PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BANCASSURANCE TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM

Vũ Văn Thực

Ngân hàng Agribank

TÓM TẮT

Bancassurance là loại hình liên kết giữa ngân hàng và doanh nghiệp bảo hiểm đem lại nhiều lợi ích cho công ty bảo hiểm, ngân hàng và khách hàng. Dịch vụ này ra đời và phát triển mạnh tại nhiều nước phát triển, tuy nhiên ở Việt Nam loại hình này mới được triển khai trong những năm gần đây và bước đầu đem lại những kết quả khả quan. Là một trong những ngân hàng thương mại hàng đầu, có uy tín ở Việt Nam, những năm qua Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) đã liên kết phát triển dịch vụ này, tuy nhiên kết quả đạt được chưa thực sự như mong đợi. Bài viết này đánh giá khái quát thực trạng dịch vụ Bancassurance tại Agribank trong thời gian qua và đề xuất giải pháp nhằm phát triển dịch vụ này trong giai đoạn tới.

Từ khoá: Bancassurance, Agribank.

ABSTRACT

Bancassurance is an arrangement in which banks and insurance company form a partnership so that they can provide insurance benefits to their client base and themselves. This service was born and continued to prosper in many developed countries. In Vietnam case, bancassurance has been implemented in recent years and initially has brought positive results. As one of the prestige, leading commercial banks in Vietnam, the Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development (Agribank) has associated to develope of this service, the results of which is not as expected. This article assesses the current status of Bancassurance services at Agribank in recent years and proposes solutions to develop this form of service in the coming period.

Keywords: Bancassurance, Agribank.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngày nay, trước sự phát triển nhanh chóng của lĩnh vực Tài chính - Ngân hàng và xu thế mở cửa sâu rộng của nền kinh tế thế giới, các doanh nghiệp ngày càng có xu hướng hợp tác chặt chẽ với nhau để cùng khai thác những lợi thế của mỗi bên, trong đó liên kết giữa ngân hàng và bảo hiểm đang nằm trong xu hướng đó. Ở nhiều nước phát triển, dịch vụ Bancassurance ra đời và phát triển khá lâu, song tại Việt Nam dịch vụ này mới được triển khai trong những năm gần đây và vẫn đang trong giai đoạn khai thác ở mức thăm dò thị trường. Agibank là một ngân hàng có bề dày truyền thống hoạt động, có tiềm lực tài chính mạnh và đặc biệt là có mạng lưới rộng trải đều khắp các tỉnh, thành phố trong cả nước đang là những lợi thế to lớn mà khó có ngân hàng nào có được để phát triển loại hình dịch vụ này. Thời gian qua, Agribank đã hợp tác với một số công ty bảo hiểm triển khai loại hình dịch vụ này và bước đầu đã đem lại những tín hiệu khả quan, song khách quan mà nói, dịch vụ này vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng, lợi thế sẵn có. Vì vậy tìm ra giải pháp để phát triển dịch vụ này nhằm đa dạng hóa dịch vụ, phân tán rủi ro và gia tăng lợi nhuận là vấn đề cấp thiết đặt ra đối với Agribank trong giai đoạn hiện nay.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Theo định nghĩa của LIMRA, Bancassurance là "một chiến lược được các ngân hàng hoặc các doanh nghiệp sử dụng nhằm hoạt động trong thị trường tài chính theo cách thức hợp nhất dịch vụ ở mức độ phù hợp". Theo cách hiểu của Remark thì Bancassurance là việc "ngân

hàng và doanh nghiệp bảo hiểm hợp tác với nhau để phát triển và phân phối một cách có hiệu quả các dịch vụ ngân hàng và bảo hiểm thông qua việc cung cấp các sản phẩm cho cùng một cơ sở khách hàng".

