

# INSURTECH: CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP BẢO HIỂM VIỆT NAM

TS. Nguyễn Đình Hoàn - Ths. Lê Thị Mai Anh - Ths. Bùi Thị Bích Thủy\*

*Cách mạng công nghiệp 4.0 đang làm thay đổi mọi thành phần của nền kinh tế, đòi hỏi tất cả các ngành, lĩnh vực phải chuyển mình để bắt kịp xu thế phát triển trên thế giới. Việc ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ trong ngành bảo hiểm (Insurtech) có vai trò cực kỳ quan trọng đối với doanh nghiệp bảo hiểm, khách hàng và kinh tế - xã hội. Trên thế giới, Insurtech đang phát triển mạnh mẽ với tốc độ tăng trưởng cao và thu hút được nguồn vốn đầu tư lớn, đặc biệt là thị trường châu Á. Tuy nhiên ở Việt Nam, việc áp dụng công nghệ 4.0 trong ngành bảo hiểm còn chưa được chú trọng, Insurtech vẫn đang trong giai đoạn hình thành sơ khai và chưa đạt được thành tựu đáng kể. Bài viết chỉ ra những cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam khi phát triển Insurtech.*

• Từ khóa: cách mạng công nghiệp 4.0, Insurtech, phát triển ngành bảo hiểm.

*The Industrial Revolution 4.0 is changing all sectors of the economy, requiring all industries and sectors to transform to catch up with world development trends. The application of scientific and technological achievements in the insurance industry (Insurtech) is extremely important for insurance businesses, customers and socio-economic. In the world, Insurtech is developing strongly with high growth rate and attracting large investment capital, especially Asian market. However, in Vietnam, the application of 4.0 technology in the insurance industry has not been focused yet, Insurtech is still in the early stages of formation and has not achieved significant achievements. The article will shed light on the opportunities and challenges for Vietnam's insurance enterprises when developing insurtech.*

• Keywords: industrial revolution 4.0, insurtech, insurance industry development.

Ngày nhận bài: 4/10/2019

Ngày chuyển phân biên: 6/10/2019

Ngày nhận phân biên: 19/10/2019

Ngày chấp nhận đăng: 23/10/2019

Insurtech là một thuật ngữ được ghép bởi Insurance (bảo hiểm) và Technology (công nghệ) dùng để chỉ xu hướng ứng dụng công nghệ thông tin trong ngành bảo hiểm. Hiểu một cách chung nhất thì Insurtech là việc ứng dụng những thành tựu tiên tiến của khoa học công nghệ trong ngành bảo hiểm để hoạt động kinh doanh bảo hiểm đạt hiệu quả nhất. Đặt trong bối cảnh toàn cầu hoá và Cách

mạng công nghiệp 4.0 đang phát triển vượt bậc như hiện nay, ngành Bảo hiểm Việt Nam cần phải thay đổi theo xu hướng công nghệ 4.0 để thích ứng kịp với sự phát triển của các ngành nghề khác và theo kịp xu thế phát triển của thế giới.

## 1. Thực trạng phát triển Insurtech tại Việt Nam

Trước những ảnh hưởng to lớn và tích cực mà công nghệ 4.0 đem lại, việc bắt kịp và đổi mới công nghệ là mục tiêu quan trọng của mọi lĩnh vực, và ngành bảo hiểm cũng không thể nằm ngoài xu thế này. Trong những năm gần đây, nhiều doanh nghiệp bảo hiểm đã sớm nhận ra được tiềm năng mà Insurtech có thể đem lại và đã nhanh chóng đặt mục tiêu, triển khai việc trang bị và sử dụng công nghệ trong quy trình kinh doanh. Tại Việt Nam, ứng dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm đang bắt đầu được các doanh nghiệp bảo hiểm quan tâm, phát triển. Hầu hết các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam đang chú trọng phát triển các ứng dụng công nghệ ở mức độ cơ bản nhất như ứng dụng bán bảo hiểm trên thiết bị thông minh, công nghệ trả lời khách hàng tự động, website so sánh sản phẩm bảo hiểm, website bán hàng trực tuyến.

### Ứng dụng trên thiết bị thông minh:

Tổng Công ty Bảo hiểm Prudential Việt Nam vừa chính thức giới thiệu dịch vụ xét nghiệm Gene dinh dưỡng myDNA với chức năng quản lý, cải thiện sức khoẻ dựa trên mã gene di truyền cá nhân. Qua việc phân tích nước bọt của khách hàng, myDNA cung cấp những báo cáo đầy đủ, đơn giản, từ đó tư vấn các chế độ dinh dưỡng, tập luyện hợp lý hàng ngày hay nhận được hỗ trợ trực tuyến từ chuyên gia.

