

Những thách thức với cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm tại Việt Nam với sự phát triển của công nghệ tài chính trong ngành bảo hiểm

Hoàng Thị Bích Ngọc

Khoa Bảo hiểm, Đại học Kinh tế Quốc dân Hà Nội

Mức độ đầu tư vào công nghệ trong ngành bảo hiểm đi sau lĩnh vực ngân hàng. Tuy nhiên, khi ngành ngân hàng phát triển đến mức độ nhất định, các nhà sáng tạo đang tìm kiếm cơ hội đột phá ở các lĩnh vực dịch vụ tài chính khác mà bảo hiểm được xem là ngành có nhiều cơ hội đầu tư lớn tiếp theo. Nghiên cứu này sẽ tìm hiểu về những động lực sáng tạo của công nghệ bảo hiểm, điểm qua một số sáng tạo điển hình về công nghệ bảo hiểm, thực trạng phát triển ở Việt Nam, những thách thức và đề xuất giải pháp khắc phục với cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm Việt Nam.

1. Công nghệ tài chính và công nghệ bảo hiểm

Công nghệ tài chính hay còn gọi là "Fintech" được sử dụng để mô tả là sáng tạo về tài chính trên cơ sở công nghệ có thể tạo ra những mô hình kinh doanh, ứng dụng, quy trình hoặc sản phẩm mới với ảnh hưởng lớn gắn với thị trường và tổ chức tài chính và quy định dịch vụ tài chính. Do bảo hiểm là một ngành trực thuộc lĩnh vực dịch vụ tài chính nên chúng ta có thể dựa vào khái niệm Fintech để định nghĩa công nghệ bảo hiểm hay "Insurtech". Công nghệ bảo hiểm là một nhánh của Fintech gắn với lĩnh vực bảo hiểm để cập đến hàng loạt công nghệ mới và các mô hình kinh doanh sáng tạo có khả năng thay đổi hoạt động kinh doanh bảo hiểm.

1.1. Những động lực phát triển công nghệ bảo hiểm

Chúng ta sẽ xem xét động lực "đẩy" tác động đến bên của công nghệ mới với doanh nghiệp bảo hiểm/ bên mua bảo hiểm và động lực "kéo" tác động đến cầu tiêu dùng của sản phẩm mới.

Động lực "đẩy" có thể kể đến việc đầu tư tăng lên thông qua việc lần lượt hệ sinh thái Fintech. Cho đến nay, đầu tư công nghệ đã tập trung vào lĩnh vực ngân hàng với quy mô lớn hơn, ví dụ hỗ trợ thúc đẩy dịch vụ thanh toán.

Động lực "đẩy" cũng bao gồm sức mạnh trí tuệ tăng lên. Nhiều người khởi nghiệp trong hệ sinh thái bảo hiểm đã được thành lập bởi các doanh nghiệp tìm kiếm cơ hội kiếm lời từ việc sáng tạo của họ. Khi ngành ngân hàng trở nên cạnh tranh hơn một số

doanh nghiệp thấy ngành bảo hiểm là cơ hội. Thêm vào đó, nhiều doanh nghiệp đang tìm thấy những điểm yếu trong các mô hình kinh doanh bảo hiểm hiện tại ví dụ hệ thống công nghệ thông tin lỗi thời và sự chậm chạp trong đáp ứng nhu cầu của khách hàng đang thay đổi.

Đối với động lực "kéo" có một số nhân tố như việc thay đổi xã hội ảnh hưởng đến loại sản phẩm và cách tiêu dùng. Ví dụ về nền kinh tế chia sẻ, việc tư quản lý và nhu cầu sản phẩm đơn giản gắn sát với nhu cầu cá nhân. Một nhân tố khác là lợi thế của cạnh tranh với nhiều doanh nghiệp bảo hiểm đang hoạt động thấy công nghệ là cách mở rộng tương tác với khách hàng hơn là việc chỉ nhắc nhở tái tục năm một lần để cải thiện sự trung thành của khách hàng. Hơn nữa, các doanh nghiệp bảo hiểm này cũng đang tìm hiểu công nghệ mới để cải tiến việc định giá, lựa chọn rủi ro và điều tra trực lợi trong giải quyết khiếu nại.