Bancassurance có thể hiểu là một chiến lược được các ngân hàng hoặc các doanh nghiệp bảo hiểm sử dụng nhằm hoạt động trong thị trường tài chính theo cách thức hợp nhất dịch vụ ở một mức độ nhất định. Một triết lý chung của Bancassurance chính là sự kết hợp của khả năng phát triển dịch vụ và văn hóa bán hàng của các doanh nghiệp bảo hiểm với mạng lưới phân phối và cơ sở khách hàng rộng lớn của các ngân hàng.

Như vậy, Bancassurance là việc ngân hàng và doanh nghiệp bảo hiểm cùng hợp tác để phát triển và phân phối một cách hiệu quả các dịch vụ Ngân hàng-Bảo hiểm cho cùng một cơ sở khách hàng. Bancassurance có thể được hiểu một cách đơn giản nhất là việc các ngân hàng tham gia cung cấp các dịch vụ bảo hiểm cho khách hàng của mình. Việc tham gia của ngân hàng có thể ở nhiều cấp độ khác nhau tuỳ theo hình thức hợp tác triển khai Bancassurance mà hai bên cam kết thỏa thuận. [2]

Phát triển dịch vụ Bancassurance: theo từ điển tiếng Việt năm 1994 của Nhà xuất bản Khoa học Xã hội, Trung tâm từ điển học Hà Nội-Việt Nam, trang 743 ghi: "Phát triển là biến đổi hoặc làm cho biến đổi từ ít đến nhiều, hẹp đến rộng, thấp đến cao, đơn giản đến phức tạp, ví dụ: phát triển văn hóa, phát triển nhảy vọt..." [1].

Bài viết này, phát triển dịch vụ Bancassurance hiểu theo nghĩa: là việc gia tăng về số lượng khách hàng, số lượng giao dịch, doanh số bảo hiểm, phí hoa hồng môi giới, thị phần, cũng như đa dạng hóa dịch vụ.

3. THỰC TRẠNG DỊCH VỤ BANCASSURANCE TẠI AGRIBANK

3.1. Về số lượng khách hàng

Thấy được tiềm năng phát triển dịch vụ Bancassurance, Agribank đã tích cực, chủ động hợp tác với nhiều công ty bảo hiểm để phát triển loại hình dịch vụ Bancassurance liên quan đến hoạt động tín dụng và những dịch vụ bảo hiểm khác. Đến 31/12/2015, Agribank đã phối hợp với các công ty bảo hiểm bảo hiểm cung cấp một số loại hình bảo hiểm khác nhau, đặc biệt phối hợp với công ty bảo hiểm Agribank cung cấp dịch vụ bảo hiểm cho khoảng hơn 1,6 triệu khách hàng chiếm tỷ lệ 40% khách hàng hộ sản xuất vay vốn, tỷ lệ dư nợ tín dụng hộ sản xuất được bảo hiểm chiếm 18% tổng dư nợ cho vay, dịch vụ bảo hiểm này đã góp phần cho việc đảm bảo khả năng thu hồi nợ trong trường hợp rủi ro xảy ra với người vay. Ngoài ra, còn thực hiện bảo hiểm xe cơ giới, tài sản, tàu thuyền… cho khách hàng vay vốn của Agribank, trong đó Agribank là người thụ hưởng quyền lợi bảo hiểm với số tiền đã chi trả lũy kế trên 1.500 tỷ đồng [5] (xem bảng 2.1)

Đơn vị tính: Ngàn khách hàng

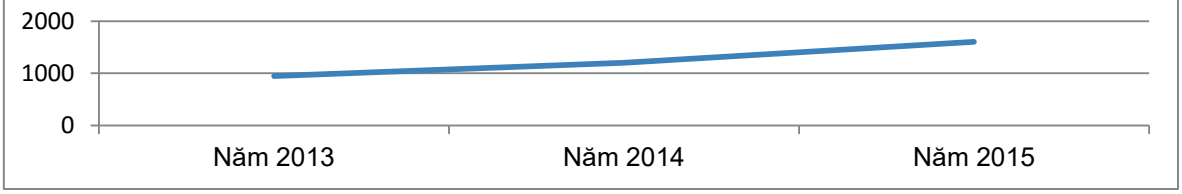
Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014			Năm 2015		
		Số khách hàng	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)	Số khách hàng	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)
Số lượng khách hàng	950	1.200	250	25,2	1.600	400	33,33

