

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**



**PHẠM THIỆN HỒNG VŨ**

**HIỆU QUẢ KINH DOANH TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN**  
**BẢO HIỂM PETROLIMEX – THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP**

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh**

**Mã số : 60.34.05**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:**

**TS. NGÔ QUANG HUÂN**

**Thành Phố Hồ Chí Minh – Năm 2007**

# MỤC LỤC

<b>Trang phụ bìa</b>	<b>Trang</b>
<b>Lời cam đoan</b>	
<b>Mục lục</b>	
<b>Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt</b>	
<b>Danh mục các bảng, biểu</b>	
<b>Danh mục các hình vẽ, đồ thị</b>	
<b>Mở đầu</b> .....	<b>1</b>

## **CHƯƠNG I**

### **LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ KINH**

#### **DOANH & PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH**

1.1. Lý luận chung về hiệu quả kinh doanh & phân tích hiệu quả kinh doanh.....	4
1.1.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh .....	4
1.1.2. Ý nghĩa nâng cao hiệu quả kinh doanh .....	4
1.1.3. Khái niệm về phân tích hiệu quả kinh doanh.....	4
1.1.4. Ý nghĩa phân tích hiệu quả kinh doanh .....	5
1.1.5. Nội dung của phân tích hoạt động kinh doanh .....	7
1.1.6. Nhiệm vụ của phân tích hoạt động kinh doanh.....	9
1.2. Khái quát về bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh bảo hiểm .....	10
1.2.1. Khái niệm về bảo hiểm .....	10
1.2.2. Vai trò, chức năng của bảo hiểm.....	11
1.2.3. Đặc điểm của sản phẩm bảo hiểm .....	13
1.2.4. Các loại hình bảo hiểm.....	16
1.2.5. Các nguyên tắc cơ bản trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm .....	16
1.2.6. Đặc điểm của kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ .....	18

1.3. Một số công cụ đánh giá hiệu quả kinh doanh bảo hiểm .....	19
1.3.1 Chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán .....	19
1.3.2 Chỉ tiêu về sử dụng vốn .....	20
1.3.3. Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động .....	20
1.3.4. Chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi.....	21
1.3.5. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán.....	22
1.3.6. Mô hình phân tích và đánh giá hiệu quả kinh tế xã hội.....	22
1.3.7. Rủi ro và lợi nhuận của nhóm nghiệp vụ bảo hiểm.....	22
1.4. Các yếu tố cơ bản tác động đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm .....	24
1.4.1. Các yếu tố thuộc môi trường bên trong.....	24
1.4.2. Các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài .....	24

## **CHƯƠNG II**

### **THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM PETROLIMEX TRONG THỜI GIAN QUA**

2.1 Giới thiệu tổng quát về công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex .....	26
2.1.1 Quá trình thành lập và phát triển của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex .....	26
2.1.2 Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex trong những năm gần đây (2000 - 2005).....	32
2.2. Phân tích, đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty PJICO giai đoạn 2000 – 2005.....	48
2.2.1. Phân tích chỉ tiêu khả năng thanh toán nhanh.....	48
2.2.2. Phân tích chỉ tiêu về sử dụng vốn.....	50
2.2.3. Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả hoạt động .....	51
2.2.4. Phân tích chỉ tiêu về khả năng sinh lợi.....	52
2.2.5. Phân tích khả năng thanh toán.....	53
2.2.6. Mô hình phân tích và đánh giá hiệu quả kinh tế xã hội.....	53

2.2.7. Rủi ro và lợi nhuận của tập danh mục nghiệp vụ.....	54
2.3. Các yếu tố cơ bản tác động đến hiệu quả kinh doanh của PJICO giai đoạn 2000 – 2005.....	59
2.3.1. Các yếu tố thuộc môi trường bên trong.....	59
2.3.2. Các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài.....	61

### **CHƯƠNG III**

#### **MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY PJICO TRONG ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN ĐẾN NĂM 2015**

3.1. Mục tiêu và sứ mạng của Công ty PJICO đến năm 2015 .....	68
3.1.1. Sứ mạng của Công ty PJICO .....	68
3.1.2. Mục tiêu của Công ty PJICO .....	68
3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty PJICO trong định hướng phát triển đến năm 2015.....	69
3.2.1. Nhóm giải pháp về tăng trưởng & phát triển .....	69
3.2.2. Nhóm giải pháp nội bộ .....	74
3.3. Kiến nghị .....	85
3.3.1. Về phía Nhà nước .....	85
3.3.2. Về phía ngành.....	85
KẾT LUẬN .....	86

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

## **DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT**

PJICO	Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex
TTCK	Thị trường chứng khoán
UBCK	Ủy ban chứng khoán
WTO	Tổ chức thương mại thế giới

## DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

<b>STT</b>	<b>BẢNG, BIỂU</b>	<b>Trang</b>
1	Biểu 2.1.2.3a: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm con người của PJICO từ năm 2000 đến 2005	40
2	Biểu 2.1.2.3b: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm tài sản, kỹ thuật của PJICO từ năm 2000 đến 2005	41
3	Biểu 2.1.2.3c: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm tàu thuyền của PJICO Từ năm 2000 đến 2005	41
4	Biểu 2.1.2.3d: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm hàng hoá của PJICO Từ năm 2000 đến 2005	42
5	Biểu 2.1.2.3e: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm xây dựng, lắp đặt của PJICO từ năm 2000 đến 2005	43
6	Biểu 2.1.2.3f: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm xe ô-tô của PJICO Từ năm 2000 đến 2005	44
7	Biểu 2.1.2.3k: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm xe mô-tô của PJICO Từ năm 2000 đến 2005	44
8	Biểu 2.1.2.3k: Kết quả hoạt động đầu tư của PJICO từ năm 2000 đến 2005	46
9	Bảng 2.4.1. Ma trận hình ảnh cạnh tranh	64

## DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

<b>STT</b>	<b>HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ</b>	<b>Trang</b>
1	Hình 2.1.1.2a: Sơ đồ tổ chức của PJICO	31
2	Hình 2.1.1.2b: Mạng lưới hoạt động của PJICO trên toàn quốc	32
3	Đồ thị 2.1.2.1: Doanh thu phí bảo hiểm gốc toàn thị trường năm 2000 đến 2005	33
4	Đồ thị 2.1.2.2a: Doanh thu phí bảo hiểm gốc PJICO năm 2000 đến 2005	34
5	Đồ thị 2.1.2.2b: Thị phần của PJICO năm 2000 đến 2005	35
6	Đồ thị 2.1.2.2c: Tốc độ tăng trưởng của PJICO so với tốc độ	36
7	Đồ thị 2.1.2.2d: Tổng tài sản của PJICO năm 2000 – 2005	37
8	Đồ thị 2.1.2.2e: Lợi nhuận kinh doanh trước thuế của PJICO năm 2000 – 2005	38
9	Đồ thị 2.1.2.2f: Nộp ngân sách của PJICO năm 2000 – 2005	39
10	Hình 2.2.7 a. Đồ thị biểu diễn chỉ tiêu Kp từ năm 2000 đến 2005	55
11	Hình 2.2.7 b. Đồ thị biểu diễn tỷ lệ bồi thường chung của PJICO từ năm 2000 đến 2005	55

## MỞ ĐẦU

### 1. Sự cần thiết của đề tài:

Hoạt động bảo hiểm có từ rất lâu và nhanh chóng phát triển trở thành một lĩnh vực có đóng góp rất quan trọng trong phát triển kinh tế, xã hội. Hoạt động của bảo hiểm là hỗ trợ về mặt tài chính thông qua công tác bồi thường cho các đơn vị và cá nhân tham gia bảo hiểm khi có những tổn thất, hoặc thiệt hại hay thương tật bản thân phát sinh từ những rủi ro được bảo hiểm. Ngoài ra bảo hiểm còn đóng góp vai trò đặc biệt quan trọng trong sự phát triển của thị trường tài chính thông qua hoạt động đầu tư vốn và các quỹ nhân rồi được hình thành từ phí bảo hiểm.

Trước nhu cầu phát triển của nền kinh tế thị trường, Chính Phủ Việt Nam đã ban hành Nghị Định 100/NĐ-CP ngày 18/12/1993 nhằm mở rộng nhiều loại hình kinh doanh bảo hiểm với nhiều tổ chức trong và ngoài quốc doanh để nâng cao chất lượng hoạt động của ngành bảo hiểm. Từ định chế này có nhiều công ty bảo hiểm thuộc nhiều thành phần kinh tế khác nhau đã được thành lập như: Bảo Minh, PJICO, Vinare PVIC v.v... Chính Phủ cũng mở cửa cho các công ty bảo hiểm nước ngoài mở chi nhánh, văn phòng đại diện để đầu tư kinh doanh bảo hiểm tại Việt Nam. Sự xuất hiện của nhiều công ty bảo hiểm trong và ngoài nước tạo nên sự cạnh tranh mạnh mẽ trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm, cùng với sự tăng trưởng cao và ổn định của nền kinh tế Việt Nam trong những năm qua, mức sống của người dân ngày càng được nâng cao, đó chính là những nguyên nhân thúc đẩy ngành bảo hiểm Việt Nam có những bước phát triển vượt bậc trong 10 năm qua.

Việt Nam đang thực hiện lộ trình hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới, kinh tế tăng trưởng sẽ tạo nhiều cơ hội để thị trường bảo hiểm phát triển, đồng thời, việc hội nhập kinh tế quốc tế cũng đặt ra những thách thức rất lớn cho ngành bảo hiểm. Một trong những thách thức rất lớn đó là *nâng cao hiệu quả kinh doanh bền vững*. Các doanh nghiệp bảo hiểm cần định hướng chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm toàn diện, an toàn và hiệu quả.



Trong định hướng phát triển bền vững, Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex (Công ty PJICO) trong năm 2005 đã hoạch định chiến lược phát triển là: Ổn định - An toàn – Hiệu quả. Đây là chiến lược hướng đến tính bền vững trong hoạt động kinh doanh của công ty sau thời gian phát triển rất nóng, giai đoạn 2003 – 2005 PJICO được đánh giá là công ty bảo hiểm phát triển nhanh nhất thị trường với tốc độ tăng trưởng doanh số bình quân đạt 60%/năm.

Là một cán bộ của công ty với tâm huyết được phục vụ lâu dài cho công ty và mong muốn đóng góp cho sự thành công chung của công ty, nhất là sau giai đoạn phát triển nóng, cần đề ra chiến lược hướng tới phát triển bền vững. Vì vậy tôi chọn nghiên cứu đề tài: *“Hiệu quả kinh doanh tại Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex – thực trạng và giải pháp”*.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu:**

Trên cơ sở lý thuyết chung về hiệu quả kinh doanh, lý thuyết về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm, lý thuyết về phân tích hiệu quả kinh doanh, ... được sử dụng phân tích, đánh giá thực trạng kinh doanh tại công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex trong những năm qua; Phân tích sâu những yếu tố tác động chủ yếu đến hiệu quả kinh doanh, từ đó đề ra các giải pháp khả thi để nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty một cách an toàn và bền vững.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:**

Việc nghiên cứu đề tài thực hiện trên cơ sở phân tích, đánh giá kết quả hoạt động, từ đó đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh định hướng an toàn và bền vững tại Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex.

Phạm vi nghiên cứu là kết quả hoạt động kinh doanh từ năm 2000 đến 2005 của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex.

## **4. Phương pháp nghiên cứu:**

Luận văn sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu:

- Nghiên cứu tài liệu.

- Khảo sát thực tế tại công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex.
- Thống kê, tổng hợp, so sánh và phân tích kinh tế.

### **5. Kết cấu của luận văn:**

Kết cấu của luận văn ngoài phần mở đầu và phần kết luận, luận văn được trình bày trong 3 chương:

*Chương I: Lý luận chung về hiệu quả kinh doanh & phân tích hiệu quả kinh doanh.*

Trong chương này hệ thống hoá những lý thuyết chung về hiệu quả kinh doanh và phân tích hiệu quả kinh doanh; khái quát về hiệu quả kinh doanh bảo hiểm và trình bày một số công cụ đánh giá hiệu quả trong kinh doanh bảo hiểm.

*Chương II: Đánh giá thực trạng hoạt động của Công ty Pjico thời gian qua.*

Trong chương này trình bày tổng quát thị trường bảo hiểm Việt Nam hiện nay; Khái quát quá trình hình thành và phát triển của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex; Phân tích, đánh giá kết quả hoạt động của Công ty PJICO từ năm 2000 đến 2005 trên một số mặt: bên trong công ty như tài chính, nhân lực, quản lý ... và bên ngoài công ty như thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh ... để có được cái nhìn tổng quát về thực trạng của công ty. Từ đó rút ra những kết luận những điểm mạnh cần phát huy, những tồn tại, hạn chế làm giảm hiệu quả kinh doanh của công ty để đưa ra giải pháp khắc phục.

*Chương III: Một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh tại Công ty Pjico định hướng phát triển đến năm 2015.*

Từ những tồn tại, hạn chế đã phân tích tại chương II, chương này sẽ đề xuất những nhóm giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh định hướng an toàn và bền vững của công ty PJICO trong thời gian tới. Mục tiêu phát triển Công ty PJICO trở thành một tổng công ty bảo hiểm hàng đầu của Việt Nam thời gian tới.

## CHƯƠNG I

### **LÝ LUẬN CHUNG VỀ HIỆU QUẢ KINH DOANH & PHÂN TÍCH HIỆU QUẢ KINH DOANH**

#### **1.1. Lý luận chung về hiệu quả kinh doanh & phân tích hiệu quả kinh doanh:**

##### ***1.1.1. Khái niệm về hiệu quả kinh doanh:***

Hiệu quả theo ý nghĩa chung nhất được hiểu là các lợi ích kinh tế, xã hội đạt được từ quá trình hoạt động kinh doanh mang lại. Hiệu quả kinh doanh bao gồm hai mặt là hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội, trong đó hiệu quả kinh tế có ý nghĩa quyết định.

- Hiệu quả kinh tế: Là một phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các nguồn lực mà doanh nghiệp có được để đạt kết quả cao nhất với chi phí thấp nhất.

- Hiệu quả xã hội: Phản ánh những lợi ích về mặt xã hội đạt được từ quá trình hoạt động kinh doanh.

##### ***1.1.2. Ý nghĩa nâng cao hiệu quả kinh doanh:***

- Là điều kiện cơ bản để doanh nghiệp có thể tái đầu tư mở rộng quy mô, trình độ công nghệ, cơ sở vật chất, nguồn nhân lực.

- Nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người lao động.

- Nâng cao vị trí xã hội và uy tín của doanh nghiệp trên thị trường.

##### ***1.1.3. Khái niệm về phân tích hiệu quả kinh doanh:***

Phân tích hoạt động kinh doanh mang nhiều tính chất khác nhau và phụ thuộc vào đối tượng cũng như giải pháp quản lý mà mỗi công ty áp dụng. Phân tích hoạt động kinh doanh là quá trình nghiên cứu, để đánh giá toàn bộ quá trình và kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nhằm làm rõ chất lượng hoạt động kinh doanh và các nguồn tiềm năng cần được khai thác, trên cơ sở đó

đề ra các phương án và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh ở doanh nghiệp.

Phân tích là một hoạt động thực tiễn, vì phân tích hoạt động kinh doanh luôn đi trước quyết định và là cơ sở cho việc ra các quyết định kinh doanh. Phân tích hoạt động kinh doanh như là một ngành khoa học, nó nghiên cứu các phương pháp phân tích có hệ thống và tìm ra những giải pháp áp dụng chúng ở mỗi doanh nghiệp.

Như vậy phân tích hoạt động kinh doanh là quá trình nhận thức và cải tạo hoạt động kinh doanh một cách tự giác và có ý thức, phù hợp với điều kiện cụ thể và với yêu cầu của các quy luật kinh tế khách quan, nhằm đem lại hiệu quả kinh doanh cao hơn cho doanh nghiệp.

#### ***1.1.4. Ý nghĩa phân tích hiệu quả kinh doanh:***

- Phân tích hoạt động kinh doanh là công cụ để phát hiện những khả năng tiềm tàng trong hoạt động kinh doanh, hơn nữa còn là công cụ cải tiến cơ chế quản lý trong kinh doanh.

Bất kỳ hoạt động kinh doanh trong các điều kiện hoạt động khác nhau như thế nào đi nữa, cũng còn những tiềm ẩn, khả năng tiềm tàng chưa được phát hiện, chỉ thông qua phân tích hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp mới có thể phát hiện được, và khai thác chúng để mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn. Thông qua phân tích hoạt động kinh doanh mới thấy rõ nguyên nhân cùng nguồn gốc của các vấn đề còn tồn tại và có giải pháp cụ thể để cải tiến quản lý.

- Phân tích hoạt động kinh doanh cho phép các nhà quản lý doanh nghiệp nhìn nhận đúng đắn về khả năng, thế mạnh cũng như những hạn chế trong doanh nghiệp mình. Chính trên cơ sở này doanh nghiệp sẽ xác định đúng đắn mục tiêu cùng các chiến lược kinh doanh có hiệu quả.

- Phân tích hoạt động kinh doanh là cơ sở quan trọng để ra các quyết định kinh doanh.

- Phân tích hoạt động kinh doanh là công cụ quan trọng trong những chức năng quản trị có hiệu quả ở doanh nghiệp.

Phân tích là quá trình nhận thức hiệu quả hoạt động kinh doanh, là cơ sở cho việc ra các quyết định đúng đắn trong chức năng quản lý, nhất là các chức năng kiểm tra, đánh giá và điều hành hoạt động kinh doanh để đạt các mục tiêu kinh doanh.

- Phân tích hoạt động kinh doanh thường xuyên là biện pháp quan trọng để phòng ngừa rủi ro.

Để kinh doanh đạt hiệu quả mong muốn, hạn chế rủi ro xảy ra, doanh nghiệp cần tiến hành thường xuyên phân tích hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình, đồng thời dự đoán các điều kiện kinh doanh trong thời gian tới để vạch ra chiến lược kinh doanh cho phù hợp. Ngoài việc phân tích các điều kiện bên trong doanh nghiệp về tài chính, lao động, vật tư ... doanh nghiệp còn phải quan tâm phân tích các điều kiện tác động ở bên ngoài như thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh ... trên cơ sở phân tích trên, doanh nghiệp dự đoán các rủi ro có thể xảy ra và có kế hoạch phòng ngừa trước khi xảy ra.

- Tài liệu phân tích hoạt động kinh doanh không chỉ cần thiết cho các nhà quản trị ở bên trong doanh nghiệp mà còn cần thiết cho các đối tượng bên ngoài khác, khi họ có mối quan hệ về nguồn lợi với doanh nghiệp, vì thông qua phân tích họ mới có thể có quyết định đúng đắn trong việc hợp tác đầu tư, cho vay ... với doanh nghiệp, đặc biệt những doanh nghiệp đang hoặc sẽ niêm yết trên thị trường chứng khoán.

### ***1.1.5. Nội dung của phân tích hoạt động kinh doanh:***

Phân tích hoạt động kinh doanh là công cụ cung cấp thông tin để điều hành hoạt động kinh doanh cho các nhà quản trị doanh nghiệp (và đồng thời cung cấp thông tin cho các đối tượng sử dụng bên ngoài khác nữa). Những thông tin này thường không có sẵn trong các báo cáo kế toán tài chính hoặc trong bất cứ tài liệu nào ở doanh nghiệp. Để có những thông tin này người ta phải thông qua quá trình phân tích.

Nội dung của phân tích hoạt động kinh doanh là đánh giá quá trình hướng đến kết quả hoạt động kinh doanh, với sự tác động của các yếu tố ảnh hưởng và được biểu hiện thông qua các chỉ tiêu kinh tế.

Phân tích là đánh giá quá trình hướng đến kết quả hoạt động kinh doanh, kết quả hoạt động kinh doanh có thể là kết quả kinh doanh đã đạt được hoặc kết quả của các mục tiêu trong tương lai cần phải đạt được, và như vậy kết quả hoạt động kinh doanh thuộc đối tượng phân tích. Kết quả hoạt động kinh doanh phải là kết quả riêng biệt trong từng thời gian nhất định, không thể là kết quả chung chung. Các kết quả hoạt động kinh doanh, nhất là hoạt động theo cơ chế thị trường cần phải định hướng theo mục tiêu dự toán. Quá trình định hướng hoạt động kinh doanh được định lượng cụ thể thành các chỉ tiêu kinh tế và phân tích cần hướng đến các kết quả của các chỉ tiêu để đánh giá.

Ví dụ: nghiên cứu chỉ tiêu doanh thu tiêu thụ sản phẩm của toàn bộ doanh nghiệp hay của một bộ phận doanh nghiệp, tiêu thụ năm qua hay kế hoạch dự toán năm tới, tiêu thụ của một loại sản phẩm hay bao gồm nhiều loại sản phẩm. Hoặc nói đến lợi tức, là lợi tức trước khi trừ thuế hay sau khi trừ thuế, lợi tức của tất cả các mặt hoạt động hay chỉ là hoạt động kinh doanh chính của doanh nghiệp.

Phân tích hoạt động kinh doanh không chỉ dừng lại ở đánh giá biến động của kết quả kinh doanh thông qua các chỉ tiêu kinh tế, mà còn đi sâu xem xét các nhân tố ảnh hưởng tác động đến sự biến động của các chỉ tiêu.

Nhân tố là những yếu tố tác động đến chỉ tiêu, tùy theo mức độ biểu hiện và mối quan hệ với các chỉ tiêu, mà nhân tố tác động theo chiều hướng thuận hoặc nghịch đến chỉ tiêu phân tích.

Ví dụ:           Giá trị sản lượng = Tổng số giờ x giá trị sản lượng/giờ

Chỉ tiêu giá trị tổng sản lượng có 2 nhân tố tác động là tổng số giờ và giá trị sản lượng 1giờ, cả hai nhân tố cùng tác động thuận chiều với chỉ tiêu, có nghĩa là các nhân tố tăng sẽ làm chỉ tiêu tăng và ngược lại.

Ví dụ khác:

$$\text{Số lượng sản phẩm sản xuất} = \frac{\text{Tổng chi phí vật liệu sản xuất}}{\text{Mức tiêu hao vật liệu/1 sản phẩm}}$$

Nhân tố mức tiêu hao vật liệu tác động nghịch chiều với chỉ tiêu số lượng sản phẩm, vì mức tiêu hao tăng làm cho số lượng sản phẩm giảm và ngược lại.

Như vậy phân tích các nhân tố phụ thuộc vào mối quan hệ cụ thể của nhân tố với chỉ tiêu phân tích. Chỉ tiêu và các nhân tố có thể chuyển hóa cho nhau tùy theo mục tiêu của phân tích.

Quá trình phân tích hoạt động kinh doanh cần định lượng tất cả các chỉ tiêu là biểu hiện kết quả hoạt động kinh doanh (đối tượng của phân tích) và các nhân tố ở những trị số xác định cùng với độ biến động xác định.

Vậy muốn phân tích hoạt động kinh doanh trước hết phải xây dựng hệ thống các chỉ tiêu kinh tế, cùng với việc xác định mối quan hệ phụ thuộc của các nhân tố tác động đến chỉ tiêu. Xây dựng mối liên hệ giữa các chỉ tiêu khác nhau để phản ánh được tính phức tạp đa dạng của nội dung phân tích.

### ***1.1.6. Nhiệm vụ của phân tích hoạt động kinh doanh:***

Để trở thành một công cụ quan trọng của quá trình nhận thức, hoạt động kinh doanh ở doanh nghiệp và là cơ sở cho việc ra các quyết định kinh doanh đúng đắn, phân tích hoạt động kinh doanh có những nhiệm vụ sau:

*1.1.6.1. Kiểm tra và đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh thông qua các chỉ tiêu kinh tế đã xây dựng.*

Nhiệm vụ trước tiên của phân tích là đánh giá và kiểm tra khái quát giữa kết quả đạt được so với các mục tiêu kế hoạch, dự toán, định mức ... đã đặt ra để khẳng định tính đúng đắn và khoa học của chỉ tiêu xây dựng, trên một số mặt chủ yếu của quá trình hoạt động kinh doanh.

Ngoài quá trình đánh giá trên, phân tích cần xem xét đánh giá tình hình chấp hành các qui định, các thể lệ thanh toán trên cơ sở tôn trọng pháp luật của nhà nước ban hành và luật trong kinh doanh quốc tế.

Thông qua quá trình kiểm tra, đánh giá, người ta có cơ sở định hướng để nghiên cứu sâu hơn ở các bước sau, nhằm làm rõ các vấn đề mà doanh nghiệp cần quan tâm.

*1.1.6.2. Xác định các nhân tố ảnh hưởng của các chỉ tiêu và tìm nguyên nhân gây nên các mức độ ảnh hưởng đó.*

Sự biến động của chỉ tiêu là do ảnh hưởng trực tiếp của các nhân tố gây nên, do đó ta phải xác định trị số của các nhân tố và tìm nguyên nhân gây nên biến động của trị số nhân tố đó.

Ví dụ: khi nghiên cứu tình hình thực hiện định mức giá thành sản phẩm, ta phải xác định trị số gây nên biến động giá thành. Căn cứ vào các khoản mục chi phí, xác định số của khoản mục nào chủ yếu: nguyên liệu, lao động hay chi phí sản xuất chung? Nếu là chi phí nguyên liệu trực tiếp, thì do lượng nguyên liệu



hay do giá của nguyên liệu. Nếu là lượng nguyên liệu tăng lên thì là do khâu quản lý, do thiết bị cũ hay do tình hình định mức chưa hợp lý...?

*1.1.6.3. Đề xuất các giải pháp nhằm khai thác tiềm năng và khắc phục những tồn tại yếu kém của quá trình hoạt động kinh doanh.*

Phân tích hoạt động kinh doanh không chỉ đánh giá kết quả chung chung, mà cũng không chỉ dừng lại ở chỗ xác định nhân tố và tìm nguyên nhân, mà phải từ cơ sở nhận thức đó phát hiện các tiềm năng cần phải khai thác, và những chỗ còn tồn tại yếu kém, nhằm đề xuất giải pháp phát huy thế mạnh và khắc phục những tồn tại yếu kém của doanh nghiệp.

*1.1.6.4. Xây dựng phương án kinh doanh căn cứ vào mục tiêu đã định.*

Quá trình kiểm tra và đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh là để nhận biết tiến độ thực hiện và những nguyên nhân sai lệch xảy ra, ngoài ra còn giúp cho doanh nghiệp phát hiện những thay đổi có thể xảy ra tiếp theo. Nếu như kiểm tra và đánh giá đúng đắn, nó có tác dụng giúp cho doanh nghiệp điều chỉnh kế hoạch và đề ra các giải pháp tiến hành trong tương lai.

## **1.2. Khái quát về bảo hiểm và hiệu quả kinh doanh bảo hiểm.**

### ***1.2.1. Khái niệm về bảo hiểm.***

Trong cuộc sống sinh hoạt cũng như trong hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày, dù đã luôn chú ý ngăn ngừa và đề phòng nhưng con người vẫn có nguy cơ gặp phải những rủi ro bất ngờ xảy ra, không thể lường trước được như: thiên tai, hoả hoạn, tai nạn, bệnh tật... Những rủi ro đó thường làm cho: Mất hoặc giảm thu nhập, phá hoại nhiều tài sản, làm ngưng trệ sản xuất và kinh doanh của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân... từ đó gây ảnh hưởng xấu đến đời sống kinh tế - xã hội nói chung. Để đối phó và khắc phục những hậu quả do rủi ro gây ra, từ trước đến nay người ta đã đưa ra nhiều biện pháp khác nhau như việc thành lập các hội tương hỗ, đi vay... Tuy nhiên khi xã hội ngày càng phát triển, nền sản xuất ngày càng lớn và khó kiểm soát. Bên cạnh đó, sự phát triển của khoa học công nghệ, mối giao lưu kinh tế, văn hoá giữa các quốc gia ngày càng mở rộng đã làm cho con người tạo ra

nhiều của cải vật chất hơn, song cũng gây ra nhiều nguy cơ làm ảnh hưởng tới sự an toàn của chính con người. Đó chính là điều kiện khách quan để cho ngành bảo hiểm ra đời và ngày càng phát triển cùng với sự phát triển không ngừng của các hoạt động kinh tế - xã hội.

Đã có nhiều định nghĩa về bảo hiểm, tuy nhiên thật khó có thể đưa ra một định nghĩa hoàn hảo có thể phản ánh đầy đủ bản chất và bao quát nhất một lĩnh vực đa dạng như bảo hiểm:

Theo Irving Pfeffer: *"Bảo hiểm là sự chuyển giao rủi ro giữa một bên là Người được bảo hiểm và bên kia là Người nhận bảo hiểm trên cơ sở hợp đồng, ít nhất là một phần nào đó những thiệt hại kinh tế mà Người được bảo hiểm bị tổn thất do xảy ra rủi ro"*

Theo quan điểm xã hội: *"Bảo hiểm không chỉ là chuyển giao rủi ro mà còn có khả năng làm giảm rủi ro do việc tập trung một số lớn các rủi ro cho phép có thể tiên đoán về các tổn thất khi chúng xảy ra. Bảo hiểm là công cụ hiệu quả nhất để đối phó với hậu quả tổn thất do rủi ro gây ra"*

Ở một tầm nhìn khái quát: *"Bảo hiểm là phương sách xử lý rủi ro, nhờ có việc chuyển giao, phân tán rủi ro trong từng nhóm người được thực hiện qua hoạt động kinh doanh bảo hiểm của các tổ chức bảo hiểm"*

Kinh doanh bảo hiểm là việc người nhận bảo hiểm tìm kiếm lợi ích kinh tế trên cơ sở hợp đồng bảo hiểm mà theo đó, đổi lấy phí bảo hiểm, người nhận bảo hiểm cam kết thực hiện bồi thường hoặc trả tiền bảo hiểm cho người được bảo hiểm khi xảy ra những rủi ro được bảo hiểm theo hợp đồng.

### **1.2.2. Vai trò, chức năng của bảo hiểm.**

Như chúng ta đã biết, bảo hiểm đã trải qua lịch sử phát triển hàng trăm năm nay, các nghiệp vụ (sản phẩm) bảo hiểm ngày càng phong phú, đa dạng. Số lượng doanh nghiệp bảo hiểm ngày càng tăng, tầm hoạt động không ngừng được mở rộng, đã vượt qua lãnh thổ của mỗi quốc gia. Điều này chứng tỏ bảo hiểm đóng vai trò to lớn trong đời sống kinh tế-xã hội của loài người. Những vai trò tác dụng to lớn của bảo hiểm thể hiện ở những mặt sau:

- **Phân tán rủi ro:** Quỹ bảo hiểm được hình thành từ phí bảo hiểm do những người tham gia bảo hiểm đóng góp, được sử dụng để bồi thường, chi trả quyền lợi cho một số người không may mắn gặp rủi ro, tổn thất. Nhờ vậy những rủi ro tổn thất này sẽ chỉ có một người phải gánh chịu nay được chia sẻ, phân tán cho số đông người tham gia bảo hiểm.

- **Bảo vệ:** Một trong những vai trò quan trọng của bảo hiểm là bảo vệ. Nó bảo vệ cho người mua bảo hiểm đối phó với những ốm đau, bệnh tật, bảo vệ cho tài sản của họ khi bị thiệt hại, hư hỏng...