1.2. Một số sáng tạo về công nghệ bảo hiểm

Theo thời gian những đột phá trong công nghệ bảo hiểm ngày một nhiều, trong khuôn khổ nghiên cứu này, chúng ta chỉ đề cập một số ví dụ điển hình như sau:

- Các công cụ kỹ thuật số (internet, điện thoại thông minh): Các doanh nghiệp bảo hiểm tìm cách cải thiện trải nghiệm khách hàng, hướng đến các quy trình trong môi trường kỹ thuật số và tìm kiếm thị trường mới. Các công cụ này cũng giúp khách hàng giám sát toàn bộ quy trình giải quyết khiếu nại của mình.

- Internet vạn vật (IoT): Đây là cấu trúc toàn cầu của xã hội thông tin, cho phép cung cấp dịch vụ tiên tiến bởi việc kết nối mọi vật (hiện hữu hoặc thể giới ảo) dựa vào những thông tin và công nghệ viễn thông hiện có. Vận dụng cấu trúc này cho phép sử dụng thiết bị giám sát việc định phí bảo hiểm sức khỏe dựa vào dấu hiệu sức khỏe như huyết áp, nhịp tim, mức độ ho hấp và thân nhiệt cũng như thói quen sinh hoạt của người mua bảo hiểm.

- Dữ liệu lớn và phân tích dữ liệu: Dữ liệu lớn là khái niệm của việc lưu trữ dữ liệu từ các nguồn khác nhau với khối lượng lớn và tốc độ cao. Quá trình tìm kiếm, lọc, chuyển đổi và lập mô hình dữ liệu để có thông tin hữu ích hỗ trợ quá trình ra quyết định được gọi là phân tích dữ liệu. Trong thị trường bảo hiểm, việc ứng dụng dữ liệu này liên quan đến nhiều quy trình như chào bán sản phẩm, lựa chọn rủi ro, định phí, bán chéo, dự báo khiếu nại và điều tra trực lợi bảo hiểm.

- Nhận thức của máy móc và Trí tuệ nhân tạo: Nhận thức của máy móc là khoa học tiên tiến tìm mô hình trong dữ liệu của bạn theo cách tự động, sử dụng các phương pháp và thuật toán phức tạp. Công cụ này cùng trí tuệ nhân tạo giúp các doanh nghiệp bảo hiểm không dựa vào các quy trình với dữ liệu quá khứ mà sử dụng dữ liệu hiện tại để dự báo các sự kiện xảy ra ví dụ như việc trộm cắp xe ô tô, vấn đề sức khỏe và tình hình thời tiết.

- Mô hình bảo hiểm ngang hàng, bảo hiểm dựa vào mức độ sử dụng và theo nhu cầu tức thời khách hàng: Mô hình bảo hiểm ngang hàng cho phép người tham gia bảo hiểm tự góp tiền, tự tổ chức và quản lý quỹ bảo hiểm. Bảo hiểm dựa vào mức độ sử dụng là mô hình mới áp dụng với bảo hiểm xe cơ giới cho phép gắn hành vi lái xe với mức phí bảo hiểm. Bảo hiểm theo nhu cầu tức thời là mô hình chuyên bảo hiểm chỉ những rủi ro xảy ra ở một thời điểm nhất định. Một số công ty đã cung cấp dịch vụ bảo hiểm dựa vào ứng dụng điện thoại di động cho phép bán bảo hiểm một chuyến bay nhất định từ lúc cất cánh đến hạ cánh.