Nguồn: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam [3]

Bảng 2.1 cho thấy số lượng khách hàng được bảo hiểm thông qua hợp tác giữa Agribank và công ty bảo hiểm tăng nhanh trong những năm qua, cụ thể: năm 2014, số khách hàng được bảo hiểm là 1.200 ngàn khách hàng, tăng 250 ngàn khách hàng so với năm 2013, tỷ lệ tăng 25,2%. Năm 2015, số khách hàng được bảo hiểm là 1.600 ngàn khách hàng, tăng 400 ngàn khách hàng so với năm 2014, tỷ lệ tăng 33,33%. Số liệu trên cho thấy, hợp tác bảo hiểm giữa ngân hàng và khách hàng càng mở rộng, chứng tỏ rằng dịch vụ Bancassurance ngày càng có xu hướng tăng trong những năm vừa qua.

Đơn vị tính: Ngàn khách hàng

Bảng 2.1. Số lượng khách hàng



Nguồn: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam [3]

3.2. Về phí hoa hồng

Bên cạnh số lượng khách hàng tăng trưởng, công ty bảo hiểm cung cấp nhiều dịch vụ bảo hiểm khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng như: bảo hiểm tài sản đảm bảo, bảo an tín dụng, bảo hiểm xe cơ giới, tàu thuyền… trong đó bảo an tín dụng là một dịch vụ đem lại nhiều lợi ích cho khách hàng và ngân hàng. Theo đó, đối tượng khách hàng là cá nhân, hộ gia đình, các tổ chức kinh tế vay vốn tại Agribank tự nguyện tham gia với số tiền bảo hiểm và mức phí phù hợp. Trong thời hạn bảo hiểm, khi có rủi ro thuộc phạm vi bảo hiểm, ảnh hưởng đến sức khỏe, tính mạng người vay vốn (thuộc phạm vi bảo hiểm) và khả năng trả nợ ngân hàng thì công ty bảo hiểm sẽ thay mặt người vay trả cho Agribank số tiền tương ứng dư nợ được bảo hiểm và lãi phát sinh, số tiền còn lại (nếu có) sẽ được trả cho người được bảo hiểm hoặc người thụ hưởng hợp pháp. Đối tượng tham gia bảo hiểm là người có độ tuổi từ 18 đến 65 vào ngày phát sinh hiệu lực hợp đồng của bảo hiểm và không quá 66 tuổi vào ngày kết thúc của hợp đồng bảo hiểm được Agribank chấp thuận cho vay hoặc là người đại diện cho tổ chức được Agribank chấp thuận cho vay; không bị thương tật vĩnh viễn từ 50% trở lên. Số tiền tham gia bảo hiểm từ 1 triệu đồng, tối đa là 200 triệu đồng, với mức phí là 0,65%/ năm (đối với độ tuổi

từ 18-45) hoặc 0,9%/năm (đối với độ tuổi từ 46 - 65). Thời hạn bảo hiểm tương ứng với thời hạn hoặc thời hạn còn lại của hợp đồng tín dụng tại thời điểm tham gia bảo hiểm hoặc theo thỏa thuận [5]. Chính việc đa dạng hóa dịch vụ bảo hiểm, sự tiện lợi và lợi ích mang lại của các dịch vụ đã đem lại mức phí hoa hồng tăng trưởng cao trong những năm gần đây (xem bảng 2.2).