- **Đề phòng hạn chế tổn thất:** Kinh doanh bảo hiểm là kinh doanh rủi ro, các công ty bảo hiểm sẵn sàng chấp nhận đền bù mọi chi phí khi người được bảo hiểm gặp rủi ro. Tuy nhiên không ai mong muốn rủi ro xảy ra kể cả người được bảo hiểm và công ty bảo hiểm. Làm thế nào để giảm được nguy cơ xuất hiện rủi ro, tổn thất? Trên thực tế, thông qua công tác giám định, xử lý tai nạn và giải quyết bồi thường, công ty bảo hiểm có thể phân tích được đâu là những nguyên nhân chính dẫn đến tai nạn, để từ đó đề ra các biện pháp đề phòng hạn chế tổn thất, bảo vệ an toàn cho người được bảo hiểm. Đây là một lợi ích rất lớn mà bảo hiểm mang lại cho xã hội.

- **Ổn định đời sống, sản xuất kinh doanh của người tham gia bảo hiểm:** Khi tổn thất xảy ra, toàn bộ đời sống, hoạt động sản xuất kinh doanh của những người không may gặp rủi ro bị đảo lộn vì họ phải bỏ ra một khoản chi phí không nhỏ để khắc phục hậu quả, nhiều khi chi phí này có thể vượt quá khả năng tài chính của họ. Đây là tình huống mà bất kỳ ai cũng không muốn xảy ra với mình, tuy nhiên không ai có thể lường trước được những rủi ro và hậu quả của nó. Nhưng nếu tham gia bảo hiểm, người được bảo hiểm chỉ phải đóng cho công ty bảo hiểm một khoản phí rất nhỏ so với số tiền mà họ nhận được khi có tổn thất xảy ra, với số tiền này họ có thể nhanh chóng ổn định được đời sống, sản xuất kinh doanh của mình.

- **Tạo ra sự an tâm về mặt tinh thần cho người tham gia bảo hiểm:** Bất kỳ ai cũng mong muốn bản thân, gia đình và doanh nghiệp của mình luôn được an toàn, do vậy họ tham gia bảo hiểm. Khi tham gia bảo hiểm họ đã chuyển mọi rủi ro

thường trực đe dọa xung quanh mình cho các công ty bảo hiểm, nhờ đó tạo sự an tâm tập trung vào việc phát triển sản xuất kinh doanh.

- **Khuyến khích tiết kiệm:** Các hình thức bảo hiểm nhân thọ thường khuyến khích người ta tiết kiệm để chăm lo tuổi già, đề phòng tai nạn xảy ra đối với mình và người thân, để hoạch định những nhu cầu về tài chính lớn trong tương lai: Xây nhà, mua xe, chu cấp các khoản chi phí cho con cái trong gia đình...

- **Đầu tư phát triển kinh tế:** Do đặc trưng của ngành bảo hiểm là tại thời điểm ký kết hợp đồng bảo hiểm người được bảo hiểm bắt buộc phải thanh toán phí bảo hiểm. Nếu trong thời hạn của hợp đồng người được bảo hiểm không may gặp rủi ro họ sẽ nhận được số tiền bồi thường từ công ty bảo hiểm. Trong thời gian thu phí đến khi thanh toán bồi thường (nếu có tổn thất xảy ra) số phí bảo hiểm này có một thời gian nhàn rỗi, vì vậy các công ty bảo hiểm sử dụng nó để đầu tư trở lại cho nền kinh tế quốc dân như mua trái phiếu, gửi ngân hàng, đầu tư kinh doanh vào sản xuất, bất động sản...

- **Tạo công ăn việc làm cho người lao động:** Các công ty bảo hiểm ra đời và phát triển đã thu hút được một lực lượng lao động đông đảo tham gia vào các vị trí: Nhân viên văn phòng, đại lý, cộng tác viên... với mức thu nhập khá hấp dẫn.

- **Góp phần đẩy mạnh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế:** Bảo hiểm góp phần mở rộng các mối quan hệ kinh tế với nước ngoài. Điều này được thể hiện chủ yếu thông qua hoạt động tái bảo hiểm hoặc đồng bảo hiểm giữa các công ty bảo hiểm của các nước với nhau.

### ***1.2.3. Đặc điểm của sản phẩm bảo hiểm.***

Bảo hiểm là một loại hình dịch vụ, do đó sản phẩm bảo hiểm cũng có đặc điểm chung của các sản phẩm dịch vụ như tính vô hình, tính không thể tách rời và không thể cất trữ được. tính không đồng nhất và tính không được bảo hộ bản quyền. Ngoài ra, sản phẩm bảo hiểm còn có đặc điểm riêng đó là: Sản phẩm không mong đợi, sản phẩm của chu trình kinh doanh đảo ngược và sản phẩm có hiệu quả xê dịch. Chính vì có những đặc điểm chung và đặc điểm riêng này nên sản phẩm bảo hiểm được xếp vào loại sản phẩm dịch vụ "đặc biệt".

### 1.2.3.1. Đặc điểm chung của sản phẩm dịch vụ:

\* **Tính vô hình:** Sản phẩm bảo hiểm là sự cam kết giữa người bán dịch vụ với người mua (người tham gia bảo hiểm) về việc bồi thường hay trả tiền bảo hiểm cho những tổn thất thuộc phạm vi bảo hiểm.

Như vậy, lời cam kết là sản phẩm vô hình mà cả người bán lẫn người mua không thể cảm nhận được hình dáng, kính thước, màu sắc...Tuy nhiên, người mua tin tưởng vào lời hứa, sự cam kết của người bán vì nhờ vào sự hoạt động Marketing của người bán, uy tín, thương hiệu của công ty bảo hiểm. Tính vô hình của sản phẩm bảo hiểm làm cho việc giới thiệu sản phẩm, chào bán sản phẩm trở nên khó khăn hơn.

Tính vô hình của sản phẩm bảo hiểm còn làm cho khách hàng khó nhận thấy sự khác nhau giữa các sản phẩm của các doanh nghiệp bảo hiểm. Việc kiểm nghiệm chất lượng thực sự của một sản phẩm bảo hiểm chỉ xảy ra khi có các sự kiện bảo hiểm làm phát sinh trách nhiệm bồi thường hay chi trả của công ty bảo hiểm.

\* **Tính không thể tách rời và không thể cất trữ:** Sản phẩm bảo hiểm không thể tách rời - Tức là việc tạo ra sản phẩm dịch vụ bảo hiểm trùng với việc tiêu dùng sản phẩm đó. Thêm vào đó sản phẩm bảo hiểm không thể cất trữ được - có nghĩa là khả năng thực hiện dịch vụ bảo hiểm vào một thời điểm nào đó sẽ không thể cất vào kho dự trữ để sử dụng vào một thời điểm nào khác trong tương lai.

Tính không thể cất trữ, không thể tách rời đòi hỏi các doanh nghiệp bảo hiểm phải chú trọng đến lượng thời gian dành cho bán hàng cá nhân và cần nâng cao năng lực của các bộ phận cung cấp các dịch vụ. Các doanh nghiệp cần phải đào tạo những nhân viên có thể nhận biết và đáp ứng nhu cầu khách hàng từ đó bán được nhiều sản phẩm.

\* **Tính không đồng nhất:** Dịch vụ bảo hiểm cũng như các dịch vụ khác, chủ yếu được thực hiện bởi con người, do đó không phải lúc nào cũng nhất quán. Vì vậy để nâng cao chất lượng dịch vụ, ổn định không giảm sút về chất lượng các doanh nghiệp bảo hiểm cần chú trọng đến công tác tuyển chọn, đào tạo và khuyến khích những người trực tiếp bán hàng.

\***Tính không bảo hộ bản quyền:** Mặc dù khi tung sản phẩm nào đó ra thị trường các doanh nghiệp bảo hiểm đều phải đăng ký sản phẩm để nhận được sự phê

chuẩn của cơ quan quản lý Nhà nước về kinh doanh bảo hiểm. Tuy nhiên việc phê chuẩn này chỉ mang tính nghiệp vụ kỹ thuật chứ không mang tính bảo hộ bản quyền. Vì vậy chỉ sau một thời gian ngắn các công ty bảo hiểm khác có thể sao chép sản phẩm mới để kinh doanh mà không hề vi phạm bản quyền.

#### *1.2.3.2. Đặc điểm riêng của sản phẩm bảo hiểm:*

\* ***Sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm "không mong đợi"***: Việc xảy ra rủi ro gây tổn thất cho người mua bảo hiểm là hoàn toàn ngẫu nhiên và không được mong muốn dù là bên bán hay bên mua. Đặc tính này làm cho việc giới thiệu, chào bán sản phẩm trở nên vô cùng khó khăn nên sản phẩm bảo hiểm thường được xếp vào nhóm sản phẩm "được bán chứ không phải được mua". Nói cách khác, sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm của "nhu cầu thụ động" - người tiêu dùng không chủ động tìm mua mà chỉ mua khi có các nỗ lực Marketing của người bán.

\* ***Sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm của "chu trình kinh doanh đảo ngược"***: Trong các lĩnh vực khác, giá cả sản phẩm được dựa trên cơ sở chi phí thực tế phát sinh thì trong lĩnh vực bảo hiểm, phí bảo hiểm (giá cả của sản phẩm bảo hiểm) được xác định dựa trên tài liệu thống kê quá khứ và các ước tính tương lai. Do vậy công việc tính toán phí cho các sản phẩm bảo hiểm rất khó khăn, nó đòi hỏi phải chính xác vừa đảm bảo được khả năng chi trả, lợi nhuận và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

\* ***Sản phẩm bảo hiểm khó xác định trước hiệu quả kinh doanh***: Người bán bảo hiểm thu được phí từ người mua nhưng điều đó không có nghĩa là phải trả tiền bảo hiểm cho người mua bảo hiểm (trừ bảo hiểm nhân thọ). Việc bồi thường có thể chỉ xảy ra sau một thời gian ngắn ngay sau khi mua bảo hiểm, cũng có thể sau một thời gian dài sau đó, thậm chí trong suốt thời hạn bảo hiểm không phải trả tiền bảo hiểm do không có rủi ro nào xảy ra. Chính vì vậy khó có thể đánh giá được hiệu quả kinh doanh của sản phẩm bảo hiểm ngay sau khi bán mà chỉ có thể đánh giá được sau một thời gian nhất định (khi hết hiệu lực bảo hiểm theo thời hạn hợp đồng).

\* ***Sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm mang tính thời vụ***: Trong từng giai đoạn, từng phạm vi có nghiệp vụ này được triển khai hay một nghiệp vụ khác được

triển khai. Điển hình là các nghiệp vụ bảo hiểm học sinh được khai thác chủ yếu vào thời điểm khai giảng năm học, hay bảo hiểm cho một dự án xây dựng sẽ kết thúc khi công trình đó được đưa vào sử dụng...

#### **1.2.4. Các loại hình bảo hiểm.**

Căn cứ vào tính chất hoạt động, ngành bảo hiểm được chia thành hai loại:

##### **+ Loại hình bảo hiểm không mang tính kinh doanh:**

Loại hình bảo hiểm này không vì mục đích lợi nhuận và do Nhà nước quản lý thống nhất, hoạt động chủ yếu dưới hình thức bắt buộc nhằm đảm bảo ổn định xã hội và trợ cấp xã hội như: Bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế ... Đối tượng tham gia là những người lao động.

##### **+ Loại hình bảo hiểm thương mại:**

Các công ty bảo hiểm thương mại đều vì mục đích lợi nhuận. Đối tượng tham gia bảo hiểm là tất cả các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế và chủ yếu mang tính chất tự nguyện, nhằm đảm bảo ổn định tài chính cho người tham gia bảo hiểm nói riêng và nền kinh tế nói chung. Trong bảo hiểm thương mại chia ra làm 2 loại chính:

**Bảo hiểm nhân thọ:** Bao gồm các sản phẩm (dịch vụ) bảo hiểm phục vụ cho việc ổn định cuộc sống của con người.

**Bảo hiểm phi nhân thọ:** Bao gồm các sản phẩm (dịch vụ) bảo hiểm phục vụ cho việc ổn định sản xuất kinh doanh của các cá nhân hay doanh nghiệp.

#### **1.2.5. Các nguyên tắc cơ bản trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm.**

\* **Nguyên tắc số đông:** Về bản chất, hoạt động của các công ty bảo hiểm là nhận một khoản tiền (phí bảo hiểm) từ phía người có nhu cầu bảo hiểm, để rồi công ty bảo hiểm có khả năng sẽ phải trả cho Người được bảo hiểm một số tiền lớn hơn gấp nhiều lần phí bảo hiểm một khi rủi ro xảy ra. Để làm được điều này hoạt động bảo hiểm phải dựa trên nguyên tắc số đông. Đây là nguyên tắc xuyên suốt, không thể thiếu được trong bất kỳ một nghiệp vụ bảo hiểm nào, theo đó hậu quả rủi ro xảy ra đối với một hoặc một số ít người sẽ được bù đắp bằng số tiền (phí bảo hiểm) từ rất nhiều người thông qua các công ty bảo hiểm.

Thông qua việc huy động đủ số phí cần thiết để giải quyết chi bồi thường cho các tổn thất có thể xảy ra trong cộng đồng những người tham gia bảo hiểm, Người

bảo hiểm đã thực hiện việc bù trừ rủi ro theo quy luật thống kê số lớn. Nguyên tắc số đông bù số ít cho biết rằng: Càng nhiều người tham gia bảo hiểm thì quỹ tích tụ được càng lớn, việc chi trả càng trở nên dễ dàng hơn, rủi ro sẽ được san sẻ cho nhiều người hơn. Thông thường, một nghiệp vụ bảo hiểm chỉ có thể được triển khai khi có nhiều nhu cầu về cùng một loại rủi ro nào đó.

\* **Nguyên tắc lựa chọn rủi ro:** Hoạt động bảo hiểm cung cấp các dịch vụ bảo hiểm cho những cá nhân và tổ chức có nhu cầu. Tuy nhiên, không phải mọi trường hợp, người được bảo hiểm đều chấp nhận các yêu cầu bảo hiểm. Nguyên tắc lựa chọn rủi ro nhằm tránh cho người bảo hiểm phải bồi thường cho những tổn thất xảy ra trước mà với nhiều trường hợp như vậy chắc chắn dẫn đến phá sản, đồng thời cũng giúp cho các công ty bảo hiểm có thể tính được các chi phí chính xác, lập được một quỹ bảo hiểm đầy đủ để đảm bảo cho công tác bồi thường. Không chỉ đảm bảo quyền lợi cho Người bảo hiểm mà chính ngay Người được bảo hiểm cũng thấy công bằng hơn trong trường hợp có những rủi ro không thuần nhất (xác suất không bằng nhau) khi nguyên tắc này được áp dụng.

\* **Nguyên tắc phân tán rủi ro:** Là người nhận các rủi ro chuyển giao từ Người tham gia bảo hiểm, nhà bảo hiểm lúc này sẽ là người phải đối mặt với những tổn thất rất lớn nếu rủi ro xảy ra. Mặc dù quỹ bảo hiểm là một quỹ tài chính lớn được lập ra bởi những sự đóng góp của nhiều người theo nguyên tắc số đông, với tư cách là người tập trung và quản lý quỹ, các công ty bảo hiểm có khả năng thực hiện nhiệm vụ chi trả bảo hiểm. Nhưng trên thực tế, không phải lúc nào người bảo hiểm cũng luôn đảm bảo được khả năng này, nhất là trong những trường hợp quỹ bảo hiểm tập trung còn chưa nhiều và giá trị bảo hiểm lại rất lớn hoặc trong trường hợp có tổn thất lớn liên tiếp xảy ra.

Để thực hiện được nguyên tắc phân tán rủi ro, các nhà bảo hiểm sử dụng hai phương thức: Đồng bảo hiểm và tái bảo hiểm. Nếu trong đồng bảo hiểm, nhiều nhà bảo hiểm cùng nhận bảo hiểm cho một rủi ro lớn thì tái bảo hiểm lại là phương thức trong đó một nhà bảo hiểm nhận bảo hiểm cho một rủi ro lớn, sau đó nhượng bớt một phần rủi ro cho một hoặc nhiều nhà bảo hiểm khác.



\* **Nguyên tắc trung thực tuyệt đối:** Nguyên tắc này được thể hiện ngay từ khi người bảo hiểm nghiên cứu để soạn thảo một hợp đồng bảo hiểm đến khi phát hành, khai thác bảo hiểm và thực hiện giao dịch kinh doanh với khách hàng.

Trước hết, nguyên tắc trung thực tuyệt đối đòi hỏi người bảo hiểm phải có trách nhiệm cân nhắc các điều kiện, điều khoản để soạn thảo hợp đồng đảm bảo cho quyền lợi của cả hai bên. Chất lượng sản phẩm bảo hiểm có đảm bảo hay không, giá cả có hợp lý hay không, quyền lợi của người bảo hiểm có được đảm bảo đầy đủ, công bằng hay không...đều chủ yếu dựa vào sự trung thực của phía bên bảo hiểm. Ngược lại nguyên tắc này cũng đặt ra yêu cầu với người tham gia bảo hiểm là phải khai báo nguy cơ rủi ro trung thực khi tham gia bảo hiểm để giúp cho người bảo hiểm xác định mức phí phù hợp với rủi ro mà họ đảm nhận. Thêm vào đó các hành vi gian lận nhằm trục lợi bảo hiểm khi thông báo, khai báo các thiệt hại để đòi hỏi bồi thường sẽ được xử lý theo pháp luật.

Ngoài các nguyên tắc cơ bản trên, trong mỗi loại hình bảo hiểm thương mại còn có thêm các nguyên tắc khác phù hợp với đặc điểm của từng loại.

#### **1.2.6. Đặc điểm của kinh doanh bảo hiểm phi nhân thọ.**

- Nguồn vốn bảo hiểm chủ yếu dựa vào nguồn phí bảo hiểm trước khi chi trả bồi thường. Nguồn vốn này được sử dụng vào đầu tư, thu nhập từ hoạt động đầu tư và các quỹ dự trữ tương ứng cho các trách nhiệm đóng vai trò quan trọng trong hoạt động bảo hiểm.

- Kinh doanh bảo hiểm thực hiện đầu ra trước (bán sản phẩm thu tiền) rồi mới thực hiện đầu vào (chi phí, bồi thường).

- Sản phẩm của doanh nghiệp bảo hiểm chỉ là một lời hứa, một sự cam kết. Giá trị của nó chỉ được biết đến khi xảy ra sự cố bảo hiểm.

### 1.3. Một số công cụ đánh giá hiệu quả kinh doanh bảo hiểm.

#### 1.3.1. Chỉ tiêu đánh giá khả năng thanh toán.

\* Khả năng thanh toán hiện thời hay tỷ lệ lưu động ( $R_c$  – Current Ratio)

$$R_c = \frac{\text{Tài sản lưu động}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$$

Tỷ lệ này thể hiện cứ một đồng nợ ngắn hạn thì doanh nghiệp có bao nhiêu đồng tài sản lưu động để đảm bảo thanh toán. Tỷ lệ này càng lớn thì khả năng trả nợ ngắn hạn của doanh nghiệp càng cao. Nếu  $R_c < 1$ , điều này chứng tỏ doanh nghiệp khó khăn trong việc thanh toán nợ. Tuy nhiên, nếu tỷ số này quá lớn, chứng tỏ tiền đã tồn đọng nhiều ở tài sản lưu động, có nghĩa là doanh nghiệp sử dụng vốn không hiệu quả. Nếu vốn tập trung nhiều ở khoản đầu tư ngắn hạn (thí dụ: gửi ngân hàng có kỳ hạn) thì có thể hợp lý. Nếu vốn tập trung ở khoản phải thu thì doanh nghiệp đã bị chiếm dụng vốn. Đối với kinh doanh bảo hiểm, giá trị hàng tồn kho (ấn chỉ) không đáng kể, không ảnh hưởng gì đến tính thanh khoản của doanh nghiệp. Do đó, tỷ lệ  $R_c$  cũng chính là tỷ lệ thanh toán nhanh hay tỷ lệ linh hoạt ( $R_q$  - Quick Ratio).

\* Tỷ lệ phải thu phải trả ( $R_t$ )

$$R_t = \frac{\text{Các khoản phải thu}}{\text{Các khoản phải trả}}$$

Tỷ số này thể hiện việc chiếm dụng vốn hoặc bị chiếm dụng vốn của doanh nghiệp. Nếu tỷ số này càng nhỏ, thể hiện phần doanh nghiệp chiếm dụng vốn nhiều. Tuy nhiên, do đặc thù của kinh doanh bảo hiểm có các quỹ dự trữ nghiệp vụ, đặc biệt là quỹ dự trữ dao động lớn được tích tụ nhiều năm nên càng ngày càng lớn. Để xem xét được tình trạng chiếm dụng vốn, ta phải loại trừ các quỹ dự trữ nghiệp vụ.

\* Tỷ số chiếm dụng vốn ( $R_w$ ).

$$R_w = \frac{\text{Các khoản phải thu}}{\text{Các khoản phải trả} - \text{Quỹ dự trữ nghiệp vụ}}$$

Tỷ số này chủ yếu để đánh giá công nợ phí bảo hiểm từ khách hàng.

### 1.3.2. Chỉ tiêu về sử dụng vốn.

\* Tỷ suất đầu tư chung ( $R_{II}$ ).

$$R_{II} = \frac{\text{TSCĐ \& Đầu tư dài hạn}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Tỷ suất này cho biết tỷ lệ vốn cố định và đầu tư dài hạn chiếm bao nhiêu trong tổng tài sản của doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp bảo hiểm nếu tỷ lệ này lớn hơn 0,5 thể hiện khả năng linh hoạt trong thanh toán kém, doanh nghiệp đã dồn quá nhiều cho TSCĐ và đầu tư dài hạn.

\* Tỷ suất tự tài trợ.

$$\text{Tỷ suất tự tài trợ} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng tài sản}}$$

Đối với doanh nghiệp bảo hiểm, tỷ suất này từ 0,5 trở lên thể hiện doanh nghiệp đủ vốn tự tài trợ cho hoạt động của mình.

### 1.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động.

\* Tỷ lệ chi kinh doanh.

$$\frac{\text{Chi quản lý + chi khác hoạt động kinh doanh}}{\text{Doanh thu khai thác thuần}}$$

\* Tỷ lệ bồi thường thuần.

$$\frac{\text{Bồi thường gốc + Bồi thường nhân tái} - \text{thu bồi thường nhân tái} - \text{Đòi người thứ 3}}{\text{Doanh thu khai thác thuần}}$$

\* *Tỷ lệ chi kinh doanh gộp.*

Tỷ lệ chi kinh doanh gộp = Tỷ lệ chi kinh doanh + Tỷ lệ bồi thường  
thuần

#### **1.3.4. Các chỉ tiêu đánh giá khả năng sinh lợi.**

\* *Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA):*

Là tỷ số đo lường hiệu quả sử dụng và quản lý nguồn tài sản của một doanh nghiệp. Tỷ số ROA đo lường suất sinh lời của cả vốn chủ sở hữu và cả của nhà đầu tư.

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận ròng sau thuế}}{\text{Tổng giá trị tài sản}}$$

Tỷ số ROA nối kết các kết quả của hoạt động sản xuất kinh doanh với hoạt động đầu tư của một doanh nghiệp không kể doanh nghiệp đã dùng nguồn vốn nào để phục vụ cho các hoạt động đầu tư của mình. ROA đo lường hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

\* *Tỷ suất lợi nhuận trên tổng vốn chủ sở hữu (ROE):*

Tỷ số này đo lường hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của một doanh nghiệp để tạo ra thu nhập và lãi cho các cổ đông cổ phần thường. Nói cách khác, nó đo lường thu nhập trên một đồng vốn chủ sở hữu được đưa vào sản xuất kinh doanh, hay còn gọi là mức hoàn vốn đầu tư cho vốn chủ sở hữu.

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận ròng sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$$

Khi tính chỉ tiêu này cần lưu ý: Vốn của chủ sở hữu doanh nghiệp chính là giá trị ròng của doanh nghiệp, thường được xác định bằng giá trị thị trường hoặc đơn giản lấy bằng giá trị sổ sách (tổng tài sản trừ đi tổng nợ).

### 1.3.5. Chỉ tiêu về khả năng thanh toán.

Theo quy định tại Nghị định 43/2001/NĐ-CP, ngày 01/08/2001 của Chính phủ thì khả năng thanh toán của doanh nghiệp như sau:

$$\text{Tổng nguồn vốn} \geq \text{Khả năng thanh toán}$$

Trong đó:

Tổng nguồn vốn gồm vốn chủ sở hữu + quỹ phát triển sản xuất + dự trữ bắt buộc + lãi chưa chia – vốn góp liên doanh – nợ không có khả năng thu hồi.

Khả năng thanh toán bằng 20% tổng phí thực giữ lại (doanh thu thuần).

### 1.3.6. Mô hình phân tích và đánh giá hiệu quả kinh tế xã hội.

$$ES = \frac{V}{L} + \frac{P}{L}$$

Chú thích:

- . V : Tổng chi phí nhân công . I : Tổng chi phí hoạt động tài chính
- . L : Số lao động . P = EBIT
- . ES : Giá trị gia tăng trên một lao động.

### 1.3.7. Rủi ro và lợi nhuận của nhóm nghiệp vụ bảo hiểm.

Để giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh bảo hiểm, doanh nghiệp bảo hiểm sẽ không tập trung khai thác vào một nghiệp vụ duy nhất mà sẽ khai thác rộng nhiều nghiệp vụ. Xem như các nghiệp vụ bảo hiểm của một doanh nghiệp bảo hiểm là một Portfolio – tập danh mục nghiệp vụ.

\* Suất sinh lợi kỳ vọng của tập danh mục nghiệp vụ:

Là suất sinh lợi kỳ vọng của các nghiệp vụ bảo hiểm của một doanh nghiệp bảo hiểm có tính đến tỷ trọng của từng nghiệp vụ.

Công thức tính:

$$K_p = w_1k_1 + w_2k_2 + w_3k_3 + \dots + w_nk_n = \sum_{i=1}^n w_i k_i$$

Trong đó:  $w_i$  : Tỷ trọng của nghiệp vụ i trong tập danh mục nghiệp vụ.

$k_i$  : Suất sinh lợi kỳ vọng của nghiệp vụ i

\* *Tính toán rủi ro của tập danh mục nghiệp vụ:*

Công thức tổng quát:

$$\sigma_p = \sigma_{(i+j)} = \sqrt{W_i^2 \sigma_i^2 + W_j^2 \sigma_j^2 + 2 W_i W_j R_{ij} \sigma_i \sigma_j}$$

Trong đó:  $\sigma_{(i+j)}$  là độ lệch chuẩn khi kết hợp hai nghiệp vụ bảo hiểm i&j

\* *Rủi ro của tập danh mục nghiệp vụ:*

Nếu gọi  $K$  là suất sinh lợi kỳ vọng của một nghiệp vụ bảo hiểm và  $\sigma$  là độ lệch chuẩn dùng để đo rủi ro của nó, thì  $K_p$  và  $\sigma_p$  sẽ là suất sinh lợi kỳ vọng và độ lệch chuẩn dùng để đo lường rủi ro của tập danh mục nghiệp vụ bảo hiểm.

Công thức tính độ lệch chuẩn của tập danh mục nghiệp vụ:

$$\sigma_p = \sqrt{\sum_i \sum_j W_i W_j R_{ij} \sigma_i \sigma_j}$$

Trong đó:

.  $\sigma_p$  : Độ lệch chuẩn của tập danh mục nghiệp vụ

.  $W_i$  : Tỷ trọng của nghiệp vụ i trong tập danh mục nghiệp vụ

.  $\sigma_i \sigma_j$  : Độ lệch chuẩn của nghiệp vụ i và j

.  $R_{ij}$  : Hệ số tương quan giữa nghiệp vụ i và j

Hệ số tương quan là đại lượng xác định sự liên kết tuyến tính giữa hai biến.

$R = 1$ : được gọi là tương quan thuận hoàn hảo – khi kết hợp hai nghiệp vụ với nhau, rủi ro không giảm bớt mà bằng đúng tổng rủi ro của hai nghiệp vụ.

$R = -1$ : gọi là tương quan nghịch hoàn hảo – khi kết hợp hai nghiệp vụ với nhau, rủi ro sẽ giảm gần như hoàn toàn.

$R = 0$ : Hai nghiệp vụ không có tương quan với nhau, chúng hoàn toàn độc lập nhau.

#### **1.4. Các yếu tố cơ bản tác động đến hiệu quả kinh doanh bảo hiểm.**

##### ***1.4.1. Các yếu tố thuộc môi trường bên trong.***

Môi trường bên trong bao gồm các yếu tố nội tại trong doanh nghiệp, là những điểm mạnh (S - Strong) hoặc điểm yếu (W - Weak) tác động trực tiếp đến hoạt động của doanh nghiệp bao gồm những yếu tố cơ bản sau:

- Quản lý chi phí.
- Quy trình quản lý nghiệp vụ.
- Nhân sự: năng suất lao động, tiền lương, đào tạo.
- Văn hóa doanh nghiệp

##### ***1.4.2. Các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài.***

Là những lực lượng ở bên ngoài doanh nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của doanh nghiệp. Những biến động của môi trường bên ngoài có thể mở ra những cơ hội (O - Opportunity) thúc đẩy phát triển hoạt động kinh doanh, đồng thời cũng chứa đựng những nguy cơ (T - Threat) tác động xấu đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đó là những yếu tố cơ bản sau:

- Môi trường về chính trị, kinh tế, văn hóa xã hội.
- Khách hàng.
- Vị thế cạnh tranh của công ty thông qua phân tích ma trận hình ảnh cạnh tranh. Ma trận này đánh giá vị thế của doanh nghiệp trên thị trường. Tổng số điểm được đánh giá của các công ty cùng ngành được đem so sánh với công ty mẫu. Các mức phân loại đặc biệt của những công ty đối thủ cạnh tranh có thể

được đem so sánh với các mức phân loại của công ty mẫu. Việc phân tích so sánh này cung cấp thông tin rất quan trọng để xây dựng chiến lược phát triển.

**Bảng 1.2: Ma trận hình ảnh cạnh tranh**

Các yếu tố	Công ty cạnh tranh mẫu			Công ty cạnh tranh 1		Công ty cạnh tranh 2	
	Mức độ quan trọng	Phân loại	Điểm quan trọng	Phân loại	Điểm quan trọng	Phân loại	Điểm quan trọng
Liệt kê các yếu tố							
Tổng							

Các yếu tố bao gồm: Uy tín thương hiệu; thị phần; bồi thường; tổng tài sản; tổng dự phòng nghiệp vụ; mạng lưới phân phối và phục vụ

Các mức phân loại cho thấy cách thức mà theo đó phản ứng của công ty với mỗi nhân tố: với 4 điểm là tốt nhất; 3 điểm là mức khá; 2 điểm là mức trung bình và 1 điểm là kém.

#### Tóm tắt Chương I:

Từ khái niệm và ý nghĩa về hiệu quả kinh doanh, trọng tâm của phần này là hệ thống hóa cơ sở lý luận chung về phân tích hiệu quả kinh doanh nói chung và hiệu quả kinh doanh bảo hiểm nói riêng.

Giới thiệu tổng quát về kinh doanh bảo hiểm gồm: vai trò, chức năng, đặc điểm và các nguyên tắc cơ bản trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm.

Giới thiệu một số công cụ đánh giá hiệu quả kinh doanh bảo hiểm làm cơ sở đi sâu phân tích trực trạng hiệu quả kinh doanh tại Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex.