\* Học viện Tài chính

*Tổng Công ty Bảo hiểm VietinBank* vừa chính thức ra mắt Ứng dụng My VBI, lần đầu xuất hiện tại thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam, giúp khách hàng khai báo bồi thường, chụp ảnh tổn thất xe cơ giới tại hiện trường, hướng dẫn bồi thường bảo hiểm, truy vấn thông tin bồi thường bảo hiểm, tra cứu giấy chứng nhận và hóa đơn điện tử.

*Tổng Công ty Bảo hiểm FWD* là doanh nghiệp tiên phong phát triển công nghệ trong lĩnh vực bảo hiểm. Mở đầu trong chiến dịch kinh doanh này là việc hợp tác với chuyên trang thương mại điện tử Tiki.vn. Bên cạnh đó, vào đầu năm 2018, FWD tung ra giải pháp giúp khách hàng tham gia sản phẩm “FWD đón đầu thay đổi” có thể truy cập thông tin tài khoản hợp đồng bảo hiểm và rút tiền từ hợp đồng bảo hiểm trực tuyến.

#### **Công nghệ ChatBot:**

Được phát triển trên ứng dụng nhắn tin trực tuyến Facebook Messenger, năm 2017 Prudential Việt Nam đã cho ra mắt ứng dụng PruBot - ứng dụng dựa trên nền tảng AI và Big Data. Với sản phẩm này, Prudential là doanh nghiệp bảo hiểm đầu tiên đưa công nghệ ChatBot vào chương trình tư vấn cho khách hàng trên mạng xã hội. Theo thống kê của Prudential trong năm 2017, đã có gần 290.000 lượt tin nhắn trò chuyện của khách hàng với PruBot...

#### **Trang Web bán hàng trực tuyến:**

Hầu hết các DNBH lớn đã và đang có kế hoạch phát triển dòng sản phẩm của mình thông qua Internet. Một số doanh nghiệp tự mở một website của riêng họ như Prudential (với e.prudential.com.vn) hay PTI (với epti.vn). Hay với việc liên kết với đối tác bán hàng trực tuyến sẵn có trên thị trường với phương thức của Bảo Việt Life (phân phối sản phẩm thông qua Ví điện tử MOMO) hoặc tổ chức bán sản phẩm bảo hiểm với quyền lợi hấp dẫn của FWD trên trang bán hàng trực tuyến Tiki.vn.

#### **Trang Web so sánh các sản phẩm bảo hiểm:**

Với giao diện đơn giản, dễ hiểu, các trang web chịu trách nhiệm tổng hợp và tìm ra những sản phẩm bảo hiểm phù hợp nhất theo từng tiêu chí mà khách hàng đưa ra.

Nhìn chung, mặc dù công nghệ đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc phát triển Insurtech, nhưng thực tế, hiện nay, ở các doanh nghiệp bảo hiểm, công nghệ mới chỉ chủ yếu phục vụ cho công tác quản lý số liệu. Để khắc phục tình trạng này, nhiều doanh nghiệp tập trung đầu tư sang phát triển các ứng dụng bán bảo hiểm trực tuyến. Tuy nhiên, các ứng dụng này lại chưa phát huy được hết hiệu quả do khách hàng chưa có nhu cầu sử dụng, mà nguyên nhân nằm ở hành vi tiêu dùng của khách hàng là chưa được tiếp xúc với

mô hình kinh doanh mới và một số lo ngại về mặt bảo mật.

## **2. Một số cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam khi phát triển Insurtech**

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 tác động tới tất cả các khâu quy trình kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm giúp cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp bảo hiểm đạt hiệu quả cao nhất. Việc ứng dụng công nghệ số hóa vào bảo hiểm được nhận định sẽ mang lại cơ hội lớn, tập trung vào 5 lĩnh vực chính:

*Ứng dụng trong nghiên cứu và phát triển sản phẩm bảo hiểm:* bắt đầu từ việc khảo sát, thu thập thông tin về khách hàng; đánh giá về mức độ và tần suất rủi ro thông qua các thiết bị thông minh, các ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong việc dự đoán khả năng rủi ro; sau đó tiến hành phân tích xử lý các kết quả thu được, đánh giá nhu cầu của mỗi khách hàng, giới thiệu sản phẩm bảo hiểm và thiết kế cũng như định phí cho sản phẩm bảo hiểm phù hợp nhất với nhu cầu của khách hàng.