Đơn vị tính: Tỷ đồng

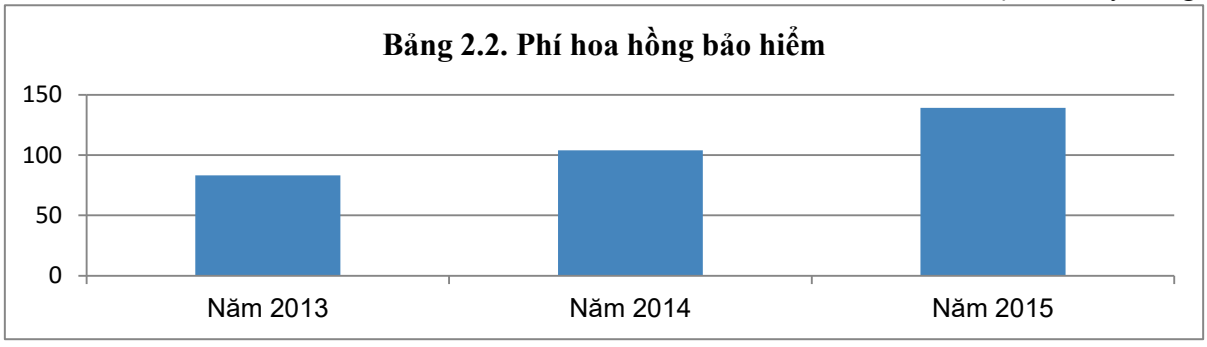
Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014			Năm 2015		
		Số tiền	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)	Số tiền	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)
Phí hoa hồng	83,1	104	20,9	25,2	139	35	33,65

Nguồn: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam [3]

Bảng 2.2 cho thấy: phí hoa hồng bảo hiểm tăng trưởng khá trong những năm qua, cụ thể: năm 2014, tổng phí hoa hồng đạt được là 104 tỷ đồng, tăng 20,9 tỷ đồng so với năm 2013, tỷ lệ tăng 25,2%. Năm 2015, phí hoa hồng đạt được 139 tỷ đồng, tăng 35 tỷ đồng so với năm 2014, tỷ lệ tăng 33,65%. Việc kết hợp bảo hiểm giữa công ty bảo hiểm và khách hàng đã góp phần đa dạng hóa dịch vụ ngân hàng, gia tăng số lượng khách hàng và lợi nhuận cho Agribank, bên cạnh đó còn góp phần trong việc đảm bảo khả năng thu hồi nợ trong trường hợp rủi ro xảy ra với người vay.

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Bảng 2.2. Phí hoa hồng bảo hiểm



Nguồn: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam [3]

4. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ DỊCH VỤ BANCASSURANCE TẠI AGRIBANK

4.1. Những kết quả đạt được

- Về quản trị điều hành: dịch vụ Bancasurance luôn được lãnh đạo Agribank quan tâm chỉ đạo phát triển, điều đó được thể hiện nhiều liên kết giữa ngân hàng và các công ty bảo hiểm được triển khai; công tác giao kế hoạch phát triển dịch vụ gắn liền với cơ chế thi đua khen thưởng từng bước được hoàn thiện từ đó đã và đang phát huy được hiệu quả, tạo động lực cho các đơn vị, cá nhân đẩy mạnh phát triển loại hình dịch vụ này.

- Phí hoa hồng môi giới, doanh thu từ phí dịch vụ có bước tăng trưởng khá, qua đó góp phần củng cố uy tín, vị thế và gia tăng lợi nhuận cho Agribank.

- Nhiều dịch vụ bảo hiểm mới ra đời, từng bước đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú và đa dạng của khách hàng.

4.2. Những mặt còn hạn chế

- Mặc dù số lượng khách hàng, hoa hồng phí tăng trưởng nhanh trong những năm vừa qua, song thực sự vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, vị thế sẵn có của Agribank.

- Qui trình bảo hiểm chưa được thống nhất trên toàn hệ thống, thời gian giải quyết quyền lợi bảo hiểm cho khách hàng chưa kịp thời.

- Dịch vụ chưa thực sự phong phú, chưa được triển khai và phát triển đồng đều tại các chi nhánh, chi trả bồi thường đôi lúc còn chậm.

