

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG BẢO HIỂM NHÂN THỌ VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

Lương Văn Hải¹

Email: hailv@hou.edu.vn. ORCID: 0009-0000-6299-1127

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 16/02/2026

Ngày phản biện đánh giá: 17/04/2026

Ngày bài báo được duyệt đăng: 14/05/2026

DOI: 10.59266/houjs.2026.1242

Tóm tắt: Sau giai đoạn đầy biến động, thị trường bảo hiểm nhân thọ (BHNT) Việt Nam đang bước vào giai đoạn chuẩn hoá và tái cấu trúc. Với sự cố gắng của các công ty bảo hiểm nhân thọ trong việc đa dạng hoá sản phẩm, nâng cao chất lượng tư vấn, chuẩn hóa quy trình phân phối và tập trung vào giá trị bảo vệ dài hạn cho khách hàng, thị trường BHNT Việt Nam đang dần hồi phục và phát triển theo hướng tích cực và bền vững hơn. Tuy nhiên, tốc độ phát triển vẫn còn thấp so với giai đoạn trước. Để thị trường BHNT Việt Nam phát triển nhanh chóng và bền vững, đạt được các mục tiêu đã được đề ra trong Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam đến năm 2030 mà Thủ tướng Chính phủ đã phê duyệt năm 2023, rất cần có một hệ thống giải pháp đồng bộ và phù hợp. Bài viết tập trung vào làm rõ thực trạng phát triển của thị trường BHNT Việt Nam trong thời gian qua, chỉ ra những cơ hội và thách thức đối với thị trường BHNT Việt Nam trong bối cảnh hiện nay, đề xuất một số giải pháp và khuyến nghị nhằm phát triển thị trường BHNT Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khoá: chuyển đổi số, ngành ngân hàng, nền kinh tế số, thanh toán số, thanh toán không dùng tiền mặt

I. Đặt vấn đề

Kể từ khi thị trường BHNT Việt Nam hình thành và phát triển đến nay, giai đoạn 2015 - 2021 được ghi nhận là giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ và bền vững nhất. Doanh thu phí bảo hiểm của các hợp đồng có hiệu lực trong giai đoạn này liên tục tăng cao, với tốc độ tăng trung bình từ trên 20% đến 30% mỗi năm. Cùng với đó, số lượng hợp đồng BHNT khai thác mới sản phẩm chính giai đoạn này cũng tăng

từ 12% đến gần 28% mỗi năm. Sang năm 2022, thị trường BHNT vẫn tăng nhưng mức tăng chậm và chững lại, sau đó suy giảm rõ rệt vào các năm 2023 và 2024. Sự chững lại và suy giảm này là do thị trường BHNT Việt Nam chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố, như: Suy thoái kinh tế, thay đổi trong hành vi tiêu dùng, việc siết chặt kỷ luật thị trường, đặc biệt là cuộc khủng hoảng mất niềm tin từ khách hàng sau các sự việc xảy ra liên quan đến sản phẩm

¹ Trường Đại học Mở Hà Nội, Hà Nội, Việt Nam

BHNT liên kết đầu tư và những lùm xùm ở kênh bán bảo hiểm qua ngân hàng. Hiện nay, thị trường BHNT Việt Nam đang chịu tác động mạnh bởi các quy định pháp luật chặt chẽ hơn, sự siết chặt kênh phân phối qua ngân hàng và yêu cầu minh bạch thông tin từ người tiêu dùng. Bên cạnh đó, người mua thận trọng hơn, đòi hỏi thông tin minh bạch và dễ hiểu hơn về quyền lợi và rủi ro khi tham gia bảo hiểm, nhu cầu tìm kiếm các sản phẩm BHNT thiết thực tăng. Vấn đề này đặt ra đối với cơ quan quản lý nhà nước và các công ty BHNT cần có những giải pháp phù hợp đồng bộ hơn để phát triển thị trường BHNT Việt Nam trong giai đoạn tới.