## CHƯƠNG II

### THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN BẢO HIỂM PETROLIMEX TRONG THỜI GIAN QUA

#### **2.1 Giới thiệu tổng quát về công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex.**

##### ***2.1.1 Quá trình thành lập và phát triển của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex:***

###### *2.1.1.1 Lịch sử ra đời và sự phát triển:*

Được thành lập và chính thức đi vào hoạt động vào ngày 15 tháng 06 năm 1995, Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex (PJICO) là công ty cổ phần đầu tiên ở Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm với sự góp vốn của 8 cổ đông sáng lập bao gồm:

- Tổng công ty xăng dầu Việt Nam (Petrolimex)
- Ngân hàng ngoại thương Việt Nam (Vietcombank)
- Công ty tái bảo hiểm quốc gia (Vinare)
- Tổng công ty thép Việt Nam (VinaSteel)
- Công ty điện tử Hà Nội (Hanel)
- Công ty vật tư thiết bị toàn bộ (Matexim)
- Công ty thiết bị an toàn (AT)
- Công đoàn Liên hiệp đường sắt Việt Nam

Các cổ đông sáng lập của công ty đều là những tổ chức kinh tế lớn, có tiềm năng và uy tín trên thị trường trong nước cũng như quốc tế. Các thành viên hội đồng quản trị, ban giám đốc của công ty đều là những người có năng lực, kinh nghiệm trong công tác điều hành, quản lý các hoạt động kinh doanh trên nhiều lĩnh vực. Với kinh nghiệm của mình, họ đã thiết lập cho PJICO một bộ máy linh hoạt, gọn nhẹ, cơ cấu quản lý và kiểm soát chặt chẽ, chính sách kinh doanh năng động.



**Hình 2.1.1.1: Biểu trưng sự hình thành PJICO từ các cổ đông sáng lập**

Sau 10 năm hoạt động, với phương châm phục vụ tận nơi, đáp ứng nhu cầu bảo hiểm ngay tại chỗ, công ty đã xây dựng được một đội ngũ gần 1.000 cán bộ nhân viên năng động, được đào tạo cơ bản có trình độ chuyên môn tốt làm việc tại Hà Nội và trên 50 chi nhánh tại các tỉnh, thành từ Bắc vào Nam, ngoài ra còn có gần 5.000 đại lý, cộng tác viên bảo hiểm trong toàn quốc (Năm 1995 chỉ có 35 người).

Với số vốn góp cổ đông ban đầu là 55 tỷ đồng và được bổ sung năm 2003 là 70 tỷ đồng và đến nay là 140 tỷ đồng, PJICO đã nhanh chóng triển khai rộng rãi gần 70 loại hình bảo hiểm trong các lĩnh vực: Xây dựng, lắp đặt; Tài sản, hỏa hoạn; Hàng hải; Con người; Xe cơ giới; Trách nhiệm dân sự...tới hàng vạn đối tượng khách hàng trong nước và ngoài nước. Các nghiệp vụ cơ bản của PJICO hiện đang thực hiện như:

- Bảo hiểm hỏa hoạn và các rủi ro đặc biệt.
- Bảo hiểm mọi rủi ro công nghiệp.
- Bảo hiểm máy móc.
- Bảo hiểm trách nhiệm.

- Bảo hiểm hỗn hợp tài sản thuê mượn.
- Bảo hiểm tiền.
- Bảo hiểm xe cơ giới.
- Bảo hiểm kết hợp con người (sinh mạng, tai nạn, trợ cấp phẫu thuật và nằm viện)
- Bảo hiểm bồi thường cho người lao động, bảo hiểm khách du lịch.
- Bảo hiểm hàng hoá.
- Bảo hiểm thân tàu.
- Bảo hiểm trách nhiệm dân sự chủ tàu.
- Bảo hiểm nhà thầu đóng tàu.
- Nhận và nhượng tái bảo hiểm các nghiệp vụ bảo hiểm.

Ngoài ra công ty còn tiến hành các hoạt động khác như thực hiện các nghiệp vụ liên quan tới bảo hiểm: Giám định, điều tra, tính toán phân bổ tổn thất, đại lý giám định, xét giải quyết bồi thường và đòi người thứ ba. Công ty cũng đã thực hiện hợp tác đầu tư liên doanh, liên kết với các bạn hàng trong và ngoài nước.

Hoạt động kinh doanh của công ty ngày càng phát triển, nghiệp vụ bảo hiểm được mở rộng phù hợp với xu hướng phát triển của nền kinh tế, trình độ nghiệp vụ và chất lượng phục vụ của cán bộ nhân viên trong công ty không ngừng được cải thiện và nâng cao. Uy tín của PJICO đã được nhiều khách hàng biết đến. Chính vì lẽ đó nhiều công trình dự án, nhà máy có giá trị lớn, các công trình liên doanh với nước ngoài lại được tái tục bảo hiểm hoặc mua bảo hiểm tại công ty. Chẳng hạn như phần lớn các đội tàu chở dầu lớn của các hãng tàu Việt Nam, đội tàu VOSCO, Vinalines, Thủy I; Các đường quốc lộ, các cầu lớn như cầu Thanh Trì, Bãi Cháy, Phú lương, Cẩm Phả, Hàm Rồng, Cầu Đuống, các cầu đường sắt; Các nhà máy thủy điện, nhiệt điện như Sông Hinh, Đại Ninh, Sê san 3, Thái An, Pleikrong, Quảng Trị, Tuyên Quang, Cao Ngạn, Buôn kuốp; Các đường dây tải điện Hàm Thuận-Đami, 500KV Hà Tĩnh-Thường Tín; Các nhà máy xi măng lớn nhất Việt Nam đã triển khai như Bút Sơn, Hoàng Mai, Tam Điệp, Hải Phòng...; Các toà nhà cao ốc, các khách sạn lớn ở Hà Nội và TP Hồ Chí Minh như Hà Nội Daewoo, Vietcombank

Tower, HITC, Sheraton Hanoi Hotel, Hanoi Melia, Sun Red River, Saigon Diamon Plaza, Saigon City View...; Hệ thống các kho bể, trạm xăng dầu trong cả nước và đông đảo hành khách của Đường sắt Việt Nam.

#### 2.1.1.2 Bộ máy tổ chức

Hiện nay, các đơn vị của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex (PJICO) có 16 phòng ban nghiệp vụ; Trên 50 chi nhánh, trung tâm và các văn phòng đại diện trên phạm vi cả nước; Gần 5.000 đại lý, cộng tác viên trong toàn hệ thống.

\* Các phòng ban chức năng: (Tại trụ sở chính tại Hà Nội)

- Phòng Tổng hợp
- Phòng Tổ chức cán bộ
- Phòng Tài chính — Kế toán
- Phòng Đào tạo
- Phòng Đầu tư
- Phòng Thanh tra — Pháp chế
- Phòng Quản lý và phát triển đại lý
- Phòng Thị trường và quản lý nghiệp vụ
- Phòng Công nghệ thông tin
- Phòng bảo hiểm Hàng hải
- Phòng bảo hiểm Tài sản - Kỹ thuật
- Phòng bảo hiểm Con người
- Phòng bảo hiểm Xe cơ giới
- Phòng Giám định - Bồi thường
- Phòng Tái bảo hiểm
- Phòng bảo hiểm Phi hàng hải

Ngoài các phòng ban chức năng PJICO còn có các tổ chức Đảng, Công đoàn, Đoàn thanh niên trong toàn hệ thống.

Các phòng ban chức năng vừa trực tiếp triển khai công tác kinh doanh vừa tập trung nghiên cứu, chỉ đạo nghiệp vụ cũng như công tác quản lý đối với các đơn vị thành viên trong toàn hệ thống. Các phòng ban này còn là đầu mối triển khai các chủ trương chính sách trong hoạt động kinh doanh trong toàn công ty.

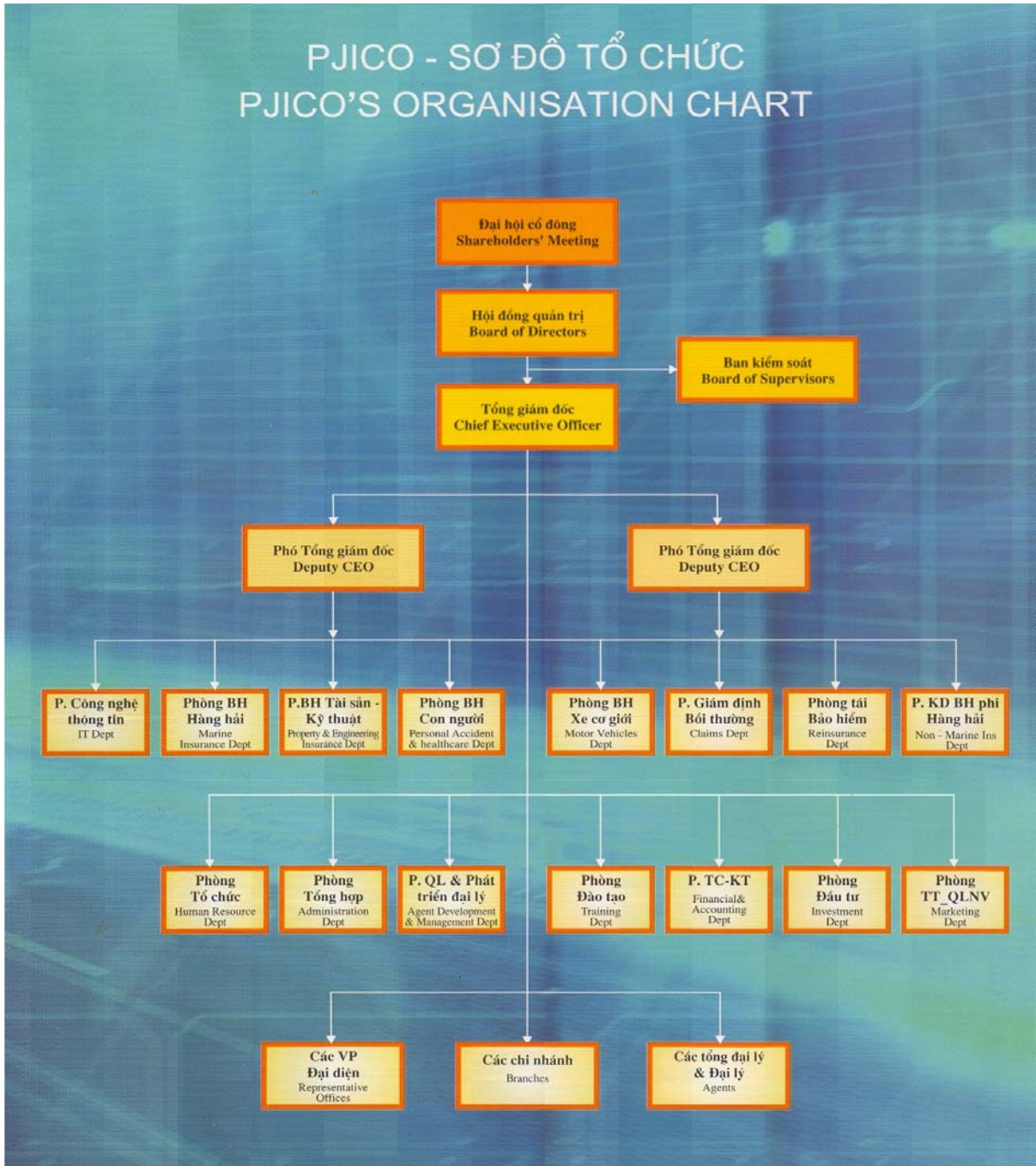
*\* Các đơn vị trực thuộc:*

Với trên 50 chi nhánh, các trung tâm và văn phòng đại diện, hệ thống các đơn vị trực thuộc của PJICO đã phủ kín hầu hết các tỉnh và thành phố trong cả nước. Các đơn vị này có nhiệm vụ tổ chức hoạt động kinh doanh trên địa bàn theo kế hoạch và phối hợp cùng nhau giải quyết tốt công tác dịch vụ đối với khách hàng một cách nhanh chóng, kịp thời. Một số trung tâm lớn và có tầm chiến lược phải kể đến là:

- Chi nhánh PJICO Quảng Ninh.
- Chi nhánh PJICO Hải Phòng
- Chi nhánh PJICO Phú Thọ
- Chi nhánh PJICO Nghệ An
- Chi nhánh PJICO Đà Nẵng
- Chi nhánh PJICO Khánh Hoà
- Chi nhánh PJICO Sài Gòn
- Chi nhánh PJICO Cần Thơ
- Chi nhánh khu vực Tây Nguyên

Ngoài ra tại mỗi địa bàn, các đơn vị tự tổ chức các phòng khu vực trực thuộc ở các quận, huyện, thị xã, thị trấn trọng điểm để mở rộng hoạt động kinh doanh, quảng bá thương hiệu, ở mỗi đơn vị có từ một vài cho đến hơn chục phòng khu vực. Cũng tại các đơn vị này còn có một mạng lưới đại lý cộng tác viên hùng hậu dưới sự quản lý trực tiếp của các đơn vị thành viên, tổng số đại lý cộng tác viên toàn công ty lên đến gần 5.000 người.

Với một mạng lưới trải dài và rộng như vậy trên phạm vi cả nước, thương hiệu PJICO thực sự đã đến được với công chúng và có điều kiện để tạo ra một dịch vụ kịp thời đáp ứng nhu cầu của thị trường và tạo nền tảng để PJICO có đủ tiềm lực trở thành một Tổng công ty trong thời gian tới.



**Hình 2.1.1.2a: Sơ đồ tổ chức của PJICO**

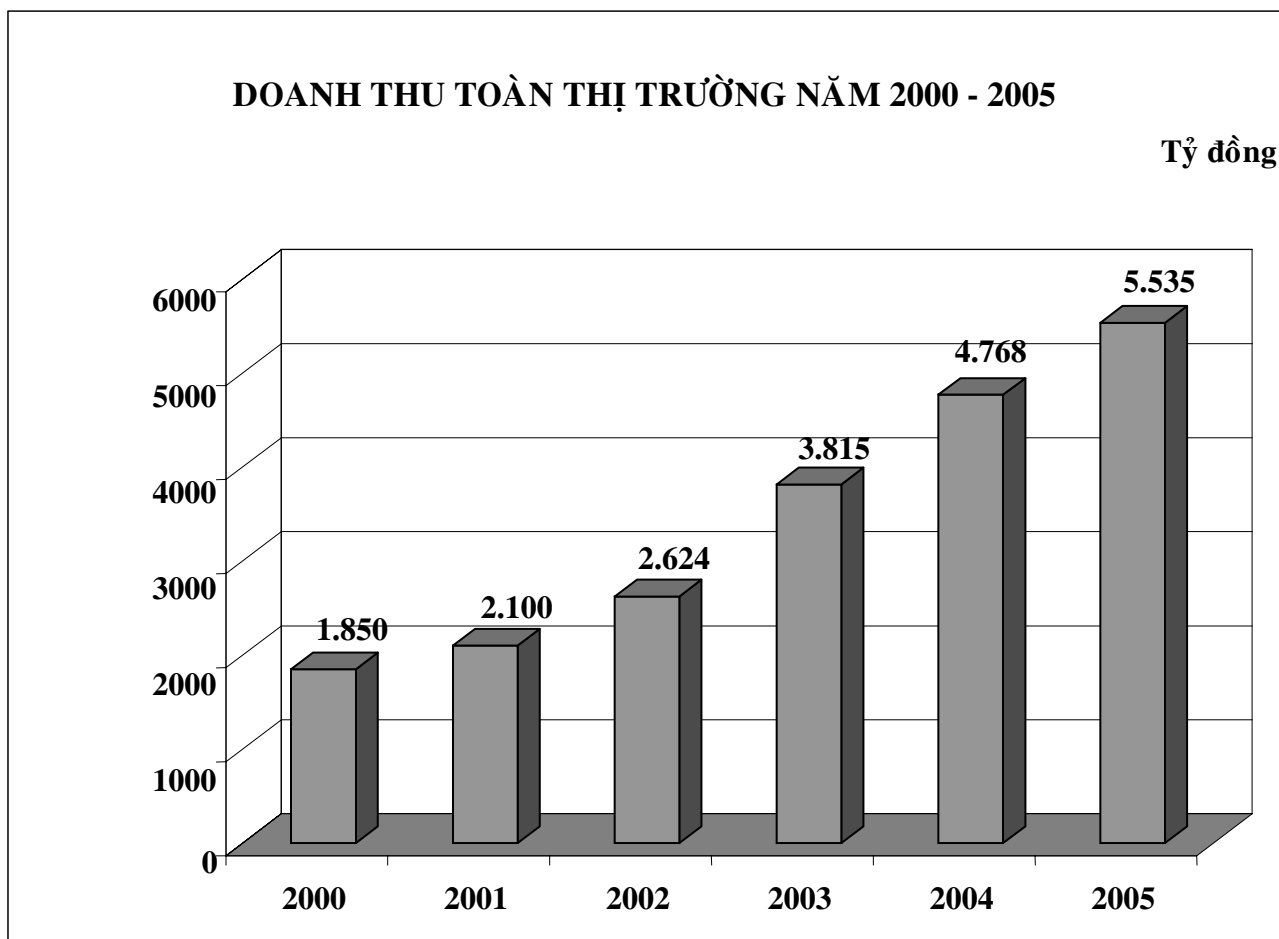


**Hình 2.1.1.2b: Mạng lưới hoạt động của PJICO trên toàn quốc**

**2.1.2 Tình hình hoạt động kinh doanh của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex trong những năm gần đây (2000 - 2005)**

2.1.2.1 Khái quát về thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam từ năm 2000 đến năm 2005

**Đồ thị 2.1.2.1: Doanh thu phí bảo hiểm gốc toàn thị trường năm 2000 đến 2005**



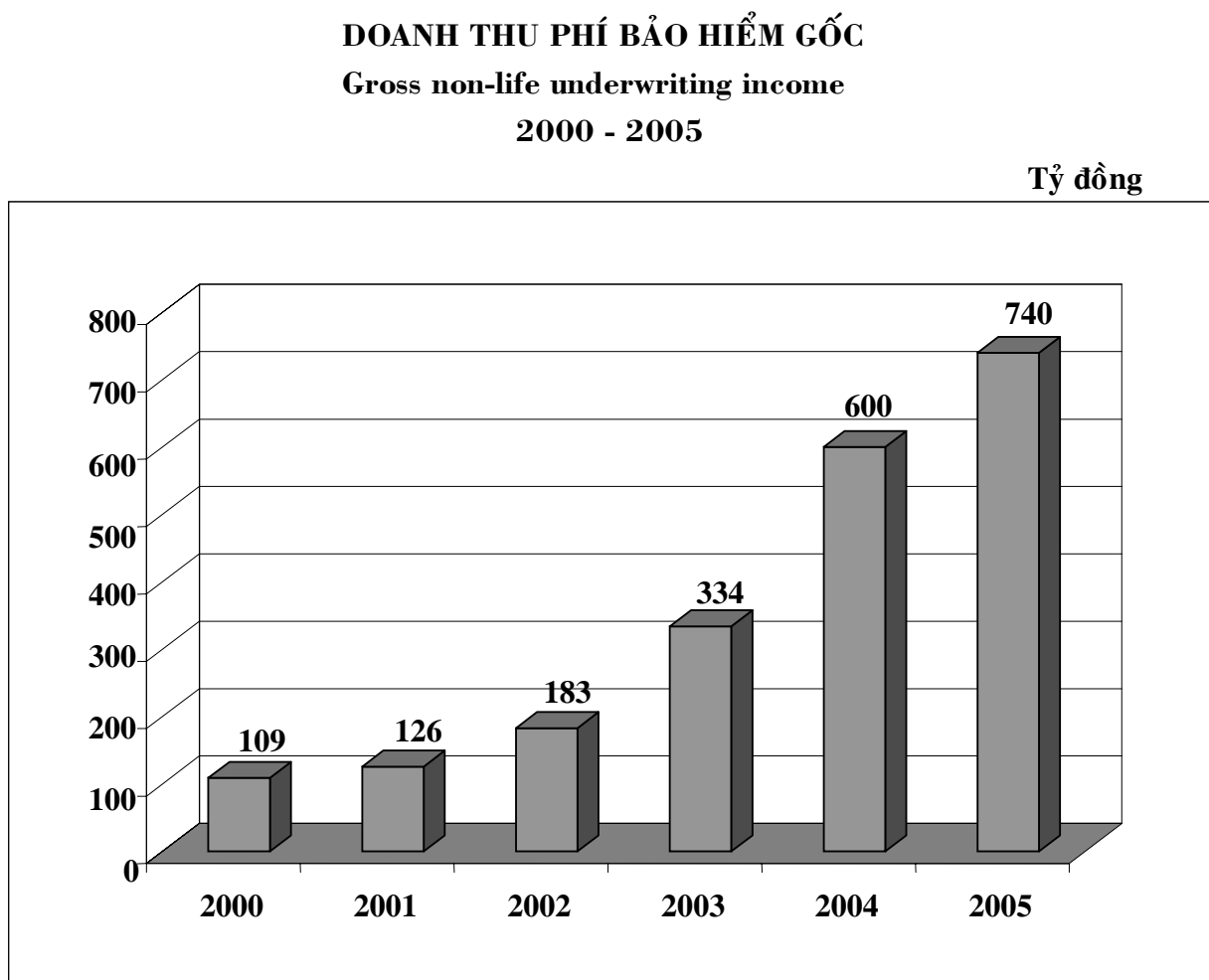
*Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam của Bộ Tài Chính*

Tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc toàn thị trường bảo hiểm phi nhân thọ từ năm 2000 đến 2005 tăng trưởng bình quân 23%. Từ 1.850 tỷ tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc vào năm 2000, đến năm 2005 đã là 5.535 tỷ. Đây là mức tăng trưởng rất cao so với mức tăng trưởng của nền kinh tế cả nước và nhiều ngành nghề khác giai đoạn này.



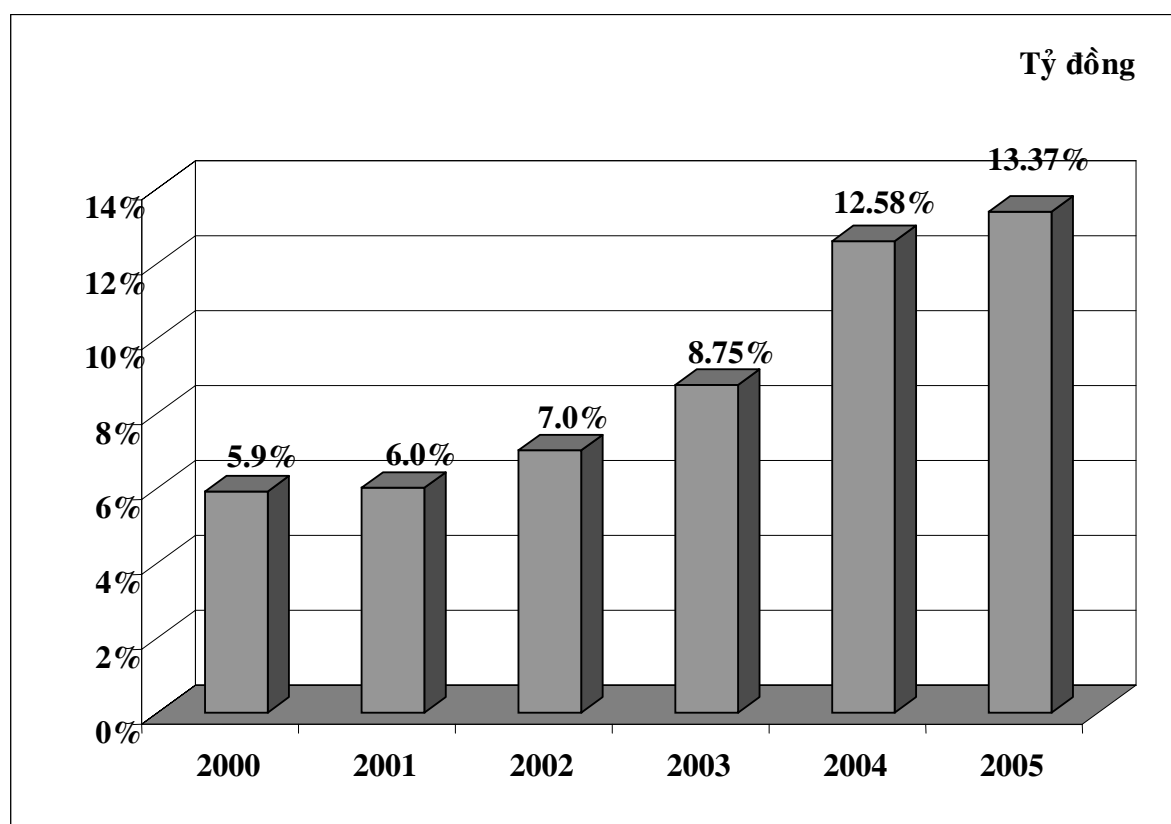
**2.1.2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex giai đoạn 2000 – 2005.**

**Đồ thị 2.1.2.2a: Doanh thu phí bảo hiểm gốc PJICO năm 2000 đến 2005**



Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2000 đến năm 2005

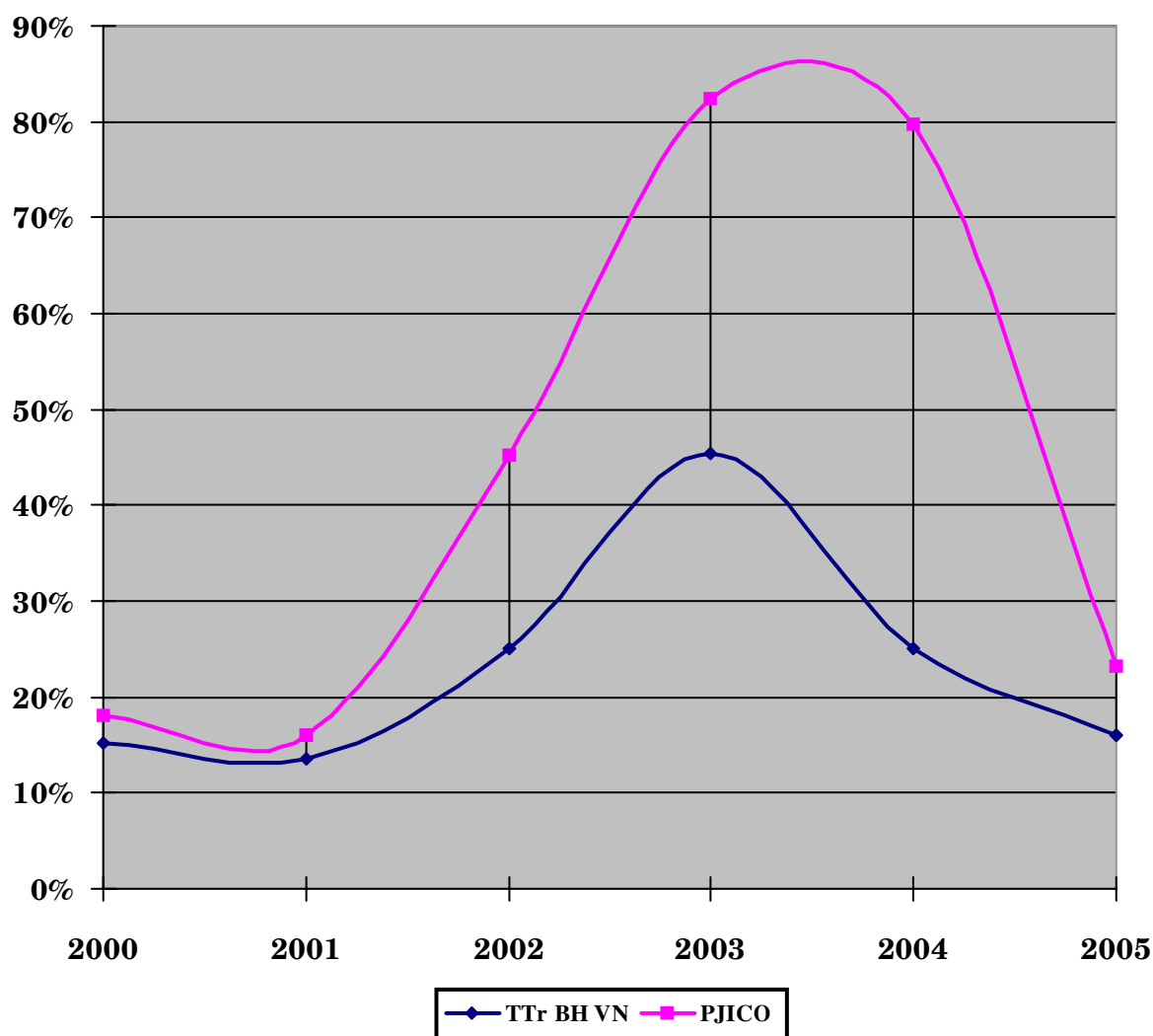
Tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc của PJICO năm 2005 đạt 740 tỷ đồng. Nếu trong những năm đầu khi mới thành lập, tỷ trọng doanh thu phí bảo hiểm gốc từ các cổ đông chiếm từ 80% đến 90% trong tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc của PJICO thì đến năm 2005 tỷ trọng này chỉ còn chiếm khoảng 10% trên tổng doanh thu. Từ năm 2003 đến năm 2005 PJICO đạt mức tăng trưởng bứt phá vượt lên đứng thứ ba trên thị trường.

**Đồ thị 2.1.2.2b: Thị phần của PJICO năm 2000 đến 2005****THỊ PHẦN CÔNG TY PJICO NĂM 2000 – 2005**

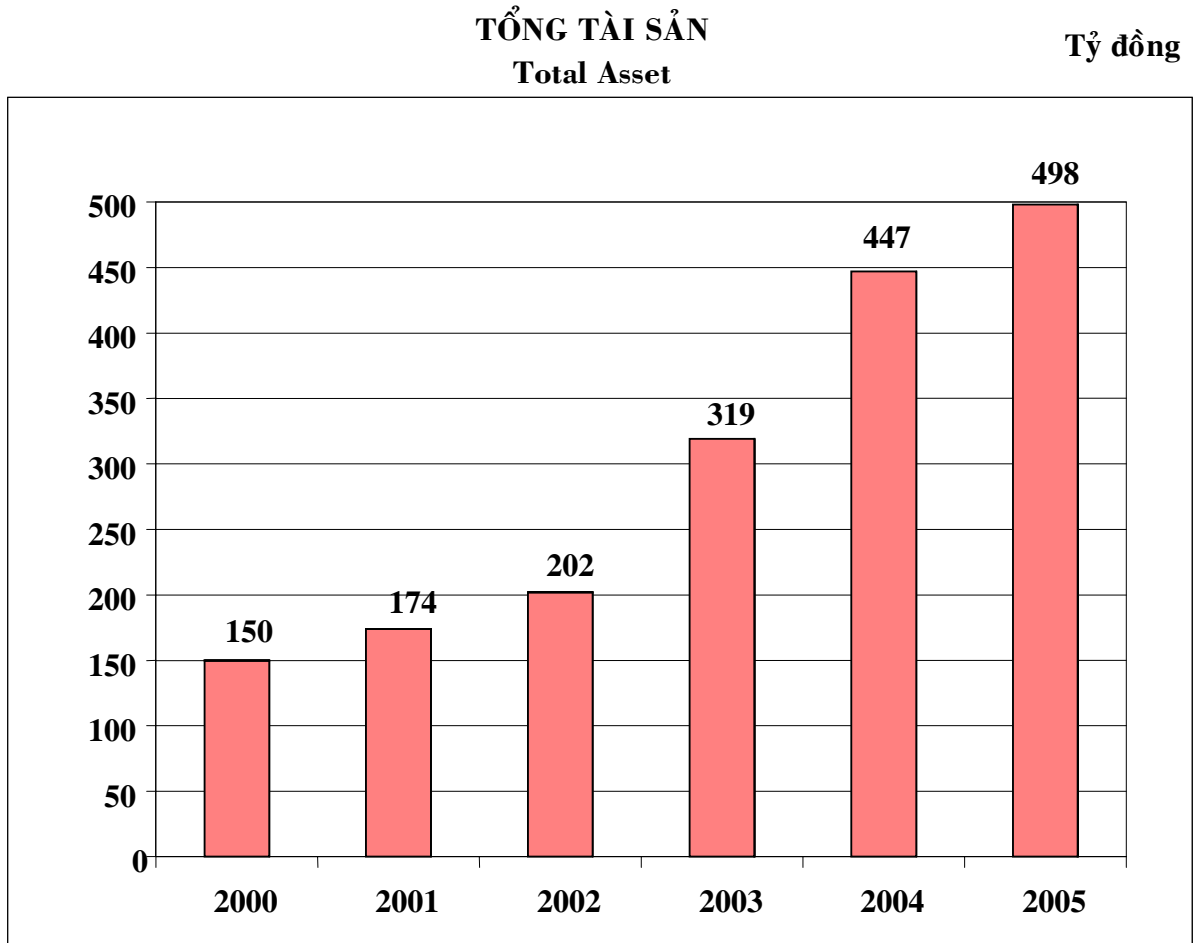
*Nguồn: Thị trường bảo hiểm Việt Nam của Bộ Tài Chính*

Thị phần của PJICO năm 2000 mới chỉ chiếm 5.9% và đứng thứ 5 thị trường, đến năm 2005 PJICO đã chiếm tới trên 13% thị phần thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam, vươn lên vị trí thứ 3 về doanh thu và thị phần (Chỉ sau Bảo Việt và Bảo Minh). Trong đó có một số nghiệp vụ chiếm vị trí thứ 2 sau Bảo Việt như bảo hiểm hàng hoá, xe cơ giới...