4.3. Nguyên nhân hạn chế

4.3.1. Nguyên nhân khách quan

Nền kinh tế trong và ngoài nước tuy đã có bước hồi phục nhưng vẫn còn khó khăn, nợ công tăng cao, thu chi ngân sách mất cân đối, chi tiêu công bị thắt chặt ảnh hưởng nhất định đến hoạt động bảo hiểm.

4.3.2. Nguyên nhân chủ quan

- Công tác quản trị điều hành ngày càng được hoàn thiện, song vẫn chưa theo kịp với phát triển nhanh của nền kinh tế xã hội ở trong và ngoài nước. Việc giao chỉ tiêu thu từ dịch vụ bảo hiểm chưa thực hiện khoán đến các chi nhánh và người lao động.

- Số lượng dịch vụ tuy đã có phát triển, song nhìn chung còn khiêm tốn, chất lượng dịch vụ phần nào chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

- Hệ thống công nghệ thông tin còn có bất cập nhất định như chưa liên thông dữ liệu về cơ sở khách hàng, về cơ chế thu chi hộ, thanh toán định kỳ… phần mềm quản lý tập trung chưa được triển khai để ngân hàng và công ty bảo hiểm có thể giám sát được kết quả hợp tác một cách thường xuyên.

- Marketing dịch vụ nói chung, dịch vụ liên kết bảo hiểm nói riêng chưa được quan tâm đúng mức, các hình thức tuyên truyền còn đơn điệu; chưa tận dụng hết tiềm năng, lợi thế của đội ngũ cán bộ công nhân viên toàn hệ thống tham gia quảng cáo giới thiệu dịch vụ ngân hàng đến với khách hàng.

- Nguồn nhân lực còn thiếu, hạn chế về năng lực tư vấn, kỹ năng bán hàng, giao tiếp. Do cán bộ đông, địa bàn hoạt động rộng nên việc đào tạo, tập huấn dịch vụ liên kết bảo hiểm chưa thực hiện được đến tất cả cán bộ, ảnh hưởng đến việc triển khai dịch vụ.

- Cơ chế thi đua khen thưởng phần nào còn mang tính hình thức, chưa tạo ra động lực để khuyến khích các chi nhánh, phòng giao dịch và cá nhân phát triển dịch vụ.

- Hệ thống mạng lưới lớn, với nhiều kênh phân phối hiện đại, tuy nhiên tiếp cận và triển khai cung cấp dịch vụ đến khách hàng khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa còn khó khăn, do chưa có hệ thống phân phối phù hợp để tiếp cận đến từng khách hàng.

- Công tác kiểm tra kiểm soát nội bộ chưa được chú trọng đúng mức.

- Việc phối hợp nội bộ, cách thức giải quyết từ chối bồi thường... chưa được nhịp nhàng, ảnh hưởng đến khách hàng.

5. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ BANCASSURANCE TẠI AGRIBANK

Một là, *giải pháp về quản trị điều hành:* xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ Bancassurance gắn với chiến lược phát triển dịch vụ nói chung cho toàn hệ thống Agribank; hoàn thiện các văn bản chỉ đạo điều hành, văn bản hướng dẫn và xây dựng cơ chế chính sách về loại hình dịch vụ này. Bên cạnh đó cần nghiên cứu thị trường, chính sách quản lý khách hàng nhằm phục vụ công tác quản lý, triển khai hoạt động dịch vụ Bancassurance, thực hiện cơ chế khoán đến các đơn vị trực thuộc, người lao động ở tất cả các chi nhánh, phòng giao dịch, coi đây là một trong những chỉ tiêu bắt buộc để bình xét thi đua; gắn chỉ tiêu kế hoạch với việc chi trả lương, thưởng và các danh hiệu thi đua khác đến từng cá nhân; cơ chế giao kế hoạch phải thực sự khoa học, không nên chỉ mang tính hình thức; khi xây dựng kế hoạch cần tính toán kỹ đến các điều kiện về nhân, vật và tài lực, cũng như môi trường hoạt động của mỗi chi nhánh, chi nhánh nào có tiềm năng, lợi thế hơn thì giao chỉ tiêu cao và ngược lại.