1.3. Một số tiến triển trong việc ứng dụng công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam

Trong thời gian gần đây các doanh nghiệp bảo hiểm đặc biệt là các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có vốn đầu tư nước ngoài đã từng bước triển khai công nghệ bảo hiểm vào hoạt động tại Việt Nam. Có thể kể đến việc áp dụng internet với trang web để giúp khách hàng theo dõi tiến độ giải quyết khiếu nại, đồng thời qua đó nỗ lực rút ngắn thời gian giải quyết khiếu nại như ứng dụng EasyClaims của Manulife hay GenClaims của Generali.

Hay việc Prudential cung cấp sản phẩm ung thư PRU-IProtect trên trang web ePrudential cho phép khách hàng đăng ký mua bảo hiểm trực tuyến với vài cú nhấp chuột và duy nhất trả lời một câu hỏi thăm

định. Với sản phẩm này khách hàng chỉ phải đóng phí từ 1.500 đồng/ngày và nhận quyền lợi bảo vệ với số tiền 100 triệu đồng trước rủi ro ung thư.

Hầu hết các doanh nghiệp bảo hiểm đều đang nỗ lực nâng cấp trang web gắn với công nghệ thông tin khách hàng, hỗ trợ khách hàng có thể trực tiếp thay đổi thông tin cá nhân, thanh toán phí bảo hiểm trực tuyến.

Được biết trong thời gian tới nhiều công ty bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ trên thị trường đang giới thiệu thêm những công nghệ bảo hiểm mới với lĩnh vực đặc biệt, nghiên cứu nhu cầu và hành vi người tiêu dùng bảo hiểm toàn diện hơn, qua đó tiếp cận và đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng.

2. Những thách thức với cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm

Qua những nội dung trình bày ở trên có thể thấy những đóng lực và khả năng ứng dụng cái tiến công nghệ có thể thay đổi ngành bảo hiểm trên thế giới và tại Việt Nam. Trong hầu hết trường hợp tốc độ và phạm vi thay đổi được xác định thông qua những tương tác phức tạp giữa xu hướng xã hội, phát triển công nghệ, quy định của chính phủ, chiến lược của doanh nghiệp bảo hiểm.

Việc phân tích dựa trên các bối cảnh khác nhau sẽ giúp các cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm hình dung và khám phá những ảnh hưởng về quản lý đến thị trường bảo hiểm. Chúng ta sẽ cùng tìm hiểu một số bối cảnh như (1) Các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại vẫn quản lý tốt mối quan hệ với khách hàng (2) Chuỗi giá trị bảo hiểm trở nên phân tán và các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại không còn kiểm soát được quan hệ với khách hàng (3) Các doanh nghiệp công nghệ mới sẽ thay loại doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống

Bối cảnh 1: Các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại vẫn quản lý tốt mối quan hệ với khách hàng

Với Bối cảnh (1), về phía khách hàng công ty bảo hiểm vẫn là người cung cấp dịch vụ chủ yếu do kết quả của các rào cản về xã hội, quản lý nhà nước hoặc vốn đối với các công ty khởi nghiệp công nghệ bảo hiểm. Các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ thông qua việc mua bán, lập liên doanh hoặc tự phát triển sáng tạo công nghệ trong nội bộ để tiếp cận khách hàng.

Bối cảnh 2: Chuỗi giá trị bảo hiểm trở nên phân tán và các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại không còn kiểm soát được quan hệ với khách hàng

Với bối cảnh này, việc phân tích dữ liệu tinh vi bằng các công cụ đa năng và điểm tương tác khách hàng được thực hiện bởi các công ty công nghệ, và các doanh nghiệp bảo hiểm chi tập trung vào giải quyết khiếu nại bảo hiểm. Công ty bảo hiểm tiếp tục là đơn vị quản trị rủi ro cuối cùng nhưng xảy ra hiện tượng nhiều sản phẩm bảo hiểm được công ty công nghệ nắm giữ. Khách hàng không còn biết hoặc quan tâm

ai là doanh nghiệp bảo hiểm.