II. Phương pháp nghiên cứu

Để nghiên cứu và viết bài này, tác giả đã sử dụng các phương pháp sau:

Phương pháp thu thập số liệu: Tác giả sử dụng để thu thập số liệu từ các nguồn tư liệu của các cơ quan, tổ chức đã công bố.

Phương pháp phân tích: Tác giả sử dụng để phân tích các số liệu về thị trường BHNT Việt Nam thời gian qua.

Phương pháp đánh giá: Phương pháp này được sử dụng để đánh giá chung về tình hình phát triển của thị trường BHNT Việt Nam qua các năm.

III. Cơ sở lý thuyết

3.1. Khái niệm về thị trường bảo hiểm nhân thọ

Thị trường BHNT là nơi mua và bán các sản phẩm BHNT. Các sản phẩm này là loại sản phẩm đặc biệt, không hình dáng, kích thước, màu sắc... Thị trường BHNT là thị trường dịch vụ tài chính gắn liền với các sản phẩm của công ty BHNT nhằm bảo vệ tài chính cho người được bảo hiểm

trước các rủi ro liên quan đến sức khỏe, thân thể và tính mạng.

3.2. Các chủ thể tham gia thị trường bảo hiểm nhân thọ

Các chủ thể tham gia trực tiếp vào quá trình mua, bán sản phẩm BHNT trên thị trường BHNT, bao gồm:

Các công ty bảo hiểm nhân thọ: Các công ty này tạo ra sản phẩm bảo hiểm và bán các sản phẩm này cho khách hàng.

Các đại lý bảo hiểm: Không chỉ là người bán sản phẩm, mà còn là người tư vấn, giúp khách hàng hiểu rõ về các quyền lợi và lợi ích từ BHNT.

Người tham gia bảo hiểm: Là cá nhân hoặc tổ chức ký kết hợp đồng, có nghĩa vụ đóng phí và hưởng các quyền lợi theo quy định. Họ có thể mua cho bản thân hoặc người thứ ba (người được bảo hiểm).

Cơ quan quản lý nhà nước về BHNT: Có trách nhiệm đảm bảo quyền lợi của người tham gia BHNT; các công ty bảo hiểm hoạt động một cách minh bạch, công bằng, có trách nhiệm với khách hàng, đồng thời phải tuân thủ đầy đủ và nghiêm túc các quy định của luật pháp hiện hành.

Các công ty môi giới bảo hiểm nhân thọ. Các công ty này đóng vai trò trung gian, là cầu nối giữa khách hàng và công ty bảo hiểm.

Đơn vị phụ trợ bảo hiểm nhân thọ. Là các tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho công ty bảo hiểm, như: Tư vấn, đánh giá rủi ro, giám định tổn thất, hỗ trợ bồi thường mà không trực tiếp bán bảo hiểm.

3.3. Tổng quan nghiên cứu

Thời gian qua đã có một số công trình nghiên cứu về thị trường BHNT Việt Nam được công bố, như:

Nguyễn Hữu Quỳnh Như (2021). Thị trường BHNT tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp. Bài viết tập trung vào phân tích thực trạng phát triển thị trường BHNT tại Việt Nam trong giai đoạn 2016-2020, chỉ ra nguyên nhân khiến số lượng người dân tham gia BHNT vẫn còn hạn chế. Từ đó, tác giả đã đề xuất được một số giải pháp nhằm phát triển thị trường BHNT tại Việt Nam.

Nguyễn Hồng Nhung, Lê Thị Liên, Nguyễn Thị Thanh Thanh (2023). Phát triển thị trường BHNT tại Việt Nam. Bài viết đã tập trung vào làm rõ một số vấn đề lý luận cơ bản, thực trạng phát triển của thị trường BHNT giai đoạn 2018-2022 và đã đề xuất được một số giải pháp phát triển thị trường này trong thời gian tới.

Nguyễn Huỳnh Trọng Hiếu (2024). Bảo hiểm nhân thọ: Các nhân tố ảnh hưởng phí hợp đồng và thực trạng thị trường Việt Nam. Bài viết đã làm rõ được bản chất của BHNT, cách phân loại sản phẩm, công thức tính phí và các nhân tố ảnh hưởng đến phí hợp đồng. Từ đó, tác giả chỉ ra nguyên nhân của cuộc khủng hoảng niềm tin đang xảy ra trên thị trường và đề xuất các giải pháp để giải quyết tận gốc cuộc khủng hoảng này.