Hai là, *phối hợp với các công ty bảo hiểm nhằm đa dạng hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ:* việc thiết kế dịch vụ bảo hiểm cần phải đơn giản dễ hiểu đối với nhân viên ngân hàng và quan trọng hơn là với chính các khách hàng tham gia. Do đó, nên triển khai các dịch vụ bảo hiểm đơn giản gắn với đặc thù của ngân hàng, ví dụ như: các dịch vụ bổ trợ cho các dịch vụ của ngân hàng như: bảo hiểm tử kỳ dư nợ tín dụng; bảo hiểm cho các khoản vay; bảo hiểm cho các khoản tiết kiệm; bảo hiểm sức khoẻ và tai nạn con người; phát triển các dịch vụ bảo hiểm mà ngân hàng không có như: bảo hiểm trọn đời, bảo hiểm hỗn hợp, bảo hiểm trả tiền định kỳ… Bên đa dạng hóa dịch vụ bảo hiểm cần phải thường xuyên nâng cao chất lượng dịch vụ, các giao dịch thu, chi phí bảo hiểm, chi trả tiền bồi thường phải được thực hiện nhanh chóng, chính xác, kịp thời và công khai thông tin cho khách hàng biết, bảo hiểm kịp thời các rủi ro phát sinh; nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng; có chính sách ưu đãi nhằm hỗ trợ tốt nhất cho khách hàng khi sử dụng gói dịch vụ tại Agribank.

Ba là, *tiếp tục hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin:* tiếp tục hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin, đảm bảo liên thông dữ liệu về cơ sở khách hàng, về cơ chế thu chi hộ, thanh toán định kỳ… đặc biệt là phần mềm quản lý tập trung để ngân hàng và công ty bảo hiểm có thể giám sát được kết quả hợp tác một cách thường xuyên. Để thực hiện được điều đó, Agribank cần tiếp tục đầu tư hệ thống công nghệ thông tin như: đánh giá lại toàn diện hệ thống máy tính và phần mềm để nâng cấp đồng bộ phục vụ khai thác dịch vụ ngân hàng nói chung, dịch vụ Bancassurance nói riêng; thường xuyên theo dõi, giám sát và xử lý kịp thời các sự cố phát sinh, đảm bảo hệ thống công nghệ thông tin vận hành ổn định, xây dựng cơ chế bảo mật đảm bảo an toàn, hiệu quả.

Bốn là, *xây dựng chính sách khách hàng:* để xây dựng, duy trì và phát triển khách hàng, Agribank phối hợp với các công ty bảo hiểm thực hiện một số vấn đề sau:

- Tìm hiểu, nghiên cứu rõ thị trường để hiểu rõ nhu cầu của khách hàng nhằm xây dựng mối quan hệ dài lâu giữa khách hàng, ngân hàng và công ty bảo hiểm.

- Xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng làm cơ sở để hiểu rõ khách hàng quá khứ, hiện tại và tương lai, từ đó có thể đưa ra nhiều giải pháp cụ thể, phù hợp với khách hàng để mang lại giá trị cao hơn cho khách hàng.

- Phối hợp với các công ty bảo hiểm tổ chức bán hàng một cách chuyên nghiệp; xây dựng mối quan hệ hiểu biết, thân thiện, gần gũi về tinh thần với khách hàng.