**Đồ thị 2.1.2.2c: Tốc độ tăng trưởng của PJICO so với tốc độ tăng trưởng của thị trường BH Việt Nam năm 2000 – 2005**



Tốc độ tăng trưởng của PJICO giai đoạn 2000 – 2005 bình quân 44%, cao hơn gần gấp 2 lần tốc độ tăng trưởng bình quân toàn thị trường. Đặc biệt năm 2003, 2004 PJICO có tốc độ tăng trưởng bứt phá trên 80%, một kết quả rất ấn tượng của thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam.

**Đồ thị 2.1.2.2d: Tổng tài sản của PJICO năm 2000 – 2005**

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

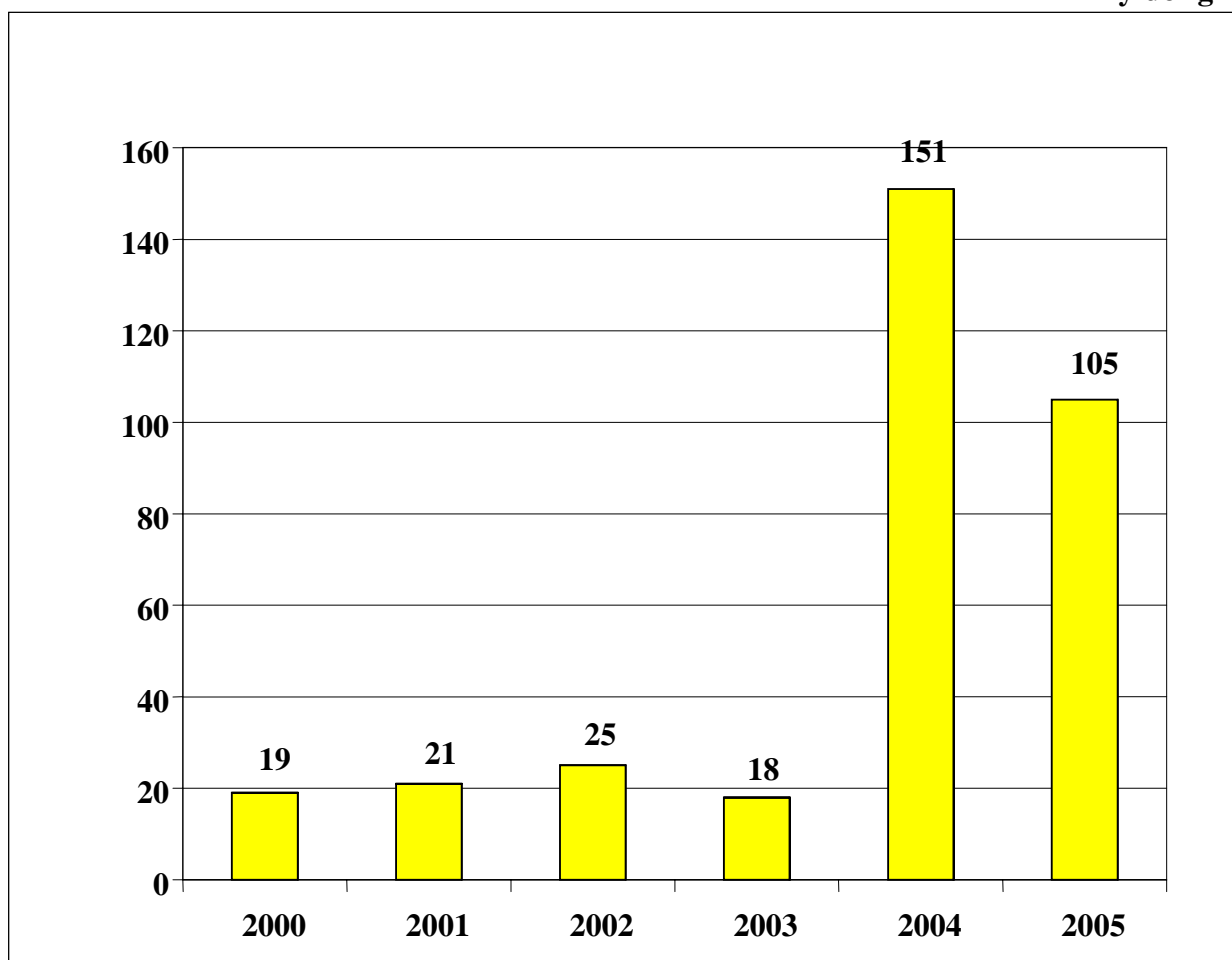
Cùng với sự tăng trưởng rất cao về doanh thu và thị phần, sau 5 năm từ năm 2000 đến năm 2005 tổng tài sản của PJICO đã tăng 3,3 lần. Qua đó cho thấy quy mô phát triển của công ty ngày càng lớn mạnh.

Đồ thị 2.1.2.2e: Lợi nhuận kinh doanh trước thuế của PJICO năm 2000 – 2005

### LỢI NHUẬN KINH DOANH TRƯỚC THUẾ

Profit before tax

Tỷ đồng



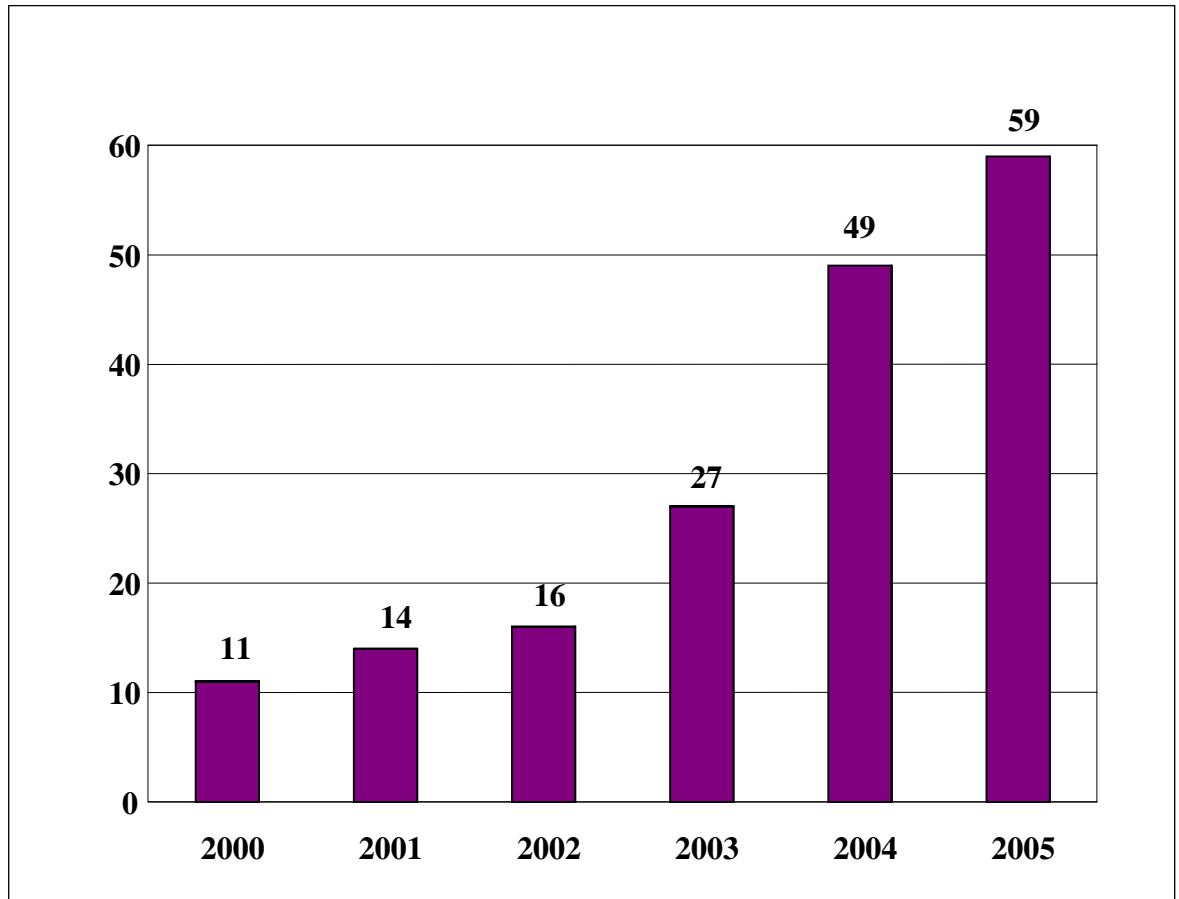
*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

Qua các năm hoạt động công ty đều có hiệu quả, đặc biệt năm 2004, 2005 đạt mức lợi nhuận rất cao, đây cũng là những năm PJICO bắt đầu giai đoạn cất cánh, doanh thu tăng trưởng cao, lợi nhuận cao, thể hiện sự lớn mạnh và khẳng định vị trí của mình trên thị trường.

Đồ thị 2.1.2.2f: Nộp ngân sách của PJICO năm 2000 – 2005

**NỘP NGÂN SÁCH**  
**Contribution to state budget**  
**2000 - 2005**

Tỷ đồng



*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

Tổng mức nộp ngân sách 5 năm qua là 176 tỷ đồng, quỹ dự phòng nghiệp vụ đạt trên 300 tỷ. Cổ tức hàng năm chia cho các cổ đông đã tăng từ 12% lên 15% năm. Tổng doanh thu phí bảo hiểm gốc tăng trên 6 lần, lợi nhuận và giá trị tổng tài sản cũng tăng 3,3 lần so với năm 2000.

Bên cạnh đó PJICO cũng đã thiết lập được mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với các công ty tái bảo hiểm lớn hàng đầu thế giới như: MunichRe (CHLB Đức), SwissRe (Thụy sỹ), West of England (Anh)... Cho phép giải quyết nhanh chóng các sự cố lớn xảy ra làm tăng uy tín của mình đối với khách hàng đồng thời bước đầu

cho việc chuẩn bị mở rộng hoạt động ra nước ngoài thông qua việc nhận tái bảo hiểm từ các công ty bảo hiểm quốc tế.

*2.1.2.3. Tình hình kinh doanh 7 nghiệp vụ bảo hiểm chính của PJICO:*

**a) Bảo hiểm con người:**

**Biểu 2.1.2.3a: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm con người của PJICO từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Bồi thường (tỷ đồng)	Tỷ lệ BT/DT (%)
2000	13	-	6	46%
2001	15	15%	8,4	56%
2002	18	20%	11	61%
2003	25	39%	14,5	58%
2004	50	100%	28	56%
2005	61	22%	37	61%

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

Nghiệp vụ bảo hiểm con người của PJICO tuy trong những năm 2004, 2005 có sự vượt trội về doanh thu so với các năm trước, thị phần chiếm vị trí thứ 3 trên thị trường bảo hiểm song vẫn còn ở mức khiêm tốn so với Bảo Việt và Bảo Minh chỉ chiếm khoảng trên 7% thị phần. Lý do nghiệp vụ này đòi hỏi phải có mạng lưới đại lý tương đối lớn trong khi đó Bảo Việt và Bảo Minh có lợi thế khai thác vì sẵn có mạng lưới đại lý bảo hiểm nhân thọ (Bảo Việt nhân thọ và Bảo Minh CMG). Tuy nhiên nghiệp vụ này có tỷ lệ bồi thường khá cao (tỷ lệ bồi thường chung toàn thị trường năm 2004 là 52%; năm 2005 là 50%), hiệu quả thấp và có nhiều hành vi trục lợi bảo hiểm khó có thể kiểm soát được đối với loại hình bảo hiểm này. Đây là vấn đề PJICO cần phải có kế hoạch xem xét lại trong thời gian tới.

**b) Bảo hiểm tài sản, kỹ thuật:**

**Biểu 2.1.2.3b: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm tài sản, kỹ thuật của PJICO từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Bồi thường (tỷ đồng)	Tỷ lệ BT/DT (%)
2000	13	-	5	38%
2001	15	15%	6	40%
2002	20	33%	7	35%
2003	30	50%	11	37%
2004	45	50%	16	36%
2005	70	56%	26	37%

Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005

Đối với nghiệp vụ này khả năng khai thác vẫn còn khá nhỏ bé so với tiềm năng của thị trường. PJICO chủ yếu là khai thác các dịch vụ bảo hiểm rủi ro hoá hoạn cho các đơn vị của ngành xăng dầu là chủ yếu. Cho tới những năm gần đây nghiệp vụ này mới được triển khai mở rộng tới các đối tượng khác và cũng đã bắt đầu có tín hiệu khả quan. Tỷ lệ bồi thường của nghiệp vụ này là khá thấp, hiệu quả cao vì vậy PJICO cần có kế hoạch tập trung khai thác nghiệp vụ này trong thời gian tới nhất là các dự án có vốn đầu tư nước ngoài.

**c) Bảo hiểm tàu thuyền:**

**Biểu 2.1.2.3c: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm tàu thuyền của PJICO Từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Bồi thường (Tỷ đồng)	Tỷ lệ BT/DT (%)
2000	20	-	11	55%
2001	22	10%	14	65%
2002	30	20%	20	67%
2003	50	67%	28	56%
2004	67	34%	52	78%
2005	86	28%	40	47%

Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005



Với nghiệp vụ này, PJICO đã có bước tiến mạnh mẽ. Nếu năm 2002 PJICO mới chỉ bảo hiểm được 20 tàu trong đội tàu viễn dương của các công ty vận tải biển lớn tại Việt Nam và đứng thứ 4 trên thị trường, thì đến năm 2004, 2005 đã khai thác được trên 50 tàu (Riêng trong năm 2004 đã khai thác được 7 tàu trong tổng số 14 tàu viễn dương đóng mới tại Việt Nam) vươn lên đứng vị trí thứ 3 trên thị trường. Nếu không tính đội tàu chuyên ngành (Dầu khí của PVIC) thì PJICO chiếm vị trí thứ 2 chỉ sau Bảo Việt. Riêng đối với đội tàu nhỏ của tư nhân, PJICO đã có bước đột phá mạnh mẽ, tạo được uy tín lớn cạnh tranh nghiêng ngửa với Bảo Việt. Tuy nhiên tỷ lệ bồi thường của nghiệp vụ này cũng khá cao, chưa có hiệu quả (tỷ lệ bồi thường chung toàn thị trường năm 2004 là 46%). Lý do là PJICO đẩy mạnh doanh thu chiếm lĩnh thị trường nên công tác đánh giá rủi ro trước khi cấp đơn chưa được tốt, nhất là đối với đội tàu nhỏ của tư nhân có tỷ lệ bồi thường khá cao, do tình trạng máy móc kỹ thuật của các tàu cũ chưa đảm bảo an toàn. Vì vậy PJICO xác định trong thời gian tới sẽ tập trung khai thác những đội tàu viễn dương đóng mới trong nước có mức độ rủi ro thấp, doanh thu và hiệu quả cao, đánh giá và lựa chọn lại việc bảo hiểm cho các đội tàu nhỏ của tư nhân, vươn lên vị trí thứ 2 trên thị trường bảo hiểm về nghiệp vụ này.

#### d) Bảo hiểm hàng hoá

**Biểu 2.1.2.3d: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm hàng hoá của PJICO Từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Bồi thường (Tỷ đồng)	Tỷ lệ BT/DT (%)
2000	24	-	14	58%
2001	27	13%	15	56%
2002	35	30%	21	60%
2003	52	49%	31	60%
2004	75	44%	48	64%
2005	87	16%	63	72%

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

Trong nghiệp vụ bảo hiểm hàng hoá ba năm trở lại đây PJICO có một bước bứt phá ngoạn mục. Nếu trong những năm trước PJICO chỉ đứng ở vị trí thứ tư thì liên tục từ năm 2002 trở lại đây vị thế của PJICO không ngừng được cải thiện đến năm 2003 và 2004 PJICO đã vươn lên vị trí thứ hai và nhanh chóng thu hẹp khoảng cách với Bảo Việt. Trong năm 2005 PJICO và Bảo Minh có tỷ lệ thị phần gần như tương đương nhau và cạnh tranh để chiếm vị thế thứ hai trên thị trường về nghiệp vụ này. Tuy nhiên tỷ lệ bồi thường của nghiệp vụ này cũng ở mức khá cao (tỷ lệ bồi thường chung toàn thị trường năm 2004 là 35%; năm 2005 là 42%), trong thời gian tới PJICO sẽ tiếp tục củng cố vị thế của mình trên thị trường đối với nghiệp vụ này bứt phá để chiếm vị thế thứ hai một cách vững chắc và hiệu quả.

**e) Bảo hiểm xây dựng lắp đặt.**

**Biểu 2.1.2.3e: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm xây dựng, lắp đặt của PJICO từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Bồi thường (Tỷ đồng)	Tỷ lệ BT/DT (%)
2000	9	-	3,6	40%
2001	12	33%	4,7	39%
2002	16	33%	6,7	42%
2003	37	131%	14	38%
2004	67	81%	29	43%
2005	76	13%	30	39%

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

Xác định đây là một nghiệp vụ có đầy tiềm năng do các ngành kinh tế có nhiều dự án lắp đặt lớn được triển khai, nên PJICO đã chú trọng đẩy mạnh khai thác nghiệp vụ này với tốc độ tăng trưởng rất cao, năm 2004 chiếm vị thế thứ hai trên thị trường. Hiện PJICO vững chắc ở vị trí thứ ba với một loạt các dự án lớn như: Nhà máy xi măng Nghi Sơn, Cẩm Phả, thủy điện Sông Hinh, quốc lộ 1A... Tỷ lệ bồi thường của nghiệp vụ này ở mức trung bình, kinh doanh có hiệu quả nhưng so với

hiệu quả chung toàn thị trường thì tỷ lệ bồi thường của PJICO còn cao (tỷ lệ bồi thường chung toàn thị trường năm 2004 là 14%; năm 2005 là 13%), nên trong thời gian tới PJICO sẽ tập trung phát triển mạnh nghiệp vụ này để vươn lên chiếm vị trí thứ hai trên thị trường.

**f) Bảo hiểm xe cơ giới :**

**\* Bảo hiểm xe ô-tô.**

**Biểu 2.1.2.3f: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm xe ô-tô của PJICO Từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Bồi thường (Tỷ đồng)	Tỷ lệ BT/DT (%)
2000	23.1	-	14.68	63.5%
2001	27.8	20%	18.53	67%
2002	51.8	86%	33.27	64%
2003	100	93%	58.8	59%
2004	188	88%	106.4	57%
2005	233	24%	157	67%

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

**\* Bảo hiểm mô-tô, xe máy**

**Biểu 2.1.2.3g: Một số chỉ tiêu về nghiệp vụ bảo hiểm xe mô-tô, xe máy của PJICO Từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (Tỷ đồng)	Tăng trưởng (%)	Bồi thường (Tỷ đồng)	Tỷ lệ BT/DT (%)
2000	1.9	-	0.32	17%
2001	2.2	16%	0.47	21%
2002	3.2	45%	0.73	23%
2003	32	900%	5.2	16%
2004	98	206%	16.6	17%
2005	110	12%	25	23%

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

Trong những năm qua, PJICO đã thực sự trở thành nhà bảo hiểm xe cơ giới chuyên nghiệp và vững chắc ở tốp đầu. Năm 2004 đã vươn lên vị trí thứ 2 sau Bảo Việt, thị phần chiếm tới gần 22% trong khi đó Bảo Minh lùi xuống vị trí thứ 3 với thị phần gần 19%. Đặc biệt là trong nghiệp vụ bảo hiểm mô-tô xe máy PJICO đã đạt doanh thu tới trên 100 tỷ đồng. Đó là do PJICO đã làm tốt việc phân cấp bồi thường cho các chi nhánh, công tác xây dựng mạng lưới để phục vụ kịp thời và giải quyết bồi thường thoả đáng cho chủ xe. Tuy nhiên tỷ lệ bồi thường của nghiệp vụ xe ô tô ở mức khá cao (tỷ lệ bồi thường chung toàn thị trường năm 2004 là 47%; năm 2005 là 51%) do có nhiều xe ô tô cũ, ý thức chấp hành luật lệ giao thông còn kém, cơ sở hạ tầng về giao thông đường bộ còn kém...và tình trạng trục lợi bảo hiểm xảy ra nhiều và khó kiểm soát. Nghiệp vụ mô-tô xe máy tỷ lệ bồi thường rất thấp nên rất hiệu quả. Năm 2004 PJICO định hướng đây là mảng nghiệp vụ có hiệu quả rất cao, tiềm năng thị trường còn rất lớn chưa khai thác, nên Công ty đã đề ra chiến lược khai thác mạnh mẽ mảng nghiệp vụ này. Kết quả sau hai năm doanh thu nghiệp vụ này tăng rất ấn tượng, mang lại hiệu quả kinh doanh cao, góp phần đáng kể vào hiệu quả kinh doanh chung của công ty. Trong thời gian tới mục tiêu của PJICO là tiếp tục khẳng định vị thế của mình trên thị trường về nghiệp vụ bảo hiểm xe cơ giới, đặc biệt hướng tới là nhà bảo hiểm hàng đầu về nghiệp vụ này.

#### *2.1.2.4. Tình hình hoạt động các loại hình kinh doanh khác:*

Đầu tư tài chính là nguồn đem lại lợi nhuận chủ yếu của PJICO. Danh mục đầu tư của PJICO tương đối đa dạng, ngoài hình thức đầu tư truyền thống như mua trái phiếu, cổ phiếu, gửi ngân hàng...Trong những năm qua PJICO cũng đã mạnh dạn đầu tư vào lĩnh vực bất động sản mang lại doanh thu gần 20 tỷ đồng trong các năm 2003 — 2005; góp vốn liên doanh và trở thành cổ đông sáng lập của công ty cổ phần bất động sản Petrolimex. Tham gia góp vốn vào quỹ đầu tư VF1,

đặc biệt là năm 2005 PJICO đã góp vốn liên doanh với công ty Kuo Oil của Singapore để xây dựng và kinh doanh kho xăng dầu ngoại quan tại vịnh Vân Phong thuộc Tỉnh Khánh Hoà với tổng vốn góp gần 50 tỷ đồng, đây là một hướng phát triển mới của PJICO hứa hẹn một tiềm năng lớn.

**Biểu 2.1.2.3h: Kết quả hoạt động đầu tư của PJICO  
Từ năm 2000 đến 2005**

Năm	Doanh thu (triệu đồng)	Tăng trưởng (%)	Chi phí (triệu đồng)	Chênh lệch thu/chi
2000	7,148	-	5.5	7,143
2001	8,559	19,7%	8.0	8,551
2002	9,698	13,3%	13	9,685
2003	13,946	43,8%	371	13,575
2004	54,526	290%	453	54,073
2005	71,612	31,3%	721	70,891

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO 2000-2005*

Cùng với đầu tư, hoạt động nhận tái bảo hiểm từ các công ty bảo hiểm khác cũng đạt kết quả tốt, tạo tiền đề cho việc mở rộng hoạt động kinh doanh bảo hiểm sang nước khác trong khu vực ASEAN, Trung Quốc, ấn Độ... Ngoài ra PJICO cũng đã đầu tư xây dựng các trung tâm cứu hộ xe ô tô trên ba miền vừa mang lại hiệu quả kinh doanh vừa xây dựng uy tín và thương hiệu PJICO trong lĩnh vực bảo hiểm xe cơ giới. Mục tiêu của PJICO trong thời gian tới là tham gia phát hành cổ phiếu ra thị trường chứng khoán nhằm tăng vốn đầu tư, đẩy mạnh hoạt động đầu tư tài chính và các loại hình kinh doanh khác, vươn lên trở thành một trong những tập đoàn tài chính mạnh của Việt Nam.

### 2.1.2.5. Hệ thống quản lý và mạng lưới phân phối:

#### a) Công tác nhân sự - đào tạo:

Công ty rất chú trọng đến công tác nhân sự, phải đảm bảo tinh giảm, hiệu quả. Công ty đã phân cấp cho các đơn vị thành viên chủ động trong việc lựa chọn tuyển dụng nhân sự đi kèm với việc khoán doanh thu, khoán hiệu quả và quỹ lương, riêng từ vị trí từ trưởng phòng nghiệp vụ của các chi nhánh trở lên đều phải được công ty trực tiếp xem xét bổ nhiệm.

Trong công tác nhân sự, ưu tiên việc đào tạo về nghiệp vụ và các kỹ năng hỗ trợ kinh doanh cho các cán bộ nhân viên và các đại lý qua các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ được mở thường xuyên tại công ty và các chi nhánh lớn. Bên cạnh đó công ty còn khuyến khích các cán bộ nhân viên đi học nâng cao trình độ bằng cách hỗ trợ kinh phí học tập, hoặc liên hệ với các Trung tâm đào tạo để gửi cán bộ đi học.

#### b) Ứng dụng công nghệ thông tin trong quản lý điều hành:

Đây là vấn đề được quan tâm đặc biệt của cấp lãnh đạo công ty vì công nghệ thông tin đóng một vai trò quan trọng và to lớn trong việc quản lý, điều hành, khai thác bảo hiểm. Hiện công ty đã thiết lập trang Web riêng cho mình, sử dụng mạng LAN, WAN hệ thống e-mail mạng toàn bộ hệ thống PJICO. Toàn bộ các thông tin trao đổi về nghiệp vụ, các ý kiến chỉ đạo trong hệ thống đều được thực hiện qua mạng thông tin điện tử, giảm tối đa chi phí quản lý và thời gian.

#### c) Mạng lưới kênh phân phối:

Tính đến hết năm 2005, PJICO đã thành lập được 50 chi nhánh phủ kín trên diện rộng cả nước với gần 1.000 cán bộ nhân viên chính thức và 5.000 đại lý cộng tác viên bảo hiểm, quy mô và mức độ bao phủ địa bàn và mạng lưới phân phối của PJICO hiện chỉ đứng sau Bảo Việt. Ngoài ra PJICO còn rất chú trọng liên kết với hệ thống các ngân hàng trong việc cung cấp các sản phẩm bảo hiểm thông qua hoạt động tín dụng. Tốc độ tăng trưởng nhanh chóng và quy mô khá lớn của hệ thống phân phối là một trong những nguyên nhân quan trọng góp phần vào sự phát triển của PJICO trong thời gian qua.

## 2.2. Phân tích, đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của Công ty PJICO giai đoạn 2000 – 2005.

### 2.2.1. Phân tích chỉ tiêu khả năng thanh toán nhanh.

\* Khả năng thanh toán hiện thời hay tỷ lệ lưu động ( $Rc$  – Current Ratio)

Tỷ lệ lưu động ( $Rc$ – Current Ratio)	
$Rc = \frac{\text{Tài sản lưu động}}{\text{Nợ ngắn hạn}}$	$Rc_{2000} = 2.09$
	$Rc_{2001} = 2.16$
	$Rc_{2002} = 2.74$
	$Rc_{2003} = 4.15$
	$Rc_{2004} = 4.04$
	$Rc_{2005} = 7.08$

#### Nhận xét:

Ta thấy tất cả các  $Rc > 1$  và từ gấp 2 lần trở lên ứng với 1 công ty nợ ngắn hạn, giá trị tài sản lưu động của công ty có tính thanh khoản cao, đảm bảo có thể chuyển đổi để thanh toán các khoản nợ ngắn hạn. Đặc biệt sản phẩm bảo hiểm giá trị tồn kho không đáng kể, không ảnh hưởng đến tính thanh khoản của công ty nên tỷ lệ lưu động  $Rc$  cũng chính là tỷ số thanh toán nhanh ( $Rq$ ). Theo quy định quản lý của hệ thống PJICO thì tiền tồn đọng ở tài sản lưu động đều gửi ở ngân hàng (đầu tư ngắn hạn) nên kết quả  $Rc$  ở trên tuy cao nhưng cũng hợp lý và có hiệu quả. Năm 2005 tỷ lệ  $Rc$  đặc biệt cao do năm 2004 doanh thu PJICO tăng trưởng cao, cũng đồng thời phát sinh trách nhiệm bồi thường cao chuyển qua năm sau nên tỷ lệ  $Rc_{2005}$  cao cũng là hợp lý.

\* Tỷ lệ phải thu phải trả ( $R_t$ )

Tỷ lệ phải thu phải trả ( $R_t$ )	
$R_t = \frac{\text{Các khoản phải thu}}{\text{Các khoản phải trả}}$	$R_{t2000} = 0.07$
	$R_{t2001} = 0.08$
	$R_{t2002} = 0.08$
	$R_{t2003} = 0.17$
	$R_{t2004} = 0.08$
	$R_{t2005} = 0.13$

Nhận xét:

Kết quả các  $R_t$  rất nhỏ cho thấy công ty quản lý khá tốt các khoản phải thu. Tuy nhiên do đặc điểm của doanh nghiệp bảo hiểm có các quỹ dự trữ nghiệp vụ tích tụ qua nhiều năm khá lớn, nên tỷ lệ  $R_t$  chưa phản ánh hết tình trạng doanh nghiệp bị chiếm dụng vốn.

\* Tỷ số chiếm dụng vốn ( $R_w$ ).