Lê Ngọc Hải, Vũ Hồng Vân (2025). Thực trạng thị trường BHNT Việt Nam và giải pháp nâng cao nhận thức khách hàng. Bài viết đã khái quát tình hình thị trường BHNT Việt Nam và tác giả đã đề xuất được các giải pháp nâng cao nhận thức, xây dựng niềm tin khách hàng về BHNT, qua đó phát triển thị trường BHNT bền vững.

Các nghiên cứu trên mới chỉ dừng lại ở việc mô tả thực trạng thị trường BHNT Việt Nam, việc nâng cao niềm tin, ứng dụng công nghệ để nâng cao trải nghiệm khách hàng và phát triển các sản phẩm bảo hiểm. Các nghiên cứu chưa đề cập đến các hoạt động thúc đẩy phát triển thị trường BHNT Việt Nam, chưa phân tích sâu quá trình phát triển của thị trường, đề cập chưa đầy đủ các cơ hội và thách thức đối với thị trường BHNT Việt Nam. Đây là những khoảng trống mà bài viết sẽ tập trung làm rõ.

IV. Kết quả và thảo luận

4.1. Hoạt động thúc đẩy phát triển thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam

Hoàn thiện hành lang pháp lý. Thời gian qua, các cơ quan quản lý nhà nước đã luôn cố gắng sửa đổi và bổ sung một số điều trong Luật Kinh doanh bảo hiểm và ban hành mới các văn bản dưới luật để hoàn thiện hành lang pháp lý nhằm thúc đẩy thị trường BHNT Việt Nam phát triển. Cụ thể:

Năm 2000, Luật Kinh doanh bảo hiểm được ban hành. Trải qua 3 lần sửa đổi, bổ sung vào các năm 2010, 2020 và năm 2022. Hiện nay, hoạt động kinh doanh bảo hiểm tại Việt Nam đang dựa vào Luật Kinh doanh bảo hiểm số 08/2022/QH15. Các quy định trong luật đã cho phép các công ty bảo hiểm chủ động hơn trong thiết kế, xây dựng và triển khai sản phẩm bảo hiểm; tăng cường chất lượng của kênh phân phối đại lý bảo hiểm; hạn chế cạnh tranh không lành mạnh; yêu cầu về công khai thông tin đối với các công ty bảo hiểm. Để triển khai Luật Kinh doanh bảo hiểm số 08, các văn bản hướng dẫn cũng được ban hành, như:

Nghị định số 46/2023/NĐ-CP ngày 01/7/2023 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Kinh doanh bảo hiểm số 08.

Thông tư 67/2023/TT-BTC ngày 02 tháng 11 năm 2023 của Bộ Tài chính hướng dẫn một số điều của Luật Kinh doanh bảo hiểm số 08/2022/QH15, Nghị định số 46/2023/NĐ-CP. Thông tư 67 đã quy định chi tiết về hoạt động kinh doanh bảo hiểm, thúc đẩy việc áp dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh bảo hiểm.

Luật Kinh doanh bảo hiểm số 08/2022/QH15 và các văn bản hướng dẫn đã giúp hành lang pháp lý của thị trường bảo hiểm Việt Nam cơ bản được hoàn thiện.

Tăng cường thanh tra, giám sát hoạt động kinh doanh bảo hiểm. Thời gian qua, Bộ Tài chính đã tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát đối với hoạt động phân phối bảo hiểm qua ngân hàng. Bộ đã thiết lập đường dây nóng để tiếp nhận, xử lý thông tin phản ánh, kiến nghị về lĩnh vực bảo hiểm. Bên cạnh đó, tháng 10/2023, Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm đã ký kết quy chế phối hợp công tác với Cơ quan Thanh tra, giám sát ngành ngân hàng thuộc Ngân hàng Nhà nước nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả phối hợp trong công tác xây dựng, hoàn thiện cơ chế chính sách; thanh tra, kiểm tra và giám sát hoạt động đại lý bảo hiểm.