Khi công nghệ góp phần giảm rủi ro dẫn đến số lượng liên khách hàng bỏ ra cho bảo hiểm sẽ giảm đi nhanh. Khách hàng sẽ ít có động lực tìm kiếm doanh nghiệp bảo hiểm và các hãng công nghệ có thể giảm các đối tác công ty bảo hiểm để cắt giảm chi phí dẫn đến giảm cạnh tranh trên thị trường bảo hiểm. Các doanh nghiệp bảo hiểm toàn cầu có lợi thế tiếp cận công nghệ phức tạp hơn nhằm khai thác bảo hiểm toàn cầu và có các đối tác kinh doanh lâu dài, dẫn đến thải loại các doanh nghiệp bảo hiểm nhỏ và ít hoạt động toàn cầu.

Bối cảnh 3: Các doanh nghiệp công nghệ mới sẽ thải loại doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống

Với bối cảnh này các hãng công nghệ lớn cung cấp sản phẩm có kết hợp yếu tố bảo hiểm, từ đó nắm bắt toàn bộ chuỗi giá trị bảo hiểm. Phí bảo hiểm được gắn với các dịch vụ khác hoặc là một phần trong gói kiểu cách sống của khách hàng. Việc phân tích dữ liệu và xuất hiện những thiết bị kết nối cho phép các hãng công nghệ phát triển các thiết bị ngăn ngừa khiêu nại bảo hiểm, từ đó cho phép họ cắt giảm phí và thậm chí trở nên cạnh tranh hơn với doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống.

Các hãng công nghệ có lợi thế hơn các doanh nghiệp bảo hiểm về mạng lưới xã hội, từ đó tạo ra lượng doanh thu phí bảo hiểm lớn hoặc họ gắn kết với sản phẩm thông qua các nhà sản xuất công cụ tự động. Trong cả hai trường hợp trên, các doanh nghiệp bảo hiểm nhỏ hoặc vừa kém thích ứng với cuộc cạnh tranh này, đặc biệt về hệ thống thông tin và sự đa dạng hóa dịch vụ gia tăng sẽ có thể bị thải loại.

3. Một số đề xuất giải pháp với cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm tại Việt Nam

Mặc dù xu hướng phát triển công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam mới ở giai đoạn đầu do khó khăn về vốn, về hạ tầng dữ liệu, nhưng có thể khẳng định trong thời gian tới việc phát triển sẽ có những bước đột phá với sự năng động của các doanh nghiệp khởi nghiệp về công nghệ tại Việt Nam cùng sự đầu tư bài bản từ các tập đoàn bảo hiểm hàng đầu thế giới vào Việt Nam. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm tại Việt Nam là Cục Quản lý Giám sát Bảo hiểm thuộc Bộ Tài chính chắc chắn không thể đứng ngoài cuộc trong việc tìm hiểu sự phát triển của công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam cũng như những giải pháp để vừa đảm bảo bảo vệ quyền lợi của người tham gia bảo hiểm đồng thời không cản trở sự phát triển của công nghệ bảo hiểm.

Căn cứ theo phân tích về 03 bối cảnh thị trường bảo hiểm trên cơ sở sự phát triển vượt bậc của công nghệ bảo hiểm, có thể chỉ ra một số giải pháp mà Cục Quản lý Giám sát Bảo hiểm có thể nghiên cứu triển khai trong tương lai như sau:

- Trong trường hợp doanh nghiệp bảo hiểm vẫn giữ

vai trò chủ đạo trong toàn bộ việc cung cấp dịch vụ bảo hiểm, thông qua công nghệ bảo hiểm sẽ tập trung vào trải nghiệm khách hàng để quản lý và đối xử công bằng mối quan hệ với khách hàng. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm sẽ quan tâm đến việc giám sát và nâng cao mức độ thận trọng với việc gia nhập thị trường của doanh nghiệp bảo hiểm mới