Tỷ số chiếm dụng vốn ( $R_w$ )	
$R_w = \frac{\text{Các khoản phải thu}}{\text{Các khoản phải trả} - \text{Quỹ dự trữ nghiệp vụ}}$	$R_{w2000} = 0.11$
	$R_{w2001} = 0.15$
	$R_{w2002} = 0.18$
	$R_{w2003} = 0.48$
	$R_{w2004} = 0.25$
	$R_{w2005} = 0.91$

Nhận xét:

Các khoản phải thu chủ yếu là công nợ phí bảo hiểm. Sau khi trừ đi các quỹ dự trữ nghiệp vụ, tỷ lệ chiếm dụng vốn ba năm đầu của công ty khá tốt. Những năm sau tỷ lệ chiếm dụng vốn ngày càng cao, nếu không thu hồi tốt các khoản phải thu sẽ ảnh hưởng đến khả năng phải thanh toán các khoản phải trả, các khoản này chủ yếu là bồi thường và sẽ ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của công ty.



### 2.2.2. Phân tích chỉ tiêu về sử dụng vốn.

\* Tỷ suất đầu tư chung (R11).

Tỷ suất đầu tư chung (R11)	
$R11 = \frac{\text{TSCĐ \& Đầu tư dài hạn}}{\text{Tổng tài sản}}$	R11 <sub>2000</sub> = 0.21
	R11 <sub>2001</sub> = 0.21
	R11 <sub>2002</sub> = 0.23
	R11 <sub>2003</sub> = 0.27
	R11 <sub>2004</sub> = 0.31
	R11 <sub>2005</sub> = 0.37

Nhận xét:

Đối với doanh nghiệp bảo hiểm, nếu tỷ suất đầu tư chung lớn hơn 0,5 thể hiện khả năng linh hoạt trong thanh toán kém vì đã dồn quá nhiều vốn cho tài sản cố định và đầu tư dài hạn. Với kết quả trên thì tỷ suất đầu tư chung của công ty khá tốt, từ 0,21 đến 0,31, đảm bảo khả năng linh hoạt trong thanh toán.

\* Tỷ suất tự tài trợ.

Tỷ suất tự tài trợ	
$\text{Tỷ suất tự tài trợ} = \frac{\text{Vốn chủ sở hữu}}{\text{Tổng tài sản}}$	2000 = 0.24
	2001 = 0.22
	2002 = 0.25
	2003 = 0.30
	2004 = 0.23
	2005 = 0.24

Nhận xét:

Tỷ suất tự tài trợ thể hiện khả năng về vốn của công ty tài trợ cho hoạt động của mình. Kết quả từ 0,22 đến 0,30 là thấp, công ty cần tăng thêm vốn chủ sở hữu so với tổng tài sản để đảm bảo khả năng tự tài trợ cho hoạt động của công ty an toàn hơn.

### 2.2.3. Phân tích chỉ tiêu về hiệu quả hoạt động.

\* Tỷ lệ chi kinh doanh

Tỷ lệ chi kinh doanh	
$\frac{\text{Chi quản lý + chi khác hoạt động kinh doanh}}{\text{Doanh thu khai thác thuần}}$	2000 = 35%
	2001 = 36%
	2002 = 35%
	2003 = 39%
	2004 = 31%
	2005 = 38%

Nhận xét:

Kết quả cho thấy tỷ lệ chi kinh doanh các năm đều trên 30%, tỷ lệ chi kinh trên là quá cao, làm giảm hiệu quả kinh doanh.

\* Tỷ lệ bồi thường thuần.

Tỷ lệ bồi thường thuần	
$\frac{\text{Bồi thường gốc + Bồi thường nhận tái - thu bồi thường nhận tái - Đòi người thứ 3}}{\text{Doanh thu khai thác thuần}}$	2000 = 55%
	2001 = 54%
	2002 = 54%
	2003 = 59%
	2004 = 59%
	2005 = 68%

Nhận xét:

Chi phí bồi thường là khoản chi lớn nhất trong tổng chi kinh doanh. Không chế giảm tỷ lệ bồi thường sẽ mang lại hiệu quả kinh doanh cao. Tỷ lệ bồi thường của công ty qua các năm đều trên 54% và tăng cao trong những năm gần đây, đặc biệt là năm 2005 với 68% là quá cao.

\* Tỷ lệ chi kinh doanh gộp.

Tỷ lệ chi kinh doanh gộp			
$\text{Tỷ lệ chi kinh doanh gộp} = \text{Tỷ lệ chi kinh doanh} + \text{Tỷ lệ bồi thường thuần}$			2000 = 90%
			2001 = 90%
			2002 = 89%
			2003 = 98%
			2004 = 90%
			2005 = 106%

Nhận xét:

Kết quả cho thấy công ty có tỷ lệ chi kinh doanh gộp quá cao, đều trên 90%, đặc biệt năm 2005 chỉ đến 106%. Với kết quả này thì hiệu quả từ hoạt động kinh doanh bảo hiểm là không có và còn bị âm. Kết quả này đặt ra rất nhiều vấn đề mà công ty phải giải quyết trong định hướng phát triển trong thời gian tới.

**2.2.4. Phân tích chỉ tiêu về khả năng sinh lợi.**

\* Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA):

Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA)	
$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận ròng sau thuế}}{\text{Tổng giá trị tài sản}}$	2000 = 10%
	2001 = 9%
	2002 = 9%
	2003 = 4%
	2004 = 24%
	2005 = 15%

Nhận xét:

ROA đo lường hiệu quả hoạt động của công ty. Kết quả các năm cho thấy hiệu quả sử dụng và quản lý nguồn vốn của công ty ở mức trung bình. Riêng năm 2003 thì hiệu quả hoạt động của công ty thấp. Những năm sau hiệu quả sử dụng nguồn vốn được cải thiện và đã tạo hiệu quả cao, năm 2004 là 24% và năm 2005 là 15%.

\* Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)

Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE)	
$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận ròng sau thuế}}{\text{Vốn chủ sở hữu}}$	2000 = 39%
	2001 = 41%
	2002 = 37%
	2003 = 14%
	2004 = 106%
	2005 = 65%

Nhận xét:

Từ kết quả trên cho thấy tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu của công ty là rất cao, đặc biệt cao vào năm 2004, 2005.

**2.2.5. Phân tích khả năng thanh toán.**

Khả năng thanh toán	
$\frac{\text{Tổng nguồn vốn}}{\text{Khả năng thanh toán}}$	2000 = 2.4 lần
	2001 = 2.2 lần
	2002 = 1.9 lần
	2003 = 2.4 lần
	2004 = 1.4 lần
	2005 = 1.3 lần

Nhận xét:

Từ kết quả trên cho thấy công ty luôn đảm bảo đủ vốn cho khả năng thanh toán ở mức khá an toàn, từ 1,3 lần đến 2,4 lần. Chỉ tiêu này rất quan trọng ảnh hưởng đến niềm tin của khách hàng và các đối tác.

**2.2.6. Mô hình phân tích và đánh giá hiệu quả kinh tế xã hội.**

Công ty : VNĐ

Giá trị gia tăng trên một lao động	
$ES = \frac{V}{L} + \frac{P}{L}$	2000 = 59.773.443
	2001 = 54.556.290
	2002 = 56.502.200
	2003 = 38.930.441
	2004 = 145.338.403
	2005 = 75.983.692

Nhận xét:

Giá trị gia tăng trên một lao động giảm dần từ năm 2001 đến 2003. Chi phí nhân công và số lao động của công ty vẫn tăng đều qua từng năm, nguyên

nhân chủ yếu làm giảm giá trị gia tăng trên một lao động là do lợi tức thuần (P) của công ty giảm mạnh từ năm 2001 đến năm 2003. Có nhiều nguyên nhân làm giảm lợi tức thuần của công ty, qua đó cho thấy hiệu quả kinh doanh thấp của công ty dẫn đến giá trị gia tăng trên một lao động giảm. Năm 2004 công ty lại đạt kết quả rất cao, tăng trên 370% so với năm trước, kết quả đạt được do lợi tức thuần năm 2004 đạt rất cao, gấp gần 18 lần so với năm 2003. Năm 2005 giá trị gia tăng trên một lao động giảm gần một nửa so với năm 2004, nguyên nhân chủ yếu vẫn do lợi tức thuần giảm mặc dù số lao động tăng 8% so với năm 2004.

Qua kết quả đánh giá trên có thể kết luận: Đánh giá hiệu quả kinh tế xã hội của công ty thông qua chỉ tiêu giá trị gia tăng trên một lao động phụ thuộc chủ yếu vào hiệu quả kinh doanh của công ty. Một trong những yếu tố làm tăng hiệu quả kinh doanh của công ty là chi phí nhân công phải có hiệu quả, nghĩa là tăng số lao động đi đôi với chất lượng lao động ngày càng được nâng cao, hạn chế tăng số lao động ồ ạt mà chất lượng thấp sẽ làm tăng chi phí nhân công mà không có hiệu quả.

### **2.2.7. *Rủi ro và lợi nhuận của tập danh mục nghiệp vụ.***

#### *2.2.7.1. Suất sinh lợi kỳ vọng của tập danh mục nghiệp vụ:*

Tập danh mục nghiệp vụ lựa chọn 7 nghiệp vụ chính của PJICO gồm: Nghiệp vụ bảo hiểm xe ô tô; bảo hiểm mô tô xe máy; bảo hiểm con người; bảo hiểm tài sản kỹ thuật; bảo hiểm xây dựng lắp đặt; bảo hiểm tàu thuyền; bảo hiểm hàng hóa.

Công thức tính:

$$K_p = w_1k_1 + w_2k_2 + w_3k_3 + \dots + w_nk_n = \sum_{i=1}^n w_i k_i$$

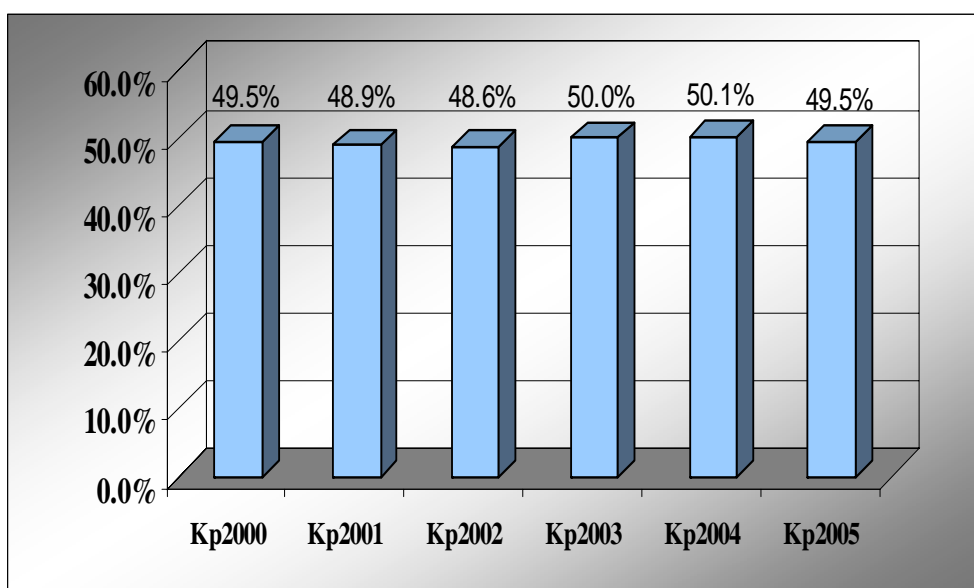
Trong đó:  $w_i$ : Tỷ trọng doanh thu từng nghiệp vụ.

$K_i$ : Suất sinh lời kỳ vọng của từng nghiệp vụ

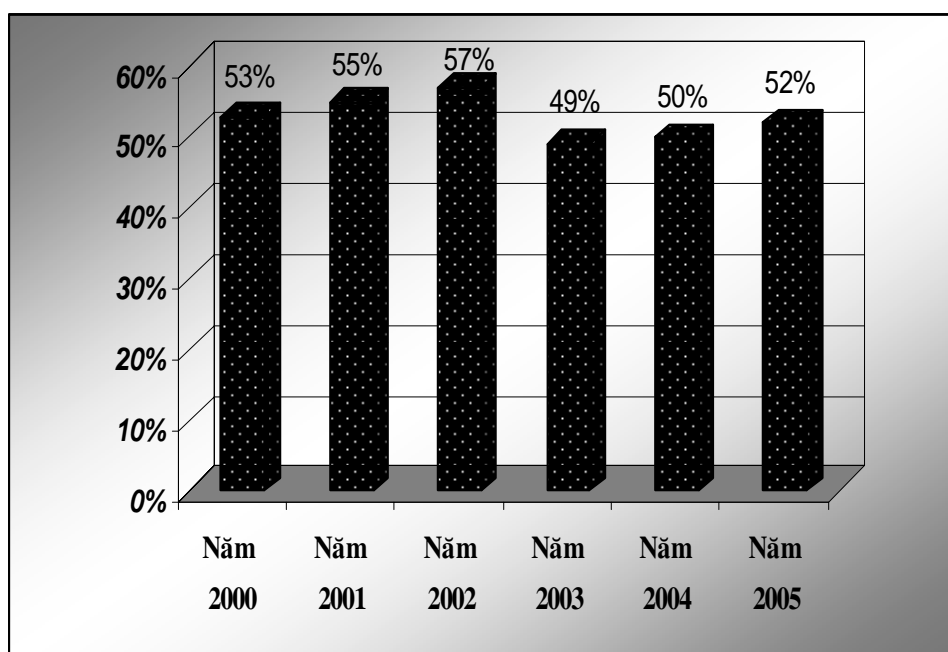
Giá trị khả năng khi biến cố  $i$  xảy ra được xác định chung cho tất cả các nghiệp vụ là Lãi 60%; Lỗ 40%. Chỉ tiêu này xem như là chỉ tiêu kế hoạch cho tất cả các năm kinh doanh trong định hướng kinh doanh hiệu quả của PJICO.

Phân phối xác suất cho từng nghiệp vụ chính là tỷ lệ thực bồi thường của từng năm, vì tỷ lệ bồi thường quyết định phần lớn đến hiệu quả kinh doanh của từng nghiệp vụ và của cả công ty .

Hình 2.2.7 a. Đồ thị biểu diễn chỉ tiêu Kp từ năm 2000 đến 2005



Hình 2.2.7 b. Đồ thị biểu diễn tỷ lệ bồi thường chung từ năm 2000 đến 2005



Nhận xét: (phụ lục 3)

Kết quả cho thấy suất sinh lợi kỳ vọng của tập danh mục nghiệp vụ qua các năm chênh lệch không nhiều, từ 48,6% đến 50,1%. Yếu tố tác động chủ yếu đến suất sinh lợi kỳ vọng là tỷ lệ bồi thường, cũng là xác suất phân phối khi tính suất sinh lợi kỳ vọng. Tỷ lệ bồi thường tăng sẽ làm giảm suất sinh lợi kỳ vọng. Ngoài ra tỷ trọng của từng nghiệp vụ có ảnh hưởng quan trọng đến suất sinh lợi kỳ vọng. Từ kết quả này cho thấy công ty cần xây dựng chiến lược kinh doanh trong thời gian tới theo định hướng giảm tỷ trọng nghiệp vụ bồi thường cao; tập trung nguồn lực thúc đẩy tăng trưởng nghiệp vụ có suất sinh lợi cao, rủi ro thấp chấp nhận được.

Riêng nghiệp vụ bảo hiểm mô tô xe máy có suất sinh kỳ vọng cao nhất trong tập danh mục nghiệp vụ. Nghiệp vụ bảo hiểm xe ô tô và bảo hiểm hàng hóa có suất sinh lợi kỳ vọng thấp nhất qua các năm.

Xét tỷ lệ bồi thường từng nghiệp vụ ta thấy nghiệp vụ xe ô tô và hàng hóa có tỷ lệ bồi thường rất cao, 55% đến 72% và chiếm tỷ trọng lớn trong tập nghiệp vụ nên đã làm giảm suất sinh lời chung của tập danh mục nghiệp vụ. Trong khi đó nghiệp vụ mô tô xe máy có tỷ lệ bồi thường thấp nhất, 16% đến 23%, là nghiệp vụ rất có hiệu quả nhưng tỷ trọng còn rất nhỏ. Công ty cần lưu ý để có điều chỉnh tỷ trọng từng nghiệp vụ hợp lý để đạt suất sinh lợi kỳ vọng cao hơn.

2.2.7.2. *Rủi ro của tập danh mục nghiệp vụ:**\* Tính toán rủi ro của từng cặp nghiệp vụ:***Công thức tổng quát:**

$$\sigma_p = \sigma_{(i+j)} = \sqrt{W_i^2 \sigma_i^2 + W_j^2 \sigma_j^2 + 2 W_i W_j R_{ij} \sigma_i \sigma_j}$$

Trong đó:  $\sigma_{(i+j)}$  là độ lệch chuẩn khi kết hợp hai nghiệp vụ bảo hiểm i&j

Hệ số tương quan ( $R_{ij}$ ) giữa từng cặp nghiệp vụ được xác định dựa trên số liệu bồi thường thực tế của từng nghiệp vụ (phụ lục 4).

Nhân xét: (phụ lục 5)

NV1 khi kết hợp với từng nghiệp vụ khác có độ lệch chuẩn: từ 2,0% đến 4,2%.

NV2 khi kết hợp với từng nghiệp vụ khác có độ lệch chuẩn: từ 0,9% đến 2,3%.

NV3 khi kết hợp với từng nghiệp vụ khác có độ lệch chuẩn: từ 0,8% đến 3,1%.

NV4 khi kết hợp với từng nghiệp vụ khác có độ lệch chuẩn: từ 0,9% đến 2,1%.

NV5 khi kết hợp với từng nghiệp vụ khác có độ lệch chuẩn: từ 2,0% đến 2,6%.

NV6 khi kết hợp với từng nghiệp vụ khác có độ lệch chuẩn: từ 1,3% đến 2,4%.

NV7 khi kết hợp với từng nghiệp vụ khác có độ lệch chuẩn: từ 1,1% đến 3,6%.

Ta thấy nhóm nghiệp vụ ít rủi ro gồm nghiệp vụ mô tô xe máy (NV2), nghiệp vụ tài sản kỹ thuật (NV4) và nghiệp vụ tàu thuyền (NV6) vì có độ lệch chuẩn của suất sinh lợi kỳ vọng nhỏ, mật độ phân phối xác suất hẹp. Nghiệp vụ bảo hiểm con người (NV3) cũng khá tốt nhưng mật độ phân phối xác suất rộng nên rủi ro khá cao. Nhóm nghiệp vụ rủi ro cao gồm nghiệp vụ xe ô tô (NV1), nghiệp vụ xây dựng lắp đặt (NV5) và nghiệp vụ bảo hiểm hàng hóa (NV7), độ lệch chuẩn cao, mật độ phân phối xác suất rộng.

*\* Rủi ro của tập danh mục 7 nghiệp vụ chính của PJICO:*

Công thức tính:

$$\text{Độ lệch chuẩn: } \sigma_p = \sqrt{\sum_i \sum_j W_i W_j R_{ij} \sigma_i \sigma_j}$$

$$\text{Hệ số biến thiên: } CV_p = \frac{\sigma_p}{K_p}$$



Nhận xét: (Phụ lục 6)

Rủi ro của tập danh mục các nghiệp vụ bảo hiểm phụ thuộc vào bốn yếu tố sau:

- Số lượng nghiệp vụ trong tập nghiệp vụ. Yếu tố này là cố định và ít thay đổi. Các doanh nghiệp bảo hiểm chỉ được khai thác những nghiệp vụ đã đăng ký và được Bộ Tài Chính cho phép. Thường là số nghiệp vụ thay đổi tăng, đăng ký thêm nghiệp vụ và ít khi thay đổi giảm.

- Hệ số tương quan giữa các nghiệp vụ. Tập danh mục nghiệp vụ có hệ số tương quan như sau:

+ Không có tương quan: nghiệp vụ mô tô xe máy với nghiệp vụ bảo hiểm xây dựng lắp đặt; nghiệp vụ con người với nghiệp vụ bảo hiểm xây dựng lắp đặt; nghiệp vụ con người với nghiệp vụ tàu thuyền; nghiệp vụ tàu thuyền với bảo hiểm hàng hóa.

+ Tương quan thuận hoàn hảo: nghiệp vụ xe ô tô với mô tô xe máy, con người, tài sản kỹ thuật, bảo hiểm hàng hóa; nghiệp vụ mô tô xe máy với con người, bảo hiểm hàng hóa; nghiệp vụ con người với bảo hiểm hàng hóa; xây dựng lắp đặt với bảo hiểm tàu thuyền.

+ Tương quan nghịch hoàn hảo: nghiệp vụ xe ô tô với nghiệp vụ xây dựng lắp đặt, bảo hiểm tàu thuyền; nghiệp vụ mô tô xe máy với nghiệp vụ tài sản kỹ thuật, bảo hiểm tàu thuyền; nghiệp vụ con người với nghiệp vụ tài sản kỹ thuật; nghiệp vụ tài sản kỹ thuật với nghiệp vụ xây dựng lắp đặt, bảo hiểm tàu thuyền, bảo hiểm hàng hóa; nghiệp vụ tàu thuyền với bảo hiểm hàng hóa.

- Tỷ trọng của từng nghiệp vụ. Đây là yếu tố quan trọng cần được quan tâm vì có ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh chung của công ty. Luôn phải điều chỉnh theo hướng tăng tỷ trọng những nghiệp vụ có suất sinh lợi kỳ vọng cao, chi phí thấp, đặc biệt là chi bồi thường. Như đã phân tích ở phần trên,

nghiệp vụ mô tô xe máy có hiệu quả rất cao nhưng tỷ trọng còn rất thấp, trong 5 năm chỉ chiếm từ 1,8% đến 15,2%. Tuy nhiên nghiệp vụ xe ô tô là nghiệp vụ chiếm tỷ trọng lớn nhất trong doanh thu của công ty, nhưng tỷ lệ bồi thường quá cao làm giảm hiệu quả kinh doanh chung của công ty. Do đó, cùng là nghiệp vụ xe cơ giới nhưng công ty cần tăng mạnh tỷ trọng nghiệp vụ mô tô xe máy, loại bỏ những khách hàng xe ô tô thường xuyên bồi thường.

- Rủi ro của từng nghiệp vụ. Hiệu quả kinh doanh tính trên tổng thể các nghiệp vụ, nhưng để tổng thể có hiệu quả cao, phải đánh giá hiệu quả từng nghiệp vụ, đưa ra giải pháp giảm rủi ro cho từng nghiệp vụ vì rủi ro từng nghiệp vụ ảnh hưởng trực tiếp đến rủi ro chung toàn công ty.

Kết quả phân tích độ lệch chuẩn ( $\sigma$ ) tập danh mục nghiệp vụ các năm trong khoảng 9,3% đến 9,8%. Năm 2000 đến 2003 tập danh mục 7 nghiệp vụ chính của PJICO có mức rủi ro cao, độ lệch chuẩn của suất sinh lợi kỳ vọng từ 9,6 đến 9,8%. Năm 2004 và 2005 mức rủi ro có giảm, độ lệch chuẩn của suất sinh lợi kỳ vọng còn 9,3 – 9,4%. Mức rủi ro giảm một phần do doanh thu hai năm này của PJICO tăng trưởng rất cao, doanh thu tăng trưởng cao góp phần nới rộng khoảng cách giữa doanh thu và bồi thường.

Hệ số biến thiên (CVp) chỉ rủi ro/ 1 công ty lợi nhuận trung bình qua các năm xấp xỉ bằng 0,2. Hệ số biến thiên càng nhỏ thì suất sinh lợi kỳ vọng càng cao. Năm 2004 và 2005 hệ số biến thiên tập danh mục nghiệp vụ của công ty thấp hơn những năm trước, suất sinh lợi kỳ vọng cao.

### **2.3. Các yếu tố cơ bản tác động đến hiệu quả kinh doanh của PJICO.**

#### **2.3.1. Các yếu tố thuộc môi trường bên trong.**

- *Quản lý chi phí gồm:* chi phí bán hàng + chi phí quản lý + chi bồi thường. Kết quả phân tích ở phần trên cho thấy tỷ lệ chi kinh doanh gộp của công ty quá cao, đều trên 90%, năm 2005 chi đến 106%, khoản chi lớn nhất là

chi bồi thường, đặc biệt nghiệp vụ xe ô tô, nghiệp vụ bảo hiểm hàng hóa và tàu thuyền có tỷ lệ chi bồi thường rất cao. Kết quả này đặt ra rất nhiều vấn đề về quản trị chi phí, đặc biệt là giảm tỷ lệ chi bồi thường mà công ty phải giải quyết trong định hướng phát triển thời gian tới.

- *Quy trình quản lý nghiệp vụ*: là những quy định thống nhất trong toàn công ty, được áp dụng đồng bộ từ khai thác, giám định, bồi thường. Để giảm tỷ lệ bồi thường cần quản trị thật tốt từ công tác khai thác, đây là đầu vào quyết định chất lượng doanh thu thường được gọi là “*doanh thu sạch*”. Công tác đánh giá rủi ro trước khi cấp đơn sẽ quyết định *doanh thu sạch*. PJICO đang chuẩn bị đưa vào áp dụng thống nhất quy trình quản lý chất lượng theo ISO 9001 – 2000, nếu áp dụng hiệu quả sẽ cải thiện đáng kể chất lượng doanh thu của công ty, góp phần làm giảm tỷ lệ bồi thường để nâng cao hiệu quả kinh doanh.

- *Yếu tố về nhân sự*: là những yếu tố về năng suất lao động; thu nhập bình quân; công tác đào tạo và các chính sách ưu đãi khác.

ĐVT: triệu đồng

Số TT	Năm Chỉ tiêu	2000	2001	2002	2003	2004	2005
		1	Năng suất lao động	354	359	362	493
2	Thu nhập bình quân	1,58	1,66	1,97	2,58	3,03	3,45

Sau 5 năm năng suất lao động của công ty tăng hơn gấp hai lần, theo đó thu nhập cũng tăng hơn gấp hai lần. Nhân sự ổn định và có trình độ chuyên môn sâu là yếu tố quyết định lợi thế cạnh tranh của công ty. Do là công ty cổ phần nên áp lực về hiệu quả kinh doanh là rất lớn, do đó công tác nhân sự luôn phải gắn với hiệu quả công việc. Đó là cơ chế khoán tiền lương, chi phí và hiệu quả kinh doanh. Để hỗ trợ cho đội ngũ nhân sự hoạt động hiệu quả, thu nhập ổn định, Công ty rất chú trọng việc đào tạo về nghiệp vụ và các kỹ năng hỗ trợ bán

hàng cho nhân viên và đại lý qua các lớp bồi dưỡng nghiệp vụ được mở thường xuyên tại công ty và các chi nhánh lớn. Bên cạnh đó công ty còn khuyến khích các cán bộ nhân viên đi học nâng cao trình độ bằng cách hỗ trợ kinh phí học tập, hoặc liên hệ với các Trung tâm đào tạo để gửi cán bộ đi học. Nhưng với hiệu quả trực tiếp từ hoạt động kinh doanh những năm qua là không đáng kể, trong khi đó thu nhập của người lao động gắn chặt với hiệu quả kinh doanh theo cơ chế khoán, đang làm người lao động thật sự chưa yên tâm làm việc và gắn bó lâu dài với công ty.

- Yếu tố văn hóa PJICO với phương châm là “Chỉ cam kết những gì thực sự có khả năng và thực hiện đầy đủ những gì đã cam kết”. Văn hóa PJICO thể hiện ở chất lượng và hiệu quả của câu nói trên. Tuy nhiên chưa có những chỉ tiêu cụ thể để đo lường và đánh giá yếu tố này. Để cam kết trên như là nét văn hóa riêng có của PJICO đi vào tâm trí khách hàng, trước hết nó phải thấm nhuần trong tinh thần và hành động của từng nhân viên PJICO. Với áp lực cạnh tranh hiện nay, chạy theo doanh thu đang là cuộc chạy đua quá khốc liệt vì đời sống của người lao động gắn chặt với cuộc chạy đua này. Vì vậy kiểm soát công tác khai thác đúng với khả năng phục vụ của PJICO hiện nay đang rất khó khăn và là vấn đề khá nan giải mà công ty phải giải quyết để xây dựng nên một nét văn hoá đặc trưng PJICO.

### ***2.3.2. Các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài.***

- *Môi trường về chính trị, kinh tế, văn hóa xã hội:* Giai đoạn 5 năm trở lại đây, tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của Việt Nam đạt mức tăng trưởng trung bình 7,4%/năm, đây là tỷ lệ tăng trưởng rất cao trong khu vực và Châu Á. Việt Nam cam kết tiếp tục cải cách kinh tế – tài chính, môi trường pháp lý ... nhằm tạo ra môi trường đầu tư có sức cạnh tranh cao để thu hút các nhà đầu tư, đặc biệt là các nhà đầu tư quốc tế đang ngày càng tin cậy vào môi trường đầu tư tại Việt Nam. Theo đánh giá của ông **M.Smith** – Chủ tịch Ngân hàng Hồng Công-

Thương Hải (HSBC) khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, “Việt Nam hiện được xem là một trong những thị trường đầy tiềm năng tại Châu Á. Mức độ cạnh tranh trong việc sử dụng vốn kinh doanh đang ngày càng mạnh mẽ và Việt Nam sẽ tiếp tục là nền kinh tế năng động nhất khu vực dù có gia nhập WTO hay không”

Thị trường bảo hiểm Việt Nam giai đoạn 2000 – 2005 tiếp tục phát triển ổn định, an toàn, tăng trưởng về hầu hết các chỉ tiêu như doanh thu phí bảo hiểm, huy động vốn đầu tư dài hạn cho phát triển kinh tế, bù đắp thiệt hại về tài chính cho các tổ chức, cá nhân không may gặp rủi ro trong sản xuất, kinh doanh và đời sống dân cư, hội nhập quốc tế được đẩy mạnh. Nhờ đó, ngành bảo hiểm đã góp phần duy trì và thúc đẩy sự phát triển ổn định của nền kinh tế và đời sống xã hội. Những thành tựu cơ bản thị trường bảo hiểm đã đạt được giai đoạn qua là :

+ Tốc độ tăng trưởng cao, quy mô thị trường được mở rộng: Tốc độ tăng trưởng toàn thị trường bảo hiểm giai đoạn 2000 – 2005 đạt xấp xỉ 30%/ năm; quy mô thị trường bảo hiểm không ngừng được mở rộng đạt xấp xỉ 16.000 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 2% GDP năm 2005; tổng số tiền các doanh nghiệp bảo hiểm đầu tư trở lại nền kinh tế đã tăng gấp 5 lần từ 5.784 tỷ đồng năm 2001 lên gần 27.000 tỷ đồng năm 2005.

+ Thị trường được định hình vững chắc với đầy đủ các yếu tố thị trường: Cơ cấu thị trường đa dạng hóa đã phát huy được thế mạnh của các thành phần kinh tế. Đề án cổ phần hóa Bảo Việt và thí điểm thành lập Tập đoàn Tài chính – Bảo hiểm Bảo Việt đã mở ra hướng đi mới trong việc hình thành các tập đoàn kinh tế. Sự lớn mạnh của Bảo Minh và Binare sau cổ phần hóa đã khẳng định quyết tâm thực hiện triệt để công cuộc cổ phần hóa. Các chủ đầu tư trong nước mua lại phần góp vốn của đối tác nước ngoài trong liên doanh và tiếp nhận hoạt

động của doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài, đồng thời vẫn đảm bảo quyền lợi của khách hàng, nhà nước và người lao động đã góp phần nâng cao năng lực tài chính, kinh doanh

và sức cạnh tranh của các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước.