Nhằm tăng cường hiệu quả trong công tác quản lý, giám sát, thanh tra, kiểm tra các công ty bảo hiểm, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 174/2024/NĐ-CP có hiệu lực thi hành từ ngày 15 tháng 02 năm 2025. Nghị định 174 đã tăng mức xử phạt đối với một số hành vi vi phạm của các công ty bảo hiểm và bổ sung các quy định xử phạt theo

các quy định mới được bổ sung trong Luật Kinh doanh bảo hiểm số 08.

Thực hiện chuyển đổi số của các công ty bảo hiểm. Nhận thức được vai trò quan trọng của chuyển đổi số, từ lâu nhiều công ty BHNT đã từng bước đặt nền móng cho chuyển đổi số, đến nay quá trình chuyển đổi số đang dần từng bước được hoàn thiện. Theo số liệu khảo sát năm 2024 cho thấy, số công ty bảo hiểm tại Việt Nam đã triển khai đầu tư vào công nghệ số đạt 95,5%. Trong đó, có 68,2% công ty đã tăng cao đáng kể mức đầu tư cho các hoạt động chuyển đổi số. Các công nghệ được triển khai rộng rãi, như: Trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây, machine learning và blockchain (Nhu Loan, 2025). Việc ứng dụng công nghệ đã giúp các công ty BHNT phát triển kênh giao dịch trực tuyến nhanh hơn, có thể kết nối, giải quyết các thủ tục với khách hàng nhanh hơn, hiệu quả hơn, nâng cao được chất lượng dịch vụ, tiết giảm chi phí, đảm bảo an ninh, an toàn hơn.

4.2. Thực trạng phát triển của thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam

Ngày 10/3/1996 được coi là thời điểm khai sinh ra BHNT tại Việt Nam khi Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành Quyết định số 281/TC/TCNH cho phép Bảo Việt được triển khai thí điểm BHNT.

Ngày 22/06/1996, Tổng Công ty Bảo Việt Nhân thọ được thành lập và là công ty BHNT đầu tiên tại Việt Nam. Ngày 1/8/1996, công ty đã giới thiệu 2 sản phẩm bảo hiểm đầu tiên ở thị trường BHNT Việt Nam là: An sinh giáo dục và Bảo hiểm nhân thọ hỗn hợp 5, 10 năm.

Tháng 6/1999, Công ty Chinfon-Manulife là công ty BHNT nước ngoài

đầu tiên gia nhập thị trường BHNT Việt Nam. Sự kiện này đã đánh dấu sự mở cửa chính thức của thị trường BHNT Việt Nam. Sau đó, có nhiều tập đoàn tài chính và công ty BHNT lớn trên thế giới tham gia vào thị trường BHNT Việt Nam, như: Tập đoàn BHNT AIA, Tập đoàn tài chính hàng đầu thế giới Prudential, Tập đoàn BHNT Dai-ichi, tập đoàn tài chính quốc tế Sun Life, Tập đoàn Hanwha, Công ty bảo hiểm nhân thọ Cathay,... Tính đến cuối năm 2025, thị trường BHNT Việt Nam có tổng số 20 công ty, trong đó chỉ có Bảo Việt Nhân Thọ và Techcom Life là 02 công ty 100% vốn nội địa, 18 công ty còn lại là các công ty liên doanh, 100% vốn nước ngoài, các công ty này đang chiếm trên 75% thị phần BHNT.