- Trong trường hợp có sự phân tán trong chuỗi giá trị bảo hiểm làm giảm mức phí bảo hiểm mà doanh nghiệp bảo hiểm thu được, hồ sơ rủi ro trở nên khó lường khi biến lợi nhuận ổn định có thể không bù đắp được tổn thất đột biến xảy ra. Cơ quan quản lý bảo hiểm cần nắm vững được cấu trúc thị trường bảo hiểm, những ảnh hưởng xấu từ việc doanh nghiệp bảo hiểm không nắm bắt được hành vi khách hàng. Từ đó cơ quan này có thể ra soát và yêu cầu mức vốn pháp định tương ứng với mức độ rủi ro và khả năng chấp nhận tổn thất của doanh nghiệp bảo hiểm khi tham gia chuỗi giá trị bảo hiểm.

- Trong trường hợp các doanh nghiệp công nghệ cần có thể mạnh hiểu biết công nghệ bảo hiểm và niềm tin được xây dựng với khách hàng để chiếm lĩnh thị phần bảo hiểm, đây các doanh nghiệp bảo hiểm vào tình trạng mất khách hàng và bị đóng cửa. Cơ quan quản lý bảo hiểm cần giám sát chặt chẽ tiến triển của các doanh nghiệp bảo hiểm ít chú trọng về công nghệ số đồng thời có biện pháp bảo vệ khách hàng với những mô hình phân phối bảo hiểm mới bao gồm cả việc ngăn ngừa rủi ro tội phạm an ninh mạng. Thậm chí ngay cả khi khách hàng được hưởng lợi ích từ sản phẩm bảo hiểm trong gói dịch vụ gắn liền với môi trường sống của họ, vẫn có những rủi ro của việc bán không đúng sản phẩm yêu cầu, vi phạm đạo đức về sử dụng dữ liệu, thậm chí là các vấn đề về đạo đức sinh học./.

Tài liệu tham khảo

International Association of Insurance Supervisors (2017), Fintech Development in the Insurance Industry, IAIS.

Minh Thiên (2018), Ngành bảo hiểm nhân thọ: Cứ hích từ công nghệ, Forbes Vietnam

Bào Chi (2018), Xu hướng đầy mạnh trải nghiệm khách hàng về bảo hiểm nhân thọ trên nền tảng kỹ thuật số, Báo Đầu tư Chứng khoán ngày 19/9/2018

Hồng Nga (2018), Kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trực tuyến: Cuộc đua dài hơi, Doanh nhân Sài gon online ngày 18/9/2018.

- Internet vạn vật (IoT): Đây là cấu trúc toàn cầu của các hệ thống tin, cho phép cung cấp dịch vụ tiên tiến bởi kết nối mọi vật (hiện hữu hoặc thể giới ảo) dựa vào những thông tin và công nghệ viễn thông hiện có. Vận dụng cấu trúc này cho phép sử dụng thiết bị giám sát việc định phí bảo hiểm sức khỏe dựa vào dấu hiệu sử dụng như huyết áp, nhịp tim, mức độ hô hấp và thân nhiệt cũng như thói quen sinh hoạt của người mua bảo hiểm.

- Dữ liệu lớn và phân tích dữ liệu: Dữ liệu lớn là khái niệm của việc lưu trữ dữ liệu từ các nguồn khác nhau với khối lượng lớn và tốc độ cao. Quá trình tìm kiếm, lọc, chuyển đổi và lập mô hình dữ liệu để có thông tin hữu ích hỗ trợ quá trình ra quyết định được gọi là phân tích dữ liệu. Trong thị trường bảo hiểm, việc ứng dụng dữ liệu này liên quan đến nhiều quy trình như chào bán sản phẩm, lựa chọn rủi ro, định phí, bán chéo, dự báo khiếu nại và điều tra trực lợi bảo hiểm.

- Nhận thức của máy móc và Trí tuệ nhân tạo: Nhận thức của máy móc là khoa học tiên tiến tìm mô hình trong dữ liệu của bạn theo cách tự động, sử dụng các phương pháp và thuật toán phức tạp. Công cụ này cùng trí tuệ nhân tạo giúp các doanh nghiệp bảo hiểm không dựa vào các quy trình với dữ liệu quá khứ mà sử dụng dữ liệu hiện tại để dự báo các sự kiện xảy ra ví dụ như việc trộm cắp xe ô tô, vấn đề sức khỏe và tình hình thời tiết.

