân loại nghiệp vụ bảo hiểm theo kỹ thuật quản lý hợp đồng bảo hiểm:
 - + Các nghiệp vụ bảo hiểm áp dụng kỹ thuật phân chia
 - + Các nghiệp vụ bảo hiểm áp dụng kỹ thuật tồn tích
- Phân loại nghiệp vụ bảo hiểm theo hình thức bảo hiểm:
 - + Bảo hiểm tự nguyện
 - + Bảo hiểm bắt buộc

1.2.1.3. Đặc điểm bảo hiểm phi nhân thọ

Hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ vừa có tính kinh tế vừa có tính xã hội, vừa mang đặc trưng của một ngành dịch vụ đặc biệt. Bảo hiểm là ngành dịch vụ đặc biệt với những đặc trưng cơ bản sau:

Thứ nhất, sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ là sản phẩm không hiện hữu, không tồn tại dưới dạng vật thể, là sự đảm bảo về mặt vật chất trước những rủi ro cho khách hàng được bảo hiểm đi kèm theo là các dịch vụ hỗ trợ liên quan.

Thứ hai, sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ là sản phẩm có “hiệu quả xê dịch”: Đối với sản phẩm bảo hiểm, công ty bảo hiểm thu tiền trước của khách hàng, nếu không xảy ra sự kiện bảo hiểm, công ty sẽ không phải thanh toán gì cho khách hàng. Tuy nhiên nếu có sự kiện bảo hiểm xảy ra thì công ty có thể phải trả cho khách hàng số tiền rất lớn, thông thường là từ 100 – 2000 lần số tiền thu được của khách hàng trước đó.

Thứ ba, sự đảo ngược chu trình sản xuất kinh doanh trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ: trong các ngành nghề kinh doanh thông thường, dựa vào các chi phí sản xuất có thể tính ra giá bán sản phẩm và dựa vào sản lượng bán ra để tính được hiệu quả kinh doanh vào cuối năm. Tuy nhiên đối với ngành bảo hiểm, việc xác định giá sản phẩm (hay chính xác là tỷ lệ phí bảo hiểm) là dựa vào các số liệu trong quá khứ để dự đoán và kết quả kinh doanh trong tương lai là chưa thể biết trước

Thứ tư, sản phẩm bảo hiểm dễ sao chép, bắt chước: Về cơ bản các sản phẩm của các công ty bảo hiểm đều rất giống nhau do cơ bản các sản phẩm này đều được xây dựng dựa theo bộ quy tắc chuẩn của các công ty bảo hiểm/tái bảo hiểm lớn trên thế giới. Ở khu vực Đông Nam Á là phổ biến theo quy tắc của Munich Re và Swiss Re. Munich Re và Swiss Re lần lượt là hai công ty Tái bảo hiểm lớn nhất trên thế giới, hiện đang kinh doanh tại hơn 160 quốc gia trên toàn thế giới. Chính vì vậy, các quy tắc, điều kiện điều khoản mà 2 nhà tái này đưa ra gần như trở thành chuẩn mực chung cho toàn thế giới áp dụng. Các công ty bảo hiểm ở Việt Nam cũng không phải ngoại lệ, để có thể đảm bảo tái được dịch vụ cho các công ty nước ngoài thì các sản phẩm

cũng phải áp dụng theo chuẩn chung của thị trường.

1.2.1.4. Nội dung hoạt động doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ

Thứ nhất, kinh doanh bảo hiểm, kinh doanh tái bảo hiểm

+ Trong kinh doanh bảo hiểm, doanh nghiệp bảo hiểm được quyền chủ động bán bảo hiểm dưới các hình thức sau: trực tiếp; thông qua các đại lý bảo hiểm, môi giới bảo hiểm; thông qua đấu thầu; các hình thức khác phù hợp với quy định của pháp luật.

+ Trong kinh doanh tái bảo hiểm, doanh nghiệp bảo hiểm có quyền nhượng chuyển một phần trách nhiệm đã nhận bảo hiểm cho một hay nhiều doanh nghiệp bảo hiểm khác nhưng không được nhượng toàn bộ trách nhiệm bảo hiểm đã nhận trong một hợp đồng bảo hiểm cho doanh nghiệp bảo hiểm khác để hưởng hoa hồng tái bảo hiểm.

Thứ hai, quản lý quỹ và đầu tư vốn:

+ Quản lý quỹ: Trong quá trình hoạt động, doanh nghiệp bảo hiểm phải luôn duy trì mức vốn điều lệ đã đóng góp không thấp hơn mức vốn pháp định đã quy định.

+ Trích lập quỹ dự phòng nghiệp vụ: là khoản tiền mà doanh nghiệp bảo hiểm phải trích lập nhằm mục đích thanh toán cho những trách nhiệm bảo hiểm đã được xác định trước và phát sinh từ các hợp đồng bảo hiểm đã giao kết.

+ Đầu tư vốn: Nguồn vốn đầu tư của doanh nghiệp bảo hiểm bao gồm vốn điều lệ, quỹ dự trữ bắt buộc, quỹ dự trữ tự nguyện, các khoản lãi những năm trước chưa sử dụng và các quỹ được sử dụng để đầu tư hình thành từ lợi tức để lại của doanh nghiệp, nguồn vốn nhàn rỗi từ dự phòng nghiệp vụ bảo hiểm.

Khác với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, đối với doanh nghiệp bảo hiểm, chi phí trực tiếp kinh doanh bảo hiểm là "không xác định được trước. Chi phí trong kỳ tăng, giảm tùy thuộc vào các rủi ro của hợp đồng bảo hiểm. Nếu xảy ra rủi ro nhiều, doanh nghiệp bồi thường nhiều" nhưng không vượt quá giới hạn trách nhiệm đã thỏa thuận trong hợp đồng bảo hiểm và ngược lại. Vì vậy, chi phí trực tiếp kinh doanh bảo hiểm "không ổn định vì rủi ro trong bảo hiểm mang tính ngẫu nhiên và trách nhiệm của doanh nghiệp bảo

hiểm kéo dài cho đến khi hợp đồng bảo hiểm” hết hiệu lực.

Kết quả hoạt động kinh doanh số chênh lệch giữa doanh thu thuần với chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp, và kết quả hoạt động tài chính, kết quả hoạt động khác. Cụ thể kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm bao gồm:

- Kết quả của hoạt động kinh doanh bảo hiểm gốc và tái bảo hiểm.
- Kết quả của hoạt động tài chính.
- Kết quả hoạt động khác.

Kết quả hoạt động kinh doanh được xác định như sau:

Kết quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm gốc	=	Doanh thu phí bảo hiểm gốc	-	Các khoản giảm trừ	-	Chi phí trực tiếp kinh doanh bảo hiểm gốc	-	Chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp
Kết quả hoạt động kinh doanh tái bảo hiểm	=	Hoa hồng nhượng tái bảo hiểm	-	Các khoản giảm trừ	-	Chi phí trực tiếp kinh doanh tái bảo hiểm	-	Chi phí bán hàng, chi phí quản lý doanh nghiệp
Kết quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm	=	Kết quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm gốc	+	Kết quả hoạt động kinh doanh tái bảo hiểm				
Kết quả hoạt động tài chính	=	Thu nhập hoạt động tài chính	-	Chi phí hoạt động tài chính				
Kết quả hoạt động khác	=	Thu nhập hoạt động khác	-	Chi phí hoạt động khác				

1.2.2. Vai trò của bảo hiểm phi nhân thọ

- Vai trò kinh tế

Bảo hiểm có tác động ảnh hưởng sâu sắc đến mọi hoạt động của đời sống kinh tế - xã hội. Bảo hiểm có vai trò rất quan trọng trong việc ổn định và phát triển kinh tế của các quốc gia.

Bảo hiểm góp phần ổn định tài chính của các tổ chức, cá nhân tham gia bảo hiểm.

Bảo hiểm đóng vai trò trung gian tài chính, huy động vốn và đáp ứng nhu cầu vốn cho nền kinh tế.

Bảo hiểm hỗ trợ đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, thúc đẩy hội nhập kinh tế quốc tế.

Bảo hiểm góp phần ổn định Ngân sách Nhà nước.

- Vai trò xã hội

Bảo hiểm tác động tới công tác phòng tránh rủi ro, hạn chế tổn thất, đảm bảo an toàn cho nền kinh tế - xã hội.

Bảo hiểm tạo thêm việc làm cho người lao động.

Bảo hiểm tạo nên nếp sống tiết kiệm và mang đến trạng thái an toàn về tinh thần cho xã hội.

2.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh:

Hiệu quả kinh doanh là phạm trù phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực (nhân tài, vật lực, tiền vốn...) để đạt được mục tiêu xác định. Trình độ lợi dụng các nguồn lực chỉ có thể được đánh giá trong mối quan hệ với kết quả tạo ra để xem xét xem với mỗi sự hao phí nguồn lực xác định có thể tạo ra ở mức độ nào. Vì vậy, có thể mô tả hiệu quả kinh doanh bằng các công thức chung nhất sau đây:

$$H = \frac{K}{C}$$

Trong đó:

H: Hiệu quả kinh doanh

K: Kết quả đạt được

C: Hao phí nguồn lực cần thiết gắn với kết quả đó.

Hiệu quả kinh doanh phản ánh mặt chất lượng các hoạt động kinh doanh, trình độ nguồn lực sản xuất trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp trong sự vận động không ngừng của các quá trình sản xuất kinh doanh, không phụ thuộc vào tốc độ biến động của từng nhân tố.

Từ khái niệm về hiệu quả nêu ở trên đã khẳng định bản chất của hiệu quả kinh doanh là phản ánh được trình độ sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp để đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội và nó chính là hiệu quả của lao động xã hội được xác định trong mối tương quan giữa lượng kết quả hữu ích cuối cùng thu được với lượng hao phí lao động xã hội bỏ ra. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp phải được xem xét một cách toàn diện cả về không gian và thời gian, cả về mặt định tính và định lượng. Về mặt thời gian, hiệu quả mà doanh nghiệp đạt được trong từng thời kỳ, từng giai đoạn không được làm giảm sút hiệu quả của các giai đoạn, các thời kỳ, chu kỳ kinh doanh tiếp theo. Điều đó đòi hỏi bản thân doanh nghiệp không được vì lợi ích trước mắt mà quên đi lợi ích lâu dài. Trong thực tế kinh doanh, điều này dễ xảy ra khi con người khai thác sử dụng nguồn tài nguyên thiên nhiên, môi trường và cả nguồn lao động. Không thể coi tăng thu giảm chi là có hiệu quả khi giảm một cách tùy tiện, thiếu cân nhắc các chi phí cải tạo môi trường, đảm bảo môi trường sinh thái, đầu tư cho giáo dục, đào tạo nguồn nhân lực....

Hiệu quả kinh doanh chỉ được coi là đạt được một cách toàn diện khi hoạt động của các bộ phận mang lại hiệu quả không ảnh hưởng đến hiệu quả chung (về mặt định hướng là tăng thu giảm chi). Điều đó có nghĩa là tiết kiệm tối đa các chi phí kinh doanh và khai thác các nguồn lực sẵn có làm sao đạt được kết quả lớn nhất.

2.2. Sự cần thiết nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm:

2.2.1. Các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả kinh doanh bảo hiểm:

Hiệu quả kinh doanh trong kinh doanh bảo hiểm gốc là sự so sánh giữa doanh thu phí bảo hiểm và các chi phí liên quan đến doanh thu đó như chi phí bồi' thường, chi phí bán hàng (hoa hồng đại lý, chi phí đánh giá rủi ro, chi phí

khác), chi phí quản lý doanh nghiệp...

Hiệu quả kinh doanh trong kinh doanh tái bảo hiểm là sự so sánh giữa tổng thu (thu nhận tái bảo hiểm và thu”nhượng tái bảo hiểm) và tổng chi (chi bồi thường nhận tái, chi hoa hồng nhận tái).

Hiệu quả kinh doanh trong hoạt động quản lý đầu tư vốn là sự so sánh giữa doanh thu hoạt động tài chính (số tiền thu được từ lãi các hoạt động đầu tư tài chính) và chi phí hoạt động tài chính (chi phí môi giới, chi phí quản lý...)

2.2.1.1. Các chỉ tiêu cơ bản phản ánh hiệu quả kinh doanh:

- Hệ số thu nhập trên vốn cổ phần (ROE- Return on Equity)

Hệ số thu nhập trên vốn cổ phần (ROE) phản ánh mức thu nhập ròng trên vốn cổ phần của cổ đông (hay trên giá trị tài sản ròng hữu hình)

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận ròng}}{\text{Vốn cổ phần}}$$

Chỉ số này là thước đo chính xác để đánh giá xem một đồng vốn bỏ ra sẽ tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận. ROE càng cao càng chứng tỏ công ty sử dụng hiệu quả vốn chủ sở hữu, có nghĩa là công ty đã cân đối một cách tương đối hài hòa giữa vốn cổ đông với vốn đi vay để khai thác lợi thế cạnh tranh của mình trong quá trình huy động vốn, mở rộng quy mô

- Hệ số thu nhập trên tài sản (Return On Assets - ROA)

Đây là một chỉ số thể hiện tương quan giữa mức sinh”lợi của một công ty so với tài sản của nó. ROA sẽ cho ta biết hiệu quả của công ty trong việc sử dụng tài sản để kiếm lời. ROA được tính bằng cách chia thu nhập hàng năm cho tổng tài sản, thể hiện bằng con số phần trăm. Công thức tính như sau:

$$ROA = \frac{\text{Thu nhập ròng}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tài sản của một công ty thì được hình thành từ vốn”vay và vốn chủ sở hữu. Cả hai nguồn vốn này được sử dụng để tài trợ cho các hoạt động của công ty. Hiệu quả của việc chuyển vốn”đầu tư thành lợi nhuận được thể hiện qua ROA. ROA càng cao thì càng tốt vì công ty đang kiếm được nhiều tiền hơn trên lượng đầu tư ít hơn.

- Hệ số thu nhập trên doanh thu thuần (Return On Sale – ROS)

Chỉ tiêu này cho biết mỗi đồng doanh thu thuần thu về tạo ra được bao nhiêu đồng lợi nhuận thuần, là một chỉ số rất hữu ích khi tiến hành so sánh các doanh nghiệp trong cùng một ngành. Doanh nghiệp nào có tỷ suất lợi nhuận thuần cao hơn chứng tỏ doanh nghiệp đó có lãi hơn và kiểm soát chi phí hiệu quả hơn so với đối thủ cạnh tranh. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{ROS} = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm}}$$

+ Khi $\text{ROS} > 0$: Công ty kinh doanh có lãi, khi ROS càng lớn thì lãi càng lớn.

+ Khi $\text{ROS} < 0$: Công ty đang bị lỗ

2.2.1.2. Chỉ tiêu doanh thu phí bảo hiểm gốc

Những thay đổi về doanh thu phí bảo hiểm gốc qua các năm giúp đánh giá năng lực khai thác của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ: thúc đẩy doanh thu tăng trưởng ổn định, bền vững do mở rộng thị trường hay là dấu hiệu cho thấy doanh nghiệp chấm dứt khai thác các nghiệp vụ không hiệu quả, thu hẹp phạm vi khai thác do có nhiều tổn thất, hoặc mất thị phần do sự cạnh tranh từ các doanh nghiệp khác. Chỉ tiêu này tính như sau:

$$D_{nv} = \frac{D_1 - D_0}{D_0}$$

Trong đó:

- D_{nv} : chỉ tiêu phản ánh sự thay đổi về doanh thu phí bảo hiểm từng nghiệp vụ

- D1: doanh thu phí bảo hiểm của kỳ hiện tại
- D0: doanh thu phí bảo hiểm của kỳ trước

2.4.1.3. Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường

Tỷ lệ bồi thường là một trong các chỉ tiêu thể hiện chất lượng”khai thác và đánh giá rủi ro, có ảnh hưởng lớn nhất đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Tỷ lệ bồi thường} = \frac{\text{Chi phí bồi thường bảo hiểm gốc}}{\text{Doanh thu phí bảo hiểm gốc}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này vừa mang tính kinh tế vừa mang tính xã hội. Xét theo hiệu quả xã hội, chỉ tiêu này càng cao có nghĩa là diện được bồi thường càng lớn, tính đảm bảo an»toàn cho người tham gia bảo hiểm càng cao hay nói cách khác ý nghĩa xã hội của bảo hiểm phi nhân thọ càng lớn. Tuy nhiên, nếu xét theo hiệu quả kinh tế, chỉ tiêu này càng cao, số tiền bồi thường gia tăng làm tăng chi phí của doanh nghiệp dẫn đến kết quả kinh»doanh của doanh nghiệp bảo hiểm càng xấu.

Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường thuộc mức trách nhiệm giữ lại:

$$\text{Tỷ lệ bồi thường} = \frac{\text{Bồi thường thuộc trách nhiệm giữ lại} + (\text{tăng}) / - (\text{giảm}) \text{ dự phòng bồi thường}}{\text{Doanh thu phí bảo hiểm thuần}} \times 100\%$$

Trong đó :

Doanh thu phí bảo hiểm thuần = Phí Bảo hiểm gốc + Phí nhận tái bảo hiểm – Phí nhượng tái bảo hiểm – Tăng/giảm dự phòng phí bảo hiểm

Chi bồi thường bảo hiểm thuộc trách nhiệm giữ lại = Chi bồi thường bảo hiểm gốc và nhận tái – Thu đòi bồi thường nhượng tái

Tăng/giảm dự phòng bồi thường thuộc trách nhiệm giữ lại = Dự phòng bồi thường thuộc trách nhiệm giữ lại kỳ hiện tại – Dự phòng bồi thường thuộc trách nhiệm giữ lại kỳ gốc.

2.4.1.4. Chỉ tiêu tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm

Tỷ lệ chi phí là một trong các chỉ tiêu thể hiện khả năng cạnh tranh thông qua việc không”chế chi phí ở mức hợp lý mà vẫn đảm bảo hiệu quả kinh doanh. Tỷ lệ chi phí cao sẽ giảm khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp cũng như ảnh hưởng bất lợi tới”lợi nhuận thu được từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm của doanh nghiệp. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm} = \frac{\text{Tổng chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm}}{\text{Doanh thu phí bảo hiểm thuần}} \times 100\%$$

Trong đó:

Tổng chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm = Chi khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm + Chi phí quản lý doanh nghiệp – Hoa hồng nhượng tái bảo hiểm và doanh thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm.

2.4.1.5. Chỉ tiêu tỷ lệ kết hợp

Chỉ tiêu tỷ lệ kết hợp là chỉ tiêu tổng quát nhất cho biết khả”năng hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ. Xét về lâu dài, chỉ tiêu này quyết định sự ổn định về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm lẫn tình hình tài chính của doanh nghiệp bảo hiểm. Chỉ tiêu này là sự kết hợp giữa tỷ lệ bồi thường và tỷ lệ chi phí kinh doanh. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Tỷ lệ kết hợp} = \text{Tỷ lệ bồi thường} + \text{Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm}$$

Chỉ tiêu này càng thấp thì hiệu quả kinh doanh bảo hiểm càng cao và ngược lại nếu chỉ tiêu này lớn hơn 100% thì kinh doanh bảo hiểm gốc là lỗ.

2.4.1.6. Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm

Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm là chỉ tiêu thể hiện năng lực quản lý phí bảo hiểm thu được của doanh nghiệp bảo hiểm. Tỷ lệ này có ảnh hưởng tiêu cực hoặc tích cực tới hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ.

$$\text{Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm} = \frac{\text{Phí bảo hiểm chưa thu được}}{\text{Doanh thu phí bảo hiểm thuần}} \times 100\%$$

Nhìn chung hiện nay các quy định của pháp luật liên quan đến việc thanh toán phí tương đối chặt chẽ. Ngày 15/05/2017, Bộ tài chính ban hành Thông tư 50 Quy định chi tiết thi hành luật kinh doanh bảo hiểm và sửa đổi, bổ sung một số điều của luật kinh doanh bảo hiểm. Trong đó, điều số 21 đã quy định việc thanh toán phí phải được quy định rõ trong hợp đồng nhưng không quá 30 ngày kể từ ngày bắt đầu thời hạn bảo hiểm. Trong trường hợp không thanh toán phí đúng quy định sẽ tự động chấm dứt hợp đồng. Chính vì vậy tình trạng nợ phí bảo hiểm đã giảm đi đáng kể.

2.3.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh 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 nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh có thể được chia thành hai nhóm đó là nhóm các nhân tố ảnh hưởng bên ngoài doanh nghiệp và nhóm các nhân tố ảnh hưởng bên trong doanh nghiệp. 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.

2.3.1.1. Nhóm các nhân tố thuộc về môi trường kinh doanh

Một, Môi trường kinh tế:

Các chính sách kinh tế của nhà nước, tốc độ tăng trưởng nền kinh tế quốc dân, tốc độ lạm phát, thu nhập bình quân trên đầu người... là các yếu tố tác động

trực tiếp tới cung cầu của doanh nghiệp bảo hiểm. Nếu tốc độ tăng trưởng nền kinh tế quốc dân cao, các chính sách của Chính phủ khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư mở rộng sản xuất, sự biến động tiền tệ là không đáng kể, lạm phát được giữ mức hợp lý, thu nhập bình quân đầu người tăng... sẽ tạo điều kiện cho các doanh nghiệp khác phát triển sản xuất đồng thời cũng kéo theo các doanh nghiệp bảo hiểm phát triển qua đó nâng cao được hiệu quả kinh doanh bảo hiểm và ngược lại.

Hai, Môi trường dân cư:

Môi trường dân cư bao gồm các nhân tố chủ yếu như: dân số và mật độ dân số; cơ cấu dân cư; đặc điểm về giai tầng trong xã hội; thu nhập và khả năng thanh toán của dân cư, các yếu tố về đặc điểm và tâm lý tiêu dùng.

- Dân số và mật độ dân số: Đây là nhân tố cơ bản để tạo ra thị trường bảo hiểm vì nếu không có con người thì sẽ không có nhu cầu dự trữ bảo hiểm và như vậy tất yếu sẽ không có thị trường bảo hiểm. Khi dân số tăng kéo theo nhu cầu của con người về bảo hiểm tăng, các nhà bảo hiểm phải mở rộng thị trường, tạo ra nhiều sản phẩm bảo hiểm mới để thoả mãn nhu cầu của dân chúng.

- Cơ cấu dân cư, đặc điểm về giai tầng xã hội: Với bất kỳ doanh nghiệp bảo hiểm nào khi xây dựng thị trường mục tiêu ngoài việc phân đoạn thị trường theo dân số và mật độ dân số, còn phải xem xét đến cơ cấu dân cư, đặc điểm giai tầng trong xã hội. Mỗi vùng dân cư khác nhau thường không giống nhau về cầu tiêu dùng. Căn cứ vào nhân tố này doanh nghiệp bảo hiểm sẽ có chiến lược phát triển thị trường và chiến lược phát triển sản phẩm phù hợp với đặc điểm, tâm lý tiêu dùng của dân cư.

- Thu nhập và khả năng thanh toán: Nhu cầu tiêu dùng sản phẩm bảo hiểm chỉ có thể trở thành nhu cầu thực tế khi đảm bảo phù hợp với khả năng thanh toán. Vì vậy, khi xác lập chiến lược kinh doanh các doanh nghiệp bảo hiểm phải nghiên cứu thu nhập và khả năng thanh toán của dân cư, có như vậy doanh nghiệp bảo hiểm mới có khả năng khai thác khách hàng đạt hiệu quả cao nhất.

Ba, Môi trường chính trị, pháp luật:

Đây là môi trường nhạy cảm có tác động lớn đến tất cả các hoạt động sản

xuất – kinh doanh nói chung và kinh doanh bảo hiểm nói riêng. Thực tế cho thấy, hoạt động kinh doanh bảo hiểm chỉ có thể phát triển trong một môi trường chính trị ổn định và môi trường luật pháp minh bạch. Trong nhân tố này người ta nhấn mạnh đến vai trò điều tiết và kiểm soát của chính phủ đối với sự phát triển của thị trường bảo hiểm. Chỉ cần một sự thay đổi nhỏ trong hệ thống luật pháp có thể dẫn đến những biến động lớn trong kinh doanh của các doanh nghiệp bảo hiểm. Bằng các đạo luật và chính sách can thiệp của mình, Nhà nước có thể tạo điều kiện để khuyến khích hoặc kìm hãm sự phát triển của một sản phẩm cụ thể và điều đó ảnh hưởng ngay đến cầu tiêu dùng của dân cư về sản phẩm đó. Chẳng hạn khi Nhà nước qui định một loại bảo hiểm nào đó là bảo hiểm bắt buộc và có những văn bản pháp luật cụ thể để đưa vào thực tiễn cuộc sống thì hiệu ứng tức thì là nhu cầu tiêu thụ sản phẩm bảo hiểm đó trong xã hội tăng lên nhanh chóng.

Các nhân tố về luật pháp, thể chế cùng với các chế độ chính sách về hoạt động kinh doanh bảo hiểm trong từng thời kỳ là nhân tố cơ bản cho việc phát triển thị trường bảo hiểm theo mục tiêu và định hướng của nhà nước.

Bốn, Môi trường ngành:

Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp bảo hiểm hiện có trong ngành

Mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành bảo hiểm phi nhân thọ với nhau ảnh hưởng trực tiếp tới lượng cung cầu sản phẩm của mỗi doanh nghiệp, ảnh hưởng tới giá bán, hoa hồng, tốc độ tiêu thụ sản phẩm... do vậy ảnh hưởng tới hiệu quả của mỗi doanh nghiệp.

Sự cạnh tranh tiềm ẩn từ các doanh nghiệp chuẩn bị gia nhập ngành

Trong cơ chế thị trường ở nước ta hiện nay trong hầu hết các lĩnh vực, các ngành nghề sản xuất kinh doanh có mức doanh lợi cao thì đều bị rất nhiều các doanh nghiệp khác nghiên cứu và sẵn sàng đầu tư vào lĩnh vực đó nếu như không có sự cản trở từ phía nhà nước

Các doanh nghiệp kinh doanh bảo hiểm phải tạo ra các hàng rào cản trở sự ra nhập mới bằng cách khai thác triệt để các lợi thế riêng có của doanh nghiệp, bằng cách định giá phù hợp và tăng cường mở rộng chiếm lĩnh thị

trường. Những điều trên sẽ làm ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm.

2.3.1.2. Nhóm nhân tố thuộc về bản thân doanh nghiệp bảo hiểm

Một, Khả năng tài chính của doanh nghiệp bảo hiểm:

Khả năng tài chính của doanh nghiệp bảo hiểm thể hiện ở qui mô vốn kinh doanh, qui mô các quỹ” dự phòng của doanh nghiệp. Tính đặc thù trong kinh doanh bảo hiểm làm cho qui mô vốn kinh doanh của doanh nghiệp có vai trò quan trọng hơn nhiều lĩnh vực kinh doanh khác. Đối với các doanh nghiệp có chu trình sản xuất kinh doanh thuận, khác với các doanh nghiệp bảo hiểm, việc thiếu hụt vốn kinh doanh có thể được giải quyết bằng vay vốn từ ngân hàng. Kinh doanh bảo hiểm là lĩnh vực kinh doanh đặc biệt có chu trình đảo ngược vì vậy không thể có hậu thuẫn từ nguồn vốn của ngân hàng cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Chính vì lý do đó, vốn kinh doanh đối với các doanh nghiệp bảo hiểm có ý nghĩa rất lớn đối với việc phát triển qui mô thị trường. Trước hết, qui mô vốn kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm quyết định phần doanh thu phí bảo hiểm được” giữ lại ở doanh nghiệp. Nếu qui mô vốn kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm còn nhỏ thì một mặt doanh nghiệp phải chuyển một phần khá lớn doanh thu phí bảo hiểm cho các doanh nghiệp nhận tái bảo hiểm mà chủ yếu là các công ty tái bảo hiểm lớn trên thế giới, mặt khác điều đó tạo ra sự lệ thuộc lớn của doanh nghiệp với thị trường” bảo hiểm, tái bảo hiểm nước ngoài. Khả năng nhận tái bảo hiểm của các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước bị hạn chế, các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ chịu sự ảnh hưởng bất lợi hơn khi có các biến động xấu của thị trường” bảo hiểm quốc tế. Sau nữa, qui mô vốn kinh doanh lớn sẽ đảm bảo cho hoạt động đầu tư tài chính trở thành hậu thuẫn quan trọng cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm thuần túy. Xu thế chung của các thị trường bảo hiểm phát triển, phần lớn lợi nhuận mà các doanh nghiệp” bảo hiểm có được là từ hoạt động đầu tư.

Hai, Chiến lược kinh doanh bảo hiểm:

Hệ thống phân phối sản phẩm

Đóng vai trò rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Mỗi hệ

thống phân phối khác nhau sẽ đáp ứng được nhu cầu của những nhóm khách hàng khác nhau. Cho nên, việc lựa chọn hệ thống phân phối và tổ chức kênh phân phối như thế nào cho phù hợp là vấn đề hết sức quan trọng.

Ba, Trình độ quản lý doanh nghiệp:

Tổ chức bộ máy không hợp lý, năng lực quản lý yếu kém, thiếu vốn, khả năng thích ứng với sự thay đổi của thị trường còn hạn chế sẽ làm cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm kém hiệu quả. Các doanh nghiệp này sẽ gặp rất nhiều khó khăn trong cạnh tranh, thị phần bị thu hẹp, khả năng thanh toán giảm và trách nhiệm pháp lý với Nhà nước không đáp ứng được hoặc ngược lại. Khi số lượng doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ hoạt động trên thị trường ngày càng nhiều thì sức ép cạnh tranh ngày càng lớn và gay gắt. Các doanh nghiệp thường xử lý vấn đề này bằng nhiều biện pháp khác nhau như giảm phí bảo hiểm, thiết kế sản phẩm mới, mở rộng thị trường ra bên ngoài... Nhưng vấn đề đặt ra là lựa chọn phương pháp nào, thời điểm nào và quy trình ra sao lại liên quan trực tiếp đến công tác quản lý và ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

1.3. Giải pháp tài chính nâng cao hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp bảo hiểm.

1.3.1. Vai trò của tài chính đối với hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp bảo hiểm

Kết quả đạt được

Hoạt động BH tại Việt Nam trải qua nhiều thời kỳ khác nhau và bùng nổ khi thị trường được hình thành với sự xuất hiện của nhiều công ty bảo hiểm mới, bao gồm cả công ty bảo hiểm nước ngoài. Hoạt động kinh doanh BH đã có sự phát triển mạnh cả về quy mô lẫn số lượng doanh nghiệp BH, đã đạt được những kết quả đáng kể.

Những hạn chế và các nguyên nhân

Bên cạnh những chuyển biến tích cực, thị trường BH Việt Nam giai đoạn này có những tồn tại gặp vướng mắc như:

Một là, năng lực tài chính và hiệu quả hoạt động kinh doanh BH mặc dù có dấu hiệu khởi sắc nhưng chưa cao. Theo số liệu của Cục Quản lý giám sát bảo hiểm,

năng lực tài chính (thể hiện ở các chỉ tiêu như vốn chủ sở hữu, quỹ dự phòng, tổng tài sản, ROA, ROE...) các công ty bảo hiểm thuộc ngân hàng vẫn còn rất khiêm tốn và có sự chênh lệch so với các công ty BH khác. Mặt khác, trong thời gian qua, với nhiều nghiệp vụ kinh doanh bảo hiểm gốc chưa thực sự hiệu quả như bảo hiểm xe cơ giới, bảo hiểm con người, bảo hiểm tài sản và hàng hóa đã làm cho hoạt động kinh doanh BH, nhất là mức tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận kinh doanh bảo hiểm gốc có xu hướng giảm xuống. Các chỉ tiêu thể hiện hiệu quả hoạt động như ROA trung bình chỉ đạt khoảng 7,0%, ROE trung bình đạt khoảng 9,0%.

Hai là, các sản phẩm dịch vụ BH chưa đa dạng, phong phú. Theo thống kê, số khách hàng tham gia sử dụng các sản phẩm dịch vụ bảo hiểm chủ yếu là sản phẩm bảo hiểm ô tô, xe máy trong đó sản phẩm bảo hiểm bắt buộc chiếm tỷ trọng lớn. Nhiều sản phẩm khác chưa được khách hàng tham gia hoặc có tham gia nhưng chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu khách hàng. Số lượng sản phẩm bảo hiểm còn hạn chế so với một số các công ty bảo hiểm khác. Số sản phẩm bảo hiểm của Tổng Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam (BIC) là hơn 130 sản phẩm, của Tổng Công ty cổ phần Bảo hiểm Quân đội (MIC) là hơn 100 sản phẩm, của Tổng Công ty bảo hiểm Sài Gòn – Hà Nội (BSH) hơn 60 sản phẩm, của Công ty TNHH Một thành viên Bảo hiểm Ngân hàng Thương mại Cổ phần Công thương Việt Nam (VBI) là hơn 50 sản phẩm, của Bảo hiểm Ngân hàng nông nghiệp ABIC hơn 60 sản phẩm...