- Trên cơ sở doanh số bảo hiểm, hoa hồng, thời gian gắn bó của khách hàng với ngân hàng... Agribank xây dựng các tiêu chí cụ thể để phân loại khách hàng theo từng loại cụ thể để có cơ sở chăm sóc. Trên cơ sở phân loại khách hàng, Agribank nên xây dựng toàn diện các chính sách nhằm ưu đãi khách hàng các mặt như: chính sách về dịch vụ, giá cả, phân phối, xúc tiến bán hàng và chính sách về chăm sóc khách hàng. Vào những ngày thành lập, lễ, tết, sinh nhật của khách hàng nên có món quà ý nghĩa để dành tặng khách hàng, có như vậy sẽ gắn kết dài lâu giữa ngân hàng và khách hàng. Bên cạnh đó, các chi nhánh xây dựng đường dây nóng để giải quyết, xử lý kịp thời các khiếu nại, thắc mắc, góp ý của khách hàng.

Năm là, *đẩy mạnh hoạt động makerting*: Agribank cần đẩy mạnh hoạt động marketing về dịch vụ Bancassurance để khách hàng biết về dịch vụ này nhiều hơn. Nếu thực hiện tốt marketing sẽ quyết định hiệu quả trong triển khai Bancassurance bao gồm từ việc quảng bá về hợp tác giữa ngân hàng và công ty bảo hiểm, ra mắt và triển khai dịch vụ, tăng cường kết hợp khuyến mãi và định vị chiến lược dịch vụ phù hợp nhu cầu khách hàng, đề ra các chương trình quảng bá, khuyến mại cho khách hàng và chương trình thi đua bán hàng trong nội bộ Agribank. Cần đa dạng kênh quảng cáo giới thiệu dịch vụ Bancassurance như báo in, báo hình, báo nói, đặc biệt Agribank là ngân hàng có mạng lưới rộng, nhân viên đông cần tận dụng lợi thế này để quảng cáo qua các điểm bán hàng, chi nhánh, phòng giao dịch của ngân hàng và đội ngũ nhân viên của ngân hàng, nên có thông tin và hình ảnh tạo sự nhận biết thương hiệu của cả hai bên và thông tin về việc phân phối bảo hiểm tại ngân hàng.

Sáu là*, tăng cường đào tạo kỹ năng và hỗ trợ bán hàng:* phối hợp với công ty bảo hiểm tổ chức các khóa đào tạo về Bancassurance cho cán bộ của Agribank trong cả nước nhằm chuẩn bị tốt nhất cho việc hợp tác phân phối dịch vụ. Các khóa học sẽ cung cấp cho học viên những kiến thức tổng quan và cơ bản nhất về bảo hiểm và các dịch vụ sẽ triển khai qua kênh Bancassurance. Đặc biệt, cần chú trọng đào tạo phần kỹ năng bán hàng dành cho các nhân viên ngân hàng như: kỹ năng tư vấn, giới thiệu và thuyết phục khách hàng… đào tạo, đào tạo lại kỹ năng bán hàng và hỗ trợ bán hàng cho nhân viên Agribank là một trong những yếu tố then chốt giúp Bancassurance thành công.

Bảy là, *mở rộng mạng lưới giao dịch:* là một ngân hàng có mạng lưới lớn nhất ở Việt Nam, tuy nhiên để dịch vụ liên kết bảo hiểm đến gần với dân hơn, Agribank cần tiếp tục mở rộng mạng lưới giao dịch đến những địa bàn tiềm năng phát triển như khu công nghiệp, thương mại dịch vụ, khu dân cư; chú trọng bán hàng qua hệ thống ngân hàng di động từ đó sẽ tạo điều kiện thuận lợi đối với khách hàng tiếp cận dịch vụ.

***Tám là**, tăng cường kiểm tra kiểm soát nội bộ:* nhằm giảm thiểu rủi ro, giữ vững uy tín, vị thế của Agribank trong hoạt động ngân hàng nói chung, dịch vụ liên kết Ngân hàng - Bảo hiểm nói riêng, Agribank cần tăng cường kiểm tra kiểm soát tất cả các khâu, qui trình nghiệp vụ của loại hình dịch vụ này. Qua kiểm tra, nếu phát hiện sai sót cần nghiêm túc sửa chữa, rút kinh nghiệm sau mỗi đợt kiểm tra; xử lý nghiêm các cá nhân, đơn vị có liên quan cố ý làm trái qui định của pháp luật, của ngành làm ảnh hưởng uy tín của Agribank đối với khách hàng, cũng như đối tác của Agribank.