+ Cơ chế và phương thức quản lý được đổi mới: Cơ chế kinh doanh, tài chính, chính sách thuế, lao động, tiền lương được thay đổi theo hướng tăng tính chủ động của các doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh, hài hòa quyền, lợi ích chính đáng của doanh nghiệp, người lao động và khách hàng. Nhờ đó tạo động lực cho doanh nghiệp phát triển, người lao động gắn bó với ngành bảo hiểm và khách hàng cũng tin tưởng hơn vào sự phát triển của thị trường. Phương thức quản lý được thực hiện chủ động nhằm ngăn ngừa các rủi ro cho các doanh nghiệp và bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng. Mối quan hệ giữa các cơ quan quản lý, giữa cơ quan quản lý với doanh nghiệp và Hiệp hội được mở rộng, giải quyết kịp thời các khó khăn, vướng mắc của doanh nghiệp.

+ Chủ động hội nhập quốc tế: Ngành bảo hiểm đã tích cực, chủ động thực hiện hội nhập quốc tế trên cả ba cấp độ cơ quan quản lý, hiệp hội bảo hiểm và doanh nghiệp bảo hiểm. Thông qua hội nhập, các doanh nghiệp trong nước đã từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực tài chính; cải thiện môi trường đầu tư; gia tăng quy mô trao đổi thương mại hàng hóa dịch vụ của Việt Nam ra nước ngoài.

*(trích bài phát biểu của Tiến sỹ Lê Thị Băng Tâm – Thứ trưởng Bộ Tài Chính, trong Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2005)*

Với những điều kiện thuận lợi từ môi trường chính trị, kinh tế, văn hóa xã hội nêu trên là cơ hội để các doanh nghiệp bảo hiểm nói chung và PJICO nói riêng phát triển mạnh mẽ hoạt động kinh doanh của mình.

- Yếu tố về khách hàng: Từ chỉ số tăng trưởng chung của thị trường bảo hiểm những năm qua cho thấy, ý thức và nhu cầu về bảo hiểm của người dân ngày càng cao. Sự phát triển của truyền thông tạo cho khách hàng nhiều sự lựa chọn và đòi hỏi chất lượng dịch vụ ngày càng cao tạo ra cơ hội cho những công ty bảo hiểm có chất lượng dịch vụ tốt. Ngược lại là nguy cơ cho những công ty có chất lượng dịch vụ kém. Với kết quả tăng trưởng rất cao của PJICO những năm gần đây cho thấy sự tín nhiệm của khách hàng đối với thương hiệu PJICO. Tuy nhiên, để tận dụng tối đa cơ hội này trong dài hạn đòi hỏi công ty phải có chiến lược hướng về khách hàng bằng chất lượng dịch vụ mang tính bền vững.

- Ma trận hình ảnh cạnh tranh.

Nhằm đánh giá vị thế của doanh nghiệp trên thị trường trên cơ sở phân tích một số yếu tố trọng yếu như: Uy tín thương hiệu; thị phần; bồi thường; tổng tài sản; tổng dự phòng nghiệp vụ; mạng lưới phân phối và phục vụ. Các yếu tố này đem so sánh với công ty cạnh tranh mẫu, ma trận này chọn hai công ty đứng đầu thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt nam để so sánh là Bảo Việt và Bảo Minh, số liệu so sánh và phân tích là số liệu năm gần nhất là năm 2005.

**Bảng 2.4.1. Ma trận hình ảnh cạnh tranh**

STT	Các yếu tố	Mức độ quan trọng	Cty PJICO		Bảo Việt		Bảo Minh	
			Phân loại	Điểm quan trọng	Phân loại	Điểm quan trọng	Phân loại	Điểm quan trọng
1	Thị phần	0.12	4	0.48	3	0.36	3	0.36
2	Tốc độ tăng trưởng	0.06	3	0.18	2	0.12	3	0.18
3	Bồi thường	0.13	2	0.26	3	0.39	3	0.39
4	Uy tín thương hiệu (chất lượng dịch vụ)	0.18	4	0.72	4	0.72	4	0.72

5	Tổng tài sản	0.12	1	0.12	4	0.48	3	0.36
6	Vốn chủ sở hữu	0.1	2	0.2	3	0.3	2	0.2
7	Tổng dự phòng nghiệp vụ	0.1	1	0.1	4	0.4	3	0.3
8	Tính đa dạng đồng đều của sản phẩm	0.08	2	0.16	4	0.32	3	0.24
9	Mạng lưới phân phối & phục vụ	0.15	3	0.45	4	0.6	2	0.3
	<b>Tổng cộng</b>	<b>1.0</b>		<b>2.7</b>		<b>3.7</b>		<b>3.1</b>

+ Uy tín thương hiệu: Với đặc thù là sản phẩm vô hình, bán sản phẩm thực chất là dùng uy tín thương hiệu để bán một sự cam kết cho khách hàng. Do đó uy tín thương hiệu được ấn định là mức quan trọng nhất.

+ Kế đến là mạng lưới phân phối và phục vụ: Phải đảm bảo phủ kín thị trường để tiêu thụ sản phẩm và phục vụ khách hàng khi có rủi ro xảy ra.

+ Bồi thường: Yếu tố này ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả kinh doanh của công ty, cũng là yếu tố đo lường chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp bảo hiểm.

+ Thị phần: Biểu hiện qua sự tăng trưởng doanh thu phí bảo hiểm. Công ty đang chịu hai áp lực: Áp lực phòng thủ để giữ thị phần của những công ty dẫn đầu; Áp lực của những công ty mới xâm nhập thị trường.

+ Tài sản và vốn chủ sở hữu: Để đảm bảo tăng mức trách nhiệm giữ lại của doanh thu phí bảo hiểm, giảm bớt sự lệ thuộc vào các nhà tái bảo hiểm, tăng năng lực tài chính để nhận tái bảo hiểm.

+ Yếu tố về dự phòng nghiệp vụ: Giúp đề phòng những rủi ro mang tính thảm họa, quỹ dự phòng là một trong những nguồn rất quan trọng mang về lợi nhuận cho doanh nghiệp bảo hiểm thông qua hoạt động đầu tư tài chính.

+ Tính đa dạng và đồng đều của sản phẩm: Góp phần san lấp giảm tỷ lệ rủi ro chung, mặt khác đa dạng để khai thác triệt để mọi nhu cầu của thị trường.



Từ kết quả trên cho thấy: Bảo Việt là đối thủ cạnh tranh số một với 3,7 điểm, là doanh nghiệp đang dẫn đầu thị trường bảo hiểm phi nhân thọ Việt Nam. Đối thủ tiếp theo là Bảo Minh với 3,1 điểm, sau khi cổ phần hóa, Bảo Minh quay lại thị trường rất mạnh mẽ và chiếm lĩnh vị trí số hai trên thị trường khá vững vàng. PJICO với 2,7 điểm tạm đứng ở vị trí thứ 3 nhưng chênh lệch khá lớn so với Bảo Việt. Ngoài ra tiềm ẩn nguy cơ từ những công ty mới xâm nhập thị trường như Bảo hiểm Viễn Đông, Bảo hiểm của ngân hàng đầu tư (BIC), ... tạo nên áp lực cạnh tranh ngày càng lớn, nguy cơ lớn nhất đó là cạnh tranh về nguồn nhân lực và chi phí trực tiếp kinh doanh bảo hiểm.

#### Tóm tắt chương II:

- Tốc độ tăng trưởng doanh thu phí bảo hiểm tăng rất cao, bình quân 44%/năm giai đoạn 2000 – 2005, gần gấp 2 lần tốc độ tăng trưởng bình quân thị trường. Tổng tài sản tăng 3,3 lần giai đoạn 2000 – 2005.

- Doanh thu hoạt động đầu tư tài chính ngày càng tăng, hiệu quả từ hoạt động này rất cao, đóng góp một tỷ trọng đáng kể trong tổng lợi nhuận của công ty.

- Tính thanh khoản trong khả năng thanh toán lưu động cho các khoản nợ ngắn hạn của công ty khá cao và hợp lý.

- Các khoản phải thu, phải trả của công ty cân bằng.

- Tỷ suất tự tài trợ thấp (< 0,5).

- Các khoản chi kinh doanh trực tiếp hoạt động kinh doanh quá cao, đặc biệt là chi bồi thường.

- Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản (ROA) ở mức độ trung bình, giảm rất thấp vào năm 2003 và tăng mạnh vào năm 2004. Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu (ROE) khá cao.

- Tỷ lệ bồi thường ảnh hưởng chủ yếu đến suất sinh lợi kỳ vọng của từng nghiệp vụ và nhóm nghiệp vụ.

- Tỷ trọng từng nghiệp vụ có ảnh hưởng lớn đến độ lệch chuẩn của nhóm nghiệp vụ.

- Nhóm nghiệp vụ có suất sinh lợi kỳ vọng thấp và rủi ro cao gồm: Nghiệp vụ xe ô tô, nghiệp vụ bảo hiểm hàng hóa và nghiệp vụ bảo hiểm tàu thuyền. Nhóm nghiệp vụ có suất sinh lợi cao, rủi ro thấp gồm: Bảo hiểm mô tô xe máy, bảo hiểm tài sản kỹ thuật và bảo hiểm xây dựng lắp đặt. Nghiệp vụ bảo hiểm con người ở mức trung bình nằm giữa hai nhóm nghiệp vụ trên.

Để nâng cao hiệu quả kinh doanh trong thời gian tới, công ty cần chú trọng đặc biệt xác định cơ cấu và tỷ trọng từng nghiệp vụ hợp lý.

### CHƯƠNG III

## **MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ KINH DOANH CỦA CÔNG TY PJICO TRONG ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN ĐẾN NĂM 2015**

### ***3.1. Mục tiêu và sứ mạng của Công ty PJICO đến năm 2015.***

#### **3.1.1. Sứ mạng của Công ty PJICO:**

- Công ty PJICO luôn ý thức trách nhiệm phải góp phần giữ vững an ninh chính trị, xây dựng và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

- Sứ mạng của PJICO là trở thành một trong những công ty bảo hiểm hàng đầu của Việt Nam.

- Tiếp tục khẳng định niềm tin và thực hiện đầy đủ trách nhiệm trước khách hàng thông qua việc đề phòng rủi ro và bồi thường khi khách hàng gặp rủi ro.

- Huy động vốn từ phí bảo hiểm đầu tư trở lại để phát triển nền kinh tế.

- Xây dựng phát triển nguồn nhân lực thành lực lượng sản xuất có trình độ chuyên môn cao, có phẩm chất đạo đức tốt, là những nhân tố tích cực trong cộng đồng xã hội.

- Tạo dựng một hình ảnh đặc trưng văn hóa PJICO trên thị trường trong nước, khu vực và quốc tế trên nền tảng bản sắc dân tộc kết hợp với sự trẻ trung, năng động và nhiệt huyết của một Công ty bảo hiểm trong thời kỳ đổi mới.

#### **3.1.2. Mục tiêu của Công ty PJICO:**

- Phấn đấu đến năm 2015 Công ty PJICO trở thành một Tổng công ty bảo hiểm hàng đầu Việt Nam về chất lượng dịch vụ, hiệu quả kinh doanh, uy tín không những trong nước mà trong khu vực và quốc tế.

- Duy trì tốc độ tăng trưởng hàng năm 18%-20%/năm, duy trì lợi tức thuần ở tỷ lệ 15 – 20%/doanh thu.

- Công nghệ thông tin hóa toàn hệ thống quản lý.
- Xây dựng thương hiệu bằng PR (public relations – quan hệ công chúng)
- Niêm yết trên thị trường chứng khoán.

### ***3.2. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của Công ty PJICO trong định hướng phát triển đến năm 2015.***

#### ***3.2.1. Nhóm giải pháp về tăng trưởng và phát triển.***

##### *3.2.1.1. Phát triển thị trường:*

Với tốc độ tăng trưởng doanh thu liên tục trong 5 năm gần gấp 2 lần so với tốc độ tăng trưởng của thị trường cho thấy công ty đang có một sức bật về tăng trưởng rất ấn tượng.

+ Nội dung của chiến lược phát triển thị trường: Tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng cao, tận dụng thời cơ nền kinh tế đang trong giai đoạn phát triển cao và ổn định. Duy trì tốc độ tăng trưởng doanh thu hàng năm 18%-20%/năm.

+ Tác dụng của chiến lược: Tăng thị phần, thu hẹp khoảng cách với công ty dẫn đầu.

+ Thực hiện chiến lược: Phát huy thế mạnh về tính năng động của mô hình công ty cổ phần thể hiện trong việc ra quyết định nhanh để phản ứng kịp thời với sự chuyển biến của thị trường. Đối với những dự án trọng điểm quốc gia, phát huy thế mạnh của cán bộ PJICO về trình độ nghiệp vụ chuyên sâu trong đánh giá rủi ro để thắng thầu bảo hiểm. Đối với những nghiệp vụ phổ thông, phân tích kỹ từng phân khúc thị trường dựa trên thế mạnh của từng thị trường làm cơ sở cho việc giao kế hoạch và cơ chế chính sách kinh doanh.

##### *3.2.1.2. Đẩy mạnh hoạt động đầu tư tài chính:*

Hoạt động đầu tư tài chính của công ty những năm gần đây khá đa dạng và hiệu quả cao, đóng góp tỷ trọng đáng kể trong lợi nhuận của công ty. Chi phí trực tiếp hoạt động kinh doanh bảo hiểm của công ty đang rất cao và hiệu quả

thấp do đó phải xác định hoạt động đầu tư tài chính là hoạt động mang lại lợi nhuận chính. Công ty cần tận dụng tối đa lợi thế là thành viên góp vốn của nhiều Tổng công ty lớn với rất nhiều dự án đầu tư có lợi thế cạnh tranh của ngành như: Tổng công ty xăng dầu, ngân hàng Ngoại thương, v.v...

### *3.2.1.3. Đa dạng hóa sản phẩm.*

+ Nội dung chiến lược đa dạng hóa sản phẩm dựa trên cơ sở nhu cầu của khách hàng trong từng phân khúc thị trường, chào bán những sản phẩm phù hợp như thay đổi mức trách nhiệm hoặc kết hợp hay giảm bớt điều kiện bảo hiểm phù hợp với khả năng về chi phí của khách hàng. Thúc đẩy khai thác đều các nghiệp vụ như các sản phẩm bảo hiểm du lịch; hỏa hoạn nhà tư nhân; bảo hiểm người sử dụng điện ...

+ Tác dụng của chiến lược: Đa dạng hóa về tỷ trọng doanh thu các nghiệp vụ; bán những sản phẩm phù hợp với nhu cầu khách hàng; san lấp rủi ro tránh việc tập trung vào những nghiệp vụ lớn vì nếu có biến động thị trường sẽ gặp khó khăn lớn. Phân tán áp lực về cạnh tranh.

+ Thực hiện chiến lược:

- Xác định nhu cầu khách hàng của từng phân khúc thị trường để chào bán sản phẩm phù hợp với chi phí khách hàng.

- Khai thác triệt để các nghiệp vụ phù hợp với từng địa phương.

- Làm mới sản phẩm cũ như tổ chức hội nghị khách hàng; tổ chức rút thăm trúng thưởng khi tham gia bảo hiểm; tặng mũ bảo hiểm khi mua bảo hiểm mô tô xe máy, tập huấn về ATGT cho nghiệp vụ xe cơ giới, tổ chức triển lãm về tai nạn giao thông ...

### *3.2.1.4. Duy trì và phát triển thương hiệu:*

Thương hiệu của Công ty thường được hiểu là biểu tượng của triết lý công ty, tầm nhìn quản lý và hoạt động kinh doanh. Một thương hiệu mạnh có thể làm gia tăng giá trị công ty và thiết lập kế hoạch lâu dài, tạo dựng một vị thế độc đáo trên

thương trường, đánh bóng tên tuổi công ty. Một thương hiệu Công ty vững mạnh và có uy tín trên thương trường là ghi được dấu ấn thương hiệu trong trí nhớ của khách hàng hiện tại, khách hàng tiềm năng và công chúng.

*\* Tập thể lãnh đạo và nhân viên công ty PJICO phải có sự nhận thức đúng và đầy đủ về thương hiệu.*

Mọi thành viên phải hiểu được rằng: Xây dựng được thương hiệu phải mất rất nhiều thời gian và bằng công sức của cả một tập thể nhưng thương hiệu có thể bị sụp đổ chỉ trong một giây phút và chỉ do một cá nhân nào đó gây ra.

Lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu của công ty trở thành một tài sản vô cùng giá trị. Nó giúp công ty tiết kiệm chi phí và tăng lợi nhuận thông qua việc giảm chi phí tiếp thị, chi phí cạnh tranh, chi phí duy trì hệ thống phân phối và tăng doanh thu nhờ lôi kéo khách hàng mới...những yếu tố quan trọng trong việc xây dựng, duy trì và bảo vệ thương hiệu là luôn làm được những điều mình đã hứa; Là ngành dịch vụ bán sản phẩm bảo hiểm là sản phẩm vô hình nên hành vi ứng xử của đội ngũ cán bộ nhân viên trước công chúng phải hết sức chuyên nghiệp. Đây cũng là nét văn hóa riêng có mà PJICO phải xây dựng để ghi dấu ấn thương hiệu công ty trong tâm trí khách hàng.

#### **+ Nội dung của giải pháp:**

Kinh doanh bảo hiểm chính là bán cho khách hàng lời cam kết thực hiện các nghĩa vụ đã ghi trong hợp đồng bảo hiểm do đó uy tín, danh tiếng hay thương hiệu của công ty ảnh hưởng rất nhiều đến sự lựa chọn, lòng trung thành của khách hàng hiện tại cũng như trong tương lai. Chính vì vậy trong toàn bộ hệ thống PJICO phải thấm nhuần phương châm kinh doanh mà công ty đã đề ra là: “Chỉ cam kết những gì thật sự có khả năng và thực hiện đầy đủ những gì đã cam kết”.

#### **+ Tác dụng của giải pháp:**

Xây dựng niềm tin đối với khách hàng và tạo ra sự trung thành của khách hàng đối với sản phẩm của doanh nghiệp, đối với thương hiệu của doanh nghiệp.

### **+ Thực hiện giải pháp:**

Xây dựng được lòng tin trong nội bộ lãnh đạo và nhân viên. Đó là sự đoàn kết nhất trí cao cùng quyết tâm xây dựng công ty phát triển. Khi nội bộ đã có lòng tin, sẽ tạo lập được niềm tự hào về thương hiệu của công ty. Kết hợp với việc nâng cao các kỹ năng về giao tiếp, trình độ nghiệp vụ, tăng cường công tác giáo dục về tinh thần trách nhiệm để cán bộ nhân viên có ý thức tận tâm với công việc. Mọi hoạt động hướng về khách hàng, lấy khách hàng làm trung tâm của suy nghĩ và hành động.

#### *\* Nâng cao chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ*

Để đảm bảo giữ gìn và phát triển thương hiệu một cách bền vững điểm mấu chốt là không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ thông qua việc tạo ra xung quanh sản phẩm bảo hiểm một tâm lý tích cực, thu hút được sự chú ý của khách hàng, đẩy mạnh tiêu thụ. Khách hàng khi tham gia bảo hiểm với mục đích chính là bảo hiểm cho những rủi ro mà họ có thể gặp phải trong cuộc sống, tuy nhiên họ không mong muốn rủi ro xảy ra đối với mình và những người thân của họ, chính vì vậy khi tham gia bảo hiểm khách hàng luôn mong đợi một giá trị cao hơn những gì mà họ đã bỏ ra ngoài các sản phẩm phù hợp với mức phí hợp lý và dịch vụ hấp dẫn họ còn muốn được chăm sóc chu đáo từ phía các nhà bảo hiểm. Làm tốt được giải pháp này sẽ giúp cho thương hiệu PJICO có sự duy trì bền vững trên thương trường và hình ảnh PJICO in sâu vào tâm trí khách hàng.

### **+ Nội dung của giải pháp:**

Công ty cần nghiên cứu, phát triển và hoàn thiện các sản phẩm bảo hiểm theo các nguyên tắc gắn liền lợi ích giữa doanh nghiệp bảo hiểm và người tham gia bảo hiểm đó là: Phí bảo hiểm tương ứng với mức trách nhiệm bảo hiểm; Cung cấp các sản phẩm bảo hiểm thoả mãn nhu cầu của khách hàng; Tăng thêm quyền lợi cho người tham gia bảo hiểm; Mở rộng phạm vi bảo hiểm, xây dựng các sản phẩm bảo hiểm trọn gói đáp ứng được các nhu cầu đặt ra của khách hàng□..

Công ty cần huấn luyện kỹ năng “Chăm sóc khách hàng” phù hợp với chiến lược của thương hiệu. Mỗi cá nhân tiếp xúc với khách hàng là đại diện cho hình

ảnh, uy tín, thương hiệu của công ty. Do đó cần xây dựng và giữ gìn mối quan hệ với khách hàng, tạo ra sự gắn bó về mặt tình cảm giữa thương hiệu và người tiêu dùng. Để làm tốt công tác chăm sóc khách hàng người làm công tác bảo hiểm cần ghi nhớ: Hãy luôn đặt mình vào vị trí của khách hàng và suy nghĩ theo suy nghĩ của khách hàng.

#### **+ Tác dụng của giải pháp:**

Những hoạt động này nhằm cung cấp cho khách hàng một sản phẩm tốt nhất thoả mãn các điều kiện về nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng. Thông qua các dịch vụ “Chăm sóc khách hàng” khách hàng sẽ thấy quyền được tôn trọng đồng thời cũng cảm nhận được sự gần gũi thân thiết hơn với công ty, với thương hiệu từ đó phát sinh tình cảm, sự trung thành và đó chính là điều kiện để duy trì tốt cho thương hiệu.

#### **+ Thực hiện giải pháp**

- Đầu tư thỏa đáng cho công tác nghiên cứu thị trường nắm sát nhu cầu và khả năng chi phí của khách hàng trong từng phân khúc thị trường.

- Thực hiện tốt thanh toán chi trả khi phát sinh trách nhiệm bồi thường.

- Thực hiện tốt việc chăm sóc khách hàng bằng các hình thức quan hệ, xử sự củng cố niềm tin và gây dựng tình cảm như: Thăm hỏi, lời chúc mừng, quà tặng, hội nghị khách hàng của công ty□..

#### **\* Tuyên truyền quảng cáo hợp lý**

#### **+ Nội dung của giải pháp:**

Một trong những yếu tố có ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc tạo dựng thương hiệu, uy tín cho sản phẩm bảo hiểm là hệ thống dịch vụ bao quanh sản phẩm. Hệ thống dịch vụ bao gồm: Dịch vụ trước, trong và sau bán hàng trong đó các dịch vụ trước bán hàng thường tập trung lớn vào hoạt động tuyên truyền quảng cáo cho sản phẩm và uy tín của công ty. Để thương hiệu PJICO không phai mờ trong tâm trí khách hàng cần phải duy trì một chiến lược tuyên truyền quảng cáo hợp lý.



### + Tác dụng của giải pháp:

Mục tiêu quảng cáo để khơi gợi và khắc sâu hình ảnh của doanh nghiệp trong tâm trí khách hàng, do đó cần duy trì một chiến lược quảng cáo đủ để đảm bảo duy trì hình ảnh thương hiệu, kích thích tiêu dùng.

### + Thực hiện giải pháp:

- Quảng cáo trên những phương tiện thông tin đại chúng thông dụng.
- Quan hệ công chúng (PR) như: Tích cực tham gia các chương trình xã hội cộng đồng như tuyên truyền về ATGT; triển lãm về tai nạn giao thông; tài trợ thi bằng lái mô tô xe máy; tặng mũ bảo hiểm; Khai thác các sự kiện văn hoá, thể thao đang là một trong những phương thức tuyên truyền cổ động hiệu quả để nâng cao thương hiệu một cách nhanh nhất; v.v□
- Mỗi thành viên của PJICO là một phương tiện quảng cáo trung thực và hữu hiệu nhất.

### 3.2.2. Nhóm giải pháp nội bộ:

#### 3.2.2.1. *Củng cố công tác quản lý:*

Quản lý về khai thác và chi phí là hai yêu cầu về quản lý mang tính sống còn trong kinh doanh bảo hiểm.

+ Nội dung kế hoạch củng cố công tác quản lý: Là kiểm soát được công tác khai thác như đánh giá rủi ro, các điều khoản khi cấp đơn, phí bảo hiểm ... Công tác này phải được kiểm soát chặt chẽ, đúng quy trình; Chi phí bồi thường là chi phí lớn trong tổng chi kinh doanh và quyết định phần lớn đến hiệu quả kinh doanh của công ty . Kiểm soát được công tác giám định bồi thường là kiểm soát được chất lượng dịch vụ, làm cơ sở để hoạch định kế hoạch khai thác cho từng nghiệp vụ.

+ Tác dụng của chiến lược: Kiểm soát được chất lượng đầu vào là công tác khai thác; chất lượng dịch vụ là công tác giám định, bồi thường; làm cơ sở để hoạch định chiến lược khai thác hiệu quả.

+ Thực hiện chiến lược: Áp dụng quy trình nghiệp vụ theo ISO cho từng nghiệp vụ; ứng dụng CNTT cho công tác thống kê; đào tạo chuyên nghiệp cán bộ nghiệp vụ, đặc biệt là cán bộ giám định.

### 3.2.2.2. Tăng năng lực tài chính:

Kết quả phân tích ở Chương II về Tỷ suất tự tài trợ đã cho thấy khả năng về vốn của công ty tài trợ cho hoạt động của mình là thấp (dưới 0,5). Do đó, cần phải tăng vốn để tăng khả năng tự tài trợ cho hoạt động của công ty an toàn hơn. Tăng vốn nhằm chủ động tăng tỷ lệ giữ lại phí bảo hiểm gốc cho những dịch vụ được đánh giá hiệu quả cao, ít rủi ro. Tăng uy tín trên thị trường tái và nhận tái bảo hiểm. Các kênh tăng vốn như: tăng vốn góp từ các cổ đông, niêm yết trên thị trường chứng khoán để thu hút thêm các nhà đầu tư chiến lược, một mặt tăng vốn, mặt khác sẽ bảo hiểm các dịch vụ từ các nhà đầu tư này. Tăng vốn sẽ tăng thêm năng lực cho các hoạt động đầu tư tài chính khác. Đề xuất tăng vốn bằng cách tham gia thị trường chứng khoán (TTCK).

#### + Nội dung của giải pháp:

TTCK là nơi để các doanh nghiệp cổ phần niêm yết cổ phiếu của mình cho các nhà đầu tư mua và bán. Chỉ những doanh nghiệp mạnh, có tình hình tài chính lành mạnh, minh bạch đáp ứng đủ các tiêu chuẩn của TTCK về vốn, về hiệu quả kinh doanh, ... thì mới được niêm yết trên thị trường chứng khoán. Do vậy, được niêm yết trên TTCK là mục tiêu phấn đấu lâu dài của các doanh nghiệp để có tên trên “chợ mua bán vốn” này, mà ở đó công chúng và các nhà đầu tư có thể liên tục đánh giá về doanh nghiệp thông qua việc mua và bán cổ phiếu, trái phiếu. Lúc đó, giá cả cổ phiếu của Công ty trên TTCK thể hiện lòng tin của công chúng đầu tư đối với hoạt động của Công ty tại thời điểm hiện tại và triển vọng của Công ty trong tương lai, đồng thời thương hiệu của doanh nghiệp cũng được củng cố một cách vững chắc.

Theo nghị định của Chính phủ số 144/NĐ-CP ngày 28 tháng 11 năm 2003 về Chứng khoán và Thị trường chứng khoán, có quy định để Công ty cổ phần có thể

niêm yết chứng khoán trên TTCK Việt Nam thì phải đáp ứng đủ bốn tiêu chuẩn sau và làm thủ tục hồ sơ để UBCK có thể cấp giấy phép niêm yết:

1. Là công ty cổ phần có vốn điều lệ đã góp tại thời điểm xin phép niêm yết từ 5 tỷ đồng Việt Nam trở lên; có tình hình tài chính lành mạnh và hoạt động kinh doanh của 02 năm liên tục liền trước năm xin phép niêm yết phải có lãi.
2. Các cổ đông là thành viên Hội đồng quản trị, Ban Giám đốc, Ban Kiểm soát của công ty phải cam kết nắm giữ ít nhất 50% số cổ phiếu do mình sở hữu trong thời gian 03 năm, kể từ ngày niêm yết.
3. Tối thiểu 20% vốn cổ phần của công ty do ít nhất 50 cổ đông ngoài tổ chức phát hành nắm giữ. Đối với công ty có vốn cổ phần từ 100 tỷ đồng Việt Nam trở lên thì tỷ lệ này tối thiểu là 15% vốn cổ phần.

Cho đến nay, tổng vốn điều lệ huy động của PJICO từ các cổ đông đã đạt 140 tỷ đồng. Trong liên tục hơn 10 năm thành lập đến nay, PJICO đều kinh doanh có lãi, tốc độ tăng trưởng năm sau luôn cao hơn năm trước. Trong hơn 10 năm vừa qua, các cổ đông sáng lập của PJICO chưa lần nào bán cổ phiếu của PJICO. Và hiện nay, số cổ đông cá nhân của PJICO tuy nắm giữ số cổ phiếu chưa đến 20% số cổ phiếu của PJICO nhưng số lượng cổ đông đã là hơn 1600 cổ đông. Như vậy, PJICO đã đáp ứng được tất cả các điều kiện niêm yết do UBCK Nhà Nước đặt ra.

Chưa khi nào Đảng và Nhà nước ta lại quan tâm đến TTCK như hiện nay. Bên cạnh đó, các phương tiện thông tin đại chúng, nhà đầu tư nước ngoài hết sức quan tâm đến TTCK Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sau khi Việt Nam đã gia nhập Tổ chức thương mại quốc tế (WTO), áp lực về cạnh tranh sẽ rất lớn khi Việt Nam phải mở cửa lĩnh vực tài chính trong đó có bảo hiểm. Đây là thời điểm thuận lợi để PJICO tham gia TTCK.

#### **+ Tác dụng của giải pháp:**

*- Tạo tiếng vang*

Hiện nay, Đảng và Nhà nước ta đang tập trung xây dựng một nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN, trong đó một trong những nhiệm vụ quan trọng là xây dựng cho được một thị trường vốn vững mạnh để thu hút nguồn lực về vốn từ

mọi thành phần kinh tế đầu tư vào nền kinh tế, TTCK là nơi các doanh nghiệp có thể dễ dàng thu hút vốn phục vụ mục tiêu phát triển.

Với nhiệm vụ đó, hiện nay, Chính phủ đang ưu tiên phát triển TTCK, khuyến khích các doanh nghiệp có đủ điều kiện tham gia niêm yết cổ phiếu trên TTCK, qua đó thu hút nguồn lực về vốn đầu tư phát triển kinh tế. Vì vậy, nếu đạt mục tiêu niêm yết trên TTCK trong thời gian sớm nhất, PJICO có thể nhận được nhiều ưu đãi từ Chính phủ như được giảm thuế trong những năm đầu tiên khi niêm yết, được giảm các loại phí niêm yết khác.... Nhưng hơn nữa, PJICO sẽ tạo được tiếng vang trên thị trường, được các báo đài trung ương và địa phương liên tục nhắc đến. Thương hiệu PJICO sẽ đến gần với từng người dân hơn. Và lúc đó thương hiệu của PJICO sẽ là thương hiệu công chúng.