Ba là, hoạt động marketing và quảng bá thương hiệu chưa phát triển. Các công ty bảo hiểm thuộc ngân hàng chưa thực sự quan tâm và đẩy mạnh đến công tác truyền thông số.

Bốn là, mạng lưới kinh doanh còn hạn chế và chủ yếu tập trung tại các thành phố lớn.

Năm là, công tác quản trị rủi ro và bồi thường chưa chặt chẽ. Những năm qua, mặc dù đã có nhiều bước tiến quan trọng trong công tác kiểm tra, kiểm soát và quản trị rủi ro nhưng tỷ lệ bồi thường vẫn tăng lên, đặc biệt là ở một số nghiệp vụ như bảo hiểm con người, bảo hiểm xe cơ giới, bảo hiểm tài sản, bảo hiểm

hàng hóa... Bên cạnh đó, chưa xây dựng được một khung quản lý rủi ro riêng cho mình. Điều này làm cho công tác kiểm soát và quản lý rủi ro còn có nhiều kẽ hở tạo điều kiện cho nhiều hành vi gian lận và trục lợi bảo hiểm diễn ra, làm gia tăng chi phí bồi thường và giảm hiệu quả kinh doanh của các công ty bảo hiểm thuộc ngân hàng.

1.3.2. Các quyết định tài chính của doanh nghiệp bảo hiểm

- Tập trung mọi nguồn lực phát triển thị trường, gắn hoạt động kinh doanh bảo hiểm với khách hàng.

- Phát triển thị trường bên ngoài đặc biệt là thị trường mới (do thị trường phát triển mới và sản phẩm bảo hiểm mới).

- Mở rộng các kênh phân phối, phân đấu xây dựng kênh phân phối qua các tổ chức tài chính (Ngân hàng chính sách xã hội, các tổ chức tài chính khác) và phát triển hệ thống đại lý bảo hiểm chuyên nghiệp.

- Do các đối tượng sản xuất – kinh doanh của khách hàng hoạt động rộng khắp trên toàn quốc nên phạm vi hoạt động kinh doanh cũng phải rộng khắp trên toàn quốc.

- Củng cố hành lang pháp lý cho hoạt động kinh doanh của các phòng bảo hiểm khu vực, các điểm phục vụ khách hàng gắn kết hữu cơ với hoạt động của Tổng đại lý trên từng địa bàn.

1.3.3. Các Giải pháp tài chính chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp bảo hiểm:

- Tăng trưởng doanh thu hàng năm từ 10% trở lên, tỷ lệ bồi thường bình quân hàng năm tính trên doanh thu bán hàng phân đấu kiểm soát ở mức 35%.

- Tăng vốn chủ sở hữu từ việc trích lập các quỹ từ phân phối lợi nhuận hàng năm.

- Mở rộng mạng lưới kinh doanh, phát triển rộng khắp toàn quốc

- Hệ thống đại lý được phát triển rộng khắp qua một số tổ chức tài chính và phát triển đại lý chuyên nghiệp.

- Tỷ lệ cổ tức chi trả hàng năm phân đấu từ 15% đến 25%.

- Nhóm giải pháp quản trị rủi ro bảo hiểm

- Thứ nhất, nâng cao năng lực tài chính của các công ty bằng cách tăng quy mô vốn chủ sở hữu. Các công ty bảo hiểm cần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trực tiếp của mình để tăng lợi nhuận bổ sung vốn chủ sở hữu.
 - Thứ hai, 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 ba, hoàn thiện hệ thống kênh phân phối. Hiện nay, đối với các công ty BHPNT, kênh phân phối qua cán bộ chiếm tỷ trọng lớn nhất. Tuy nhiên, việc sử dụng nhiều cán bộ khai thác bảo hiểm sẽ làm giảm hiệu quả của hệ thống phân phối do sức ỳ rất lớn, chi phí cao, năng suất thấp, đồng thời gây ra sự xung đột với các kênh phân phối khác. Do đó, việc giảm dần cán bộ bán hàng, chủ yếu giữ cán bộ làm công tác đánh giá rủi ro, phục vụ bán hàng là xu hướng cần phải thực hiện quyết liệt trong thời gian tới.
- + *Đối với hệ thống đại lý:* Cần nâng cao chất lượng đại lý qua việc phát triển kỹ năng nghề nghiệp của họ, đảm bảo cho đội ngũ đại lý có trình độ chuyên sâu về sản phẩm, có đạo đức về sản phẩm để phát triển thị trường một cách lành mạnh.
- + *Đối với kênh môi giới:* Cần mở rộng quan hệ hơn nữa với các nhà môi giới bảo hiểm, việc chấp nhận bán bảo hiểm qua môi giới là một yêu cầu khách quan, bởi BHPNT là một dịch vụ cần nhiều tư vấn, nhất là các sản phẩm mang tính chất kỹ thuật cao. Mặt khác, kênh môi giới cũng có nhiều ưu điểm trong việc triển khai dịch vụ. Tại các nước ASEAN có nhiều tương đồng với thị trường Việt Nam, dịch vụ môi giới cũng rất phát triển. Điều này cho thấy, việc sử dụng môi giới sẽ là một xu thế khó đảo ngược đối với các hoạt động BHPNT. Bên cạnh hai hệ thống kênh chính là đại lý và môi giới, các kênh bảo hiểm khác cũng cần được kiện toàn và đảm bảo hiệu quả hoạt động và đa dạng hóa kênh phân phối như: Bán bảo hiểm qua ngân hàng, qua hệ thống các công ty du lịch,

trường học, bưu điện... hay kênh thương mại điện tử. Với sự phát triển của công nghệ thông tin, việc sử dụng kênh thương mại điện tử là cần thiết và quan trọng.

- *Thứ tư*, đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng mạng lưới kinh doanh theo các định hướng: Phát triển và hoàn thiện sản phẩm BHPNT theo nguyên tắc gắn quyền lợi của người tham gia bảo hiểm và công ty bảo hiểm (nguyên tắc số đông bù số ít). Phí bảo hiểm tương ứng với mức trách nhiệm bảo hiểm; cung cấp các sản phẩm bảo hiểm thỏa mãn nhu cầu khách hàng, tăng thêm quyền lợi cho người tham gia bảo hiểm, mở rộng phạm vi bảo hiểm, bổ sung các quyền lợi bảo hiểm hợp lý cho các sản phẩm bảo hiểm cá nhân, tổ chức, thiết lập mức phí bảo hiểm phù hợp. Đồng thời, các doanh nghiệp bảo hiểm cần nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, đặc biệt là nhóm các sản phẩm tiềm năng như sản phẩm bảo hiểm cho lĩnh vực nông nghiệp; Đa dạng các sản phẩm bảo hiểm cho các lĩnh vực khác theo kịp sự phát triển của xã hội như bảo hiểm du lịch quốc tế, bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm, bảo hiểm trách nhiệm cho nhà quản lý, điều hành...

- *Thứ năm*, tăng cường quản trị rủi ro và nâng cao chất lượng bồi thường. Bên cạnh công tác kiểm soát và quản trị rủi ro thì công tác bồi thường cũng hết sức quan trọng. Trong giai đoạn tới, các công ty bảo hiểm cần chú trọng hơn nữa vào công tác bồi thường nhằm giảm tỷ lệ bồi thường mà vẫn đảm bảo chất lượng dịch vụ bảo hiểm cung ứng. Để thực hiện tốt công tác bồi thường các công ty bảo hiểm cần kết hợp với hệ thống bảo lãnh và tư vấn.

CHƯƠNG 2: ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP

2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp

2.1.1. Lịch sử ra đời và phát triển của Công ty

Thực hiện Quyết định 161/2001/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính Phủ về việc phê duyệt chiến lược phát triển Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn (Agribank) giai đoạn 2001 - 2010 với mục tiêu trở thành tập đoàn Tài chính - Ngân hàng hàng đầu trong khu vực, Hội đồng quản trị Agribank đã quyết nghị tại kỳ họp lần thứ 39 về việc Agribank với tư cách cổ đông đề xướng, sáng lập và nắm quyền chi phối cùng Tổng Công ty Cổ phần Tái bảo hiểm Quốc gia (Vinare) và 02 Công ty Cho thuê Tài chính góp vốn thành lập Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp (ABIC), hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực Bảo hiểm Phi nhân thọ và đầu tư tài chính, Tổng Giám đốc Agribank đã thành lập Ban trụ bị để xây dựng đề án trình Bộ Tài chính phê duyệt.

Ngày 18/10/2006, Bộ trưởng Bộ Tài chính đã cấp giấy phép thành lập và hoạt động chính thức cho ABIC tại quyết định số 38/GP-KDBH.

Sau một thời gian khẩn trương chuẩn bị các điều kiện cần thiết, ngày 28/04/2007, Đại hội đồng cổ đông lần thứ nhất được tổ chức và quyết nghị các vấn đề chính cho phép công ty sẵn sàng đi vào hoạt động kinh doanh kể từ ngày 08/08/2007.

2.1.2. Các yếu tố nguồn lực của Công ty

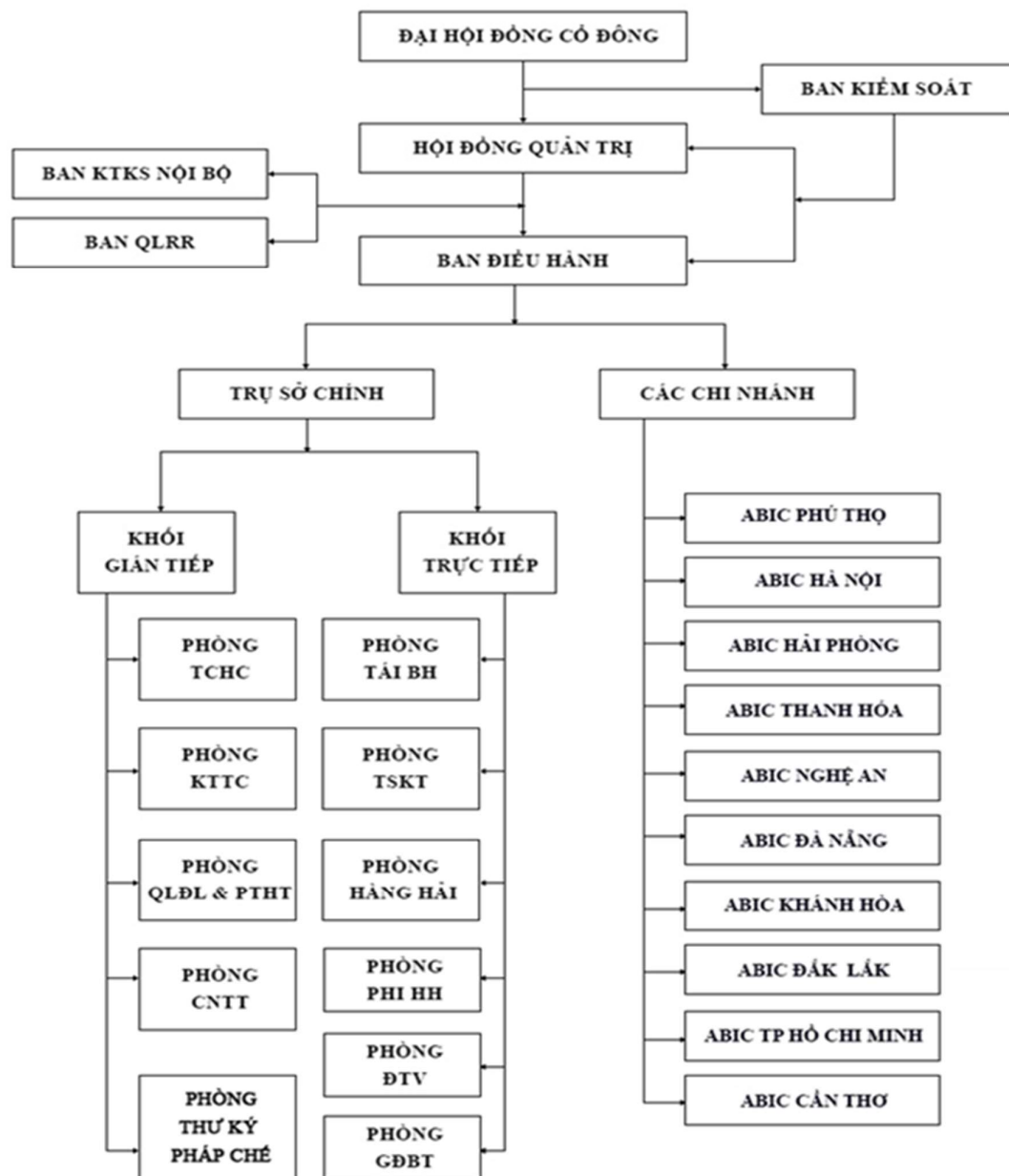
Với thông điệp “Giữ uy tín để vươn tới thành công”, ABIC luôn chú trọng và nâng cao chất lượng” dịch vụ phục vụ khách hàng, tập trung đầu tư phát triển nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn cao, có đạo đức trách nhiệm và tâm huyết với nghề, đồng thời xây dựng và thiết lập hệ thống mạng lưới hoạt động

trên phạm vi toàn quốc. Đồng thời, với vốn Điều lệ 380 tỷ đồng cùng với những thế mạnh của các cổ đông sáng lập, ABIC đã tạo dựng được cơ sở khách hàng tiềm năng về bảo hiểm, tiếp nhận được những kinh nghiệm trong quản lý kinh doanh bảo hiểm và tái bảo hiểm, giảm được nhiều khó khăn sức ép ban đầu của một doanh nghiệp mới khi bước vào kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ trong bối cảnh thị trường hiện nay đang cạnh tranh gay gắt. Với một cổ đông đề xướng sáng lập và chi phối là Agribank – một nền tảng vững chắc về sức mạnh vật chất và tinh thần, ABIC sẽ có nhiều thuận lợi trong hoạt động kinh doanh tương lai. Đó là khai thác và phát huy những tiềm năng và thế mạnh vượt trội của Agribank so với các nhà đầu tư khác: thế mạnh về mạng lưới phân phối, tiềm lực tài chính, cơ sở khách hàng, uy tín của thương hiệu Agribank trên thị trường. Với hơn 2.300 chi nhánh và phòng giao dịch trên cả nước và 40.000 cán bộ của Agribank, ABIC sẽ dễ dàng hơn trong việc tiếp cận khách hàng, giới thiệu sản phẩm bảo hiểm, tư vấn và mang lại những dịch vụ bảo hiểm chuyên nghiệp và tạo nên một mạng lưới phục vụ, chăm sóc khách hàng phủ rộng khắp trên toàn quốc. ABIC còn có một nguồn khách hàng tiềm năng là trên 40.000 doanh nghiệp và trên 9 triệu hộ gia đình có quan hệ tín dụng và thanh toán với hệ thống Agribank. ABIC mong muốn đưa ra các dịch vụ bảo hiểm chuyên nghiệp nhằm bảo vệ cho khách hàng an toàn trước những rủi ro, sự cố bất ngờ, đồng thời góp phần bảo toàn vốn tín dụng, đẩy mạnh sự phát triển của Agribank nói chung và của ABIC nói riêng. Vì vậy, đây cũng sẽ là một thị trường có tiềm năng lớn và lâu dài để ABIC hướng tới trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ, tạo dựng thương hiệu có uy tín trên thị trường Việt Nam cũng như trên thị trường quốc tế.”

ABIC xác định thị trường chủ đạo lâu dài là hệ thống khách hàng của Agribank; tập trung nguồn lực nâng cao hiệu quả hoạt động của mô hình kênh phân phối liên kết Ngân hàng – Bảo hiểm (Bancassurance) để phát triển hoạt động vào thị trường khu vực nông nghiệp, nông thôn và xây dựng thương hiệu ABIC mang tính chuyên nghiệp, coi trọng việc lắng nghe nhu cầu và lợi ích hợp pháp của khách hàng làm kim chỉ nam cho mỗi hành động kinh doanh.