- Mô hình bảo hiểm ngang hàng, bảo hiểm dựa vào mức độ sử dụng và theo nhu cầu tức thời khách hàng: Mô hình bảo hiểm ngang hàng cho phép người tham gia bảo hiểm tự góp tiền, tự tổ chức và quản lý quỹ bảo hiểm. Bảo hiểm dựa vào mức độ sử dụng là mô hình mới áp dụng với bảo hiểm xe cơ giới cho phép gắn hành vi lái xe với mức phí bảo hiểm. Bảo hiểm theo nhu cầu tức thời là mô hình chuyên bảo hiểm chỉ những rủi ro xảy ra ở một thời điểm nhất định. Một số công ty đã cung cấp dịch vụ bảo hiểm dựa vào ứng dụng điện thoại di động cho phép bán bảo hiểm một chuyến bay nhất định từ lúc cất cánh đến hạ cánh.

1.3. Một số tiến triển trong việc ứng dụng công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam

Trong thời gian gần đây các doanh nghiệp bảo hiểm đặc biệt là các doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ có vốn đầu tư nước ngoài đã từng bước triển khai công nghệ bảo hiểm vào hoạt động tại Việt Nam. Có thể kể đến việc áp dụng internet với trang web để giúp khách hàng theo dõi tiến độ giải quyết khiếu nại, đồng thời qua đó nỗ lực rút ngắn thời gian giải quyết khiếu nại như ứng dụng EasyClaims của Manulife hay GenClaims của Generali.

Hay việc Prudential cung cấp sản phẩm ung thư PRU-iProtect trên trang web ePrudential cho phép khách hàng đăng ký mua bảo hiểm trực tuyến với vài cú nhấp chuột và duy nhất trả lời một câu hỏi thăm

định. Với sản phẩm này khách hàng chỉ phải đóng phí từ 1.500 đồng/ngày và nhận quyền lợi bảo vệ với số tiền 100 triệu đồng trước rủi ro ung thư.

Hầu hết các doanh nghiệp bảo hiểm đều đang nỗ lực nâng cấp trang web gắn với công nghệ thông tin khách hàng, hỗ trợ khách hàng có thể trực tiếp thay đổi thông tin cá nhân, thanh toán phí bảo hiểm trực tuyến.

Được biết trong thời gian tới nhiều công ty bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ trên thị trường đang giới thiệu thêm những công nghệ bảo hiểm mới với tính năng đặc biệt, nghiên cứu nhu cầu và hành vi người tiêu dùng bảo hiểm toàn diện hơn, qua đó tiếp cận và đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng.

2. Những thách thức với cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm

Qua những nội dung trình bày ở trên có thể thấy những động lực và khả năng ứng dụng cải tiến công nghệ có thể thay đổi ngành bảo hiểm trên thế giới và tại Việt Nam. Trong hầu hết trường hợp tốc độ và phạm vi thay đổi được xác định thông qua những tương tác phức tạp giữa sự huớng xã hội, phát triển công nghệ, quy định của chính phủ, chiến lược của doanh nghiệp bảo hiểm.

Việc phân tích dựa trên các bối cảnh khác nhau sẽ giúp các cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm hình dung và khám phá những ảnh hưởng về quản lý đến thị trường bảo hiểm. Chúng ta sẽ cùng tìm hiểu một số bối cảnh như (1) Các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại vẫn quản lý tốt mối quan hệ với khách hàng (2) Chuỗi giá trị bảo hiểm trở nên phân tán và các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại không còn kiểm soát được quan hệ với khách hàng (3) Các doanh nghiệp công nghệ mới sẽ thay đổi ngành nghiệp bảo hiểm truyền thống

Bối cảnh 1: Các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại vẫn quản lý tốt mối quan hệ với khách hàng

Với Bối cảnh (1), về phía khách hàng công ty bảo hiểm vẫn là người cung cấp dịch vụ chủ yếu do kết quả của các rào cản về xã hội, quản lý nhà nước hoặc vốn đối với các công ty khởi nghiệp công nghệ bảo hiểm. Các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ thông qua việc mua bán, lập liên doanh hoặc tự phát triển sáng tạo công nghệ trong nội bộ để tiếp cận khách hàng.