*- Tạo niềm tin:*

Là một công ty hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ, đặc biệt là kinh doanh dịch vụ rủi ro cộng với mảng đầu tư tài chính. PJICO cần thiết phải làm cho khách hàng và công chúng tin tưởng vào khả năng tài chính của mình. TTCK là nơi PJICO có thể thể hiện thường xuyên cho khách hàng thấy được tiềm lực tài chính của mình. Chỉ trên TTCK, PJICO mới có điều kiện cung cấp thông tin thường xuyên đến công chúng và chỉ trên TTCK, khách hàng mới thấy được tiềm lực tài chính hùng mạnh của PJICO thông qua việc tin tưởng đầu tư của hàng vạn cổ đông.

*- Tạo sức ép minh bạch hoá, công khai hoá và năng lực quản trị của Công ty.*

Khi PJICO được niêm yết trên TTCK thì khi đó không những khách hàng của PJICO quan tâm đến PJICO mà các nhà quản lý, công chúng luôn luôn nhìn nhận và đánh giá về PJICO vì vậy làm tăng sức ép đối với PJICO trong việc công khai hoá, minh bạch hoá về tình hình tài chính, về tổ chức hoạt động, về chiến lược kinh doanh và về quản trị công ty. Việc ban quản trị Công ty phải liên tục công khai hoá và minh bạch hoá về tình hình kinh doanh nói chung và về tình hình tài chính nói riêng tạo lòng tin nơi các nhà đầu tư và đặc biệt là đối với khách hàng của PJICO.

**+ Thực hiện giải pháp:**

Việc niêm yết trên TTCK xuất phát từ nhu cầu của các cổ đông muốn đại chúng hoá công ty của mình và minh bạch hoá tình hình sản xuất và kinh doanh của

Công ty. Và việc niêm yết trên TTCK cũng phải xuất phát từ nhận thức của Ban lãnh đạo công ty về tầm quan trọng khi công ty niêm yết trên TTCK. Để được niêm yết trên TTCK Công ty phải thực hiện các bước sau:

Để được niêm yết trên TTCK, thì trước hết Hội đồng quản trị Công ty phải họp Đại hội cổ đông Công ty để lấy ý kiến của các cổ đông công ty về việc niêm yết trên TTCK. Công ty phải mời một công ty chứng khoán làm nhiệm vụ tư vấn cho việc chuẩn bị hồ sơ, thủ tục để niêm yết trên TTCK

Sau đó Công ty phải chuẩn bị hồ sơ để niêm yết trên TTCK, trong đó phải có các báo cáo đã được xác nhận của cơ quan kiểm toán mà UBCK Nhà nước chấp thuận. Công ty cũng phải chuẩn bị bản cáo bạch nêu rõ tình hình hoạt động kinh doanh của Công ty trong đó có nêu rõ những thuận lợi, khó khăn trong thời gian tới. Và phải chuẩn bị các tài liệu khác theo quy định nghiêm ngặt của UBCK Nhà Nước.

Hồ sơ niêm yết gửi UBCK Nhà nước, và được UBCK nhà nước chấp thuận cho niêm yết thì khi đó PJICO mới chính thức được phép niêm yết cổ phiếu của mình trên TTCK.

### 3.2.2.3. Giải pháp về nhân sự:

Với sự ra đời của nhiều doanh nghiệp bảo hiểm tham gia vào ngành, theo đó là sự thiếu hụt về nhân sự rất lớn, đặc biệt là những vị trí quản lý và đại lý giỏi. Do đó công ty cần có chính sách lâu dài và bền vững về nhân sự.

+ Nội dung chiến lược: Với số lượng gần 1.000 CBCNV và trên 4.000 đại lý trên toàn quốc, PJICO đang có một lực lượng khá hùng hậu. Chiến lược về nhân sự của công ty trong dài hạn là phải xây dựng được một lực lượng thật sự có chất lượng. Trong xu hướng hội nhập kinh tế và cạnh tranh ngày càng gay gắt, trong tương lai không xa cạnh tranh về nguồn nhân lực sẽ quyết định phần lớn đến hiệu quả và sự lớn mạnh của công ty. Vì vậy, chiến lược về nhân sự được đặt ra là rất bức bách cho sự phát triển hiện tại và phát triển một cách bền vững trong tương lai. Yêu cầu về chiến lược nhân sự lâu dài là: Đào tạo và chế độ đãi ngộ.

- Đào tạo: Xây dựng chiến lược đào tạo nhân sự có tính chất hệ thống gồm: đào tạo đại lý; đào tạo cán bộ cơ sở; đào tạo chuyên gia bảo hiểm; đào tạo cán bộ quản lý. Công ty cần thành lập trung tâm đào tạo để tự thực hiện đào tạo, bên cạnh đó tuyển chọn những cán bộ giỏi gửi đi đào tạo chuyên sâu làm nhân tố nòng cốt và kế thừa.

- Chế độ đãi ngộ: Có chính sách ưu tiên đầu tư vào con người, sẽ là khoản đầu tư hiệu quả về lâu dài và bền vững. Chế độ đãi ngộ không phải dừng lại ở việc trả lương cao là đủ mà phải gắn lợi ích của công ty với lợi ích lâu dài của người lao động như: Niềm tự hào về công ty (văn hóa doanh nghiệp, truyền thống công ty); vị trí công tác phù hợp; được đào tạo ở trình độ phù hợp; ưu tiên mua cổ phiếu theo thâm niên công tác ...

+ Tác dụng của chiến lược: Có một lực lượng lao động mạnh (số lượng và chất lượng) là lợi thế cạnh tranh tốt nhất; không bị động về nhân sự vì có lực lượng thay thế; ổn định nhân sự sẽ giúp ổn định và phát triển thị trường; tạo hiệu quả hoạt động kinh doanh cao.

+ Thực hiện chiến lược:

Tổ chức đào tạo lại đội ngũ nhân sự đang làm việc để sàng lọc xếp bậc đúng trình độ. Từ đó đào tạo lên theo hai hướng: phổ thông và chuyên sâu. Chương trình đào tạo phải mang tính cập nhật theo diễn biến thực tế của thị trường.

#### 3.2.2.4. Lựa chọn cơ cấu nghiệp vụ:

Xem tập danh mục 7 nghiệp vụ chính của công ty là một tập danh mục đầu tư (portfolio). Yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả của tập danh mục nghiệp vụ bảo hiểm được xác định gồm: suất sinh lợi kỳ vọng của từng nghiệp vụ và hệ số rủi ro của từng nghiệp vụ. Sẽ rất khó để chọn ra được một cơ cấu nghiệp vụ tối ưu vì sự biến động về rủi ro trong bảo hiểm là khó lường định. Giải pháp lựa chọn

cơ cấu nghiệp vụ là dựa trên số liệu thống kê kết quả hoạt động năm năm của công ty để đưa ra cơ cấu nghiệp vụ giúp nâng cao hiệu quả kinh doanh của công ty trong thời gian tới.

Dựa trên số liệu phân tích ở Chương II về những yếu tố chính ảnh hưởng đến hiệu quả của tập danh mục bảo nghiệp vụ chính của công ty, so sánh và lựa chọn cơ cấu nghiệp vụ hiệu quả nhất làm định hướng xây dựng chiến lược phát triển của công ty trong thời gian tới.

**\* Chọn cơ cấu nghiệp vụ theo suất sinh lợi kỳ vọng:**

Thứ tự	Nghiệp vụ	Suất sinh lợi kỳ vọng (trung bình cộng các năm)
I	Bảo hiểm mô tô xe máy	56.2%
II	Bảo hiểm tài sản kỹ thuật	52.4%
III	Bảo hiểm xây dựng lắp đặt	52.1%
IV	Bảo hiểm con người	48.9%
V	Bảo hiểm tàu thuyền	47.9%
VI	Bảo hiểm hàng hóa	47.8%
VII	Bảo hiểm xe Ô tô	47.4%

Yếu tố tác động phần lớn đến suất sinh lợi kỳ vọng là xác suất phân phối, cũng chính là tỷ lệ bồi thường thực tế. Rủi ro phát sinh bồi thường có thể quản trị được một phần khi làm tốt công tác đánh giá rủi ro trước khi cấp đơn và quản trị tốt công tác giám định bồi thường. Để đánh giá được nghiệp vụ nào có tỷ lệ bồi thường thấp chủ yếu dựa vào dữ liệu thống kê quá khứ và số liệu cập nhật định kỳ trong kỳ kinh doanh.

Kết quả phân tích cho thấy những nghiệp vụ có suất sinh lợi cao (trên 50%) là nghiệp vụ mô tô xe máy, nghiệp vụ tài sản kỹ thuật và nghiệp vụ xây

dựng lắp đặt. Tỷ lệ bồi thường của những nghiệp vụ này qua số liệu 6 năm liên tiếp hầu hết dưới 40%, đặc biệt nghiệp vụ mô tô xe máy tỷ lệ bồi thường cao nhất là 23%.

*Vì vậy để tăng hiệu quả kinh doanh của công ty, cần tập trung tăng doanh thu và thị phần của ba nghiệp vụ là: nghiệp vụ tài sản kỹ thuật, nghiệp vụ xây dựng lắp đặt và đặc biệt là nghiệp vụ mô tô xe máy, tỷ lệ tăng không giới hạn vì thống kê nhiều năm cho thấy tỷ lệ bồi thường nghiệp vụ này rất thấp. Đây là nghiệp vụ khai thác nhỏ lẻ, không tập trung, tốn nhiều công sức nhưng là nghiệp vụ đơn giản, dễ nắm bắt và thao tác về mặt nghiệp vụ nên có thể triển khai mạng lưới rộng cho nhiều người làm đại lý. Hơn nữa vì là nghiệp vụ nhỏ lẻ, không tập trung nên phân tán được áp lực cạnh tranh. Các nghiệp vụ còn lại duy trì để giữ thị trường trên cơ sở sàng lọc, loại bỏ và thay thế bằng “doanh thu sạch”, nghĩa là có thể doanh thu không tăng nhưng thay thế bằng doanh thu có hệ số rủi ro thấp.*

**\* Chọn cơ cấu nghiệp vụ theo hệ số rủi ro:**

Thứ tự	Nghiệp vụ	Khoảng cách độ lệch chuẩn
I	Bảo hiểm tài sản kỹ thuật	0,9% - 2,1%
II	Bảo hiểm mô tô xe máy	0,9% - 2,3%
III	Bảo hiểm xây dựng lắp đặt	2,0% - 2,6%
IV	Bảo hiểm tàu thuyền	1,3% - 2,4%
V	Bảo hiểm con người	0,8% - 3,1%
VI	Bảo hiểm hàng hóa	1,1% - 3,6%
VII	Bảo hiểm xe Ô tô	2,0% - 4,2%



Tiêu chí là lựa chọn những nghiệp vụ có khoảng cách độ chệch chuẩn thấp và hẹp nhất làm trọng tâm tăng trưởng, tăng trưởng thấp hoặc hạn chế khai thác những nghiệp vụ có khoảng cách độ lệch chuẩn cao và rộng vì rủi ro cao.

Ta thấy nhóm nghiệp vụ có khoảng cách độ lệch chuẩn đến dưới 3% gồm nghiệp vụ tài sản kỹ thuật, nghiệp vụ mô tô xe máy, nghiệp vụ cây dựng lắp đặt và nghiệp vụ bảo hiểm tàu thuyền, là những nghiệp vụ mật độ phân phối xác suất hẹp, rủi ro thấp. Những nghiệp vụ còn lại có mật độ phân phối xác suất rộng, rủi ro cao.

**\* Chọn cơ cấu nghiệp vụ theo hệ số biến thiên:**

Xét hệ số biến thiên để đánh giá rủi ro/ 1 công ty lợi nhuận trung bình của từng nghiệp vụ.

Thứ tự	Nghiệp vụ	Khoảng cách hệ số biến thiên
I	Bảo hiểm mô tô xe máy	Từ 0,129 đến 0,152
II	Bảo hiểm tài sản kỹ thuật	Từ 0,182 đến 0,188
III	Bảo hiểm xây dựng lắp đặt	Từ 0,185 đến 0,193
IV	Bảo hiểm tàu thuyền	Từ 0,187 đến 0,203
V	Bảo hiểm con người	Từ 0,196 đến 0,204
VI	Bảo hiểm hàng hóa	Từ 0,197 đến 0,204
VII	Bảo hiểm xe Ô tô	Từ 0,202 đến 0,204

Ta thấy nhóm nghiệp vụ có hệ số rủi ro/ 1 công ty lợi nhuận trung bình dưới 0,2 gồm nghiệp vụ mô tô xe máy, nghiệp vụ tài sản kỹ thuật và nghiệp vụ xây dựng lắp đặt. Đây là nhóm nghiệp vụ có hệ số rủi ro thấp tính theo công ty lợi nhuận trung bình. Nhóm bốn nghiệp vụ còn lại có hệ số rủi ro cao tính theo công ty lợi nhuận trung bình, đặc biệt là nghiệp vụ bảo hiểm xe Ô tô.

\* *Chọn cơ cấu nghiệp vụ tối ưu:*

Thứ tự	Nghiệp vụ	Suất sinh lợi kỳ vọng	Khoảng cách độ lệch chuẩn	Hệ số biến thiên
I	Bảo hiểm Mô tô xe máy	56.2%	0,9% - 2,3%	Từ 0,129 đến 0,152
II	Bảo hiểm tài sản kỹ thuật	52.4%	0,9% - 2,1%	Từ 0,182 đến 0,188
III	Bảo hiểm xây dựng lắp đặt	52.1%	2,0% - 2,6%	Từ 0,185 đến 0,193
IV	Bảo hiểm con người	48.9%	0,8% - 3,1%	Từ 0,196 đến 0,204
V	Bảo hiểm tàu thuyền	47.9%	1,3% - 2,4%	Từ 0,187 đến 0,203
VI	Bảo hiểm hàng hóa	47.8%	1,1% - 3,6%	Từ 0,197 đến 0,204
VII	Bảo hiểm xe Ô tô	47.4%	2,0% - 4,2%	Từ 0,202 đến 0,204

+ Nhóm ba nghiệp vụ trên cùng xếp theo thứ tự tăng dần được xác định là nhóm nghiệp vụ có chỉ số suất sinh lợi kỳ vọng tốt nhất, mật độ phân phối xác suất hẹp và mức chuẩn rủi ro trên một công ty lợi nhuận thấp. Kết hợp các yếu tố về khả năng sinh lợi và hệ số rủi ro thì nhóm nghiệp vụ này là tối ưu nhất trong tập danh mục 7 nghiệp vụ chính của công ty. Trong chiến lược của công ty cần tập trung phát triển nâng tỷ trọng nhóm nghiệp vụ này lên càng cao càng tốt. Tỷ trọng càng cao nhóm nghiệp vụ này sẽ gánh được cho những nghiệp vụ rủi ro cao để vẫn đảm bảo hoạt động của công ty có hiệu quả. Trong nhóm ba nghiệp vụ này công ty cần quan tâm đặc biệt đến nghiệp vụ mô tô xe máy vì đây là nghiệp vụ rất hiệu quả, tiềm năng thị trường còn lớn, không đòi hỏi cao về kỹ thuật nghiệp vụ nên có thể triển khai rộng mạng lưới bán hàng.

+ Nhóm ba nghiệp vụ cuối bảng các chỉ số về hiệu quả cũng như rủi ro đều không tốt, suất sinh lợi kỳ vọng thấp đi kèm với rủi ro cao. Hơn nữa nhóm nghiệp vụ này đang chiếm trên 60% tỷ trọng doanh thu của công ty nên ảnh

hưởng nhiều đến hiệu quả hoạt động. Công ty cần có chiến lược giảm hoặc giữ nguyên có sàng lọc thay thế tỷ trọng nhóm nghiệp vụ này để giảm bồi thường, mang lại hiệu quả kinh doanh. Với nghiệp vụ bảo hiểm tàu thuyền, tập trung khai thác những tàu có trọng tải lớn, tuổi đời còn thấp vì Việt Nam thường xuyên bị thiên tai do bão lớn, thiệt hại của những tàu nhỏ và cũ là rất lớn, bảo hiểm hàng hóa cũng bị tác động do thiên tai gây thiệt hại rất lớn. Đối với nghiệp vụ xe ô tô, là nghiệp vụ chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu doanh thu của công ty, Công ty cần có chiến lược sàng lọc thay thế bằng “doanh thu sạch”, nghĩa là doanh thu chất lượng như tập trung khai thác vào mảng xe hành chính sự nghiệp, xe của các cơ quan doanh nghiệp không kinh doanh vận tải là mảng xe rất ít rủi ro, hiệu quả kinh doanh cao.

+ Nghiệp vụ bảo hiểm con người nằm giữa hai nhóm nghiệp vụ trên. Các chỉ số về suất sinh lợi cũng như hệ số rủi ro ở mức trung bình. Nhưng đây là nghiệp vụ mang tính xã hội hóa thương hiệu nên cần duy trì và tăng trưởng ở một mức độ nào đó chủ yếu để duy trì và xây dựng thương hiệu. Nói một cách nào đó là chấp nhận kinh doanh hòa vốn, hiệu quả mang lại là xã hội hóa thương hiệu công ty.

*Vậy Portfolio tối ưu là cân bằng lại tỷ trọng giữa nhóm ba nghiệp vụ trên cùng xếp theo thứ tự với nhóm ba nghiệp vụ cuối tối thiểu là 50/50, không giới hạn tăng tỷ trọng của nhóm hiệu quả, tăng càng cao càng hiệu quả. Nghiệp vụ bảo hiểm con người nằm giữa hai nhóm trên nên duy trì mức tăng trưởng vừa phải với chi phí thấp. Nguồn lực tập trung chủ yếu để phát triển nhóm nghiệp vụ hiệu quả cao.*

### **3.3. Kiến nghị**

#### **3.3.1. Về phía Nhà nước**

- Tạo môi trường kinh doanh bình đẳng giữa các doanh nghiệp bảo hiểm, không có sự phân biệt là doanh nghiệp nhà nước hay công ty cổ phần.
- Hiện nay tai nạn giao thông đang là vấn đề rất bức xúc trong toàn xã hội, Nhà nước tạo điều kiện là cầu nối để ngành bảo hiểm liên kết với các Bộ, ngành chuyên môn cùng tham gia vào nhiều hoạt động nhằm giảm thiểu tai nạn giao thông như: bắt buộc đội mũ bảo hiểm khi tham gia giao thông; tăng mức xử phạt khi vi phạm ANGT; ...
- Chính phủ chỉ đạo các Bộ, ngành chức năng tăng cường kiểm tra việc thực hiện bảo hiểm TNDS bắt buộc của chủ xe cơ giới, đặc biệt là mô tô, xe máy *(theo thống kê của UBATGTQG thì năm 2006 có từ 30% - 35% xe máy đang lưu hành có tham gia bảo hiểm TNDS bắt buộc.)*

#### **3.3.2. Về phía ngành**

- Tăng cường vai trò của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam hơn nữa trong việc thiết lập môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các công ty bảo hiểm như: cạnh tranh về chi phí; cạnh tranh về tỷ lệ phí ...
- Hội nhập kinh tế quốc tế đem lại cơ hội đồng thời thách thức cũng không nhỏ cho các doanh nghiệp trong nước. Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam cần đóng vai trò trung tâm liên kết các doanh nghiệp bảo hiểm trong nước hợp tác với nhau chặt chẽ hơn theo hướng: “cạnh tranh cùng phát triển”, tạo nên một sức mạnh chung cho ngành bảo hiểm Việt Nam.

## KẾT LUẬN

Trong xu thế hội nhập quốc tế và cạnh tranh ngày càng gay gắt, nền kinh tế Việt Nam đang chuyển mình mạnh mẽ, phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu thì vấn đề hiệu quả kinh doanh là thước đo khắc nghiệt cho tất cả mọi thành phần kinh tế, bất kể đó là doanh nghiệp nhà nước hay công ty cổ phần. Đặc biệt hiệu quả hoạt động từ các ngành dịch vụ đang đóng vai trò rất quan trọng và tạo lợi thế cạnh tranh thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam phát triển.

Ngành bảo hiểm Việt Nam cũng đang đóng góp một sứ mạng quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế Việt Nam thông qua việc khắc phục rủi ro và kênh huy động vốn từ phí bảo hiểm để đầu tư vào nền kinh tế.

Công ty bảo hiểm PJICO trong những năm qua đã có những nỗ lực lớn trong việc xây dựng và phát triển công ty trở thành một trong những công ty bảo hiểm mạnh trong nước. PJICO nỗ lực không ngừng để thực hiện đầy đủ chức năng nhiệm vụ của mình, kinh doanh có hiệu quả, uy tín và chất lượng dịch vụ của công ty được công chúng tin nhiệm và đánh giá cao.

Bằng việc tổng hợp những lý luận về phân tích đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh, kết hợp với thực tế công tác tại công ty PJICO, luận văn đã phân tích đánh giá những chỉ tiêu tài chính quan trọng liên quan trực tiếp đến hoạt động kinh doanh tại công ty. Trên cơ sở đó luận văn cũng mạnh dạn đưa ra các nhóm giải pháp có tính khả thi cao trong việc nâng cao hơn nữa hiệu quả kinh doanh phù hợp với mục tiêu phát triển của công ty đến năm 2015 và những năm tiếp theo.

Do thời gian nghiên cứu có hạn, lĩnh vực phân tích khá chuyên sâu vì vậy luận văn không tránh khỏi những thiếu sót, tầm nhìn hẹp. Tác giả luận văn xin chân thành cảm ơn và rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của Quý Thầy cô giáo và những người quan tâm để đề tài này được hoàn thiện hơn, đóng góp ít nhiều vào thực tiễn hoạt động kinh doanh bảo hiểm nói chung và của công ty cổ phần bảo hiểm Petrolimex nói riêng./.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TS. Nguyễn Quang Thu; *Quản trị tài chính căn bản* - nhà xuất bản Thống Kê 2005.
2. TS. Ngô Quang Huân - Trần Văn Chánh; *Quản trị tài chính doanh nghiệp* - nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh 2000.
3. TS. Ngô Quang Huân; *Bài giảng Quản trị tài chính doanh nghiệp lớp cao học QTKD* - năm 2006.
4. Nguyễn Thị Lợi – Nguyễn Kim Thúy; *Giáo trình Phân tích hoạt động kinh tế doanh nghiệp thương mại – dịch vụ* – nhà xuất bản Hà Nội 2005.
5. Nguyễn Hải Sản; *Quản trị doanh nghiệp* - nhà xuất bản Thống Kê 2006.
6. TS. Phạm Văn Đước – Đặng Kim Cương; *Phân tích hoạt động kinh doanh* - nhà xuất bản Thống Kê 2003.
7. TS. Dương Ngọc Dũng; *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Michael E. Porter* - nhà xuất bản tổng hợp TP. Hồ Chí Minh 2006.
8. Al Ries & Laure Ries; *Quảng cáo thoái vị & PR lên ngôi* - nhà xuất bản Trẻ, Thời báo kinh tế Sài gòn 2005.
9. Philip Kotler; *Tiếp thị phá cách* – nhà xuất bản Trẻ, Thời báo kinh tế Sài gòn 2006.
10. Philip Kotler; *Thấu hiểu tiếp thị từ A đến Z* - nhà xuất bản Trẻ, Thời báo kinh tế Sài gòn 2006.
11. GS.TS. Hồ Đức Hùng; *Phương Pháp quản lý doanh nghiệp* – trường Đại học Kinh tế TP.HCM 2005.
12. Vương Minh Kiệt; *Giữ chân nhân viên bằng cách nào* – nhà xuất bản Lao động – Xã hội 2005.

13. Bộ tài chính; *Thị trường bảo hiểm Việt Nam năm 2004,2005* — Nhà xuất bản Tài chính năm 2005, 2006.
14. Bộ tài chính; *Đánh giá tổng kết thị trường bảo hiểm - Định hướng đến 2010*.
15. Các *Bản tin của Hiệp hội bảo hiểm Việt Nam* từ năm 2002 đến 2005.
16. TS. Phí Trọng Thảo; *Tăng trưởng và phát triển với thị trường bảo hiểm Việt Nam* - Tạp chí Tài chính số 2 (496) 2006.
17. ThS. Đỗ Tất Cường; *Thị trường dịch vụ bảo hiểm Việt Nam: Quan điểm và phương hướng phát triển* - Tạp chí Tài chính số 2 (496) 2006.
18. Các bản tin và chuyên đề được khai thác từ các trang web:  
[www.Baohiem.pro.vn](http://www.Baohiem.pro.vn) ; [www.vneconomy.com.vn](http://www.vneconomy.com.vn)

-----

## PHỤ LỤC 1: BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN

CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)

### BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN (BALANCE SHEET)

(31/12/2000)

TÀI SẢN		SỐ TIỀN	NGUỒN VỐN		SỐ TIỀN
A	TÀI SẢN LƯU ĐỘNG VÀ ĐẦU TƯ NGẮN HẠN	102,009	A	NỢ PHẢI TRẢ	91,141
I	Tiền	21,412	I	Nợ ngắn hạn	48,860
II	Các khoản đầu tư ngắn hạn	74,150	II	Dự phòng nghiệp vụ	42,266
III	Các khoản phải thu	5,344	III	Nợ khác	15
IV	Hàng tồn kho	353			
V	Tài sản lưu động khác	750			
B	TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÀ ĐẦU TƯ DÀI HẠN	47,991	B	NGUỒN VỐN - QUỸ	58,859
I	Tài sản cố định	29,130	I	Nguồn vốn chủ sở hữu	36,500
II	Tài sản vô hình		II	Nguồn vốn kinh doanh	12,786
III	Đầu tư dài hạn	2,400	III	Chênh lệch tỷ giá	2,981
IV	Xây dựng cơ bản dở dang	11,153	IV	Quỹ đầu tư và phát triển	3,094
			V	Quỹ dự trữ bắt buộc	
V	Ký quỹ, ký cược dài hạn	5,308	VI	Lợi nhuận chưa phân phối	2,208
			VII	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	1,290
TỔNG TÀI SẢN		150,000	TỔNG NGUỒN VỐN		150,000

*Nguồn: Báo cáo tài chính của công ty PJICO năm 2000*



**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN (BALANCE SHEET)**

(31/12/2001)

TÀI SẢN		SỐ TIỀN	NGUỒN VỐN		SỐ TIỀN
A	TÀI SẢN LƯU ĐỘNG VÀ ĐẦU TƯ NGẮN HẠN	124,765	A	NỢ PHẢI TRẢ	106,240
I	Tiền	35,012	I	Nợ ngắn hạn	57,860
II	Các khoản đầu tư ngắn hạn	80,150	II	Dự phòng nghiệp vụ	48,362
III	Các khoản phải thu	8,444	III	Nợ khác	18
IV	Hàng tồn kho	647			
V	Tài sản lưu động khác	512			
B	TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÀ ĐẦU TƯ DÀI HẠN	49,235	B	NGUỒN VỐN - QUỸ	67,760
I	Tài sản cố định	32,243	I	Nguồn vốn chủ sở hữu	38,300
II	Tài sản vô hình		II	Nguồn vốn kinh doanh	17,830
III	Đầu tư dài hạn	5,142	III	Chênh lệch tỷ giá	3,126
IV	Xây dựng cơ bản dở dang	8,532	IV	Quỹ đầu tư và phát triển	4,590
			V	Quỹ dự trữ bắt buộc	
V	Ký quỹ, ký cược dài hạn	3,318	VI	Lợi nhuận chưa phân phối	2,556
			VII	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	1,358
TỔNG TÀI SẢN		174,000	TỔNG NGUỒN VỐN		174,000

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2001*

**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN (BALANCE SHEET)**

(31/12/2002)

TÀI SẢN		SỐ TIỀN	NGUỒN VỐN		SỐ TIỀN
A	TÀI SẢN LƯU ĐỘNG VÀ ĐẦU TƯ NGẮN HẠN	143,092	A	NỢ PHẢI TRẢ	120,446
I	Tiền	38,132	I	Nợ ngắn hạn	52,310
II	Các khoản đầu tư ngắn hạn	94,260	II	Dự phòng nghiệp vụ	68,115
III	Các khoản phải thu	9,327	III	Nợ khác	21
IV	Hàng tồn kho	752			
V	Tài sản lưu động khác	621			
B	TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÀ ĐẦU TƯ DÀI HẠN	58,908	B	NGUỒN VỐN - QUỸ	81,554
I	Tài sản cố định	38,120	I	Nguồn vốn chủ sở hữu	50,192
II	Tài sản vô hình		II	Nguồn vốn kinh doanh	21,313
III	Đầu tư dài hạn	7,602	III	Chênh lệch tỷ giá	1,123
IV	Xây dựng cơ bản dở dang	9,024	IV	Quỹ đầu tư và phát triển	5,412
			V	Quỹ dự trữ bắt buộc	
V	Ký quỹ, ký cược dài hạn	4,162	VI	Lợi nhuận chưa phân phối	2,162
			VII	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	1,352
TỔNG TÀI SẢN		202,000	TỔNG NGUỒN VỐN		202,000

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2002*

**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX**

**BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN (BALANCE SHEET)**

(31/12/2003)

TÀI SẢN		SỐ TIỀN	NGUỒN VỐN		SỐ TIỀN
A	TÀI SẢN LƯU ĐỘNG VÀ ĐẦU TƯ NGẮN HẠN	216,947	A	NỢ PHẢI TRẢ	150,659
I	Tiền	45,665	I	Nợ ngắn hạn	52,310
II	Các khoản đầu tư ngắn hạn	144,260	II	Dự phòng nghiệp vụ	98,325
III	Các khoản phải thu	25,134	III	Nợ khác	24
IV	Hàng tồn kho	1,042			
V	Tài sản lưu động khác	846			
B	TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÀ ĐẦU TƯ DÀI HẠN	102,053	B	NGUỒN VỐN - QUỸ	168,341
I	Tài sản cố định	46,538	I	Nguồn vốn chủ sở hữu	95,209
II	Tài sản vô hình		II	Nguồn vốn kinh doanh	56,124
III	Đầu tư dài hạn	39,018	III	Chênh lệch tỷ giá	1,451
IV	Xây dựng cơ bản dở dang	10,763	IV	Quỹ đầu tư và phát triển	11,412
			V	Quỹ dự trữ bắt buộc	
V	Ký quỹ, ký cược dài hạn	5,734	VI	Lợi nhuận chưa phân phối	2,614
			VII	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	1,531
TỔNG TÀI SẢN		319,000	TỔNG NGUỒN VỐN		319,000

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2003*

**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN (BALANCE SHEET)**

(31/12/2004)

TÀI SẢN		SỐ TIỀN	NGUỒN VỐN		SỐ TIỀN
A	TÀI SẢN LƯU ĐỘNG VÀ ĐẦU TƯ NGẮN HẠN	278,507	A	NỢ PHẢI TRẢ	226,096
I	Tiền	67,642	I	Nợ ngắn hạn	68,860
II	Các khoản đầu tư ngắn hạn	184,853	II	Dự phòng nghiệp vụ	157,206
III	Các khoản phải thu	17,159	III	Nợ khác	30
IV	Hàng tồn kho	1,126			
V	Tài sản lưu động khác	7,727			
B	TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÀ ĐẦU TƯ DÀI HẠN	168,824	B	NGUỒN VỐN - QUỸ	221,235
I	Tài sản cố định	71,238	I	Nguồn vốn chủ sở hữu	103,506
II	Tài sản vô hình		II	Nguồn vốn kinh doanh	72,786
III	Đầu tư dài hạn	69,491	III	Chênh lệch tỷ giá	4,981
IV	Xây dựng cơ bản dở dang	22,717	IV	Quỹ đầu tư và phát triển	8,094
			V	Quỹ dự trữ bắt buộc	3,370
V	Ký quỹ, ký cược dài hạn	5,378	VI	Lợi nhuận chưa phân phối	25,208
			VII	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	3,290
TỔNG TÀI SẢN		447,331	TỔNG NGUỒN VỐN		447,331