2.1.3. Đặc điểm máy tổ chức và quản lý

Để đảm bảo hiệu quả tốt nhất về kinh doanh cũng như quản lý trong thời điểm hiện tại, cơ cấu tổ chức của ABIC đang được thành lập với ABIC Trụ sở chính - thực hiện chức năng quản lý là chủ yếu và 10 Chi nhánh trải dài khắp cả nước - thực hiện công tác kinh doanh trên địa bàn các cụm tỉnh thành. Cơ cấu tổ chức được thể hiện cụ thể qua sơ đồ sau:

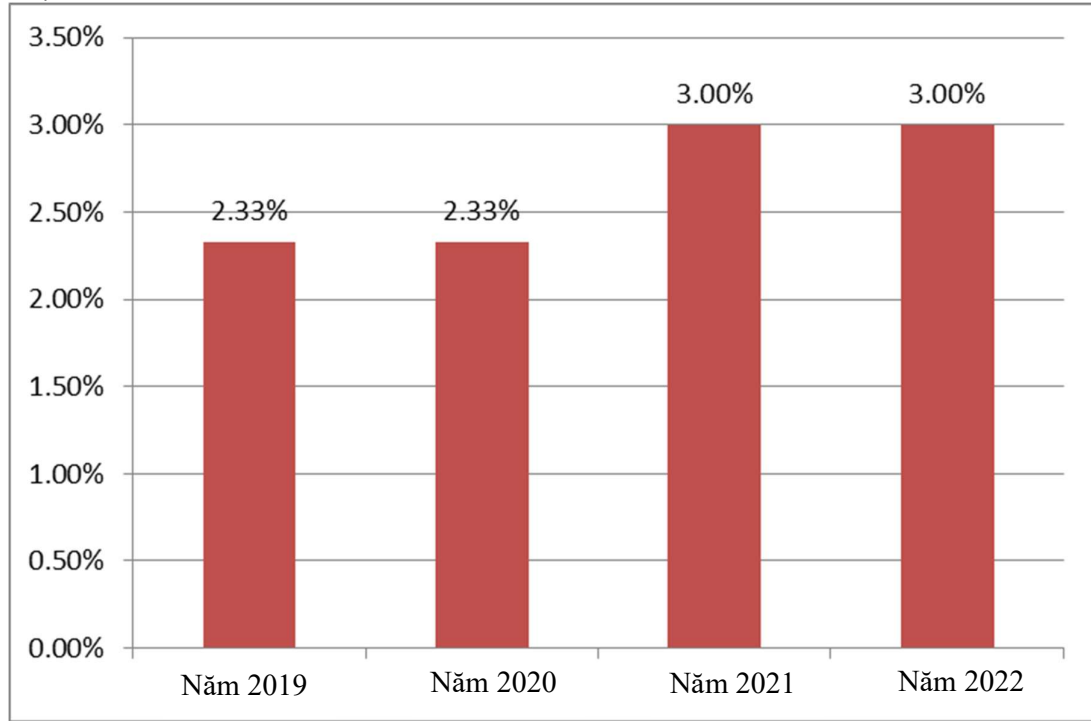


Sơ đồ 2.1: Tổ chức của Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông Nghiệp

2.2. Thực trạng hiệu quả kinh doanh của ABIC giai đoạn 2019 – 2022

2.2.1. Tình hình và kết quả kinh doanh của Công ty

2.2.1.1. Thị phần bảo hiểm của ABIC trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ ở Việt Nam



(Nguồn: Phòng Kế toán – ABIC)

Biểu đồ 2.1: Thị phần bảo hiểm của ABIC trên thị trường bảo hiểm Phi nhân thọ

Dựa vào biểu đồ 2.1: Thị phần bảo hiểm của ABIC trên thị trường bảo hiểm Phi nhân thọ ta có thể thấy được sự gia tăng đáng kể, năm 2019, ABIC chỉ chiếm thị phần 2,33% nhưng đến năm 2020 đạt được 3,00%. Sự thay đổi này là đáng khích lệ và cũng chứng minh được sự nỗ lực của toàn thể công ty ABIC trong sự cạnh tranh khốc liệt xảy ra trên thị trường bảo hiểm, thị trường vốn dĩ đã có những doanh nghiệp có tầm cỡ. Dù sự thay đổi này là tích cực nhưng mức độ gia tăng thị phần chưa tương xứng với tiềm năng, đặt ra câu hỏi cho chính doanh nghiệp trong quá trình quản trị hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm của mình.

2.2.1.2. Tổng tài sản và vốn chủ sở hữu

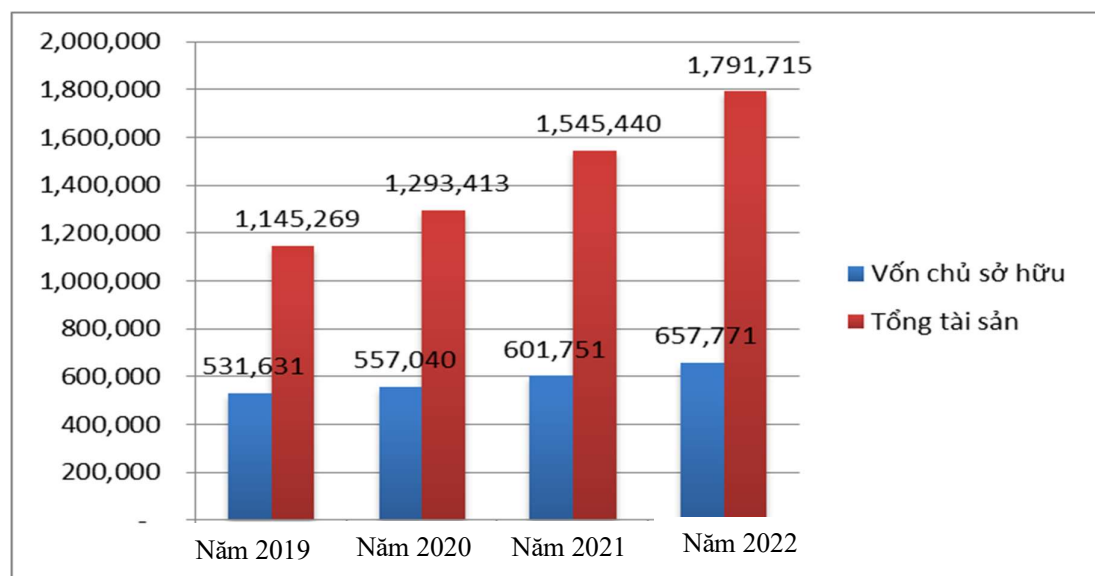
Bảng 2.1: Tổng tài sản và vốn chủ sở hữu ABIC giai đoạn 2019 – 2022

(Đơn vị tính: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Vốn chủ sở hữu	531.631	557.040	601.751	657.771
Tổng tài sản	1.145.269	1.293.413	1.545.440	1.791.715

(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)

(Đơn vị tính: triệu đồng)



(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC giai đoạn 2019-2022)

Biểu đồ 2.2: Vốn chủ sở hữu và tổng tài sản của ABIC giai đoạn 2019-2022

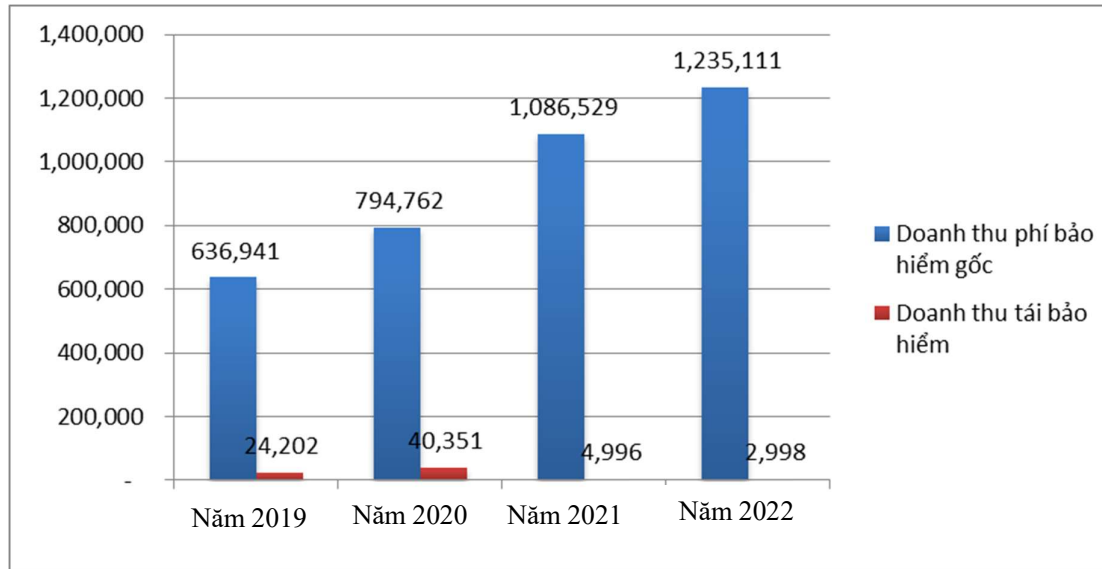
Dựa vào bảng 2.1: Tổng tài sản và vốn chủ sở hữu ABIC giai đoạn 2019 – 2022 và biểu đồ 2.2: Vốn chủ sở hữu và tổng tài sản của ABIC giai đoạn 2019 – 2022 ta có thể nhận thấy sự gia tăng ổn định và không có sự đột biến về quy mô tài sản và vốn chủ của ABIC trong giai đoạn 2019– 2022. Tỷ trọng vốn chủ trên tổng tài sản chiếm gần 50%. Doanh nghiệp lựa chọn sự cân bằng và ổn định trong tình hình tài chính và chưa có chính sách mở rộng quy mô mạnh mẽ. Doanh nghiệp vẫn sử dụng vốn chủ sở hữu chủ yếu từ đơn vị sáng lập là Agribank. Chính vì chưa có quyết định mở rộng quy mô sản xuất nên tổng tài

sản và vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp vẫn chỉ biến động theo chiều hướng tăng nhẹ và chưa có sự đột biến để tạo nên hiệu quả mạnh mẽ.

2.2.2. Phân tích hiệu quả kinh doanh của Công ty

2.2.2.1. Chỉ tiêu doanh thu phí bảo hiểm gốc

(Đơn vị tính: triệu đồng)



(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)

Biểu đồ 2.3: Doanh thu phí bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022

Dựa vào biểu đồ 2.3: Doanh thu phí bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022 và Bảng 2.2: Doanh thu phí bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022, ta nhận thấy được sự gia tăng của doanh thu phí bảo hiểm gốc tại ABIC trong giai đoạn 2019 – 2022 là rất rõ rệt. Năm 2019, doanh thu phí bảo hiểm gốc doanh nghiệp chỉ đạt được 636.941 triệu đồng nhưng đến năm 2020 đã tăng thêm 157.821 triệu đồng tương ứng tỷ lệ tăng 24,78%, đến năm 2021 đạt đỉnh cao khi chạm tới mốc hơn 1 nghìn tỷ đồng cụ thể 1.086.529 triệu đồng, tăng 36,71% so với năm 2019 và đến năm 2021 đã tăng thêm 148.582 triệu đồng, tăng 13,67% so với năm 2021. Điều này chứng tỏ doanh nghiệp đã có sự nỗ lực nhất định trong việc nâng cao doanh thu bảo hiểm gốc.

Trong khi doanh thu phí bảo hiểm gốc tăng với tốc độ tương đối nhanh, doanh thu tái bảo hiểm lại có sự biến động không ổn định. Doanh thu tái bảo hiểm tăng dần từ năm 2019 đến năm 2020 đạt 40.351 triệu đồng, đây là con số

không đáng kể so với doanh thu phí bảo hiểm gốc. Tuy nhiên, đến năm 2017, doanh thu tái bảo hiểm lại sụt giảm nghiêm trọng xuống còn 4.996 triệu đồng tương ứng với tỷ lệ giảm 87,62% so với năm 2019 và năm 2021 tiếp tục giảm xuống còn 2.998 triệu đồng, tương ứng với tỷ lệ giảm 40% so với năm 2020. Điều này có nghĩa ABIC đang tập trung chủ yếu gia tăng doanh thu từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm gốc. Đối với một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm có quy mô vừa như ABIC, lựa chọn này là phù hợp. Tuy nhiên, khi doanh nghiệp đã có những bước tiến nhất định trên thị trường bảo hiểm Việt Nam thì cũng cần có những sự thay đổi bằng cách tham gia các hợp đồng tái bảo hiểm nhằm gia tăng sự liên kết với các doanh nghiệp bảo hiểm khác và gia tăng được doanh thu của mình.

Bảng 2.2: Doanh thu phí bảo hiểm gốc và tái bảo hiểm*(Đơn vị: Triệu đồng)*

Doanh thu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
					+/-	%	+/-	%	+/-	%
Doanh thu phí bảo hiểm gốc	636.941	794.762	1.086.529	1.235.111	157.821	24,78	291.767	36,71	148.582	13,67
Doanh thu tái bảo hiểm	24.202	40.351	4.996	2.998	16.149	66,73	(35.355)	(87,62)	(1.998)	(40,00)

Bảng 2.3: Doanh thu toàn thị trường bảo hiểm phi nhân thọ*(Đơn vị: Tỷ đồng)*

	2019	2020	2021	2022	So sánh 2020/2019	So sánh 2021/2020	So sánh 2022/2021
Doanh thu gốc	27.341	32.038	36.372	40.561	17,2%	13,5%	11,5%

(Nguồn: Cục quản lý và giám sát bảo hiểm)

Bảng 2.4: Chi tiết doanh thu phí bảo hiểm gốc theo loại hình nghiệp vụ

Loại hình BH	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Năm 2022		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
	Số tiền (Trđ)	Tỷ trọng (%)	Số tiền (Trđ)	Tỷ trọng (%)	Số tiền (Trđ)	Tỷ trọng (%)	Số tiền (Trđ)	Tỷ trọng (%)	+/-	%	+/-	%	+/-	%
BH con người	415.130	65,18	562.553	70,78	796.079	73,27	894.310	72,41	147.423	35,51	233.526	41,51	98.231	12,34
BH tài sản và kỹ thuật	82.819	13,00	60.563	7,62	86.415	7,95	109.260	8,85	(22.256)	(26,87)	25.853	42,69	22.845	26,44
BH hàng hóa	4.582	0,72	3.508	0,44	3.607	0,33	3.616	0,29	(1.073)	(23,43)	99	2,82	9	0,25
BH xe cơ giới	109.368	17,17	141.796	17,84	174.721	16,08	194.264	15,73	32.428	29,65	32.925	23,22	19.543	11,19
BH cháy nổ	12.799	2,01	17.091	2,15	13.578	1,25	20.927	1,69	4.291	33,53	(3.513)	(20,55)	7.349	54,12
BH tàu thuyền	9.613	1,51	6.783	0,85	9.516	0,88	10.288	0,83	(2.830)	(29,44)	2.733	40,30	772	8,11
BH trách nhiệm chung	718	0,11	586	0,07	441	0,04	239	0,02	(132)	(18,34)	(145)	(24,74)	(202)	(45,8)
BH thiệt hại kinh doanh	1	0,00	-	-	-	-	-	-	(1)	(100,00)	-	-	-	-
BH nông nghiệp	1.911	0,30	1.883	0,24	2.171	0,20	2.204	0,18	(28)	(1,49)	289	15,33	33	1,52
Tổng	636.941	100	794.762	100	1.086.529	100	1.235.111	100	157.821	24,78	291.767	36,71	148.582	13,67

(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019-2022)

Dựa vào bảng 2.3, ta có thể thấy so với trung bình thị trường thì ABIC có tốc độ tăng trưởng doanh thu rất lớn, cụ thể như đã phân tích ở trên, tăng trưởng doanh thu của ABIC từ 2020 – 2022 lần lượt là 24,78%; 36,71%; 13,67%. Đặc biệt trong năm 2021, khi sự tăng trưởng của thị trường đang giảm nhẹ từ 17,2% xuống chỉ còn 13,5% thì doanh thu của ABIC vẫn tăng trưởng tới 36,7%. Đây có thể coi là một sự phát triển ấn tượng và vượt bậc, đồng thời ghi dấu mốc ABIC đạt doanh thu trên 1000 tỷ đồng, gia nhập vào “Câu lạc bộ nghìn tỷ” của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ

Để cụ thể hơn về tình hình thay đổi doanh thu phí bảo hiểm gốc, ta đi phân tích bảng 2.2: Chi tiết doanh thu phí bảo hiểm gốc theo loại hình nghiệp vụ dưới đây, ta thấy: Doanh thu chiếm tỷ trọng”lớn nhất và có xu hướng gia tăng trong tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc là Bảo hiểm con người. Năm 2019, bảo hiểm con người chỉ đạt 415.130 triệu đồng, chiếm 65,18% tổng doanh thu bảo hiểm gốc, nhưng đến năm 2020 tăng thêm 147.423 triệu đồng tỷ trọng tăng lên đến 70,78%, năm 2021 tăng thêm 233.526 triệu đồng tỷ trọng tăng lên đến 73,27% và năm 2022 tăng so với năm 2021 là 98.231 triệu đồng tương ứng tỷ lệ tăng 12,34% chiếm tỷ trọng là 72,41%. Đây là hoạt động chính của doanh nghiệp trong thời kỳ vừa qua, trong đó hoạt động bảo hiểm bảo an tín”dùng là hoạt động mang lại nhiều doanh thu nhất cho doanh nghiệp. Cụ thể, doanh nghiệp sử dụng kênh phân phối Bancassurance để gia tăng doanh thu bảo hiểm của mình, người được bảo hiểm chính là người được”ngân hàng cho vay và được ABIC chấp thuận bảo hiểm. Doanh thu chiếm tỷ trọng lớn thứ hai trong tổng doanh”thu phí bảo hiểm gốc là Bảo hiểm xe cơ giới đạt 194.264 triệu đồng năm 2022 chiếm 15,73% so với tổng doanh thu bảo hiểm gốc. Doanh thu bảo hiểm tài sản và kỹ thuật chiếm vị trí thứ 3 với tỷ trọng 8,85% năm 2022. Còn các hoạt động còn lại như bảo hiểm hàng hóa, cháy nổ, tàu thuyền, nông nghiệp chiếm tỷ trọng rất nhỏ và không có sức ảnh hưởng”lớn đến hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm của doanh nghiệp. Tuy nhiên doanh nghiệp cũng cần chú ý quan tâm tới các hoạt động bảo hiểm này”nhằm gia tăng sự tin tưởng đối với khách hàng khi đến với ABIC.