Từ khi thị trường BHNT hình thành và phát triển đến nay, giai đoạn 2015 - 2021 được ghi nhận là giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ và bền vững nhất. Theo số liệu công bố của Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm, tổng doanh thu phí bảo hiểm của các hợp đồng có hiệu lực năm 2015 là 38.271 tỷ đồng đến năm 2021 là 159.222 tỷ đồng, gấp 4,16 lần sau 6 năm. Tốc độ tăng trưởng duy trì ở mức cao, tăng trên 30% mỗi năm giai đoạn 2015 - 2018, sau đó duy trì mức tăng trên 20% mỗi năm giai đoạn 2019 - 2021. Song song với đó, số lượng hợp đồng BHNT sản phẩm chính giai đoạn 2015 - 2021 cũng tăng đều đặn. Cụ thể: Số lượng hợp đồng BHNT khai thác mới năm 2015 là 1.293.971 hợp đồng đến năm 2021 đạt mức cao nhất là 3.559.973 hợp đồng, tương ứng với tốc độ tăng trưởng giao động từ 12% đến gần 28% mỗi năm; số lượng hợp đồng BHNT còn hiệu lực năm 2015 là 5.608.303 hợp đồng đến năm 2021 đạt 13.198.726 hợp

đồng, tốc độ tăng trưởng bình quân mỗi năm là trên 13% (Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm, 2015 - 2024). Kết quả này cho thấy quy mô thị trường BHNT Việt Nam ngày càng được mở rộng, mức độ thâm nhập của BHNT ngày càng sâu vào trong đời sống người dân Việt Nam.

Giai đoạn 2022-2024. Sau khi đạt đỉnh vào năm 2022 và chững lại, thị trường BHNT Việt Nam sau đó đã suy giảm rõ rệt, đặc biệt vào các năm 2023 và 2024. Theo số liệu công bố của Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm, số lượng hợp đồng BHNT khai thác mới giảm tương ứng với các năm là - 43,44% và - 9,42%; số lượng hợp đồng BHNT còn hiệu lực giảm tương ứng với các năm là - 10,46% và - 5,98%; doanh thu phí bảo hiểm của các hợp đồng có hiệu lực giảm tương ứng với các năm là - 11,97% và - 5,7% so với năm trước (Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm, 2015-2024). Nguyên nhân của sự suy giảm này là do thị trường BHNT chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố, như: Suy thoái kinh tế, thay đổi trong hành vi tiêu dùng, việc siết chặt kỷ luật thị trường, đặc biệt là cuộc khủng hoảng mất niềm tin từ khách hàng sau các sự việc xảy ra liên quan đến sản phẩm BHNT liên kết đầu tư và những lùm xùm ở kênh bán bảo hiểm qua ngân hàng.

Năm 2025 đến nay, theo Báo cáo của Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm, tổng doanh thu phí BHNT năm 2025 tăng nhẹ so với năm 2024, đạt khoảng 148.786 tỷ đồng, chiếm 62,7% tổng doanh thu phí toàn ngành (Thời báo tài chính Việt Nam, 2026). Tháng 1/2026, tổng doanh thu phí BHNT đạt 10.010 tỷ đồng, tăng 0,5% (Cục Quản lý, Giám sát Bảo hiểm, 2026). Điều này cho thấy, thị trường BHNT Việt Nam có tín hiệu phục hồi sau thời gian suy giảm.

4.3. Các cơ hội đối với thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam

Thị trường BHNT Việt Nam còn nhiều dư địa để phát triển. Hiện nay, tỷ lệ thâm nhập bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam vẫn còn thấp, chỉ đạt khoảng 1,3% GDP vào cuối năm 2024 (Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm, 2015-2024). Điều này cho thấy thị trường BHNT Việt Nam vẫn còn rất nhiều tiềm năng để phát triển. Bên cạnh đó, Chính phủ và các công ty BHNT đang nỗ lực thực hiện nhiều hoạt động tuyên truyền và giáo dục về BHNT nhằm giúp người dân nâng cao nhận thức và hiểu biết về vai trò và lợi ích của BHNT.

Sự phát triển của công nghệ và khả năng ứng dụng vào ngành bảo hiểm ngày càng tăng. Việc ứng dụng các công nghệ số, như: Trí tuệ nhân tạo, blockchain và dữ liệu lớn sẽ giúp các công ty bảo hiểm nâng cao trải nghiệm khách hàng, tối ưu hóa các quy trình và đảm bảo tính minh bạch trong giao dịch. Đây sẽ là yếu tố quyết định để các công ty BHNT tạo lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững trong nền kinh tế số.