Bối cảnh 2: Chuỗi giá trị bảo hiểm trở nên phân tán và các doanh nghiệp bảo hiểm hiện tại không còn kiểm soát được quan hệ với khách hàng

Với bối cảnh này, việc phân tích dữ liệu tinh vi bằng các công cụ đa năng và điểm tương tác khách hàng được thực hiện bởi các công ty công nghệ, và các doanh nghiệp bảo hiểm chỉ tập trung vào giải quyết khiếu nại bảo hiểm. Công ty bảo hiểm tiếp tục là đơn vị quản trị rủi ro cuối cùng nhưng xảy ra hiện tượng nhiều sản phẩm bảo hiểm được công ty công nghệ nắm giữ. Khách hàng không còn biết hoặc quan tâm

ai là doanh nghiệp bảo hiểm.

Khi công nghệ góp phần giảm rủi ro dẫn đến số lượng tiền khách hàng bỏ ra cho bảo hiểm sẽ giảm đi nhanh. Khách hàng sẽ ít có động lực tìm kiếm doanh nghiệp bảo hiểm và các hãng công nghệ có thể giảm các đối tác công ty bảo hiểm để cắt giảm chi phí dẫn đến giảm cạnh tranh trên thị trường bảo hiểm. Các doanh nghiệp bảo hiểm toàn cầu có lợi thế tiếp cận công nghệ phức tạp hơn nhằm khai thác bảo hiểm toàn cầu và có các đối tác kinh doanh lâu dài, dẫn đến thất bại các doanh nghiệp bảo hiểm nhỏ và ít hoạt động toàn cầu.

Bối cảnh 3: Các doanh nghiệp công nghệ mới sẽ thất bại doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống

Với bối cảnh này các hãng công nghệ lớn cung cấp sản phẩm có kết hợp yếu tố bảo hiểm, từ đó nắm bắt toàn bộ chuỗi giá trị bảo hiểm. Phí bảo hiểm được gắn với các dịch vụ khác hoặc là một phần trong gói kiến thức cách sống của khách hàng. Việc phân tích dữ liệu và xuất hiện những thiết bị kết nối cho phép các hãng công nghệ phát triển các thiết bị ngăn ngừa khiêu nại bảo hiểm, từ đó cho phép họ cắt giảm phí và thậm chí trở nên cạnh tranh hơn với doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống.

Các hãng công nghệ có lợi thế hơn các doanh nghiệp bảo hiểm về mạng lưới xã hội, từ đó tạo ra lượng doanh thu phí bảo hiểm lớn hoặc họ gắn kết với sản phẩm thông qua các nhà sản xuất công cụ tự động. Trong cả hai trường hợp trên, các doanh nghiệp bảo hiểm nhỏ hoặc vừa kém thích ứng với cuộc cạnh tranh này, đặc biệt về hệ thống thông tin và sự đa dạng hóa dịch vụ gia tăng sẽ có thể bị thất bại.

3. Một số đề xuất giải pháp với cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm tại Việt Nam

Mặc dù xu hướng phát triển công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam mới ở giai đoạn đầu do khó khăn về vốn, về hạ tầng dữ liệu, nhưng có thể khẳng định trong thời gian tới việc phát triển sẽ có những bước đột phá với sự năng động của các doanh nghiệp khởi nghiệp về công nghệ tại Việt Nam cùng sự đầu tư bài bản từ các tập đoàn bảo hiểm hàng đầu thế giới vào Việt Nam. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm tại Việt Nam là Cục Quản lý Giám sát Bảo hiểm thuộc Bộ Tài chính chắc chắn không thể đứng ngoài cuộc trong việc tìm hiểu sự phát triển của công nghệ bảo hiểm tại Việt Nam cũng như những giải pháp để vừa đảm bảo bảo vệ quyền lợi của người tham gia bảo hiểm đồng thời không cản trở sự phát triển của công nghệ bảo hiểm.