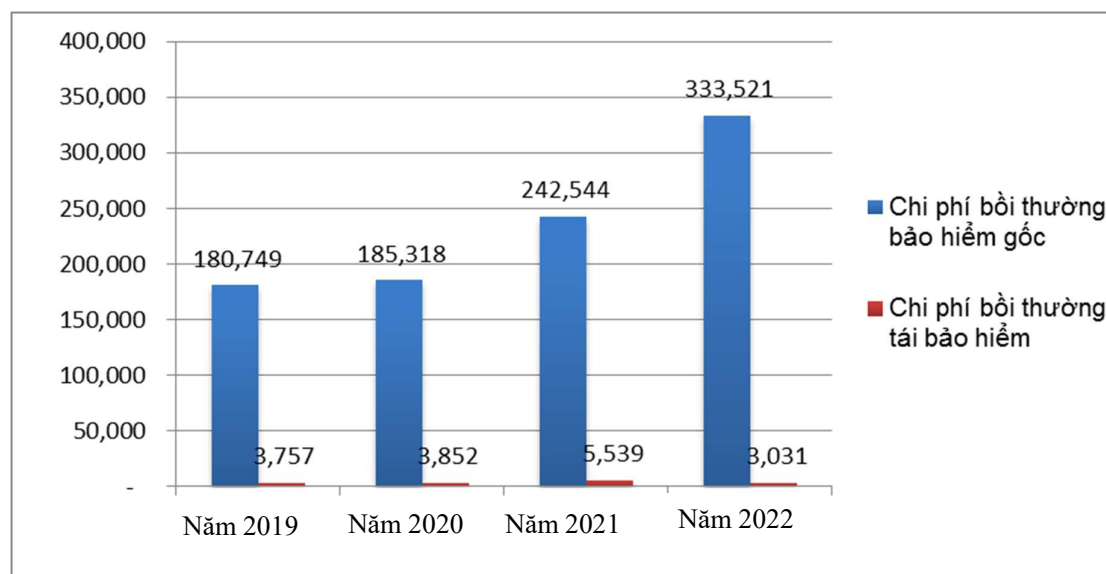
2.2.2.2. Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường

Bảng 2.5: Chi phí bồi thường bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019-2022

Chi phí bồi thường bảo hiểm	Đơn vị tính	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Chi phí bồi thường BH gốc	Triệu đồng	180.749	185.318	242.544	333.521
Chi phí bồi thường tái BH	Triệu đồng	3.757	3.852	5.539	3.031

(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019-2022)

(Đơn vị tính: Triệu đồng)



(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)

Biểu đồ 2.4: Chi phí bồi thường bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019-2022

Dựa vào bảng 2.5: Chi phí bồi thường bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022 và biểu đồ 2.5: Chi phí bồi thường bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022 ta có thể thấy được Chi bồi thường bảo hiểm gốc có sự thay đổi mạnh mẽ. Năm 2019, chi bồi thường bảo hiểm gốc là 180.749 triệu đồng, năm 2020 là 185.318 triệu đồng, năm 2021 là 242.346 triệu đồng, năm 2022 là 333.501 triệu đồng. Mức độ gia tăng của chi phí bồi thường gốc giai đoạn 2019 – 2022 là chấp nhận được vì doanh thu phí bảo hiểm gốc cũng tăng mạnh trong giai đoạn này. Tuy vậy, doanh nghiệp vẫn cần quản lý tốt hơn nữa vấn đề chi bồi thường bảo hiểm gốc.

Riêng chi bồi thường tái bảo hiểm có xu hướng giảm đi, năm 2019 là 3.757 triệu đồng đến năm 2022 là 3.031 triệu đồng. Điều này chứng tỏ doanh

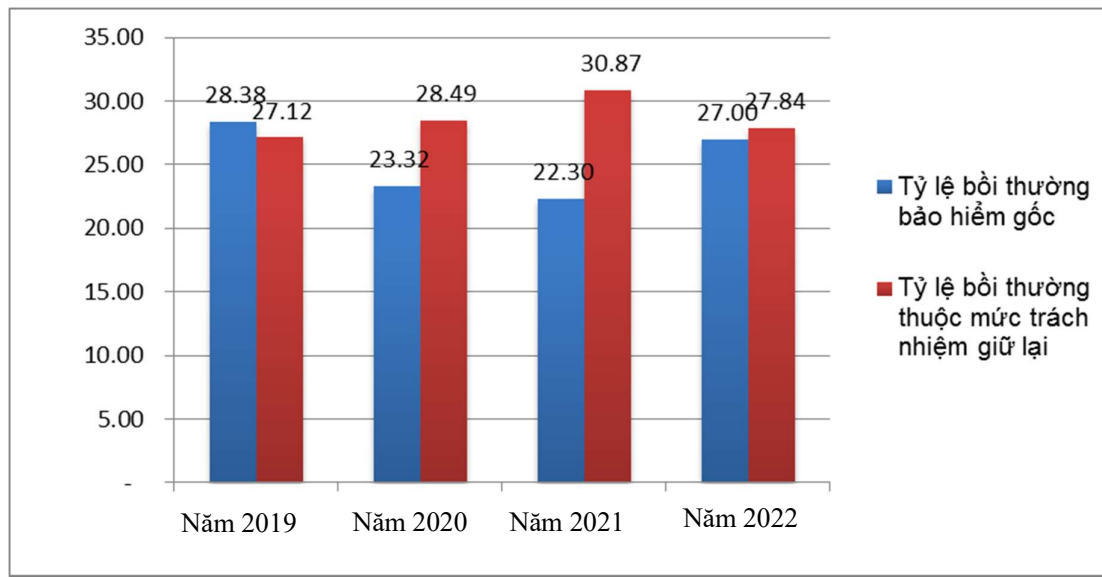
ng nghiệp đã quản trị tốt khoản chi bồi thường đối với các hợp đồng nhận tái bảo hiểm đối với các đối tác bảo hiểm khác. Nhưng điều này cũng là con dao hai lưỡi, doanh thu tái bảo hiểm giảm, chi phí bồi thường tái bảo hiểm giảm là điều mà doanh nghiệp phải xem xét lại trong tình hình thị trường bảo hiểm đang phát triển rất mạnh mẽ và cần phải gia tăng thương hiệu cũng như vị thế của ABIC trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam.

Để thấy rõ hơn nữa chúng ta đi phân tích chỉ tiêu về tỷ lệ bồi thường bảo hiểm của ABIC trong giai đoạn 2019 – 2022:

Bảng 2.6: Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường ABIC giai đoạn 2019 – 2022

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
						+/-	%	+/-	%	+/-	%
I. Tỷ lệ bồi thường BH gốc [(1)/(2)]	%	28,38	23,32	22,30	27,00	(5,06)	(17,83)	(1,01)	(4,34)	4,7	21,08
1. Chi phí bồi thường BH gốc	Triệu đồng	180.749	185.318	242.544	333.521	4.568	2,53	57.226	30,87	90.977	37,51
2. Doanh thu phí BH gốc	Triệu đồng	636.941	794.762	1.086.529	1.235.111	157.821	24,78	291.767	36,71	148.582	13,67
II. Tỷ lệ bồi thường thuộc MTNGL [(3)+(4))/5]	%	27,12	28,49	30,87	27,84	1,37	5,03	2,39	8,37	(3,03)	(10,00)
3. Chi bồi thường BH thuộc MTNGL	Triệu đồng	147.021	179.141	245.373	308.988	32.120	21,85	66.233	36,97	63.615	25,93
4. Tăng/giảm Dự phòng BT thuộc MTNGL	Triệu đồng	699	15.968	34.780	(33.810)	15.269	2.184,33	18.812	117,82	970	(3,21)
5. Doanh thu phí BH thuần	Triệu đồng	544.623	684.860	907.402	988.384	140.236	25,75	222.542	32,49	80.982	8,92

(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)



Biểu đồ 2.5: Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường ABIC giai đoạn 2019 – 2022

(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019-2022)

Dựa vào Bảng 2.6: Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường ABIC giai đoạn 2019 – 2022 và biểu đồ 2.5: Chỉ tiêu tỷ lệ bồi thường ABIC giai đoạn 2019 – 2022, ta thấy:

Giai đoạn 2019 – 2022, tỷ lệ bồi thường bảo hiểm gốc biến động theo xu hướng tăng dần. Năm 2019 là 28,38%, năm 2020 là 23,32% giảm so với năm 2019 là 17,83%, năm 2021 là 22,30% giảm so với năm 2020 là 4,34%, nhưng đến năm 2022 là 27% tăng so với năm 2021 là 21,08%. Chỉ tiêu này phản ánh mức chi trả tiền bồi thường trong năm của ABIC cho khách hàng, thể hiện trình độ và chất lượng khai thác của ABIC.

Ngược lại với sự biến động của tỷ lệ bồi thường bảo hiểm gốc, tỷ lệ bồi thường thuộc mức trách nhiệm giữ lại có xu hướng giảm đi. Cụ thể, năm 2020 là 28,49% tăng so với năm 2019 là 1,37% ứng với tỷ lệ tăng 5,03%, năm 2020 tăng thêm so với năm 2019 là 2,39% ứng với tỷ lệ tăng 8,37%, nhưng đến năm 2022 giảm đi so với năm 2021 là 3,03% tương ứng tỷ lệ 10%. Giai đoạn 2019 – 2022, tỷ lệ bồi thường thuộc mức trách nhiệm giữ lại có sự gia tăng ổn định. Điều này chứng tỏ doanh nghiệp đã có sự đánh giá, phân loại rủi ro, đối với các rủi ro tốt có thể nâng cao năng lực giữ lại.

Bảng 2.7 Bồi thường toàn thị trường bảo hiểm phi nhân thọ*(Đơn vị tính: Tỷ đồng)*

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Số tiền bồi thường	9.743	13.579	12.571	14.951
Tỷ lệ bồi thường trên doanh thu	35,6%	42,4%	34,6%	36,9%

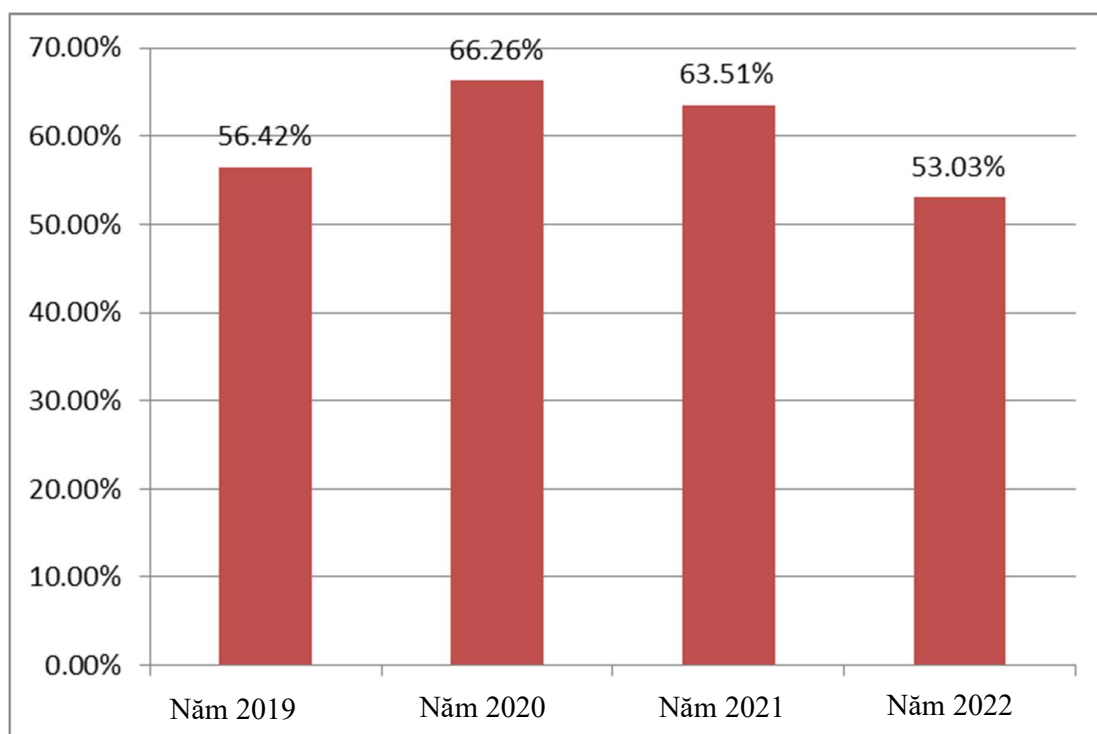
(Nguồn: Cục quản lý và giám sát bảo hiểm)

Dựa vào bảng 2.7 và các phân tích thông tin tại bảng 2.5 và 2.6: Trong giai đoạn từ 2019 – 2022, số tiền bồi thường của ABIC tăng đều qua các năm trong khi tổng số tiền bồi thường của thị trường năm 2021 giảm so với năm 2020. Tuy nhiên khi nhìn vào tỷ lệ bồi thường trên doanh thu, ta có thể thấy tỷ lệ bồi thường của ABIC đang ở mức cực kỳ thấp. Cụ thể từ 2019 – 2022 tỷ lệ bồi thường luôn dưới 30% trong khi toàn thị trường là trên 35%. Xét thêm về năm 2023, số tiền bồi thường tăng cao nhưng doanh thu trong năm đó cũng tăng trưởng cực lớn, dẫn đến tỷ lệ bồi thường rất thấp.

Một trong những nguyên nhân chính để ABIC đạt được tỷ lệ bồi thường lý tưởng như thế đó là do cơ cấu các sản phẩm bảo hiểm. Như đã phân tích ở trên, sản phẩm Bảo hiểm con người chiếm trên 60% tổng doanh thu của ABIC. Loại hình bảo hiểm này nhìn chung luôn có tỷ lệ bồi thường thấp nhất trong các loại nghiệp vụ bảo hiểm. Vì vậy mà tỷ lệ bồi thường của ABIC thấp hơn trung bình thị trường.