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2004*

**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BẢNG CÂN ĐỐI KẾ TOÁN (BALANCE SHEET)**

(31/12/2005)

TÀI SẢN		SỐ TIỀN	NGUỒN VỐN		SỐ TIỀN
A	TÀI SẢN LƯU ĐỘNG VÀ ĐẦU TƯ NGẮN HẠN	285,879	A	NỢ PHẢI TRẢ	267,813
I	Tiền	44,849	I	Nợ ngắn hạn	40,385
II	Các khoản đầu tư ngắn hạn	188,920	II	Dự phòng nghiệp vụ	227,387
III	Các khoản phải thu	36,810	III	Nợ khác	41
IV	Hàng tồn kho	1,661			
V	Tài sản lưu động khác	13,639			
B	TÀI SẢN CỐ ĐỊNH VÀ ĐẦU TƯ DÀI HẠN	212,121	B	NGUỒN VỐN - QUỸ	230,187
I	Tài sản cố định	99,701	I	Nguồn vốn chủ sở hữu	117,729
II	Tài sản vô hình		II	Nguồn vốn kinh doanh	72,796
III	Đầu tư dài hạn	84,904	III	Chênh lệch tỷ giá	
IV	Xây dựng cơ bản dở dang	22,339	IV	Quỹ đầu tư và phát triển	10,615
			V	Quỹ dự trữ bắt buộc	5,112
V	Ký quỹ, ký cược dài hạn	5,177	VI	Lợi nhuận chưa phân phối	16,213
			VII	Quỹ khen thưởng, phúc lợi	7,722
TỔNG TÀI SẢN		498,000	TỔNG NGUỒN VỐN		498,000

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2005*

## PHỤ LỤC 2: BẢNG BÁO CÁO KẾT QUẢ KINH DOANH

### CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)

### BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH NĂM 2001

ĐVT: Triệu đồng

CHỈ TIÊU			NĂM	
			2001	2000
1	Doanh thu phí bảo hiểm gốc	137,640	110,000	
2	Thu phí nhận tái bảo hiểm	5,678	4,540	
3	<i>Chuyển phí nhượng tái bảo hiểm</i>	<i>53,640</i>	<i>38,000</i>	
4	Thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm	15,027	11,336	
5	Các khoản giảm thu	589	318	
<b>6</b>	<b>Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm (1+2-3+4-5)</b>	<b>104,116</b>	<b>87,558</b>	
7	Bồi thường bảo hiểm gốc	54,001	45,218	
8	Chi bồi thường nhận tái	2,322	2,912	
9	Các khoản giảm chi hoạt động kinh doanh	16,360	14,990	
<b>10</b>	<b>Bồi thường trách nhiệm giữ lại (7+8-9)</b>	<b>39,963</b>	<b>33,140</b>	
11	Trích dự phòng dao động lớn trong năm	13,153	11,221	
12	Chi khác hoạt động kinh doanh	5,788	8,686	
13	Tổng chi trực tiếp hoạt động kinh doanh (10+11+12)	58,904	53,047	
14	Lợi tức gộp hoạt động kinh doanh (6-13)	45,212	34,511	
15	Chi phí quản lý	32,005	21,825	
16	Lợi tức thuần hoạt động kinh doanh (14-15)	13,207	12,686	
17	Doanh thu hoạt động đầu tư	8,559	7,148	
18	Chi đầu tư	8	5.5	
<b>19</b>	<b>Tổng lợi nhuận trước thuế thu nhập (16+17-18)</b>	<b>21,758</b>	<b>19,829</b>	
20	Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp	6,092	5,552	
<b>21</b>	<b>Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp</b>	<b>15,666</b>	<b>14,277</b>	

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2001*

**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH  
NĂM 2002**

ĐVT: Triệu đồng

CHỈ TIÊU		NĂM	
		2002	2001
1	Doanh thu phí bảo hiểm gốc	176,839	137,640
2	Thu phí nhận tái bảo hiểm	13,898	5,678
3	<i>Chuyển phí nhượng tái bảo hiểm</i>	52,839	53,640
4	Thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm	13,785	15,027
5	Các khoản giảm thu	805	589
<b>6</b>	<b>Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm (1+2-3+4-5)</b>	<b>150,878</b>	<b>104,116</b>
7	Bồi thường bảo hiểm gốc	76,115	54,001
8	Chi bồi thường nhận tái	4,689	2,322
9	Các khoản giảm chi hoạt động kinh doanh	17,894	16,360
<b>10</b>	<b>Bồi thường trách nhiệm giữ lại (7+8-9)</b>	<b>62,910</b>	<b>39,963</b>
11	Trích dự phòng dao động lớn trong năm	18,546	13,153
12	Chi khác hoạt động kinh doanh	16,431	5,788
13	Tổng chi trực tiếp hoạt động kinh doanh (10+11+12)	97,887	58,904
14	Lợi tức gộp hoạt động kinh doanh (6-13)	52,991	45,212
15	Chi phí quản lý	37,022	32,005
16	Lợi tức thuần hoạt động kinh doanh (14-15)	15,969	13,207
17	Doanh thu hoạt động đầu tư	9,698	8,559
18	Chi đầu tư	13	8
<b>19</b>	<b>Tổng lợi nhuận trước thuế thu nhập (16+17-18)</b>	<b>25,654</b>	<b>21,758</b>
20	Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp	7,183	6,092
<b>21</b>	<b>Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp</b>	<b>18,471</b>	<b>15,666</b>

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2002*

**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH  
NĂM 2003**

ĐVT: Triệu đồng

CHỈ TIÊU		NĂM	
		2003	2002
1	Doanh thu phí bảo hiểm gốc	334,643	176,839
2	Thu phí nhận tái bảo hiểm	22,294	13,898
3	<i>Chuyển phí nhượng tái bảo hiểm</i>	<i>144,643</i>	<i>52,839</i>
4	Thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm	20,729	13,785
5	Các khoản giảm thu	1,981	805
<b>6</b>	<b>Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm (1+2-3+4-5)</b>	<b>231,042</b>	<b>150,878</b>
7	Bồi thường bảo hiểm gốc	131,678	76,115
8	Chi bồi thường nhận tái	5,722	4,689
9	Các khoản giảm chi hoạt động kinh doanh	21,816	17,894
<b>10</b>	<b>Bồi thường trách nhiệm giữ lại (7+8-9)</b>	<b>115,584</b>	<b>62,910</b>
11	Trích dự phòng dao động lớn trong năm	21,132	18,546
12	Chi khác hoạt động kinh doanh	13,933	16,431
13	Tổng chi trực tiếp hoạt động kinh doanh (10+11+12)	150,649	97,887
14	Lợi tức gộp hoạt động kinh doanh (6-13)	80,393	52,991
15	Chi phí quản lý	75,024	37,022
16	Lợi tức thuần hoạt động kinh doanh (14-15)	5,369	15,969
17	Doanh thu hoạt động đầu tư	13,946	9,698
18	Chi đầu tư	371	13
<b>19</b>	<b>Tổng lợi nhuận trước thuế thu nhập (16+17-18)</b>	<b>18,944</b>	<b>25,654</b>
20	Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp	5,304	7,183
<b>21</b>	<b>Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp</b>	<b>13,640</b>	<b>18,471</b>

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2003*



**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH  
NĂM 2004**

ĐVT: Triệu đồng

CHỈ TIÊU		NĂM	
		2004	2003
1	Doanh thu phí bảo hiểm gốc	599,726	334,643
2	Thu phí nhận tái bảo hiểm	39,263	22,294
3	<i>Chuyển phí nhượng tái bảo hiểm</i>	<i>142,726</i>	<i>144,643</i>
4	Thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm	4,153	20,729
5	Các khoản giảm thu	2,620	1,981
<b>6</b>	<b>Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm (1+2-3+4-5)</b>	<b>497,796</b>	<b>231,042</b>
7	Bồi thường bảo hiểm gốc	281,889	131,678
8	Chi bồi thường nhận tái	12,018	5,722
9	Các khoản giảm chi hoạt động kinh doanh	72,303	21,816
<b>10</b>	<b>Bồi thường trách nhiệm giữ lại (7+8-9)</b>	<b>221,604</b>	<b>115,584</b>
11	Trích dự phòng dao động lớn trong năm	24,588	21,132
12	Chi khác hoạt động kinh doanh	10,666	13,933
13	Tổng chi trực tiếp hoạt động kinh doanh (10+11+12)	256,858	150,649
14	Lợi tức gộp hoạt động kinh doanh (6-13)	240,938	80,393
15	Chi phí quản lý	143,332	75,024
16	Lợi tức thuần hoạt động kinh doanh (14-15)	97,606	5,369
17	Doanh thu hoạt động đầu tư	54,526	13,946
18	Chi đầu tư	453	371
<b>19</b>	<b>Tổng lợi nhuận trước thuế thu nhập (16+17-18)</b>	<b>151,679</b>	<b>18,944</b>
20	Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp	42,470	5,304
<b>21</b>	<b>Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp</b>	<b>109,209</b>	<b>13,640</b>

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2004*

**CTY CỔ PHẦN BH PETROLIMEX (PJICO)**

**BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH  
NĂM 2005**

ĐVT: Triệu đồng

CHỈ TIÊU		NĂM	
		2005	2004
1	Doanh thu phí bảo hiểm gốc	729,107	599,726
2	Thu phí nhận tái bảo hiểm	38,789	39,263
3	<i>Chuyển phí nhượng tái bảo hiểm</i>	225,107	142,726
4	Thu khác hoạt động kinh doanh bảo hiểm	15,906	4,153
5	Các khoản giảm thu	4,059	2,620
<b>6</b>	<b>Doanh thu thuần hoạt động kinh doanh bảo hiểm (1+2-3+4-5)</b>	<b>554,636</b>	<b>497,796</b>
7	Bồi thường bảo hiểm gốc	356,783	281,889
8	Chi bồi thường nhận tái	19,063	12,018
9	Các khoản giảm chi hoạt động kinh doanh	94,059	72,303
<b>10</b>	<b>Bồi thường trách nhiệm giữ lại (7+8-9)</b>	<b>281,787</b>	<b>221,604</b>
11	Trích dự phòng dao động lớn trong năm	29,243	24,588
12	Chi khác hoạt động kinh doanh	36,798	10,666
13	Tổng chi trực tiếp hoạt động kinh doanh (10+11+12)	347,828	256,858
14	Lợi tức gộp hoạt động kinh doanh (6-13)	206,808	240,938
15	Chi phí quản lý	173,153	143,332
16	Lợi tức thuần hoạt động kinh doanh (14-15)	33,655	97,606
17	Doanh thu hoạt động đầu tư	72,612	54,526
18	Chi đầu tư	721	453
<b>19</b>	<b>Tổng lợi nhuận trước thuế thu nhập (16+17-18)</b>	<b>105,546</b>	<b>151,679</b>
20	Thuế thu nhập doanh nghiệp phải nộp	29,553	42,470
<b>21</b>	<b>Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp</b>	<b>75,993</b>	<b>109,209</b>

*Nguồn: Báo cáo tài chính của PJICO năm 2005*

### PHỤ LỤC 3: Suất sinh lợi kỳ vọng

Suất sinh lợi kỳ vọng tập danh mục nghiệp vụ năm 2000:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.222	0.018	0.125	0.125	0.087	0.192	0.231
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.365	0.830	0.540	0.620	0.600	0.450	0.420
	Lỗ	0.40	0.635	0.170	0.460	0.380	0.400	0.550	0.580
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			47.3%	56.6%	50.8%	52.4%	52.0%	49.0%	48.4%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.6%	7.5%	10.0%	9.7%	9.8%	9.9%	9.9%
$\bar{K}_{p_{2000}} = \sum_{i=1}^n w_i k_i$					<b>49.5%</b>				

Suất sinh lợi kỳ vọng tập danh mục nghiệp vụ năm 2001:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.23	0.018	0.124	0.124	0.099	0.182	0.223
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Môtô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.330	0.790	0.440	0.600	0.610	0.360	0.440
	Lỗ	0.40	0.670	0.210	0.560	0.400	0.390	0.640	0.560
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			46.6%	55.8%	48.8%	52.0%	52.2%	47.2%	48.8%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.4%	8.1%	9.9%	9.8%	9.8%	9.6%	9.9%
$\bar{K}_{p_{2001}} = \sum_{i=1}^n w_i k_i$					<b>48.9%</b>				

Suất sinh lợi kỳ vọng tập danh mục nghiệp vụ năm 2002:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.298	0.018	0.103	0.115	0.092	0.172	0.201
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.330	0.790	0.440	0.600	0.610	0.360	0.440
	Lỗ	0.40	0.670	0.210	0.560	0.400	0.390	0.640	0.560
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			46.6%	55.8%	48.8%	52.0%	52.2%	47.2%	48.8%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.4%	8.1%	9.9%	9.8%	9.8%	9.6%	9.9%
$\bar{K}_{p2002} = \sum_{i=1}^n w_i k_i$					<b>48.6%</b>				

Suất sinh lợi kỳ vọng tập danh mục nghiệp vụ năm 2003:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.307	0.098	0.077	0.092	0.113	0.153	0.160
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.410	0.840	0.420	0.630	0.620	0.440	0.400
	Lỗ	0.40	0.590	0.160	0.580	0.370	0.380	0.560	0.600
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			48.2%	56.8%	48.4%	52.6%	52.4%	48.8%	48.0%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.8%	7.3%	9.9%	9.7%	9.7%	9.9%	9.8%
$\bar{K}_{p_{2003}} = \sum_{i=1}^n w_i k_i$					<b>50%</b>				

Suất sinh lợi kỳ vọng tập danh mục nghiệp vụ năm 2004:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.319	0.166	0.085	0.076	0.114	0.114	0.127
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.450	0.830	0.440	0.640	0.570	0.220	0.360
	Lỗ	0.40	0.550	0.170	0.560	0.360	0.430	0.780	0.640
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			49.0%	56.6%	48.8%	52.8%	51.4%	44.4%	47.2%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.9%	7.5%	9.9%	9.6%	9.9%	8.3%	9.6%
$\bar{K}_{p_{2004}} = \sum_{i=1}^n w_i k_i$					<b>50.1%</b>				

Suất sinh lợi kỳ vọng tập danh mục nghiệp vụ năm 2005:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.322	0.152	0.084	0.097	0.105	0.119	0.120
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.330	0.770	0.390	0.630	0.610	0.530	0.280
	Lỗ	0.40	0.670	0.230	0.610	0.370	0.390	0.470	0.720
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			46.6%	55.4%	47.8%	52.6%	52.2%	50.6%	45.6%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.4%	8.4%	9.8%	9.7%	9.8%	10.0%	9.0%
$\bar{K}_{p_{2005}} = \sum_{i=1}^n w_i k_i$					<b>49.5%</b>				





## PHỤ LỤC 5: ĐỘ LỆCH CHUẨN TỪNG CẶP NGHIỆP VỤ

Độ lệch chuẩn theo từng cặp nghiệp vụ năm 2000:

Ký hiệu nghiệp vụ		NV1	NV2	NV3	NV4	NV5	NV6	NV7	
<b>Chỉ tiêu phân tích</b>	<b>Tỷ trọng (w)</b>	<b>0.222</b>	<b>0.018</b>	<b>0.125</b>	<b>0.125</b>	<b>0.087</b>	<b>0.192</b>	<b>0.231</b>	
	<b>Kết quả KD (ki)</b>	<b>Bảo hiểm xe ô tô</b>	<b>Bảo hiểm Mô tô</b>	<b>Bảo hiểm con người</b>	<b>Bảo hiểm TS KT</b>	<b>Bảo hiểm XDLĐ</b>	<b>Bảo hiểm Tàu thuyền</b>	<b>Bảo hiểm Hàng hóa</b>	
	<b>Phân phối xác suất (pi)</b>								
	<b>Lãi</b>	<b>0.60</b>	0.365	0.830	0.540	0.620	0.600	0.450	0.420
	<b>Lỗ</b>	<b>0.40</b>	0.635	0.170	0.460	0.380	0.400	0.550	0.580
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$		47.3%	56.6%	50.8%	52.4%	52.0%	49.0%	48.4%	
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$		0.9%	0.6%	1.0%	0.9%	1.0%	1.0%	1.0%	
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$		9.6%	7.5%	10.0%	9.7%	9.8%	9.9%	9.9%	
<b><math>\sigma</math> NV1 kết hợp NV2,3,4,5,6,7</b>			<b>2.2%</b>	<b>2.6%</b>	<b>2.9%</b>	<b>2.0%</b>	<b>2.0%</b>	<b>3.3%</b>	
<b><math>\sigma</math> NV2 kết hợp NV3,4,5,6,7</b>				<b>1.3%</b>	<b>1.2%</b>	<b>0.9%</b>	<b>1.9%</b>	<b>2.3%</b>	
<b><math>\sigma</math> NV3 kết hợp NV4,5,6,7</b>					<b>1.3%</b>	<b>1.5%</b>	<b>2.3%</b>	<b>3.1%</b>	
<b><math>\sigma</math> NV4 kết hợp NV5,6,7</b>						<b>1.0%</b>	<b>2.0%</b>	<b>2.1%</b>	
<b><math>\sigma</math> NV5 kết hợp NV6,7</b>							<b>2.6%</b>	<b>2.5%</b>	
<b><math>\sigma</math> NV6 kết hợp NV7</b>								<b>2.4%</b>	

Độ lệch chuẩn theo từng cặp nghiệp vụ năm 2001:

Ký hiệu nghiệp vụ		NV1	NV2	NV3	NV4	NV5	NV6	NV7	
Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)	0.23	0.018	0.124	0.124	0.099	0.182	0.223	
	Kết quả KD (ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLD	Bảo hiểm Tàu thuyề n	Bảo hiểm Hàng hóa	
		Phân phối xác suất (pi)							
	Lãi	0.60	0.330	0.790	0.440	0.600	0.610	0.360	0.440
	Lỗ	0.40	0.670	0.210	0.560	0.400	0.390	0.640	0.560
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$		46.6%	55.8%	48.8%	52.0%	52.2%	47.2%	48.8%	
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$		0.9%	0.7%	1.0%	1.0%	1.0%	0.9%	1.0%	
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$		9.4%	8.1%	9.9%	9.8%	9.8%	9.6%	9.9%	
$\sigma$ NV1 kết hợp NV2,3,4,5,6,7			2.3%	2.6%	3.0%	2.0%	2.0%	3.2%	
$\sigma$ NV2 kết hợp NV3,4,5,6,7				1.3%	1.2%	1.0%	1.7%	2.3%	
$\sigma$ NV3 kết hợp NV4,5,6,7					1.3%	1.6%	2.2%	3.0%	
$\sigma$ NV4 kết hợp NV5,6,7						1.0%	1.8%	2.1%	
$\sigma$ NV5 kết hợp NV6,7							2.6%	2.5%	
$\sigma$ NV6 kết hợp NV7								2.3%	

Độ lệch chuẩn theo từng cặp nghiệp vụ năm 2002:

Ký hiệu nghiệp vụ			NV1	NV2	NV3	NV4	NV5	NV6	NV7
Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.298	0.018	0.103	0.115	0.092	0.172	0.201
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.330	0.790	0.440	0.600	0.610	0.360	0.440
	Lỗ	0.40	0.670	0.210	0.560	0.400	0.390	0.640	0.560
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			46.6%	55.8%	48.8%	52.0%	52.2%	47.2%	48.8%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			0.9%	0.7%	1.0%	1.0%	1.0%	0.9%	1.0%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.4%	8.1%	9.9%	9.8%	9.8%	9.6%	9.9%
$\sigma$ NV1 kết hợp NV2,3,4,5,6,7				2.9%	3.1%	3.5%	2.6%	2.4%	3.6%
$\sigma$ NV2 kết hợp NV3,4,5,6,7					1.1%	1.1%	0.9%	1.6%	2.0%
$\sigma$ NV3 kết hợp NV4,5,6,7						1.2%	1.4%	2.0%	2.6%
$\sigma$ NV4 kết hợp NV5,6,7							0.9%	1.7%	1.9%
$\sigma$ NV5 kết hợp NV6,7								2.4%	2.2%
$\sigma$ NV6 kết hợp NV7									2.1%

Độ lệch chuẩn theo từng cặp nghiệp vụ năm 2003:

Ký hiệu nghiệp vụ			NV1	NV2	NV3	NV4	NV5	NV6	NV7
Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		<b>0.307</b>	<b>0.098</b>	<b>0.077</b>	<b>0.092</b>	<b>0.113</b>	<b>0.153</b>	<b>0.160</b>
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	<b>0.60</b>	0.410	0.840	0.420	0.630	0.620	0.440	0.400
	Lỗ	<b>0.40</b>	0.590	0.160	0.580	0.370	0.380	0.560	0.600
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			48.2%	56.8%	48.4%	52.6%	52.4%	48.8%	48.0%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			1.0%	0.5%	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.8%	7.3%	9.9%	9.7%	9.7%	9.9%	9.8%
$\sigma$ NV1 kết hợp NV2,3,4,5,6,7				<b>3.6%</b>	<b>3.2%</b>	<b>3.5%</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.6%</b>	<b>3.5%</b>
$\sigma$ NV2 kết hợp NV3,4,5,6,7					<b>1.3%</b>	<b>1.1%</b>	<b>1.3%</b>	<b>1.6%</b>	<b>1.9%</b>
$\sigma$ NV3 kết hợp NV4,5,6,7						<b>0.9%</b>	<b>1.3%</b>	<b>1.7%</b>	<b>2.0%</b>
$\sigma$ NV4 kết hợp NV5,6,7							<b>0.9%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.5%</b>
$\sigma$ NV5 kết hợp NV6,7								<b>2.5%</b>	<b>2.0%</b>
$\sigma$ NV6 kết hợp NV7									<b>1.8%</b>

Độ lệch chuẩn theo từng cặp nghiệp vụ năm 2004:

Ký hiệu nghiệp vụ			NV1	NV2	NV3	NV4	NV5	NV6	NV7
Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.319	0.166	0.085	0.076	0.114	0.114	0.127
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.450	0.830	0.440	0.640	0.570	0.220	0.360
	Lỗ	0.40	0.550	0.170	0.560	0.360	0.430	0.780	0.640
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			49.0%	56.6%	48.8%	52.8%	51.4%	44.4%	47.2%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			1.0%	0.6%	1.0%	0.9%	1.0%	0.7%	0.9%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.9%	7.5%	9.9%	9.6%	9.9%	8.3%	9.6%
$\sigma$ NV1 kết hợp NV2,3,4,5,6,7				4.2%	3.4%	3.6%	2.9%	2.8%	3.5%
$\sigma$ NV2 kết hợp NV3,4,5,6,7					1.9%	1.4%	1.7%	1.4%	2.0%
$\sigma$ NV3 kết hợp NV4,5,6,7						0.8%	1.4%	1.3%	1.8%
$\sigma$ NV4 kết hợp NV5,6,7							0.9%	1.0%	1.1%
$\sigma$ NV5 kết hợp NV6,7								2.0%	1.7%
$\sigma$ NV6 kết hợp NV7									1.3%

Độ lệch chuẩn theo từng cặp nghiệp vụ năm 2005:

Ký hiệu nghiệp vụ		NV1	NV2	NV3	NV4	NV5	NV6	NV7	
Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)	<b>0.322</b>	<b>0.152</b>	<b>0.084</b>	<b>0.097</b>	<b>0.105</b>	<b>0.119</b>	<b>0.120</b>	
	Kết quả KD (ki)	<b>Bảo hiểm xe ô tô</b>	<b>Bảo hiểm Mô tô</b>	<b>Bảo hiểm con người</b>	<b>Bảo hiểm TS KT</b>	<b>Bảo hiểm XDLĐ</b>	<b>Bảo hiểm Tàu thuyền</b>	<b>Bảo hiểm Hàng hóa</b>	
	<b>Phân phối xác suất (pi)</b>								
	Lãi	<b>0.60</b>	0.330	0.770	0.390	0.630	0.610	0.530	0.280
	Lỗ	<b>0.40</b>	0.670	0.230	0.610	0.370	0.390	0.470	0.720
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$		46.6%	55.4%	47.8%	52.6%	52.2%	50.6%	45.6%	
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$		0.9%	0.7%	1.0%	0.9%	1.0%	1.0%	0.8%	
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$		9.4%	8.4%	9.8%	9.7%	9.8%	10.0%	9.0%	
$\sigma$ NV1 kết hợp NV2,3,4,5,6,7			<b>4.1%</b>	<b>3.2%</b>	<b>3.6%</b>	<b>2.8%</b>	<b>2.6%</b>	<b>3.3%</b>	
$\sigma$ NV2 kết hợp NV3,4,5,6,7				<b>1.9%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.7%</b>	<b>1.6%</b>	<b>1.9%</b>	
$\sigma$ NV3 kết hợp NV4,5,6,7					<b>0.9%</b>	<b>1.3%</b>	<b>1.5%</b>	<b>1.6%</b>	
$\sigma$ NV4 kết hợp NV5,6,7						<b>0.9%</b>	<b>1.3%</b>	<b>1.1%</b>	
$\sigma$ NV5 kết hợp NV6,7							<b>2.1%</b>	<b>1.5%</b>	
$\sigma$ NV6 kết hợp NV7								<b>1.3%</b>	

## PHỤ LỤC 6: ĐỘ LỆCH CHUẨN TẬP DANH MỤC NGHIỆP VỤ

Độ lệch chuẩn và hệ số biến thiên của tập danh mục nghiệp vụ năm 2000:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.222	0.018	0.125	0.125	0.087	0.192	0.231
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
	Phân phối xác suất (pi)								
	Lãi	0.60	0.365	0.830	0.540	0.620	0.600	0.450	0.420
Lỗ	0.40	0.635	0.170	0.460	0.380	0.400	0.550	0.580	
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$		47.3%	56.6%	50.8%	52.4%	52.0%	49.0%	48.4%	
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$		0.9%	0.6%	1.0%	0.9%	1.0%	1.0%	1.0%	
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$		9.6%	7.5%	10.0%	9.7%	9.8%	9.9%	9.9%	
$CV = \frac{\sigma}{K}$		0.204	0.133	0.196	0.185	0.188	0.203	0.204	
<b>Kp 2000</b>				<b>49.5%</b>					
<b>σp 2000</b>				<b>9.8%</b>					
<b>CVp 2000</b>				<b>0.197</b>					



Độ lệch chuẩn và hệ số biến thiên của tập danh mục nghiệp vụ năm 2001:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.23	0.018	0.124	0.124	0.099	0.182	0.223
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLD	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.330	0.790	0.440	0.600	0.610	0.360	0.440
Lỗ	0.40	0.670	0.210	0.560	0.400	0.390	0.640	0.560	
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			46.6%	55.8%	48.8%	52.0%	52.2%	47.2%	48.8%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			0.9%	0.7%	1.0%	1.0%	1.0%	0.9%	1.0%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.4%	8.1%	9.9%	9.8%	9.8%	9.6%	9.9%
$CV = \frac{\sigma}{\bar{K}}$			0.202	0.146	0.203	0.188	0.187	0.203	0.203
<b>Kp 2001</b>					<b>48.9%</b>				
<b>σp 2001</b>					<b>9.7%</b>				
<b>CVp 2001</b>					<b>0.198</b>				

Độ lệch chuẩn và hệ số biến thiên của tập danh mục nghiệp vụ năm 2002:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.298	0.018	0.103	0.115	0.092	0.172	0.201
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.330	0.790	0.440	0.600	0.610	0.360	0.440
	Lỗ	0.40	0.670	0.210	0.560	0.400	0.390	0.640	0.560
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			46.6%	55.8%	48.8%	52.0%	52.2%	47.2%	48.8%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			0.9%	0.7%	1.0%	1.0%	1.0%	0.9%	1.0%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.4%	8.1%	9.9%	9.8%	9.8%	9.6%	9.9%
$CV = \frac{\sigma}{K}$			0.202	0.146	0.203	0.188	0.187	0.203	0.203
<b>Kp 2002</b>					<b>48.6%</b>				
<b><math>\sigma_p</math> 2002</b>					<b>9.6%</b>				
<b>CVp 2002</b>					<b>0.198</b>				

Độ lệch chuẩn và hệ số biến thiên của tập danh mục nghiệp vụ năm 2003:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.307	0.098	0.077	0.092	0.113	0.153	0.160
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.410	0.840	0.420	0.630	0.620	0.440	0.400
Lỗ	0.40	0.590	0.160	0.580	0.370	0.380	0.560	0.600	
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			48.2%	56.8%	48.4%	52.6%	52.4%	48.8%	48.0%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			1.0%	0.5%	1.0%	0.9%	0.9%	1.0%	1.0%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.8%	7.3%	9.9%	9.7%	9.7%	9.9%	9.8%
$CV = \frac{\sigma}{K}$			0.204	0.129	0.204	0.184	0.185	0.203	0.204
<b>Kp 2003</b>					<b>50.0%</b>				
<b><math>\sigma_p</math> 2003</b>					<b>9.6%</b>				
<b>CVp 2003</b>					<b>0.191</b>				

Độ lệch chuẩn và hệ số biến thiên của tập danh mục nghiệp vụ năm 2004:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.319	0.166	0.085	0.076	0.114	0.114	0.127
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Mô tô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.450	0.830	0.440	0.640	0.570	0.220	0.360
Lỗ	0.40	0.550	0.170	0.560	0.360	0.430	0.780	0.640	
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			49.0%	56.6%	48.8%	52.8%	51.4%	44.4%	47.2%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			1.0%	0.6%	1.0%	0.9%	1.0%	0.7%	0.9%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.9%	7.5%	9.9%	9.6%	9.9%	8.3%	9.6%
$CV = \frac{\sigma}{\bar{K}}$			0.203	0.133	0.203	0.182	0.193	0.187	0.203
<b>Kp 2004</b>					<b>50.1%</b>				
<b>σp 2004</b>					<b>9.3%</b>				
<b>CVp 2004</b>					<b>0.185</b>				

Độ lệch chuẩn và hệ số biến thiên của tập danh mục nghiệp vụ năm 2005:

Chỉ tiêu phân tích	Tỷ trọng (w)		0.322	0.152	0.084	0.097	0.105	0.119	0.120
	Kết quả KD	(ki)	Bảo hiểm xe ô tô	Bảo hiểm Môtô	Bảo hiểm con người	Bảo hiểm TS KT	Bảo hiểm XDLĐ	Bảo hiểm Tàu thuyền	Bảo hiểm Hàng hóa
			Phân phối xác suất (pi)						
	Lãi	0.60	0.330	0.770	0.390	0.630	0.610	0.530	0.280
	Lỗ	0.40	0.670	0.230	0.610	0.370	0.390	0.470	0.720
$\bar{K} = \sum_{i=1}^n p_i k_i$			46.6%	55.4%	47.8%	52.6%	52.2%	50.6%	45.6%
$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2$			0.9%	0.7%	1.0%	0.9%	1.0%	1.0%	0.8%
$\sigma = \sqrt{\sum_{i=1}^n P_i (K_i - \bar{K})^2}$			9.4%	8.4%	9.8%	9.7%	9.8%	10.0%	9.0%
$CV = \frac{\sigma}{K}$			0.202	0.152	0.204	0.184	0.187	0.197	0.197
<b>Kp 2005</b>					<b>49.5%</b>				
<b>σp 2005</b>					<b>9.4%</b>				
<b>CVp 2005</b>					<b>0.189</b>				