Thị trường BHNT sẽ tiếp tục hưởng lợi từ hành lang pháp lý ngày càng hoàn thiện. Vấn đề này sẽ giúp các công ty bảo hiểm nâng cao tiêu chuẩn dịch vụ, từ đó giúp bảo vệ quyền lợi khách hàng tốt hơn, góp phần củng cố niềm tin của khách hàng vào vai trò và lợi ích của BHNT.

Nền kinh tế nước ta ngày càng tăng trưởng và phát triển ổn định, thu nhập bình quân đầu người tăng cao. Năm 2023 GDP tăng trưởng ước đạt 5,05%, cao gấp 1,5 lần so với mức tăng trưởng 2,9% của kinh tế toàn cầu, GDP bình quân đầu người ước đạt 4.284 USD; năm 2024 GDP đạt 476 tỷ USD, tốc độ tăng trưởng đạt 7,09%, đứng

thứ 33 thế giới, GDP bình quân đầu người ước đạt 4.700 USD; năm 2025 GDP ước đạt 514 tỷ USD, tăng 38 tỷ USD so với năm 2024, GDP bình quân đầu người ước đạt 5.026 USD (Cục Thống kê, Bộ Tài chính, 2026). Sự tăng trưởng cao về kinh tế ở nước ta thời gian qua, đã làm gia tăng về số lượng của tầng lớp trung lưu, điều này không chỉ thúc đẩy tiêu dùng mà còn tạo ra nhu cầu cao về đầu tư, các sản phẩm tài chính, đặc biệt là nhu cầu về bảo hiểm nhân thọ và sức khỏe.

4.4. Những thách thức đối với thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam

Sự hiểu biết của người dân về BHNT còn nhiều hạn chế. Đại đa số người dân Việt Nam chưa có sự hiểu biết về BHNT. Bên cạnh đó, do sự thiếu tin tưởng vào các nhân viên tư vấn bảo hiểm nên việc giúp người dân hiểu đầy đủ về BHNT còn gặp nhiều khó khăn.

Sự suy giảm niềm tin của người dân đối với BHNT. Vấn đề này xảy ra liên quan đến sản phẩm BHNT liên kết đầu tư và những lùm xùm ở kênh bán bảo hiểm qua ngân hàng dẫn đến sự hoài nghi, e ngại đối với BHNT. Chính sự mất niềm tin của người dân đối với BHNT là nguyên nhân chính làm số lượng hợp đồng BHNT thời gian qua giảm.

Phần lớn người dân Việt Nam chưa có thói quen lập kế hoạch tài chính cho gia đình trong dài hạn. Mặc dù người dân luôn phải đối diện với rất nhiều rủi ro trong cuộc sống hằng ngày, nhưng họ thường lựa chọn cách chấp nhận rủi ro mà chưa nghĩ đến biện pháp phòng tránh rủi ro về mặt tài chính (biện pháp bảo hiểm).

Thay đổi hành vi khách hàng. Khách hàng giờ đây mong muốn

được tiếp cận thông tin dễ dàng hơn, có yêu cầu cao hơn về trải nghiệm, tốc độ, sự tiện lợi và sản phẩm được cá nhân hóa, đòi hỏi các công ty BHNT phải đáp ứng kịp thời.

Đối với các công ty BHNT đang phải đối diện với những thách thức lớn, như: (i) Nhân sự trong các công ty BHNT hiện còn thiếu và chưa ổn định. (ii) Yêu cầu chuyển đổi số toàn diện trong khi năng lực tài chính còn hạn chế. (iii) Yêu cầu về bảo mật thông tin, an toàn mạng, tuân thủ pháp lý trong khi đội ngũ nhân sự tại các công ty BHNT chưa được đào tạo bài bản về nhận thức an toàn thông tin; thiếu hụt nhân sự chuyên môn cao về an toàn thông tin để phát hiện sớm và ngăn chặn kịp thời các cuộc tấn công mạng có chủ đích. (iv) Chuyển đổi mô hình kinh doanh mới trong khi năng lực về nhân sự, công nghệ còn hạn chế.

V. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Đối với Nhà nước

Thứ nhất, Bộ tài chính cần có sự phối hợp chặt chẽ với các bộ, ngành liên quan tiếp tục hoàn thiện cơ chế, chính sách và hành lang pháp lý về kinh doanh BHNT. Trước mắt cần tập trung vào các vấn đề sau:

Hoàn thiện các quy định về điều kiện, tiêu chuẩn của các tổ chức đào tạo đại lý bảo hiểm; chuẩn hóa chương trình đào tạo đại lý bảo hiểm nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, kiểm tra, đánh giá những cá nhân, tổ chức tham gia vào thị trường BHNT.

Xây dựng cơ chế cho phép các công ty BHNT được triển khai các sản phẩm bảo hiểm có tính đặc thù, có tính chất an sinh xã hội nhằm giúp người dân có thu

nhập trung bình hoặc thấp; người dân sống ở nông thôn, miền núi, vùng sâu, vùng xa có thể tham gia BHNT.

Có chính sách ưu đãi đặc biệt, như: Giảm thuế, hỗ trợ tài chính,... đối với sự tham gia của các doanh nghiệp nội địa vào thị trường BHNT; thúc đẩy sự hợp tác giữa ngân hàng và các tổ chức tài chính với các công ty BHNT nội địa để tạo nên những hệ sinh thái vững mạnh.

Thứ hai, Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm cần tăng cường vai trò quản lý của Nhà nước đối với hoạt động kinh doanh bảo hiểm thông qua đổi mới phương thức và nâng cao năng lực quản lý Nhà nước. Đẩy mạnh công tác giám sát từ xa, vì đây là hoạt động có thể thực hiện thường xuyên, có hiệu quả và ít tốn kém. Quản lý chặt chẽ công tác đào tạo, tổ chức thi và cấp chứng chỉ đại lý bảo hiểm. Tăng cường kiểm tra, giám sát việc sử dụng đại lý của các công ty BHNT.

Thứ ba, tăng cường vai trò của các tổ chức xã hội - nghề nghiệp trong kinh doanh BHNT. Thông qua các tổ chức này đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền về vai trò và lợi ích của BHNT, về pháp luật trong hoạt động kinh doanh BHNT đối với các tổ chức và cá nhân.

5.2. Đối với các công ty BHNT

Để có thể đáp ứng được các yêu cầu hiện nay, các công ty BHNT cần tiếp tục nâng cao năng lực tài chính bằng việc bổ sung thêm vốn điều lệ, nâng cao hiệu quả đầu tư.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực bằng việc đào tạo kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ cho từng phòng ban, nhóm nghiệp vụ và cần bám sát khung năng lực của ngành và chuẩn mực quốc tế.

Xây dựng chính sách lương, thưởng, phúc lợi phù hợp nhằm động viên giữ chân người lao động.

Đa dạng hoá các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ bằng việc hoàn thiện các sản phẩm hiện có, tạo ra một số sản phẩm có tính đặc thù phù hợp với thu nhập của người dân sống ở các vùng, miền khác nhau.

Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng các kênh phân phối bằng lựa chọn các kênh phân phối phù hợp, tăng cường đào tạo, trao đổi kinh nghiệm với các đại lý, ngân hàng. Đồng thời, giám sát chặt chẽ các hoạt động của họ để tránh xảy ra các trường hợp vi phạm.

Ngoài ra, các công ty BHNT cần tiếp tục đầu tư nhiều hơn nữa vào công nghệ, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến những lợi ích của việc tham gia BHNT thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, mạng Internet, các hiệp hội, tổ chức, các cấp ủy chính quyền địa phương.