2.2.2.3. Chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm

Tỷ lệ chi phí là một trong các chỉ tiêu thể hiện khả năng “cạnh tranh” của doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ thông qua việc khống chế chi phí ở mức hợp lý mà vẫn đảm bảo hiệu quả kinh doanh. Dựa vào Bảng 2.6: Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022 và biểu đồ 2.6: Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022 ta có thể nhận thấy:



(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)

**Biểu đồ 2.6: Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm ABIC
giai đoạn 2019 – 2022**

Bảng 2.8: Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm ABIC giai đoạn 2019 – 2022

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
						+/-	%	+/-	%	+/-	%
1. Chi phí khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm	Triệu đồng	99.825	182.254	244.118	259.778	82.429	82,57	61.864	33,94	15.660	6,41
2. Chi phí quản lý doanh nghiệp	Triệu đồng	199.764	256.952	314.649	349.265	57.188	28,63	57.697	22,45	34.616	11,0
3. Hoa hồng nhượng tái bảo hiểm và doanh thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm	Triệu đồng	7.667	14.550	17.493	15.110	6.883	89,77	2.943	20,23	(2.383)	(13,62)
I. Tổng chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm (1)+(2)+(3)	Triệu đồng	307.257	453.756	576.259	624.153	146.499	47,68	122.503	27,00	47.894	8,31
II. Doanh thu phí bảo hiểm thuần	Triệu đồng	544.623	684.860	907.402	988.384	140.236	25,75	222.542	32,49	80.982	8,92
Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm (I)/(II)	%	56,42	66,26	63,51	63,15	9,84	17,44	(2,75)	(4,15)	(0,36)	(0,6)

(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)

Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh của ABIC giai đoạn 2019 – 2022 nhìn chung đều lớn hơn 50% chứng tỏ trong 1 đồng doanh thu phí bảo hiểm thuần có hơn một nửa là chi phí hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Năm 2019, tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh là 56,42%, năm 2020 tăng so với năm 2014 9,84%, năm 2021 giảm so với năm 2020 là 2,75% tương ứng tỷ lệ giảm 4,15%, năm 2022 giảm so với năm 2021 là 0,36% tương ứng tỷ lệ giảm 0,6% ở mức 63,15%. Đây là một tỷ lệ khá cao, trong 100 đồng doanh thu phí bảo hiểm thuần có tới 63,15 đồng là chi phí hoạt động kinh doanh. Tỷ lệ này có xu hướng giảm dần khi so sánh năm 2022 và 2019 nhưng vẫn ở mức cao. Doanh nghiệp đang quản lý chi phí hoạt động kinh doanh chưa thực sự hiệu quả. Trong tổng chi phí hoạt động kinh doanh, chi phí quản lý doanh nghiệp chiếm tỷ trọng lớn nhất sau đó mới đến chi phí khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm và cuối cùng là Hoa hồng nhượng tái bảo hiểm và doanh thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Trong chi phí quản lý doanh nghiệp, chi phí nhân công là chi phí chiếm tỷ trọng chủ yếu sau đó mới đến chi phí dịch vụ mua ngoài và các chi phí bằng tiền khác. Đây cũng là khoản mục chi phí hoạt động kinh doanh có sự gia tăng duy nhất. Năm 2019 là 199.764 triệu đồng, năm 2020 tăng thêm 57.188 triệu đồng tương ứng tỷ lệ tăng 28,63%, năm 2021 tăng thêm 57.697 triệu đồng tương ứng tỷ lệ tăng 22,45%, năm 2022 tăng thêm 34.616 triệu đồng ứng với tỷ lệ tăng 11% và ở mức 349.265 triệu đồng. Điều này có nghĩa doanh nghiệp cũng đã quan tâm rất nhiều đến phúc lợi cho người lao động nhằm động viên tinh thần và sức cống hiến của các nhân viên trong công ty. Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng cần quan tâm đến mức phúc lợi đó đã tương xứng với sức đóng góp của các nhân viên trong công ty hay chưa, nhằm vừa có biện pháp khuyến khích và có cả biện pháp răn đe đối với các nhân viên quản lý chi phí thuộc công việc của mình chưa hiệu quả. Khoản chi phí có tỷ trọng lớn tiếp theo là Chi phí khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Năm 2019 là 99.825 triệu đồng, năm 2020 tăng thêm 82.429 triệu đồng tương ứng tỷ lệ tăng 82,57%, năm 2021 tăng thêm 61.864 triệu đồng tương ứng tỷ lệ tăng 33,94%, năm 2022 tăng thêm 15.660 triệu đồng tương ứng tỷ lệ tăng 6,41% đạt mức 259.778 triệu đồng.

Trong chi phí khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm, chi hoa hồng đại lý, môi giới bảo hiểm gốc vẫn là phần chi phí lớn nhất. Điều này cũng rất phù hợp đối với ABIC khi mà doanh thu chủ yếu là bảo hiểm con người đến từ kênh Bancassurance mà các chi nhánh trong hệ thống Agribank là đại lý chính cho ABIC.

2.2.2.4. Chỉ tiêu tỷ lệ kết hợp

Chỉ tiêu tỷ lệ kết hợp là chỉ tiêu tổng quát nhất cho biết kết quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm của ABIC.

Dựa vào bảng 2.8: Chỉ tiêu tỷ lệ kết hợp ta thấy giai đoạn 2019 – 2022, tỷ lệ kết hợp của ABIC luôn ở mức cao trên 80% và có xu hướng tăng từ năm 2019 đến năm 2022. Cụ thể, năm 2019 là 83,54% và năm 2022 là 90,99%. Điều này cho thấy kết quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm của ABIC vẫn bé hơn 100% nên doanh nghiệp vẫn cho thấy được hoạt động kinh doanh bảo hiểm của ABIC là có lãi. Tuy nhiên, mức lãi chưa lớn nên đặt ra câu hỏi cho ABIC trong quá trình quản trị hoạt động kinh doanh của mình.

Bảng 2.8: Chỉ tiêu Tỷ lệ kết hợp giai đoạn 2019 – 2022

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
						+/-	%	+/-	%	+/-	%
1. Tỷ lệ bồi thường thuộc MTNGL	%	27,12	28,49	30,87	27,84	1,37	5,03	2,38	8,35	(3,03)	(9,82)
2. Tỷ lệ chi phí hoạt động KDBH	%	56,42	66,26	63,51	63,15	9,84	17,44	(2,75)	(4,15)	(0,36)	(0,6)
Tỷ lệ kết hợp [(1)+(2)]	%	83,54	94,74	94,38	90,99	11,20	13,41	(0,36)	(0,4)	(3,39)	(3,59)

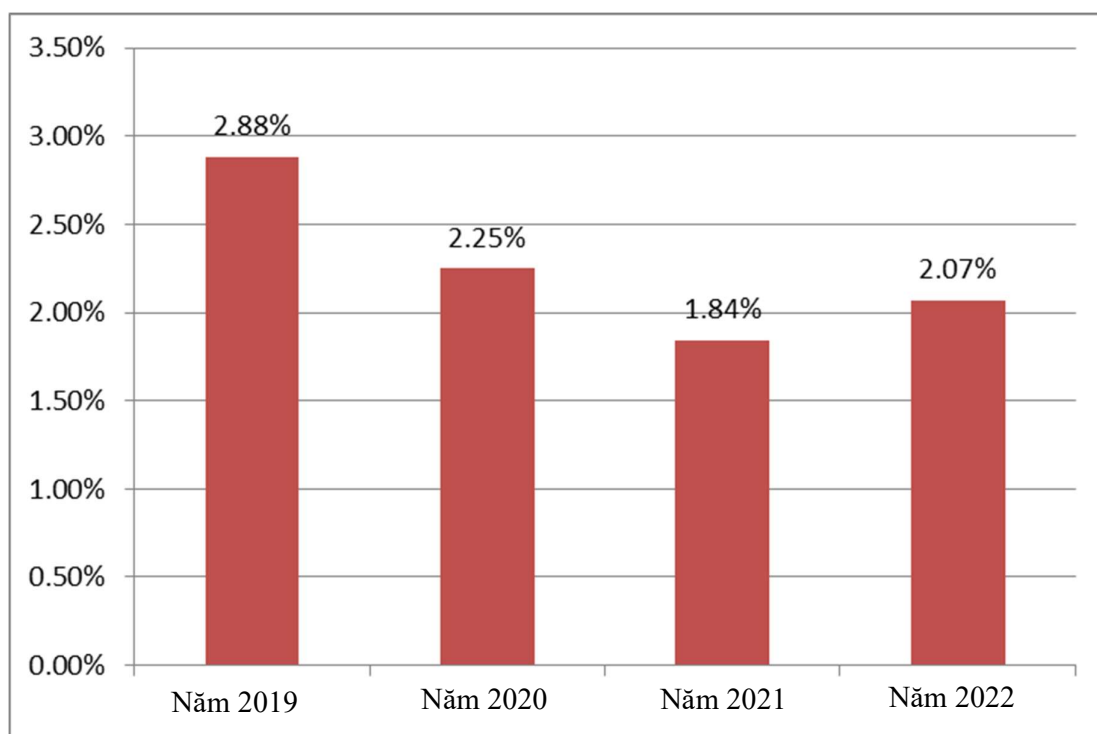
(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)

2.2.2.5. Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm

Bảng 2.9: Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm gốc giai đoạn 2019 – 2022

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
						+/-	%	+/-	%	+/-	%
1. Nợ phí bảo hiểm gốc	Triệu đồng	18.312	17.891	19.948	25.524	(421)	(2,30)	2.057	11,50	5.576	27,95
2. Doanh thu phí bảo hiểm gốc	Triệu đồng	636.941	794.762	1.086.529	1.235.111	157.821	24,78	291.767	36,71	148.582	13,67
Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm gốc [(1)/(2)]	%	2,88	2,25	1,84	2,07	(0,63)	(21,87)	(0,41)	(18,22)	0,23	12,50

(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)



(Nguồn: Báo cáo Tài chính của ABIC năm 2019 – 2022)

Biểu đồ 2.7: Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm gốc ABIC giai đoạn 2019 – 2022

Dựa vào biểu đồ 2.7: Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm gốc ABIC giai đoạn 2019 – 2022 và bảng 2.8: Tỷ lệ nợ phí bảo hiểm gốc ABIC giai đoạn 2019 – 2022 ta thấy:

Trong giai đoạn cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp trên thị trường, việc cho khách hàng nợ phí là một trong những chính sách mang tính cạnh tranh. Tuy nhiên, vấn đề cần xem xét ở đây là tình hình quản lý nợ phí tại doanh nghiệp bảo hiểm.

Số dư nợ phải thu phí bảo hiểm gốc có xu hướng giảm qua các năm, cho thấy chất lượng công tác quản lý thu hồi nợ đã có sự tiến triển. Năm 2019, việc phối hợp với các đơn vị kinh doanh, hỗ trợ công tác kinh doanh đã được thực hiện tốt hơn so với các năm trước. Năm 2019, tỷ lệ nợ phí giảm là 2,88%, năm 2020 giảm thêm xuống còn 2,25%, năm 2021 giảm xuống còn 1,84% và đến năm 2022 là 2,07%. Sở dĩ công nợ phải thu giảm là do doanh thu phí bảo hiểm gốc biến động theo chiều hướng tăng dần trong khi nợ phí bảo hiểm gốc biến động theo chiều ngược lại. Điều này chứng tỏ công ty đẩy mạnh công tác kế toán chuyên quản các chi nhánh, theo dõi sát sao tình hình công nợ cũng như

chi phí tại các đơn vị kinh doanh. Công tác đôn đốc thu hồi công nợ, thu đòi phí bảo hiểm từ đó được đẩy mạnh, thực hiện tương đối triệt để thông qua sự phối hợp giữa bộ phận kế toán và bộ phận kinh doanh. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng đã thực hiện trích dự phòng đối với các khoản phải thu khó đòi.

2.2.2.6. Chỉ tiêu lợi nhuận

Bảng 2.10: Các chỉ tiêu lợi nhuận của ABIC giai đoạn 2019 – 2022

(Đơn vị tính: Triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Doanh thu thuần	552.290	699.409	924.666	1.003.495
Lợi nhuận sau thuế	81.828	115.236	111.149	128.358
Vốn chủ sở hữu	531.631	557.040	601.751	657.771
Tổng tài sản	1.145.269	1.293.413	1.545.440	1.791.715
ROE (Lợi nhuận/vốn chủ sở hữu) (%)	15,4	20,7	18,5	19,5
ROA (Lợi nhuận/tài sản) (%)	7,1	8,9	7,2	7,2
ROS (Lợi nhuận/doanh thu) (%)	14,8	16,5	12,0	12,8
Chỉ tiêu toàn thị trường^(*)				
ROE (Lợi nhuận/vốn chủ sở hữu) (%)	10,0	10,0	12,8	11,9
ROA (Lợi nhuận/tài sản) (%)	1,0	1,0	1,79	1,56
ROS (Lợi nhuận/doanh thu) (%)	26,0	24,0	24,0	24,0

(Nguồn: Báo cáo tài chính ABIC năm 2019 – 2022)

Cùng với doanh thu, thị phần và tốc độ tăng trưởng của ABIC, lợi nhuận là một trong những chỉ tiêu tổng hợp phản ánh, đánh giá kết quả kinh doanh của ABIC. Để đánh giá đầy đủ chỉ tiêu lợi nhuận của ABIC, ta xem xét ba chỉ tiêu: Tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE), tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản (ROA) và tỷ lệ lợi nhuận sau thuế trên doanh thu thuần (ROS).

Một trong những chỉ tiêu quan trọng nhất để đo lường tính hiệu quả của đồng vốn của các chủ doanh nghiệp đó là chỉ tiêu tỷ suất sinh lời của vốn chủ sở hữu (ROE). So sánh ROE của ABIC với mức trung bình toàn thị trường cho thấy ROE của ABIC cao hơn. ROE theo thứ tự qua các năm 2019 – 2022 là 15,4% - 20,7% - 18,5% - 19,5%. Mức trung bình toàn thị trường là 10,0% - 10,0% - 12,8% - 11,9%.

Một chỉ tiêu quan trọng khác để đánh giá hiệu quả hoạt động tài chính của công ty đó là tỷ suất sinh lời tài sản (ROA). ROA cho biết doanh nghiệp kiếm

được bao nhiêu đồng lợi nhuận trên 100 đồng tài sản bỏ ra. Khác với ROE, ROA cho biết tỷ lệ lợi nhuận mang lại cho cả chủ sở hữu và chủ nợ, trong khi ROE chỉ cho biết lợi nhuận mang lại cho chủ sở hữu mà thôi. ROA của ABIC theo thứ tự các năm từ 2016 – 2019 là 7,1% - 8,9% - 7,2% - 7,2%. Tỷ lệ này cũng cao hơn so với mức trung bình toàn thị trường là 1,0% - 1,0% - 1,79% - 1,56%.

Một chỉ tiêu quan trọng khác nữa là tỷ suất sinh lời doanh thu (ROS). ROS cho biết doanh nghiệp kiếm được bao nhiêu đồng lợi nhuận trong 100 đồng doanh thu thuần thu được. ROS của ABIC theo thứ tự qua các năm 2019 – 2022 là 14,8% - 16,5% - 12,0% - 12,8%. Mức trung bình toàn thị trường là 26,0% - 24,0% - 24,0% - 24,1%.

2.3 .Đánh giá các giải pháp tài chính hiện tại của ABIC nâng cao hiệu quả kinh doanh:

2.3.1. Những kết quả đạt được:

- ABIC đã và đang cải thiện dịch vụ bảo hiểm, giới thiệu và đưa tận nơi các sản phẩm đến với khách hàng, tạo thêm nhiều cơ hội để khách hàng nghiên cứu, so sánh và lựa chọn trong những bản chào phí phù hợp.

- ABIC mở rộng các mối quan hệ với các ngành quản lý, chủ quan và các ngành trên địa bàn thủ đô và các tỉnh lân cận như : các ngân hàng thương mại, sở kế hoạch và đầu tư, phòng cảnh sát PCCC, các doanh nghiệp nhà nước, tư nhân lớn... để thông qua các đối tượng này, ABIC sẽ giới thiệu được các sản phẩm bảo hiểm đến với khách hàng

- ABIC cũng phát triển các loại bảo hiểm có thể mạnh như BH cháy nổ, BH sức khỏe con người , BH hàng hóa vận chuyển, BH xe cơ giới....và nghiên cứu phát triển một số loại sản phẩm BH khác có tính phổ biến và khả thi như BH chữa bệnh cho người nước ngoài làm việc và sinh sống tại Việt Nam, BH TNDS và vật chất mở rộng cho xe mô tô....