Chín là** xây dựng qui trình bảo hiểm đơn giản, dễ hiểu và dễ áp dụng**: công ty bảo hiểm và ngân hàng cần xây dựng qui trình đơn giản, dễ hiểu, dễ áp dụng cho ngân hàng, công ty bảo hiểm và khách hàng để hệ thống vận hành hoạt động trơn chu, đảm bảo luân chuyển dữ liệu chứng từ tuân thủ yêu cầu của quy trình nghiệp vụ, triển khai nhanh chóng và đồng bộ các giải pháp mà hai bên mong muốn, thanh toán và quyết toán tài chính nhanh và chính xác.

***Mười là,** chú trọng hợp tác tay ba cung cấp dịch vụ:* lợi thế là ngân hàng có lượng khách hàng lớn với hàng triệu khách hàng hộ gia đình cá nhân, hàng trăm nghìn doanh nghiệp. Do đó, Agribank cần tận dụng lợi thế này để cung cấp dịch vụ cho khách hàng, đặc biệt là những dịch vụ bảo hiểm gắn liền với các khoản vay như: bảo an tín dụng, bảo hiểm tài sản thế chấp, bảo hiểm cháy nổ… Theo đó, ngay khi làm thủ tục vay vốn, thanh toán,… cán bộ Agribank cần giới thiệu dịch vụ bảo hiểm cho khách hàng biết để lựa chọn, khi giới thiệu cần nêu bật được lợi ích, tiện ích của dịch vụ bảo hiểm gắn liền với dịch vụ ngân hàng, từ đó sẽ thu hút được khách hàng nhiều hơn.

Tóm lại: tại Việt Nam, lĩnh vực bảo hiểm đang có bước phát triển mạnh mẽ, đây là cơ hội lớn đối với các ngân hàng thương mại mở rộng liên kết nhằm đa dạng hóa dịch vụ, phát triển khách hàng, gia tăng lợi nhuận và phân tán rủi ro cho ngân hàng. Là một ngân hàng lớn, có nhiều lợi thế để phát triển dịch vụ liên kết Bảo hiểm - Ngân hàng; vì vậy Agribank cần tận dụng những lợi thế sẵn có của mình để liên kết phát triển loại hình dịch vụ này. Bài viết này, tác giả đã trình bày khái quát thực trạng dịch vụ Bancassurance tại Agribank, trên cơ sở nguyên nhân hạn chế, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ Bancassurane tại Agribank trong thời gian tới. Hy vọng rằng những giải pháp đã được đề xuất nếu được áp dụng đồng bộ thì trong thời gian không xa Agribank sẽ trở thành một trong những ngân hàng cung cấp dịch vụ Bancassurance hàng đầu tại Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Lê Thị Ngọc Dung (2013). Phát triển sản phẩm dịch ngân hàng tại NHTMCP Công thương Việt Nam Chi nhánh Tiền Giang. Luận văn Thạc sỹ kinh tế.

[2]. Nguyễn Thanh Hoa (2014). Bancassurance - 10 yếu tố quyết định thành công. Tạp chí Tài Chính.

[3]. Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam. Báo cáo chuyên đề sản phẩm dịch vụ (2013-2015).

[4]. Trần Huy Hoàng(2008). Vận dụng mô hình Bancassurance vào thị trường bảo hiểm Việt Nam. Tạp chí Phát triển Kinh tế

[5]. http://www.agribank.com.vn

[6]. http://www.mof.gov.vn/webcenter/portal/cqlgsbh/r/m/ncvdt/kqcdtnc/kqcdtnc_chitiet