*Ứng dụng trong quá trình tiếp cận khách hàng:* nhờ các kênh phân phối bảo hiểm trực tuyến, ứng dụng bán bảo hiểm trên thiết bị di động và phân phối bảo hiểm qua mạng xã hội, doanh nghiệp bảo hiểm sẽ tiếp xúc nhiều hơn tới khách hàng có nhu cầu mà không còn bị giới hạn bởi thời gian hay khoảng cách địa lý.

*Ứng dụng công nghệ trong khâu quản lý dịch vụ và hỗ trợ khách hàng:* duy trì đều đặn sự tương tác giữa doanh nghiệp bảo hiểm và khách hàng thông qua các ứng dụng trả lời tự động (chatbots) và hệ thống điện tử hỗ trợ tư vấn viên, giúp các doanh nghiệp hiểu rõ hơn khách hàng của mình và thu thập được một dữ liệu lớn thông tin khách hàng.

*Ứng dụng trong khâu quản lý rủi ro:* làm tăng tính chính xác của thông tin. Khi có bất cứ một động thái thay đổi hay phát sinh, khách hàng và doanh nghiệp có thể kịp thời thông báo và xử lý phù hợp: phân tích thông tin về sức khỏe từ các thiết bị đeo tay thông minh để đưa ra lời khuyên cho khách hàng (smartwatch); sử dụng hệ thống hỗ trợ lái tự động, an toàn để giảm thiểu rủi ro khi tham gia giao thông hay lắp đặt các thiết bị chống trộm kết nối GPS; lắp đặt các thiết bị trong nhà như hệ thống báo trộm tự động, kiểm soát cháy nổ, kiểm soát nhiệt độ, khoá cửa tự động hay camera theo dõi từ xa để đề phòng rủi ro cho ngôi nhà (smarthome).

*Ứng dụng trong khâu giám định và bồi thường:* rút ngắn thời gian và làm đơn giản hoá quá trình bồi thường thiệt hại của doanh nghiệp bảo hiểm cho

khách hàng qua hệ thống điện tử, qua đó giảm thiểu tình trạng trục lợi bảo hiểm.

Các doanh nghiệp bảo hiểm sẽ đứng trước những cơ hội trong việc thúc đẩy tăng trưởng, cắt giảm chi phí, đồng thời gia tăng sự khác biệt trên thị trường. Nhưng cũng có thách thức đang chờ đợi khi áp lực về lợi nhuận gia tăng, sự khốc liệt trong quá trình cạnh tranh cũng như những khó khăn trong việc thu hút khách hàng, kỳ vọng/đòi hỏi của khách hàng ngày càng nhiều, yêu cầu xây dựng hệ sinh thái riêng, tạo nên sự gắn kết, quá trình thay đổi từ mô hình môi giới truyền thống... Điển hình là những thách thức như sau:

*Một là*, vấn đề an ninh mạng. Việc mất các cơ sở dữ liệu cá nhân, càng phụ thuộc vào công nghệ thì rủi ro càng cao, vấn đề sập hệ thống, vấn đề hacker dữ liệu. Thậm chí, người tham gia bảo hiểm cũng có thể sử dụng công nghệ để “lừa” lại doanh nghiệp bảo hiểm đối với những sản phẩm bảo hiểm phụ thuộc vào công nghệ...

*Hai là*, trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0 nếu các doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống không có sự cải tiến thì sẽ tụt hậu. Mạng lưới lớn, đại lý nhiều có thể đã là lợi thế cạnh tranh quan trọng của một doanh nghiệp bảo hiểm. Nhưng tới đây một doanh nghiệp có ý tưởng tốt, tận dụng hiệu quả được các ứng dụng công nghệ hiện đại như phát triển mạng lưới bán hàng online, sử dụng trí tuệ nhân tạo để thẩm định, chi trả quyền lợi bảo hiểm..., có thể có được hàng nghìn, hàng triệu khách hàng mà các doanh nghiệp bảo hiểm truyền thống trước đây phải mất nhiều năm mới có được.

*Ba là*, trong dài hạn các doanh nghiệp phải đối mặt với nguy cơ khách hàng rút khỏi thị trường bảo hiểm truyền thống khi tận dụng được hiệu quả của dịch vụ quản lý rủi ro, cũng như sự phát triển của khoa học công nghệ trong lĩnh vực vật lý, sinh học, y học...