- Đối với hệ thống đại lý: ABIC đề cao công tác đào tạo cán bộ, tổ chức đào tạo cán bộ bán hàng qua kênh đại lý nắm chắc các quy tắc, quy chế, nâng cao tinh thần trách nhiệm khi bán hàng để tạo lòng tin, thu hút khách hàng tin

tưởng tham gia bảo hiểm.

- Đối với kênh môi giới: ABIC đã chú trọng kết hợp phân phối bán hàng thông qua các đầu mối lớn như : Cục đăng kiểm, Ban Quản lý dự án, Sở Giáo dục, Cục thuế, Công ty du lịch...hay thông qua các kênh thương mại điện tử, landingpage...

- ABIC luôn đề cao công tác giám định bồi thường để tạo sự uy tín đối với khách hàng, đảm bảo bồi thường nhanh chóng, kịp thời, chính xác và dứt điểm. Luôn tăng cường và bổ sung quỹ bồi thường để khi có tổn thất xảy ra có thể xử lý nhanh chóng, kịp thời đồng thời sử dụng quỹ này vào đầu tư vào các lĩnh vực an toàn tăng khả năng bồi thường cho khách hàng. Giảm bớt các thủ tục rườm rà, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng nhận tiền bồi thường.

- Tiếp tục và duy trì mở rộng quan hệ với các công ty giám định độc lập, các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực.

- ABIC đã hoàn thiện tài liệu hướng dẫn khách hàng cụ thể làm những công việc gì, phải nộp những loại giấy tờ gì để khách hàng có thể nhanh chóng nhận được tiền bồi thường.

2.3.2. Những điểm hạn chế:

- Trong quản lý vốn chủ sở hữu, quy định hiện hành yêu cầu doanh nghiệp bảo hiểm phải duy trì vốn chủ sở hữu luôn cao hơn vốn pháp định. Tuy nhiên, ABIC vẫn đang có hệ số thanh toán nhanh (tỷ lệ giữa tài sản có tính thanh khoản cao/tài sản nợ ngắn hạn) ở mức thấp nên có thể gặp khó khăn trong việc thanh toán ngay các khoản tiền bồi thường bảo hiểm trong trường hợp xảy ra rủi ro tích tụ trên diện rộng hoặc chưa thu đòi được nhà tái bảo hiểm.

- Ngoài tiềm ẩn rủi ro về vốn, còn có những rào cản mà các DNBH không dễ gì giải quyết trong ngày một ngày hai, đó là vấn đề trực lợi bảo hiểm và năng lực quản lý rủi ro của DNBH. Việc kiểm soát rủi ro của ABIC vẫn chưa kiện toàn và còn một số hạn chế do ABIC chưa thành lập một phòng/Ban riêng để kiểm soát mọi công tác quản lý rủi ro.

- Nhằm phòng tránh rủi ro, DN bảo hiểm cần chú trọng đầu tư công nghệ thông tin, triển khai hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO nhằm

nâng cao khả năng quản trị DN, cần kiện toàn đội ngũ nhân sự theo hướng chuyên nghiệp, không chỉ thành thực và giỏi về chuyên môn mà còn phải có đạo đức nghề nghiệp. Tuy nhiên, hệ thống CNTT và đội ngũ nhân sự của ABIC vẫn cần phải trau dồi thêm nhiều kinh nghiệm, tuyển dụng cán bộ CNTT giỏi để nâng cao hệ thống phần mềm, xử lý hỗ trợ bồi thường qua app để khách hàng hài lòng về tính thuận tiện của công nghệ, thường xuyên tổ chức đào tạo nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, giám sát chặt chẽ việc nhân viên cấu kết với khách hàng nhằm trục lợi bảo hiểm...

2.3.3 Các giải pháp tài chính đang sử dụng tại ABIC:

Chính sách phát triển bảo hiểm phi nhân thọ:

a. Về chính sách danh mục

Hiện nay ABIC triển khai hầu hết các sản phẩm BH PNT trên thị trường Việt Nam. Cụ thể từ con số 56 sản phẩm năm 2021 đã tăng lên 61 sản phẩm năm 2022.

b. Về chính sách chất lượng, thương hiệu

Với phương châm "Giữ uy tín để vươn tới thành công", chính vì vậy để phát triển chất lượng và thương hiệu dịch vụ BH PNT, công ty tập trung vào các phương diện:

Chi trả quyền lợi bảo hiểm: Công tác chi trả quyền lợi bảo hiểm diễn ra nhanh chóng khi công tác giám định nhanh chóng chính xác, công tác bồi thường hợp lý, thủ tục đảm bảo quy định.

Tỷ lệ bồi thường giảm dần qua các năm: năm 2021 là 28%, năm 2022 là 25,6% và năm 2023 là 24,9%, cho thấy công tác bồi thường của Công ty đã kiểm soát được rủi ro tốt hơn.

- Công tác giám định:

Trang bị đầy đủ thiết bị phục vụ tốt công tác giám định, phối hợp với các cơ quan chức năng liên quan để xác định nguyên nhân và phân định lỗi mỗi bên khi có thiệt hại xảy ra.

Một số hạn chế, tồn tại: Trình độ hạn chế nên dẫn đến các sai sót như: khấu hao, chế tài, tính toán bồi thường còn sai sót; Công tác giám định hiện trường

còn hạn chế; Đối với bảo hiểm BATD: công tác xác minh sự kiện BH bảo an tín dụng còn sơ sài; Giám định thiếu chính xác, không đánh giá đúng tồn thất thực tế là bao nhiêu, gây phát sinh tiêu cực trong khâu bồi thường.

- Công tác bồi thường

Công ty ABIC đã rất quan tâm chú trọng đến công tác giải quyết bồi thường và đã thực hiện: Hướng dẫn KH hoàn tất thủ tục trả tiền BH, nhanh chóng hoàn tất hồ sơ trong thời gian sớm nhất với tinh thần, thái độ tận tình; Nhân viên công ty ấn định rõ ngày trả tiền bồi thường, chủ động liên lạc qua điện thoại nhằm hạn chế việc đi lại gây phiền hà cho khách hàng...

Số lượng HSBT tồn đọng và số tiền còn chỉ trả cho khách hàng giảm dần qua các năm: năm 2021 là 1.375 vụ, năm 2022 là 964 vụ và năm 2023 là 922 vụ.

c. Chính sách con người

Trong thời gian qua ABIC đã thực hiện đào tạo đội ngũ nhân viên có trình độ, hiểu biết về sản phẩm dịch vụ, có kỹ năng giao tiếp và có tinh thần làm việc.

Đồng thời, thu nhập bình quân của CBNV đều tăng sau mỗi năm, đó chính là động lực kích thích CBNV tích cực hơn trong công tác.

d. Chính sách quy trình

ABIC đã ban hành quy trình khai thác và giám định bồi thường đối với tất cả các nghiệp vụ áp dụng thống nhất trên toàn hệ thống ABIC.

e. Chính sách cơ sở vật chất

Sau hơn 15 năm hoạt động ABIC đã mua trụ sở làm việc tại Trụ sở chính và hầu hết (8/10) các chi nhánh trực thuộc, trang bị xe ô tô 4 chỗ, 7 chỗ cho tất cả các Chi nhánh và trang bị đầy đủ phương tiện làm việc cho cán bộ nhân viên.

f. Chính sách xúc tiến cổ động

Trang bị hệ thống biển hiệu tại ABIC và Agribank. Làm sổ tay, tờ rơi, bảng môca, decal đặt tại quầy giao dịch và phòng tín dụng các chi nhánh Agribank và phòng giao dịch.

Chính sách hỗ trợ:

a. Chính sách giá

ABIC đang sử dụng chính sách giá phí linh hoạt, hợp lý hóa đối với từng rủi ro, tuy nhiên không tách rời khỏi yếu tố kỹ thuật, không cạnh tranh lấy dịch vụ với bất kỳ giá nào.

b. Chính sách kênh phân phối

Hiện nay, công ty ABIC đang có hai kênh phân phối trực tiếp và kênh phân phối gián tiếp, trong đó kênh phân phối gián tiếp qua hệ thống đại lý viên Agribank, hay còn gọi là kênh Bancassurance với khoảng 15.800 đại lý là cán bộ Agribank đang đạt hiệu quả khả quan. Để đạt được điều này, hàng năm các chi nhánh trực thuộc công ty ABIC đều tổ chức đào tạo nâng cao cho đội ngũ đại lý viên các nghiệp vụ về khai thác và giám định bồi thường, đồng thời tổ chức đào tạo cấp chứng chỉ để bổ sung thêm lực lượng đại lý.

c. Chính sách con người

Trong thời gian qua ABIC đã thực hiện đào tạo đội ngũ nhân viên có trình độ, hiểu biết về sản phẩm dịch vụ, có kỹ năng giao tiếp và có tinh thần làm việc. Đồng thời, thu nhập bình quân của CBNV đều tăng sau mỗi năm, đó chính là động lực kích thích CBNV tích cực hơn trong công tác.

d. Chính sách quy trình

ABIC đã ban hành quy trình khai thác và giám định bồi thường đối với tất cả các nghiệp vụ áp dụng thống nhất trên toàn hệ thống ABIC.

e. Chính sách cơ sở vật chất

Sau hơn 15 năm hoạt động ABIC đã mua trụ sở làm việc tại Trụ sở chính và các chi nhánh trực thuộc, trang bị đầy đủ phương tiện cho cán bộ nhân viên.

CHƯƠNG 3: ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG KINH DOANH VÀ GIẢI PHÁP TÀI CHÍNH NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP

3.1. Định hướng phát triển kinh doanh của công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp

3.1.1. Mục tiêu chiến lược

- ABIC phân đầu tăng trưởng doanh thu hàng năm từ 10 đến 15%, tỷ lệ bồi thường bình quân hàng năm tính trên doanh thu bán hàng phân đầu kiểm soát ở mức 35%.

- Vốn chủ sở hữu: Nếu không thực hiện tăng vốn điều lệ từ vốn góp của cổ đông, vốn chủ sở hữu của ABIC sẽ được tăng lên từ việc trích lập các quỹ từ phân phối lợi nhuận hàng năm, dự kiến đến năm 2022, ABIC có vốn chủ sở hữu là 569 tỷ đồng (380 tỷ vốn góp + 189 vốn các quỹ của chủ sở hữu), doanh thu phí bảo hiểm đạt 1,665.75 tỷ đồng, để tiếp tục tăng trưởng ABIC phải tăng vốn điều lệ từ năm 2019. Phân đầu giai đoạn 2021 – 2025, ABIC thực hiện tăng vốn điều lệ lên gấp đôi số vốn góp của cổ đông so với vốn góp hiện nay. Tổng vốn điều lệ của ABIC dự kiến đến năm 2023 đạt 1.039 tỷ đồng vốn chủ sở hữu (vốn góp cổ đông 760 tỷ + vốn các quỹ chủ sở hữu 279 tỷ đồng). Giai đoạn 2025 – 2030, ABIC tiếp tục thực hiện tăng vốn điều lệ dự kiến đến năm 2030, ABIC đạt gần 2.000 tỷ đồng (Vốn góp cổ đông 1.140 tỷ đồng + Vốn các quỹ chủ sở hữu trên 800 tỷ đồng).

- Mạng lưới chi nhánh của ABIC phát triển rộng khắp toàn quốc (mỗi địa bàn tỉnh có 1 chi nhánh ABIC, mỗi địa bàn huyện có các phòng kinh doanh khu vực)

- Hệ thống đại lý được phát triển rộng khắp qua một số tổ chức tài chính và phát triển đại lý chuyên nghiệp, đến năm 2030 phân đầu ABIC có 75.000 đại lý viên.

- Tỷ lệ cổ tức chi trả hàng năm phân đầu từ 15% đến 25%.

3.1.2. Định hướng kinh doanh

- Tập trung mọi nguồn lực phát triển thị trường, gắn hoạt động kinh doanh của ABIC với hệ thống Agribank và khách hàng của Agribank.

- Phát triển thị trường bên ngoài đặc biệt là thị trường mới (do thị trường phát triển mới và sản phẩm bảo hiểm mới).

- Ngoài kênh phân phối Bancassurance qua hệ thống Agribank, ABIC phân đầu xây dựng kênh phân phối qua các tổ chức tài chính (Ngân hàng chính sách xã hội, các tổ chức tài chính khác) và phát triển hệ thống đại lý bảo hiểm chuyên nghiệp.

- Do các đối tượng sản xuất – kinh doanh của khách hàng hoạt động rộng khắp trên toàn quốc nên phạm vi hoạt động của ABIC cũng phải rộng khắp trên toàn quốc.

- Củng cố hành lang pháp lý cho hoạt động kinh doanh của các phòng bảo hiểm khu vực, các điểm phục vụ khách hàng gắn kết hữu cơ với hoạt động của Tổng đại lý Agribank trên từng địa bàn.

3.2. Giải pháp tài chính nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp.

3.2.1. Tăng cường hợp tác với Agribank:

Trong tình hình cạnh tranh gay gắt hiện nay trên thị trường bảo hiểm phi nhân thọ, ABIC lại là 1 công ty nhỏ và còn non trẻ nên sẽ không có nhiều ưu thế cạnh tranh với các công ty lớn. Vì vậy giải pháp hiện nay là nên tăng cường hợp tác với Agribank để tiếp tục khai thác qua kênh liên kết với ngân hàng Agribank đồng thời cố gắng đàm phán để có thể độc quyền liên kết với Agribank.

- Đề xuất với Agribank chia sẻ hệ thống cơ sở dữ liệu về khách hàng và hỗ trợ ABIC trong quá trình nghiên cứu, cải tiến sản phẩm bảo hiểm phù hợp với sản phẩm tín dụng của Agribank, đồng thời tăng khả năng bảo toàn vốn cho Ngân hàng. Tạo điều kiện hỗ trợ ABIC trong công tác tuyên truyền quảng bá cùng các sản phẩm dịch vụ của Agribank, kết nối với hệ thống mạng của Ngân hàng để hỗ trợ công tác đào tạo, công tác khai thác và quản lý, nâng cao hiệu quả của kênh khai thác.

3.2.2. Nâng cao hiệu quả sử dụng các loại chi phí

- Nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí trực tiếp kinh doanh bảo hiểm: để nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí này việc kiểm soát chặt các danh mục chi bán hàng là cần thiết. Các biện pháp cụ thể trong giải pháp này bao gồm:

+ Nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí bán hàng bằng biện pháp khoán chi phí bán hàng gắn với khoán doanh thu và hiệu quả khai thác (tỉ lệ bồi thường trên doanh thu mà nhân viên hoặc đại lý hoặc bộ phận, chi nhánh khai thác được).

+ Sử dụng các dịch vụ môi giới bảo hiểm chuyên nghiệp. Biện pháp này có thể giảm các chi phí khai thác trực tiếp và tận dụng các dịch vụ mà môi giới cung cấp để chuẩn hoá hiệu quả khai thác và đánh giá rủi ro.

- Nâng cao hiệu quả sử dụng một số các chi phí trực tiếp khác

Trong các khoản chi phí trực tiếp cho hoạt động kinh doanh bảo hiểm, ngoài các khoản chi chính như chi bồi thường, chi phí bán hàng, chi quản lý, chi trích lập dự phòng là những khoản chi lớn thì các khoản chi khác như chi giám định tổn thất, chi đề phòng hạn chế tổn thất... cũng có ảnh hưởng nhất định đến hiệu quả sử dụng chi phí trực tiếp. Vì vậy, việc nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí cần áp dụng đối với tất cả các khoản chi và các khoản thu giảm chi của ABIC. Các biện pháp bao gồm:

+ Công tác thu đòi người thứ ba cần được thực hiện triệt để. Việc thu đòi người thứ ba phải được tiến hành kịp thời và theo đúng qui trình thủ tục pháp lý để tránh các tranh chấp và rắc rối phát sinh.

+ Phối hợp với chặt chẽ với các công ty nhận tái bảo hiểm để xác định chính xác phạm vi được bảo hiểm và giá trị được bảo hiểm theo hợp đồng tái bảo hiểm để xác định chính xác số tiền phải thu và thời gian thu. Để đảm bảo quyền lợi bảo hiểm cho doanh nghiệp bảo hiểm gốc cần xem xét lựa chọn công ty tái bảo hiểm căn cứ vào kinh nghiệm, khả năng tài chính, năng lực nhận tái bảo hiểm khi ký hợp đồng.