Căn cứ theo phân tích về 03 bối cảnh thị trường bảo hiểm trên cơ sở sự phát triển vượt bậc của công nghệ bảo hiểm, có thể chỉ ra một số giải pháp mà Cục Quản lý Giám sát Bảo hiểm có thể nghiên cứu triển khai trong tương lai như sau:

- Trong trường hợp doanh nghiệp bảo hiểm vẫn giữ

vai trò chủ đạo trong toàn bộ việc cung cấp dịch vụ bảo hiểm, thông qua công nghệ bảo hiểm sẽ tập trung vào trải nghiệm khách hàng để quản lý và đối xử công bằng mối quan hệ với khách hàng. Cơ quan quản lý nhà nước về bảo hiểm sẽ quan tâm đến việc giám sát và nâng cao mức độ thận trọng với việc gia nhập thị trường của doanh nghiệp bảo hiểm mới

- Trong trường hợp có sự phân tán trong chuỗi giá trị bảo hiểm làm giảm mức phí bảo hiểm mà doanh nghiệp bảo hiểm thu được, hồ sơ rủi ro trở nên khó lường khi biên lợi nhuận ổn định có thể không bù đắp được tổn thất đột biến xảy ra. Cơ quan quản lý bảo hiểm cần nắm vững được cấu trúc thị trường bảo hiểm, những ảnh hưởng xấu từ việc doanh nghiệp bảo hiểm không nắm bắt được hành vi khách hàng. Từ đó cơ quan này có thể ra soát và yêu cầu mức vốn pháp định tương ứng với mức độ rủi ro và khả năng chấp nhận tổn thất của doanh nghiệp bảo hiểm khi tham gia chuỗi giá trị bảo hiểm.

- Trong trường hợp các doanh nghiệp công nghệ cần có thể mạnh hiểu biết công nghệ bảo hiểm và niềm tin được xây dựng với khách hàng để chiếm lĩnh thị phần bảo hiểm, đây các doanh nghiệp bảo hiểm vào tình trạng mất khách hàng và bị đóng cửa. Cơ quan quản lý bảo hiểm cần giám sát chặt chẽ tiến triển của các doanh nghiệp bảo hiểm ít chú trọng về công nghệ số đồng thời có biện pháp bảo vệ về khách hàng với những mô hình phân phối bảo hiểm mới bao gồm cả việc ngăn ngừa rủi ro tội phạm an ninh mạng. Thậm chí ngay cả khi khách hàng được hưởng lợi ích từ sản phẩm bảo hiểm trong gói dịch vụ gắn liền với môi trường sống của họ, vẫn có những rủi ro của việc bán không đúng sản phẩm yêu cầu, vi phạm đạo đức về sử dụng dữ liệu, thậm chí là các vấn đề về đạo đức sinh học./.

Tài liệu tham khảo

International Association of Insurance Supervisors (2017), Fintech Development in the Insurance Industry, IAIS.

Minh Thiên (2018), Ngành bảo hiểm nhân thọ: Cú hích từ công nghệ, Forbes Vietnam

Báo Chi (2018), Xu hướng đẩy mạnh trải nghiệm khách hàng về bảo hiểm nhân thọ trên nền tảng kỹ thuật số, Báo Đầu tư Chứng khoán ngày 19/9/2018

Hồng Nga (2018), Kinh doanh bảo hiểm nhân thọ trực tuyến: Cuộc đua dài hơi, Doanh nhân Sài Gòn online ngày 18/9/2018.