*Bốn là*, vấn đề nhân sự. Bảo hiểm là ngành dịch vụ đặc thù yêu cầu cao về kinh nghiệm và trình độ chuyên môn của nhân sự, chính vì vậy những nhân sự giỏi về bảo hiểm cũng đồng thời là những người đã hoạt động lâu năm trong lĩnh vực này. Do đó, việc tiếp cận với công nghệ sẽ khó khăn hơn so với giới trẻ. Ngược lại, những người trẻ có hiểu biết về công nghệ, dễ dàng tiếp cận và tiếp thu cái mới, có khả năng phát triển Insurtech thì lại không có hiểu biết sâu sắc về các sản phẩm bảo hiểm. Do đó, trong giai đoạn “giao thoa” giữa thời đại bảo hiểm 4.0 và bảo hiểm truyền thống, nhiều doanh nghiệp vẫn phải sử dụng song song 2 tuyến nhân sự: Những người có kinh nghiệm triển khai bảo hiểm sẽ phối hợp với những bạn trẻ mạnh về công nghệ để đưa ra những sản phẩm

vừa đảm bảo công nghệ hiện đại, vừa tuân thủ theo đúng quy định về bảo hiểm. Đây cũng là lý do chi phí nhân sự xây dựng sản phẩm bảo hiểm cho môi trường 4.0 sẽ tăng gấp đôi so với thông thường.

*Năm là*, chi phí đầu tư lớn vào công nghệ cao, trong khi lợi nhuận lại không cao khiến việc đầu tư dài hơi vào Insurtech là trở ngại rất lớn. Trong bối cảnh này, doanh nghiệp bảo hiểm phải tính đến việc đa dạng hóa các tính năng của ứng dụng như liên kết với các ví điện tử hay tạo ra một môi trường trực tuyến mua bán các sản phẩm khác bên cạnh sản phẩm bảo hiểm. Tuy nhiên, đây vẫn là một nhiệm vụ khó khăn khi đòi hỏi các doanh nghiệp phải có nguồn lực lớn đáp ứng được chi phí đầu tư cao và thời gian đầu tư kéo dài. Bên cạnh đó, việc chưa có các quy định, hướng dẫn của cơ quan quản lý Nhà nước sẽ là rủi ro rất lớn cho các doanh nghiệp bảo hiểm khi đầu tư quá nhiều tiền vào insurtech.

Nhìn chung, Insurtech mang lại cơ hội thúc đẩy tăng trưởng và gia tăng sự khác biệt trên thị trường cho các doanh nghiệp bảo hiểm, tuy nhiên, đi kèm đó là những thách thức nhất định. Chính vì vậy, việc nhận diện đầy đủ những tác động và khó khăn của Insurtech sẽ giúp cho các doanh nghiệp bảo hiểm định hướng được đúng chiến lược kinh doanh để chủ động hơn trong xu thế Insurtech của toàn cầu và khu vực.

Trong thời gian tới, để đón đầu cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, các cơ quan quản lý và doanh nghiệp bảo hiểm Việt Nam cần phải tiếp tục tái cơ cấu doanh nghiệp bảo hiểm, tăng cường quản lý giám sát giao dịch, an toàn tài chính các doanh nghiệp bảo hiểm, đổi mới các sản phẩm dịch vụ, đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Ngoài ra, doanh nghiệp bảo hiểm cần chuẩn bị tốt quy trình quản lý rủi ro, đặc biệt là rủi ro hệ thống và rủi ro bán hàng để sẵn sàng triển khai áp dụng trên thực tế, bước đầu đối với những sản phẩm bảo hiểm đơn giản. Các doanh nghiệp bảo hiểm cần đầu tư một hệ thống công nghệ hiện đại, một cơ sở dữ liệu đầy đủ để có thể thiết kế chi tiết mỗi rủi ro được bảo hiểm, quyền lợi bảo hiểm rất đa dạng để thu hút khách hàng lựa chọn.

#### Tài liệu tham khảo:

Linh Lan, *Insurtech và thách thức thay đổi mô hình môi giới truyền thống*, Tạp chí Đầu tư Chứng khoán, <https://tinnhanhchungkhoan.vn/bao-hiem/insurtech-va-thach-thuc-thay-doi-mo-hinh-moi-gioi-truyen-thong-251904.html>

Institute of International Finance (2016), *Innovation in insurance: how technology is changing the industry*, <https://www.iif.com/system/>

Natalie de Freitas (2018), *Investment in Insurtech Industry Surged in 2017, with Europe Emerging as Key Insurtech Hub, Ireland*.

Sylvain Johansson, Ulrike Vogelgesang (2015), *Insurance on the threshold of digitization: Implications for the Life and P&C workforce*, McKinsey & Company, New York.