Tài liệu tham khảo

- Bộ Tài chính. (1996). *Quyết định số 281/TC/TCNH ngày 10 tháng 3 năm 1996 về việc cho phép triển khai thí điểm bảo hiểm nhân thọ*.
- Chính phủ. (2024). *Nghị định số 174/2024/NĐ-CP ngày 30 tháng 12 năm 2024 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực kinh doanh bảo hiểm*. <https://vanban.chinhphu.vn>.
- Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm. (2015-2024). *Niên giám thị trường bảo hiểm Việt Nam*. Bộ Tài chính. <https://www.mof.gov.vn/quan-ly-giam-sat-bao-hiem/nien-giam-thi-truong-bao-hiem-vn>
- Cục Quản lý, Giám sát bảo hiểm. (2026). *Thị trường vào nhịp tăng mới: Doanh thu phí bảo hiểm nhân thọ kỳ vọng trở lại mốc 150 nghìn tỷ đồng*. Bộ Tài chính. <https://www.mof.gov.vn/quan-ly-giam-sat-bao-hiem/thi-truong-bao-hiem-1/thi-truong-vao-nhip-tang-moi-doanh-thu-phi-bao-hiem-nhan-tho-ky-vong-tru-lai-moc-150-nghin-ty-dong>

sat-bao-hiem/thi-truong-bao-hiem-1/thi-truong-vao-nhip-tang-moi-doanh-thu-phi-bao-hiem-nhan-tho-ky-vong-tru-lai-moc-150-nghin-ty-dong

- Cục Thống kê, Bộ Tài chính. (2026). *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2025*. <https://www.nso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2026/01/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2025/>
- Như Loan. (2025, ngày 10 tháng 3). Tăng cường chuyển đổi số ngành bảo hiểm - Nâng tầm dịch vụ, tối ưu hóa quản lý. *Báo Đầu tư*. <https://baodautu.vn/tang-cuong-chuyen-doi-so-nganh-bao-hiem---nang-tam-dich-vu-toi-uu-hoa-quan-ly-d261790.html>
- Lê Ngọc Hải, Vũ Hồng Vân (2025). *Thực trạng thị trường bảo hiểm nhân thọ Việt Nam và giải pháp nâng cao nhận thức khách hàng*. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 14, 2025.
- Nguyễn Huỳnh Trọng Hiếu (2024). *Bảo hiểm nhân thọ: Các nhân tố ảnh hưởng phí hợp đồng và thực trạng thị trường Việt Nam*. Tạp Chí Khoa học HUFLIT, 8 (3), 2024.
- Nguyễn Hữu Quỳnh Như (2021). *Thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam: Thực trạng và giải pháp*. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân, 4(47), 2021.
- Nguyễn Hồng Nhung, Lê Thị Liên, Nguyễn Thị Thanh Thanh (2023). *Phát triển thị trường bảo hiểm nhân thọ tại Việt Nam*. Tạp chí Kinh tế - Tài chính Online. Truy cập tại: <https://tapchikinhtetaichinh.vn/phat-trien-thi-truong-bao-hiem-nhan-tho-tai-viet-nam-43805.html>
- Thời báo Tài chính Việt Nam. (2026, ngày 15 tháng 1). *Thị phần doanh nghiệp bảo hiểm nhân thọ biến động mạnh trong giai đoạn tái cấu trúc*. thoibaotaichinhvietnam.vn.

DEVELOPING THE VIETNAMESE LIFE INSURANCE MARKET IN THE CURRENT CONTEXT

Luong Van Hai¹

Abstract: *Vietnam's Life Insurance market has entered a standardized and restructured period after a phase of significant volatility. Life Insurance companies in Vietnam have made great efforts to diversify their product offerings, improve consulting quality, standardize distribution processes, and focus on long-term protection for customers. As a result, Vietnam's Life Insurance market has gradually recovered and developed more positively and sustainably. However, this growth rate is still lower compared to the previous period. To rapidly and sustainably develop Vietnam's Life Insurance market and achieve the target goals set out in the Strategy for Vietnam's Insurance Market to 2030, approved by the Prime Minister in 2023, a system of synchronized, suitable solutions is essential. This article focuses on the current situation of Vietnam's Life Insurance market, identifying its opportunities and challenges and proposing solutions and recommendations to develop it in the future.*

Keywords: *digital transformation, banking sector, digital economy, digital payment, non-cash payment*

¹ Hanoi Open University, Hanoi, Vietnam