3.3. Kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại công ty cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp

3.3.1. Kiến nghị với Bộ Tài chính và các Cơ quan Nhà nước

- Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam cần làm tốt hơn nữa vai trò hợp tác tự quản giữa các doanh nghiệp bảo hiểm; phân tích, cảnh báo rủi ro, xác suất thống kê tổn thất và ban hành các sản phẩm bảo hiểm.

- Về hệ thống pháp luật kinh doanh bảo hiểm, mặc dù được xây dựng tương đối đầy đủ, tuy nhiên cần có thêm các chính sách ưu đãi để khuyến khích hơn nữa các doanh nghiệp bảo hiểm đầu tư vào các sản phẩm bảo hiểm an sinh xã hội, sản phẩm bảo hiểm cho người có thu nhập thấp, sản phẩm bảo hiểm y tế.

- Ban hành các hướng dẫn đối với bảo hiểm thương mại điện tử (digital insurance) nhằm tạo hành lang pháp lý giúp các doanh nghiệp bảo hiểm đa dạng hóa kênh phân phối.

- Cơ quan quản lý cạnh tranh cần ban hành văn bản hướng dẫn thi hành Luật Cạnh tranh trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm phù hợp với tính đặc thù của ngành bảo hiểm.

Những bất cập của Luật Cạnh tranh và Luật Kinh doanh bảo hiểm hiện nay sẽ dẫn đến tình trạng nhiều doanh nghiệp bảo hiểm hạn phí bảo hiểm bất chấp rủi ro bảo hiểm làm mất tính an toàn của toàn hệ thống tài chính – ngân hàng – bảo hiểm nhưng được hiểu là có lợi cho người tham gia bảo hiểm.

Cần nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước đối với hoạt động kinh doanh bảo hiểm theo nguyên tắc Nhà nước quản lý thống nhất hoạt động kinh doanh bảo hiểm và bộ máy của hoạt động bảo hiểm đủ mạnh để đảm bảo được chức năng quản lý. Tạo điều kiện để các doanh nghiệp nghiên cứu và triển khai các loại hình bảo hiểm mới sao cho phù hợp với xu hướng phát triển của thị trường quốc tế và Việt Nam.

3.3.2. Các kiến nghị khác:

3.3.2.1 Nâng cao chất lượng nhân sự

Nhân sự tại ABIC nói chung và các công ty bảo hiểm phi nhân thọ nói riêng bao gồm cả hai mảng chính: Nhân sự trực tiếp của công ty và Hệ thống đại lý viên khai thác bảo hiểm – Tại ABIC chính là các cán bộ ngân

hàng của Agribank

Đối với nhân sự của ABIC, cần thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo bồi dưỡng thêm chuyên môn nghiệp vụ. Tăng cường trao đổi hợp tác với các công ty bảo hiểm/tái bảo hiểm trên thị trường để có thêm kinh nghiệm.

Khuyến khích nhân viên công ty tự học thêm các chứng chỉ nghiệp vụ như Anziif, Actuary, TOEIC ... để phục vụ công việc, những nhân viên đạt được những chứng chỉ cần thiết sẽ được công ty hỗ trợ về tái chính hoặc xem xét tăng lương

Đảm bảo thu nhập cho người lao động, có các hình thức răn đe tránh việc suy thoái đạo đức, trục lợi bảo hiểm

Đối với đại lý viên khai thác: Tổ chức các lớp đào tạo bảo hiểm cơ bản để cấp chứng chỉ cho các đại lý viên khai thác. Thường xuyên trao đổi để nắm bắt kịp thời các khó khăn vướng mắc mà các đại lý viên mắc phải để từ đó có giải pháp khắc phục hợp lý.

3.3.2.2 Nâng cao ứng dụng công nghệ thông tin

Đầu tư có chiều sâu về các giải pháp ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý và điều hành doanh nghiệp, đặc biệt giải pháp phần mềm phải thực hiện kịp thời quản lý rủi ro theo quy trình đạt tiêu chuẩn có phân quyền phù hợp trước khi phê duyệt các sản phẩm phục vụ quá trình kinh doanh.

Xây dựng phần mềm quản trị kinh doanh, thực hiện thống nhất toàn hệ thống: Hệ thống công nghệ thông tin là một khâu chủ chốt trong mỗi công ty bảo hiểm bởi vì nó hiện diện ở tất cả các khâu trong hệ thống tác nghiệp: theo dõi thông tin khách hàng, quản lý rủi ro, lưu giữ và tạo lập hợp đồng, thu phí bảo hiểm, kế toán, thống kê, quản lý khách hàng, quản lý nhân sự....

Sử dụng công nghệ thông tin trước hết nhằm nâng cao độ tin cậy đối với các kết quả thống kê (cũng có nghĩa là định giá) sau đó là nhằm phục vụ khách hàng một cách mau chóng và có hiệu quả nhất. ABIC xây dựng chiến lược công nghệ thông tin phù hợp đồng thời triển khai áp dụng ngay những thành tựu về công nghệ thông tin trên thế giới phù hợp với tiêu chuẩn và điều kiện của công ty.

3.3.2.3. Phát triển sản phẩm mới

Đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng mạng lưới kinh doanh theo các định hướng: Phát triển và hoàn thiện sản phẩm bảo hiểm theo nguyên tắc gắn quyền lợi của người tham gia bảo hiểm và doanh nghiệp bảo hiểm (nguyên tắc số đông bù số ít). Cung cấp các sản phẩm bảo hiểm thỏa mãn nhu cầu khách hàng, tăng thêm quyền lợi cho người tham gia bảo hiểm, mở rộng phạm vi bảo hiểm, bổ sung các quyền lợi bảo hiểm hợp lý cho các sản phẩm bảo hiểm cá nhân, tổ chức, thiết lập mức phí bảo hiểm phù hợp. Đồng thời, ABIC cần nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, đặc biệt là nhóm các sản phẩm tiềm năng như sản phẩm bảo hiểm cho lĩnh vực nông nghiệp; Đa dạng các sản phẩm bảo hiểm cho các lĩnh vực khác theo kịp sự phát triển của xã hội như bảo hiểm du lịch quốc tế, bảo hiểm trách nhiệm sản phẩm, bảo hiểm trách nhiệm cho nhà quản lý, điều hành...

ABIC cần thiết kế các sản phẩm, đơn giản, dễ hiểu để cung cấp đến nhóm người dân có trình độ dưới cao đẳng vì nhóm này tương đối đông, nhưng do trình độ dân trí chưa cao nên mức độ am hiểu về bảo hiểm phi nhân thọ chưa nhiều. Nếu cứ sử dụng các sản phẩm đang có sẽ không tạo sự khác biệt và cạnh tranh với các doanh nghiệp bảo hiểm khác, do vậy, cần có các sản phẩm đặc thù cho nhóm đối tượng này.

3.3.2.4. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền quảng cáo, nâng cao hình ảnh Công ty, quảng bá sản phẩm

Để sản phẩm và dịch vụ nhanh chóng được khách hàng biết đến thì công tác tuyên truyền quảng cáo phải được chú trọng. Hiện nay công tác truyền thông của ABIC chưa thực sự tốt cho nên cần phải chú trọng hơn nữa vào các phương tiện truyền thông có sức lan tỏa nhanh như: Truyền hình, báo chí, kênh VOV giao thông... Doanh nghiệp cũng có thể quảng bá thương hiệu thông qua việc tài trợ các chương trình hoặc tham gia vào các công tác xã hội như ủng hộ người nghèo, ủng hộ các vùng đất bị thiên tai,...

3.3.2.5. Nâng cao hiệu quả bồi thường

- Đối với khâu khai thác, tăng cường công tác thẩm định khách hàng

trước khi tham gia bảo hiểm:

Trước khi chấp nhận bảo hiểm, ABIC cần chú trọng đến việc đánh giá và phân loại rủi ro để có thể đưa ra bản chào phí phù hợp.

Đối với khách hàng lần đầu tiên tham gia bảo hiểm, khai thác viên cần tiến hành đánh giá cẩn thận đối tượng bảo hiểm, đối với các trường hợp cần phải có chuyên môn có thể thuê đơn vị giám định độc lập đánh giá nếu cần thiết. Ngoài ra cũng cần phải tìm hiểu tình hình kinh doanh của những doanh nghiệp muốn tham gia bảo hiểm để cân nhắc kỹ mục đích tham gia bảo hiểm của khách hàng là để đảm bảo an toàn kinh doanh hay chỉ là để trục lợi bảo hiểm và đánh giá khả năng thanh toán phí của khách hàng.

Đối với khách hàng đã từng tham gia bảo hiểm ở ABIC hoặc ở doanh nghiệp bảo hiểm khác, cần dựa vào thông tin khách hàng trước đó như lịch sử tổn thất, tỷ lệ bồi thường ... để xem xét đưa ra quyết định tái tục hoặc từ chối bảo hiểm.

- Giám định bồi thường:

Giám định bồi thường là công tác rất quan trọng trong giai đoạn kinh doanh hiện nay của các doanh nghiệp bảo hiểm. Giám định phải đòi hỏi khách quan, phản ánh trung thực sự kiện bảo hiểm.

Bên cạnh đó, ABIC cần chú trọng đến công tác bồi thường. Thủ tục giải quyết bồi thường nên nhanh gọn, nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng.

- Đối với vấn đề trục lợi bảo hiểm:

Trục lợi bảo không được kiểm soát và ngăn chặn sẽ làm cho số tiền bồi thường và các khoản chi phí khác (như chi giám định, chi phí đề phòng hạn chế tổn thất) gia tăng ảnh hưởng đến hiệu quả của các doanh nghiệp bảo hiểm. Việc tăng cường phòng chống trục lợi phải được thực hiện cụ thể:

+ Cần đào tạo và kiểm soát chặt chẽ đạo đức nghề nghiệp của các cán bộ trong ABIC. Cung cấp các kiến thức chuyên môn và thực hiện chuyên môn hoá công tác khai thác, giám định nhằm mục đích tránh các sai sót không đáng có.

+ Phân loại khách hàng và có sự trao đổi thông tin giữa các doanh nghiệp

bảo hiểm phi nhân thọ. Đối với các khách hàng có lịch sử hay xảy ra tổn thất, yêu cầu bồi thường cần có sự theo dõi và thực hiện giới hạn phạm vi bảo hiểm.

Trên thực tế việc thực hiện biện pháp này gắn liền với việc nâng cao chất lượng đánh giá rủi ro”trong khâu khai thác và nâng cao chất lượng công tác giám định để tạo nên một gói các giải pháp đồng bộ hiệu quả.

KẾT LUẬN

Luận văn khái quát những vấn đề lý luận về hiệu quả kinh doanh trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ của các doanh nghiệp bảo hiểm.

Luận văn đưa ra những đánh giá cụ thể”về thực trạng hoạt động kinh doanh bảo hiểm tại Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân Hàng Nông Nghiệp, chỉ rõ và phân tích các kết quả đạt được và hạn chế của Công ty từ đó đưa ra các giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm của Công ty.

Phần mở đầu đã nêu khái quát bối cảnh, mục tiêu, nhiệm vụ, đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu cho đề tài.

Chương 1 đã nêu được cơ sở lý luận về các khái niệm, các đặc điểm, vai trò và nội dung hoạt động của doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ cũng như các chỉ tiêu”đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm của một doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ. Kết quả nghiên cứu ở Chương 2 cơ sở để đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh bảo hiểm của một doanh nghiệp bảo hiểm phi nhân thọ, tìm ra được những giải pháp”để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm trong các chương sau.

Để giải quyết được câu hỏi nghiên cứu, luận văn đã đưa ra hệ thống các chỉ tiêu đánh giá rủi ro. Sau đó tiến hành thu thập dữ liệu và phân tích những dữ liệu này, phân tích sự biến động của các chỉ số qua các năm và so sánh với tình hình chung của thị trường để từ đó rút ra được những kết luận liên quan đến vấn đề nghiên cứu

Qua chương 3 giải pháp tài chính nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty CP bảo hiểm NHNo ta thấy được thực trạng hiệu quả hoạt động kinh

doanh bảo hiểm của công ty qua các năm từ 2019 – 2022 . Công ty đã đạt được những thành công bước đầu trong việc nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm, tăng trưởng quy mô, thị phần. Tuy nhiên, Công ty vẫn còn những hạn chế cần khắc phục như: Tỷ lệ bồi thường thuộc mức trách nhiệm giữ lại gia tăng, tỷ lệ kết hợp còn cao, năng lực cán bộ còn hạn chế, mạng lưới phân phối còn nhỏ so với thị trường, năng lực ứng dụng công nghệ thông tin chưa cao. Nếu không khắc phục, những hạn chế này sẽ ảnh hưởng tới sự phát triển cũng như năng lực cạnh tranh của Công ty trong tương lai.

Để nâng cao được hiệu quả kinh doanh, một mặt ABIC phải áp dụng đồng bộ các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hoạt động, sử dụng có hiệu quả các nguồn”lực có hạn của mình. Mặt khác cũng cần có các chính sách vĩ mô của Nhà nước nhằm đảm bảo môi trường cạnh tranh”lành mạnh cũng như nâng cao tính hiệu lực của các văn bản pháp lý trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm đặc biệt là trong xu thế hội nhập kinh”tế quốc tế như hiện nay.

Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt hiện nay của cơ chế thị trường, mọi doanh nghiệp, mọi tổ chức sản xuất kinh doanh đều đang đứng trước khó khăn và thử thách lớn trong việc làm”thế nào để tồn tại và phát triển được trước các đối thủ cạnh tranh. Những khó khăn và thử thách này chỉ có thể giải quyết được khi doanh nghiệp chú trọng đến việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.

Với Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp, yêu cầu nâng cao hiệu quả kinh doanh là điều”kiện tiên quyết cho sự tồn tại và phát triển của ABIC.

Bằng việc tổng hợp những lý luận về phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm gốc, kết hợp với thực tế công tác tại ABIC, luận văn đã phân tích, đánh giá những chỉ tiêu tài chính quan”trọng liên quan đến hiệu quả hoạt động kinh doanh qua đó đánh giá được thực trạng hiệu quả hoạt động kinh doanh tại ABIC. Luận văn đã phần nào thấy được những thành tựu mà công ty đã đạt được trong những năm qua và những hạn chế còn tồn tại cần khắc phục trong thời gian tới để công ty có thể nâng cao được hiệu quả hoạt động kinh

doanh của mình.

Xuất phát từ vị trí công tác của mình, tác giả hy vọng rằng, những giải pháp đưa ra sẽ được áp dụng vào tình hình thực tiễn tại ABIC.

Do thời gian nghiên cứu cũng như kiến thức còn hạn chế, luận văn không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của thầy cô, các chuyên gia trong lĩnh vực bảo hiểm và những người quan tâm đến lĩnh vực này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chính phủ nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt nam, 2003. *Quyết định số 175/2003/QĐ-TTg ngày 29/08/2003 phê duyệt “Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam từ năm 2003 đến năm 2010”*.
2. Công ty Cổ phần Bảo hiểm Ngân hàng Nông nghiệp, 2014-2017. *Báo cáo Tài chính năm 2014 – 2017*.
3. Cục Quản lý và Giám sát Bảo hiểm Việt Nam, 2014-2017. *Số liệu thống kê thị trường “Tổng quan thị trường bảo hiểm năm 2014-2017*.
4. Nguyễn Văn Định, 2015. *Giáo trình Quản trị kinh doanh bảo hiểm*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.
5. Lưu Thị Hương, 2002. *Giáo trình Tài chính doanh nghiệp*. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.
6. Đoàn Minh Phụng, 2007. *Giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ của các doanh nghiệp bảo hiểm Nhà nước ở Việt Nam trong điều kiện mở cửa và hội nhập*. Luận án tiến sĩ Học viện Tài chính.
7. Đoàn Minh Phụng, 2010. *Giáo trình Bảo hiểm Phi nhân thọ*. Hà Nội: Nhà xuất bản Tài chính.
8. Quốc hội nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, 2000. *Luật số 24/2000/QH10 ngày 09/12/2000 về kinh doanh bảo hiểm*.
9. Hà Trúc Quỳnh, 2013. *Nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Bảo Việt Phú Thọ*. Luận văn thạc sĩ trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
10. Lê Thị Huyền Trang, 2015. *Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh bảo hiểm tại Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên bảo hiểm ngân hàng Thương mại Cổ phần Công thương Việt Nam*. Luận văn thạc sĩ trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN.