



Triển vọng CEO Bảo hiểm năm 2022

Tự tin vượt qua những thách thức kinh tế và
chuyển đổi vận hành

KPMG International

kpmg.com/CEOoutlook



Nội dung

04

Triển vọng kinh tế

07

Công nghệ giúp thúc đẩy
tăng trưởng

09

Đẩy mạnh ảnh hưởng của ESG

11

Khả năng phục hồi của lực lượng
lao động

13

Những ưu tiên của CEO bảo hiểm

Trong một năm đầy biến động do căng thẳng địa chính trị, đại dịch vẫn tiếp diễn và môi trường kinh tế không chắc chắn, các CEO tiếp tục đối mặt với những thách thức và cơ hội liên tục thay đổi. Với những thay đổi chóng mặt trong toàn ngành, chúng tôi đã khảo sát 134 CEO bảo hiểm trong khuôn khổ Báo cáo Triển vọng CEO của KPMG, để thu thập những hiểu biết chuyên sâu và quan điểm của họ về ngành và bối cảnh kinh tế trong 3 năm tới.

Các công ty bảo hiểm vẫn tiếp tục thích nghi với các công nghệ mới và chiến lược an ninh mạng, đồng thời các CEO đã xác định chính xác rủi ro vận hành và rủi ro công nghệ mới nổi/đột phá là hai mối đe dọa hàng đầu đối với sự phát triển của tổ chức họ trong 3 năm tới. Đây là một sự thay đổi so với năm 2021, khi rủi ro về thuế và quy định là những mối đe dọa lớn nhất. So với cuộc khảo sát năm 2021 của chúng tôi, các CEO bảo hiểm cũng bày tỏ sự lạc quan hơn về tăng trưởng của nền kinh tế và ngành, nhưng ít người cảm thấy lạc quan về triển vọng tăng trưởng của chính công ty họ.

Dưới đây là những gì các CEO bảo hiểm đã chia sẻ khi ngành này tiếp tục vận hành trong một thị trường luôn thay đổi không ngừng.



Laura Hay
Trưởng khối bảo hiểm toàn cầu
KPMG International

Dựa trên quan điểm của 1.325 CEO toàn cầu trên 11 thị trường, Báo cáo Triển vọng CEO năm 2022 đưa ra phân tích chuyên sâu về triển vọng kinh doanh và kinh tế trong 3 năm tới. Khảo sát này cũng cho thấy sự thay đổi trong chiến lược và quan điểm so với ý kiến đưa ra trong cuộc Khảo sát nhanh của KPMG về triển vọng của CEO, được thực hiện trước khi xung đột Nga – Ukraine xảy ra.

Triển vọng kinh tế

Trong khi **90%** CEO bảo hiểm cho rằng suy thoái kinh tế có thể xảy ra trong 12 tháng tới, **53%** cho rằng suy thoái kinh tế sẽ ở mức độ nhẹ và trong thời gian ngắn và **79%** trong số các CEO đó đã có kế hoạch đối phó.

Sự mệt mỏi do đại dịch, các quan ngại về quy định quản lý và các yếu tố kinh tế (như việc tăng lãi suất, lạm phát và khả năng rơi vào suy thoái kinh tế) và công nghệ mới nổi/đột phá là những yếu tố hàng đầu khi được hỏi về mối quan tâm cấp bách nhất đối với tổ chức của họ hiện nay.

Mặc dù niềm tin của các CEO bảo hiểm nhìn chung là cao so với tất cả các CEO được khảo sát, nhưng các dấu hiệu của những cơn gió ngược đang bắt

đầu xuất hiện và họ đang chuẩn bị cho điều này một cách phù hợp.

Các CEO bảo hiểm đang chuẩn bị sẵn sàng cho bản thân và tổ chức của họ để vượt qua những thách thức kinh tế và địa chính trị hiện tại, đồng thời khám phá cách họ có thể giảm thiểu tác động của suy thoái để lên kế hoạch cho sự gián đoạn kinh tế. Trong 6 tháng tới, **50%** cho biết họ đang có kế hoạch đưa các hoạt động ở nước ngoài trở lại cấp địa phương hoặc thậm chí là nội bộ để đối phó với những thách thức địa chính trị. Cắt giảm quy mô nhân viên của mình trong thời gian ngắn và áp dụng biện pháp đóng băng tuyển dụng cũng đang hoặc sẽ được cân nhắc.

CEO bảo hiểm sẵn sàng cho khả năng rơi vào suy thoái

77%

đã thực hiện hoặc có kế hoạch thực hiện đóng băng tuyển dụng trong 6 tháng tới

84%

đã cân nhắc hoặc sẽ cân nhắc cắt giảm nhân sự trong 6 tháng tới

Nguồn: Triển vọng CEO của KPMG 2022

“

Khi ngành bảo hiểm đối phó với tình trạng chỉ phí gia tăng, sự bất ổn về kinh tế và chính trị toàn cầu, các luật và hướng dẫn quy định mới cũng như các mô hình hoạt động thay đổi nhanh chóng, khả năng thích ứng nhanh chóng và từ sớm đóng vai trò quan trọng hơn bao giờ hết. Các công ty bảo hiểm nên chuẩn bị cho những điều không chắc chắn này và lường trước sự thay đổi có thể sẽ tiếp tục.”

Laura Hay

Trưởng khối bảo hiểm toàn cầu
KPMG International

Cảm giác lạc quan

Mặc dù các CEO bảo hiểm đã sẵn sàng cho một cuộc suy thoái, nhiều người cũng cho biết họ cảm thấy lạc quan về triển vọng tăng trưởng trong 3 năm tới đối với nền kinh tế toàn cầu và ngành bảo hiểm nói chung. **72%** cho biết họ cảm thấy tự tin hoặc rất tin tưởng về tiềm năng tăng trưởng của nền kinh tế toàn cầu, tăng nhẹ so với mức **70%** vào năm 2021. Ngoài ra, **90%** cho biết họ cảm thấy tin tưởng hoặc rất tin tưởng về triển vọng tăng trưởng của ngành, so với **84%** vào năm 2021.

Giữa sự lạc quan là những bất lợi ban đầu. Nhiều CEO bảo hiểm bày tỏ sự tin tưởng vào triển vọng tăng trưởng trong ngành của họ so

với công ty của chính họ (**87%**). Đây là một sự thay đổi so với năm 2021, khi **93%** CEO bảo hiểm cho biết họ cảm thấy lạc quan về triển vọng tăng trưởng của công ty mình.

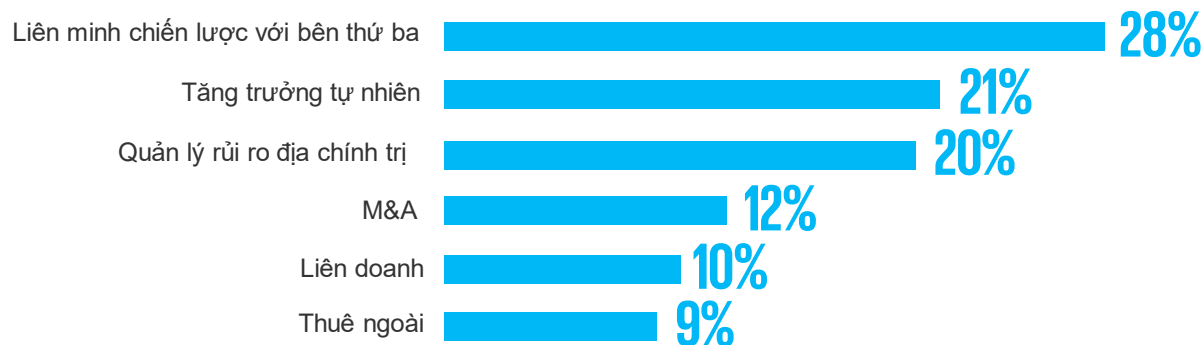
Những bất ổn địa chính trị có thể sẽ tiếp tục tác động đến các chiến lược, với **92%** CEO bảo hiểm ngừng hợp tác làm việc với Nga và **87%** tạm dừng hoặc dự định tạm dừng chiến lược chuyển đổi số của họ. Những bất ổn này cũng đã ảnh hưởng đến niềm tin của các CEO về triển vọng tăng trưởng của công ty họ — với **87%** những người được khảo sát bày tỏ sự tin tưởng, giảm **6%** so với năm 2021.

Sự gia tăng khẩu vị M&A

Liên minh chiến lược (**28%**), tăng trưởng tự nhiên (**21%**) và quản lý rủi ro địa chính trị (**20%**) đứng đầu danh sách các chiến lược quan trọng nhất của CEO bảo hiểm để đạt được các mục tiêu tăng trưởng trong 3 năm tới.

Số lượng CEO bảo hiểm coi việc sáp nhập và mua lại (M&A) là một trong những chiến lược hàng đầu của họ ít hơn đáng kể so với Triển vọng năm 2021. Bất chấp sự sụt giảm này, **59%** CEO cho biết họ rất mong muốn M&A và công ty của họ có khả năng thực hiện các thương vụ mua lại sẽ tác động đáng kể đến hoạt động kinh doanh của họ. Xu hướng gia tăng hoạt động M&A này rõ ràng hơn trong lĩnh vực bảo hiểm, so với **47%** trong số tất cả các CEO toàn cầu.

Các chiến lược quan trọng để đạt mục tiêu tăng trưởng trong 3 năm tới



Nguồn: Triển vọng CEO của KPMG 2022

“

Mặc dù không có gì ngạc nhiên khi thấy M&A ít được chú trọng hơn trong bối cảnh địa chính trị không ổn định hiện nay, nhưng chúng tôi cũng thấy được sự quan tâm và tham gia tăng dần từ quỹ đầu tư tư nhân vào ngành bảo hiểm.”

”

Ram Menon

Trưởng khối bảo hiểm toàn cầu
Tư vấn thương vụ
KPMG International

Rủi ro đối với tăng trưởng

Khi các công ty bảo hiểm tiếp tục thích ứng với các công nghệ mới và chiến lược an ninh mạng, rủi ro vận hành và rủi ro công nghệ mới nổi/đột phá được xác định là những rào cản lớn đối với tăng trưởng. Với việc tỷ lệ thất nghiệp không ổn định tiếp tục là một thách thức toàn cầu, rủi ro về văn hóa phi đạo đức nội bộ đã tăng đáng kể lên **13%**, so với **1%** vào năm 2021.

Rủi ro về thuế có thể không còn là một trong hai mối quan tâm hàng đầu của các CEO bảo hiểm, nhưng đa số nhận thấy công ty của họ vẫn đang chịu áp lực gia tăng do sự thay đổi của những yêu cầu về thuế.

Trên thực tế, **77%** CEO cho rằng tổ chức của họ đang chịu thêm áp lực trước việc phải tăng cường báo cáo về các khoản đóng góp thuế toàn cầu của họ — và đề xuất chế độ thuế tối thiểu toàn cầu chiếm một mối quan tâm đáng kể đối với các mục tiêu của tổ chức họ.

Khi các CEO bảo hiểm tiếp tục thay đổi cách họ và tổ chức của họ kinh doanh, đại đa số (**83%**) nhận ra có mối liên hệ chặt chẽ giữa niềm tin của công chúng vào một doanh nghiệp và cách tiếp cận thuế phù hợp với các giá trị của doanh nghiệp đó.

“

Với tất cả chuyển đổi đã xảy ra trong những năm qua, không có gì ngạc nhiên khi rủi ro vận hành đang đứng đầu bảng xếp hạng như một rủi ro chính đối với tăng trưởng. Với tất cả sự thay đổi và chuyển đổi, thách thức đối với các công ty là tìm ra sự cân bằng phù hợp giữa tốc độ thay đổi và cải tiến, đồng thời quản lý những rủi ro mà các yếu tố này có thể gây ra.

”

Erik Bleekrode
Trưởng khối bảo hiểm
KPMG China & Asia Pacific



Rủi ro đối với tăng trưởng trong 3 năm tới

2022

- 1 Rủi ro vận hành
- 2 Công nghệ mới nổi/đột phá
- 3 Văn hóa phi đạo đức nội bộ
- 4 Biến đổi môi trường/khí hậu

- 5 Rủi ro lãi suất

2021

- 1 Rủi ro pháp lý
- 2 Rủi ro về thuế
- 3 Rủi ro ảnh hưởng uy tín/thương hiệu
- 4 Công nghệ mới nổi/đột phá
- 5 Rủi ro trong chuỗi cung ứng

Nguồn: Triển vọng CEO của KPMG 2022

Công nghệ giúp thúc đẩy tăng trưởng

Các CEO bảo hiểm cũng đang hướng đầu tư số vào các lĩnh vực kinh doanh thúc đẩy tăng trưởng, với **77%** CEO bảo hiểm cho biết họ đã có sẵn chiến lược thúc đẩy chuyển đổi số với mục đích duy trì sự phù hợp và dẫn trước đối thủ. Nhưng họ cũng nhận ra rằng quá trình tăng tốc chuyển đổi số cần thiết trong vài năm qua đã dẫn đến tình trạng kiệt sức — và **83%** đồng ý rằng điều này cần được giải quyết trước khi các CEO có thể tiếp tục hành trình chuyển đổi của họ. Nhất quán với suy nghĩ này, ngày càng ít hơn các CEO bảo hiểm nói rằng họ cần nhanh chóng hơn trong việc dịch chuyển đầu tư sang các cơ hội số và thoái vốn ở những lĩnh vực đang phải đối mặt với sự lỗi thời do kỹ thuật số - **72%**, giảm từ **75%** vào năm 2021

Chuyển đổi số đã trở nên đắt đỏ hơn trong những năm gần đây. Điều này được phản ánh bởi **54%** doanh nghiệp được khảo sát đang đầu tư vốn nhiều hơn vào việc mua công nghệ mới so với phát triển kỹ năng và khả năng của lực lượng lao động. Đây là một sự đảo ngược so với năm 2021, khi **49%** đang đầu tư nhiều hơn vào công nghệ mới và **51%** vào lực lượng lao động của họ.

Khi được hỏi đâu là những rào cản hàng đầu đối với chuyển đổi số, quyết định chọn công nghệ phù hợp là phản hồi đứng đầu. Điều này thể hiện ở việc **78%** CEO đồng ý rằng quan hệ đối tác là rất quan trọng để duy trì khả năng

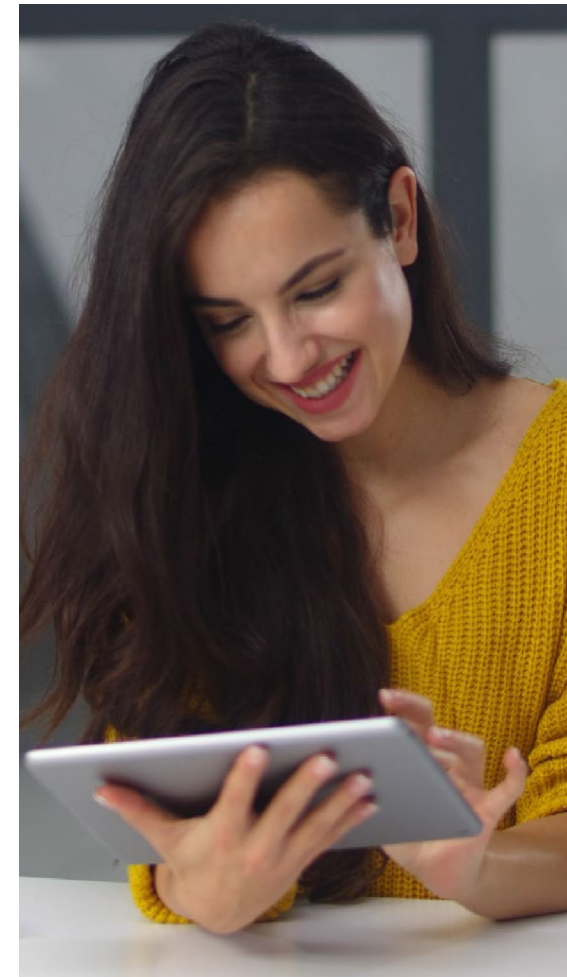
phục hồi, sự bền bỉ và tiếp tục nhịp độ chuyển đổi số (tăng từ **65%** vào năm 2021).

Hơn bao giờ hết, đầu tư nên được ưu tiên vào những lĩnh vực giúp thúc đẩy tăng trưởng — và có thể làm chậm hoặc xem xét lại những nỗ lực được xem như không quan trọng. Tại những thời điểm không ổn định, các doanh nghiệp có thể sẽ muốn tập trung đầu tư số vào các cơ hội có ảnh hưởng lớn và có thể đo lường được, có nhiều khả năng hỗ trợ các mục tiêu chiến lược của họ nhất.

“

Thúc đẩy chuyển đổi và nâng cao hiệu quả bằng cách sử dụng công nghệ tại toàn bộ các bộ phận văn phòng, từ bộ phận Front office tiếp xúc khách hàng, bộ phận Middle office rà soát, quản lý rủi ro và tài nguyên cho đến bộ phận Back office cung cấp dịch vụ hành chính, hỗ trợ kinh doanh khác có thể sẽ trở nên rất quan trọng đối với các công ty bảo hiểm khi xây dựng những tham vọng về hệ thống vận hành trong ba năm tới.”

”

Mark LongworthTrưởng khối tư vấn bảo hiểm toàn cầu
KPMG International

An ninh mạng

Tiếp tục phát triển những tiến bộ được củng cố bởi công nghệ, các CEO bảo hiểm đang nỗ lực tăng cường các chiến lược an ninh mạng của họ để xây dựng mối quan hệ bền vững với các bên liên quan. Đại đa số đồng ý rằng một chiến lược không gian mạng vững chắc là rất quan trọng để đạt được sự tin tưởng từ các bên liên quan chủ chốt (82%). Hơn nữa, 84% coi bảo mật thông tin là một chức năng chiến lược có thể giúp họ đạt được lợi thế cạnh tranh.

Kinh nghiệm đối với những thách thức của an ninh mạng ngày càng tăng cũng mang đến cho các CEO bảo hiểm một bức tranh rõ ràng hơn về mức độ chuẩn bị — hoặc chưa chuẩn bị — của họ. Đã có nhiều CEO hơn cho biết họ đã chuẩn bị cho một cuộc tấn công mạng — 59%, tăng từ 48% vào năm 2021 và 76% nói rằng việc bảo vệ hệ sinh thái đối tác và chuỗi cung ứng của họ cũng *quan trọng không kém* việc xây dựng hệ thống phòng thủ mạng cho chính tổ chức của họ.

Những biến động địa chính trị gần đây đã làm gia tăng đáng kể nguy cơ các công ty thuộc mọi quy mô bị tấn công mạng. Sự gia tăng nhanh chóng, cũng như khó khăn ngày càng tăng trong việc phát hiện các cuộc tấn công như vậy, đòi hỏi tự động hóa và cải tiến trong việc xử lý các sự cố mạng.

Hơn nữa, theo các chuyên gia trong ngành, trong tương lai sẽ có sự gia tăng về số lượng các cuộc tấn công mạng cũng như mức độ phức tạp của chúng. Do đó, điều quan trọng đối với các CEO bảo hiểm là nhận ra tầm quan trọng của việc sở hữu hệ thống an ninh mạng vững chắc và tập trung vào việc củng cố khả năng của hệ thống.

“

Sự chênh lệch giữa tốc độ cải tiến công nghệ và thời gian đào tạo lực lượng lao động đã thúc đẩy các công ty bảo hiểm đầu tư vào công nghệ mới để không bị tụt lại phía sau, thay vì xây dựng các kỹ năng và năng lực nội bộ. Để tiếp tục tăng trưởng trong lĩnh vực này, các công ty bảo hiểm cũng nên xem xét sự cân bằng giữa việc đầu tư vào quản trị công nghệ mới với việc tuyển dụng và giữ chân nhân tài phù hợp.”

Simona Scattaglia

Trưởng nhóm công nghệ
bảo hiểm toàn cầu
KPMG International



Đẩy mạnh ảnh hưởng của ESG

Các CEO bảo hiểm ngày càng nhận thấy tầm quan trọng của các sáng kiến ESG, đặc biệt khi đề cập đến cách ESG cải thiện hiệu quả tài chính, đáp ứng kỳ vọng của các bên liên quan và thu hút nguồn nhân tài hùng hậu. Cuộc khảo sát năm nay cho thấy nhu cầu tăng vọt rõ rệt từ các bên liên quan — đặc biệt là nhân viên — đối với việc tăng tính minh bạch.

Nhiều CEO bảo hiểm đồng ý rằng các chương trình ESG cải thiện hiệu quả tài chính (**44%**), tăng từ **40%** vào một năm trước. Các bên liên quan nội bộ và bên ngoài đang ngày càng đòi hỏi các tổ chức những tiết lộ chi tiết hơn và phương pháp tiếp cận chủ động để tích hợp sự đa dạng, công bằng và hòa nhập. Trên thực tế, **28%** CEO bảo hiểm chỉ ra rằng nhân viên và nhân viên mới đang yêu cầu tính minh bạch và báo cáo ESG nhiều hơn. Đây là mức tăng đáng kể so với mức **3%** vào năm 2021.

Các CEO ngày càng hiểu rằng các doanh nghiệp áp dụng ESG có khả năng thu hút nhân tài tốt nhất, tăng cường Định vị giá trị nhân viên (các cam kết về chế độ phúc lợi, đãi ngộ doanh nghiệp có thể sử dụng và để chiêu mộ và giữ chân nhân tài), thu hút khách hàng trung thành và huy động vốn. ESG đã đi từ một “điều tốt đẹp” để trở thành một “phần không thể thiếu” đối với thành công tài chính dài hạn.

- **59%** CEO bảo hiểm nhận thấy nhu cầu của các bên liên quan về việc tăng cường tính minh bạch và báo cáo các vấn đề ESG đang tăng lên đáng kể (tăng từ mức **48%** vào tháng 8 năm 2021).

- **81%** cho rằng hoạt động giám sát của các bên liên quan đối với các vấn đề xã hội sẽ tiếp tục tăng nhanh (tăng từ mức **60%** vào tháng 8 năm 2021).
- **22%** cho thấy sự hoài nghi của các bên liên quan xoay quanh quảng cáo xanh đang gia tăng (tăng từ **12%** vào tháng 8 năm 2021).

Kể từ tháng 7 năm 2021, hơn 29 công ty bảo hiểm hàng đầu đã đăng ký tham gia Liên minh bảo hiểm Net Zero do Liên hợp quốc triệu tập. Dưới quy định của liên minh này, các công ty bảo hiểm đã cam kết chuyển đổi tất cả các phát thải khí nhà kính trong quá trình vận hành (Phạm vi 1, 2 và 3) từ danh mục bảo hiểm và tái bảo hiểm của họ về mức 0 ròng (net zero) vào năm 2050.

Trong Triển vọng CEO, các CEO bảo hiểm đã nêu bật những rào cản lớn nhất của họ trong việc đạt được mức 0 ròng (net zero):

- **28%** cảm thấy ngành bảo hiểm đang thiếu chuyên gia sẵn sàng giải quyết các vấn đề liên quan đến tính bền vững.
- **23%** xem việc thiếu sự quản trị/kiểm soát nội bộ để đưa vận hành đến trạng thái mức 0 ròng (net zero) là một rào cản.
- **22%** nhấn mạnh sự phức tạp của việc khử cacbon trong chuỗi cung ứng như một chướng ngại lớn đối với việc đạt được mục tiêu mức 0 ròng (net zero) của họ.

“

Hầu hết các công ty bảo hiểm đã thực hiện tốt việc xác định và định lượng phát thải trong vận hành và chuỗi giá trị của họ, tuy nhiên vẫn cần nhiều nỗ lực hơn để triển khai các quy trình mới này phù hợp với năng lực tài chính của công ty. Điều này đã dẫn đến một loạt các thay đổi trong vận hành giúp giảm lượng khí thải toàn ngành.”

”

Roger Jackson

Trưởng nhóm bảo hiểm ESG toàn cầu
KPMG International

30% CEO bảo hiểm cho biết việc đưa ra một câu chuyện ESG hấp dẫn là thách thức lớn nhất của họ trong việc truyền đạt hiệu suất ESG cho các bên liên quan. Thách thức này bao gồm việc đáp ứng nhu cầu báo cáo ESG của các nhà đầu tư và các bên liên quan khác nhau, cũng như sự thiếu chặt chẽ trong chính tổ chức của họ đối với việc báo cáo về hiệu suất ESG. Tuy nhiên, đầu tư vào các công cụ như đo lường và quản trị ESG đang tăng lên — **64%** CEO bảo hiểm đã cam kết phân bổ hơn **6%** doanh thu để giúp tổ chức của họ bền vững hơn. **49%** trong số họ nói rằng sẽ đầu tư từ 6 đến 10 phần trăm doanh thu. Con số này tăng gần gấp đôi so với năm 2021, khi **25%** CEO bảo hiểm đã nói như vậy.

ESG đã dần trở nên bắt buộc trong kinh doanh. Tương tự như Rome không thể được xây dựng trong vòng một ngày, ESG là một hành trình vẫn tiếp diễn. Một chiến lược ESG mạnh và nhất quán có thể giúp một tổ chức nổi bật hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Việc trì hoãn các chương trình ESG quan trọng có thể khiến doanh nghiệp bị động thay vì chủ động và cuối cùng dẫn đến phát sinh chi phí lớn hơn cho doanh nghiệp và khách hàng. Thay vì vậy, các công ty bảo hiểm có thể dẫn đầu với sự minh bạch, khả năng phục hồi và tính bền vững cao hơn.

Đẩy nhanh tiến độ IDE

Trên tất cả các ngành nghề, hòa nhập, đa dạng và công bằng (IDE) liên hệ khá rộng rãi và hài hòa với nhau, tuy nhiên ngày càng có nhiều sự lo ngại về tốc độ tiến triển.

Đầu tiên, **74%** CEO bảo hiểm cho rằng IDE đang tiến triển quá chậm trong môi trường kinh doanh và **74%** cũng cho rằng việc xem xét kỹ lưỡng hiệu suất của IDE sẽ tiếp tục tăng trong 3 năm tới. Nhận thức chính là chìa khóa và các CEO đóng vai trò quan trọng trong việc giúp thúc đẩy các chương trình của IDE trong những năm tới.

78% CEO bảo hiểm cho rằng họ có trách nhiệm thúc đẩy tính di động xã hội tốt hơn trong tổ chức của mình, điều này liên quan đến cách cấu trúc và kêu gọi người tham gia vào tổ chức — nghĩa là doanh nghiệp phải đầu tư vào con người theo một cách mới.

Những yếu tố hàng đầu để đẩy mạnh chiến lược ESG của tổ chức

34%

Chủ động tiếp cận hơn đối với các vấn đề xã hội, chẳng hạn như tăng cường đầu tư vào mức lương sinh hoạt tối thiểu, quyền con người và “just transition” – Quá trình xanh hóa nền kinh tế theo cách công bằng và dành cho tất cả mọi người, tạo ra cơ hội việc làm tử tế và không để ai lại phía sau

25%

Tăng cường đo lường và quản trị để xây dựng cách tiếp cận ESG mạnh mẽ và minh bạch hơn

21%

Mang lại sự bình đẳng giới tốt hơn trong cấp lãnh đạo và giải quyết các vấn đề về giới bao gồm khoảng cách lương

20%

Thực hiện chiến lược mức 0 ròng và/hoặc đo lường và hành động dựa trên lượng khí thải carbon của công ty

Khả năng phục hồi của lực lượng lao động

Khi xem xét cách họ hỗ trợ và thu hút nhân tài, các CEO bảo hiểm đang tập trung nhiều hơn vào công nghệ và Định vị giá trị nhân viên của tổ chức. Mặc dù đang xem xét giảm số lượng nhân viên trong 6 tháng tới, nhưng các CEO bảo hiểm tích cực hơn trong dài hạn - **87%** cho biết họ đang có kế hoạch tăng quy mô lực lượng lao động trong 3 năm tới.

Ngoài ra, **24%** cho biết Định vị giá trị nhân viên để thu hút và giữ chân nhân tài là ưu tiên hàng đầu của họ để đạt được các mục tiêu tăng trưởng trong 3 năm. Gần 3/4 CEO ngành bảo hiểm (**74%**) đồng ý rằng việc giữ chân nhân tài trước áp lực lạm phát/chỉ phí sinh hoạt gia tăng là ưu tiên hàng đầu. Với tình trạng thiếu hụt lao động đang diễn ra, các công ty nên làm mọi thứ có thể để giữ chân nhân tài đồng thời giải quyết các vấn đề thực tế về kinh tế, cạnh tranh và nhân khẩu học.

Quan điểm đang phát triển về cách thức làm việc

Làm việc kết hợp/làm việc từ xa đã có tác động tích cực đến việc tuyển dụng, cộng tác và đầu tư công nghệ trong 2 năm qua — nhưng gần một nửa số CEO bảo hiểm (**49%**) xem văn phòng là môi trường làm việc tốt nhất của công ty trong 3 năm tới. Điều này có thể gây khó khăn cho việc thu hút nhân viên, vì nhiều người coi mô hình kết hợp hoặc làm việc tại nhà sẽ tốt hơn cho họ. Đưa ra quyết định thu hẹp quy mô hoặc đưa nhân viên trở lại văn phòng làm việc toàn thời gian trong ngắn hạn có thể gây ra những hậu quả đáng kể về lâu dài.

Do đó, các tổ chức nên đặt mục tiêu tập trung vào nhân viên nhiều hơn, tích cực lắng nghe và chia sẻ giao tiếp đồng cảm để giải quyết tỷ lệ nhân viên rời công ty ngày càng tăng và áp dụng công nghệ mới tại nơi làm việc để làm việc trong một môi trường kết hợp liền mạch và thuận tiện. Các CEO bảo hiểm cần đảm bảo rằng nhân viên của họ có những tương tác có mục đích khi họ ở trong văn phòng, và bây giờ là lúc để thử nghiệm và xem những gì đem lại hiệu quả tốt nhất khi xác định cấu trúc làm việc tối ưu trong dài hạn.

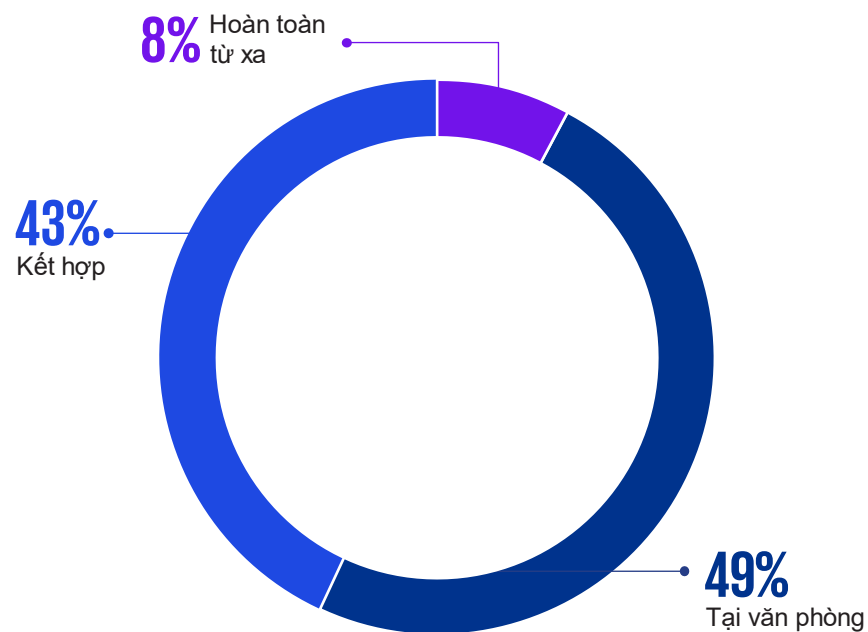
“

Trong quá trình tiếp tục phục hồi sau đại dịch, nhân viên cần được truyền cảm hứng từ các nhà lãnh đạo và chiến lược có sức thuyết phục của công ty. Tất cả đều cần thích nghi, học hỏi và phát triển để tận dụng tối đa các cơ hội mà số hóa mang lại. Các CEO đang tìm kiếm sự cân bằng phù hợp và tôi tin rằng đây sẽ là yếu tố thành công riêng biệt cho các công ty trong việc thu hút nhân tài trong những năm tới. ”

Laura Hay

Trưởng khối bảo hiểm toàn cầu
KPMG International

CEO hình dung môi trường làm việc tương lai cho nhân viên công ty



Nguồn: Triển vọng CEO của KPMG 2022



Những ưu tiên của CEO bảo hiểm

Triển vọng CEO của KPMG 2022 nêu bật sự lạc quan dài hạn của các CEO bất chấp những thách thức ngắn hạn do những lo ngại về địa chính trị và khả năng suy thoái kinh tế mang lại. Đã sẵn sàng để vượt qua những khó khăn kinh tế, các CEO tự tin vào khả năng phục hồi và triển vọng tăng trưởng của công ty mình.

Khi các CEO bảo hiểm chuẩn bị sẵn sàng cho tổ chức của họ trước khả năng rơi vào suy thoái dự kiến, dưới đây là một số bước họ có thể thực hiện nhằm đảm bảo khả năng phục hồi:

Công nghệ

- **Mang con người và công nghệ đến với nhau:** Các tổ chức đã đầu tư rất nhiều vào chuyển đổi số nên họ cần đảm bảo rằng tất cả mọi người đều áp dụng và tận dụng được tiềm năng tối đa của những công nghệ này.
- **Đánh giá hệ thống và nền tảng công nghệ hiện tại:** Các công ty bảo hiểm nên đánh giá xem kiến trúc và nền tảng công nghệ hiện tại của họ có phù hợp với mục đích hay không và quyết định xem họ có nên thích ứng, điều chỉnh, tạo giao diện hoặc bản sao kỹ thuật số hay thay thế và tái tạo nền tảng cho các hệ thống hiện tại để phù hợp hơn với nhu cầu trong tương lai.
- **Làm việc với các đối tác để thúc đẩy giá trị:** Với việc các CEO ngày càng quan tâm đến quan hệ đối tác, việc xác định, tích hợp và quản lý các bên thứ ba một cách hiệu quả có thể giúp tăng tốc độ tiếp cận thị trường, giảm chi phí, giảm thiểu rủi ro và bổ sung những lỗ hổng về năng lực trong việc thực hiện lời hứa với khách hàng. Thúc đẩy cải tiến mở rộng bằng cách tương tác chặt chẽ với các nền tảng kỹ thuật số, hệ sinh thái và công ty khởi nghiệp. Những quan hệ đối tác này sẽ đóng vai trò là yếu tố hỗ trợ chính cho các chiến lược chuyển đổi doanh nghiệp.
- **Đến gần hơn với khách hàng:** Việc sắp xếp các trải nghiệm khách hàng hấp dẫn đòi hỏi các công ty phải bắt đầu với khách hàng và làm việc/phụng sự ngược lại, dùng góc nhìn từ ngoài vào trong để thiết kế ngược và định hình trải nghiệm phù hợp; sau đó, họ nên áp dụng góc nhìn từ trong ra ngoài để xác định cách thức cung cấp trải nghiệm.
- **Xem an ninh mạng như một chức năng chiến lược:** An ninh mạng ngày càng không chỉ là vấn đề CNTT; đó là sự bắt buộc trong hoạt động kinh doanh cơ bản. Sự gia tăng theo cấp số nhân của các cuộc tấn công mạng, cùng với khó khăn trong việc phát hiện một cuộc tấn công kịp thời, đòi hỏi tự động hóa và đổi mới trong việc xử lý các sự cố mạng.

Nhân tài

- **Thử nghiệm các cách thức làm việc:** Khi các tổ chức triển khai kế hoạch quay trở lại văn phòng, điều quan trọng đối với các CEO là phát triển cấu trúc làm việc phù hợp với nhân viên của họ. Đây là lúc thử nghiệm và xem cách thức đem lại hiệu quả tốt nhất. Lắng nghe tích cực, giao tiếp đồng cảm và cam kết tìm kiếm sự cân bằng phù hợp trong thời gian dài sẽ là yếu tố trọng điểm.
- **Đưa ra câu chuyện về ESG của bạn:** Cách tiếp cận ESG ngày càng được coi là điểm khác biệt của một doanh nghiệp trong việc thu hút và giữ chân nhân tài. Với nhiều CEO đang gặp khó khăn trong việc kể một câu chuyện ESG hấp dẫn, họ cần phải trình bày rõ ràng cho các bên liên quan về các bước họ đang thực hiện để giải quyết ESG trong tổ chức của mình.
- **Xây dựng, không chạy theo:** Các tổ chức và nhân viên của họ đang thay đổi và các nhà lãnh đạo cần tái tạo lại lực lượng lao động. Những cuốn sách cũ về quản lý nhân tài đã lỗi thời và việc vẫn chưa có những cuốn sách mới để thay thế chúng là một thách thức. Con đường phía trước liên quan đến các chiến lược bao gồm tái tạo lực lượng lao động, tập trung vào khía cạnh xã hội của ESG, tận dụng phân tích và thiết kế chương trình đào tạo phát triển nhân tài.

ESG

- **Đề ESG hiện hữu trong tất cả các khía cạnh của tổ chức:** Quản lý và điều hành ESG có thể sẽ cần phải trở thành một phần của chiến lược kinh doanh thông thường. Các CEO nên đảm bảo rằng nó được đưa vào tham vọng và tầm nhìn tài chính của tổ chức họ.
- **Nhận biết sự ảnh hưởng của ESG đối với hiệu quả tài chính:** ESG đã trở thành một phần không thể thiếu đối với thành công tài chính dài hạn. Các CEO ngày càng đồng ý rằng các chương trình ESG cải thiện hiệu quả tài chính, bao gồm khả năng thu hút nhân tài, củng cố Định vị giá trị nhân viên, thu hút khách hàng trung thành và huy động vốn.
- **Đầu tư vào công nghệ thời gian thực:** CEO nên giám sát sâu hơn chuỗi cung ứng của họ (ví dụ ở cấp độ thứ ba và thứ tư). Các nhà lãnh đạo chuỗi cung ứng toàn cầu đang bắt đầu tăng gấp đôi đầu tư vào công nghệ — bao gồm phân tích toàn diện, theo thời gian thực — để xác định nơi tồn tại các vấn đề và cải thiện khả năng hiển thị trên toàn bộ chuỗi giá trị.
- **Dẫn đầu về IDE:** Các CEO có thể đóng một vai trò mạnh mẽ trong việc lãnh đạo và thúc đẩy chương trình của IDE trong những năm tới. Điều quan trọng là phải bình thường hóa và tạo ra văn hóa IDE trong các tổ chức để thu hút và giữ chân nhân viên mới.

Lời cảm ơn

Báo cáo này sẽ không thể hoàn thành nếu không có sự tham gia của các đồng nghiệp trên toàn thế giới, những người đã chia sẻ kiến thức và hiểu biết chuyên sâu của họ:

Mark Longworth

Trưởng khối tư vấn bảo hiểm
toàn cầu
KPMG International

Simona Scattaglia

Trưởng nhóm công nghệ bảo
hiểm toàn cầu
KPMG International

Roger Jackson

Trưởng nhóm bảo hiểm
ESG toàn cầu
KPMG International

Ram Menon

Trưởng khối bảo hiểm toàn cầu
Tư vấn thương vụ
KPMG International

Liên hệ (quốc gia)

David Akers

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in Australia

Laura Gray

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in the US

Trevor Jones

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in the UK

Ton Reijns

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in the Netherlands

Mark Allitt

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in Bermuda

Stefan Heyers

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in Germany

Viviane Leflaive

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in France

Simona Scattaglia

Trưởng nhóm công nghệ bảo hiểm toàn cầu
KPMG International

Corrado Avesani

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in Italy

Martin Hoser

Trưởng nhóm chuyển đổi chức năng
tài chính bảo hiểm
KPMG International

Takanobu Miwa

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in Japan

Thomas Schneider

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in Switzerland

Thomas Brotzer

Trưởng nhóm thuế bảo hiểm toàn cầu
KPMG International

Philip Jacobs

Trưởng nhóm thuế bảo hiểm toàn cầu
KPMG International

Frank Pfaffenzeller

Trưởng nhóm kiểm toán bảo hiểm
toàn cầu
KPMG International

Mary Trussell

Trưởng nhóm thay đổi kế toán toàn cầu
KPMG International

Chris Cornell

Trưởng nhóm bảo hiểm toàn cầu
KPMG in Canada

Liên hệ

Laura Hay

Trưởng khối bảo hiểm toàn cầu
KPMG International
E: ljhay@kpmg.com

Jacques Cornic

Trưởng khối bảo hiểm, EMA
KPMG in France
E: jcornic@kpmg.fr

Pham Do Nhat Vinh

Partner, Dịch vụ tài chính
KPMG in VN
E: vnpham@kpmg.com

Truong Vinh Phuc

Partner, Bộ phận Kiểm toán
KPMG in VN
E: pvtruong@kpmg.com

Ed Chanda

Trưởng khối bảo hiểm, Americas
KPMG in the US
E: echanda@kpmg.com

Erik Bleekrode

Trưởng khối bảo hiểm
KPMG China & Asia Pacific
E: erik.bleekrode@kpmg.com

Truong Hanh Linh

Partner, Trưởng bộ phận tư vấn
rủi ro KPMG in VN
E: linhtruong@kpmg.com

Nguyen Tuan Hong Phuc

Partner, Bộ phận Tư vấn về
Khách hàng và Vận hành
KPMG in VN
E: phuctnguyen@kpmg.com

Để biết thêm thông tin về báo cáo này và cách KPMG có thể hỗ trợ doanh nghiệp của bạn,
vui lòng liên hệ financialservices@kpmg.com.

kpmg.com/socialmedia



Mọi thông tin trong tài liệu này đều là thông tin chung và không nhằm mục đích cung cấp tư vấn cho trường hợp cụ thể của bất kỳ tổ chức hay cá nhân nào. Mặc dù chúng tôi cố gắng cung cấp thông tin chính xác và cập nhật nhất một cách có thể, chúng tôi không thể đảm bảo rằng những thông tin này còn chính xác lúc người đọc nhận được hoặc sẽ duy trì tính chính xác này trong tương lai. Bất cứ ai cũng không nên quyết định hành động dựa trên những thông tin trong tài liệu này nếu không có sự tư vấn phù hợp từ các chuyên gia sau khi xem xét từng tình huống cụ thể.

© 2022 Bản quyền thuộc về một hoặc nhiều công ty của KPMG International. Các công ty thuộc KPMG International không cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Tất cả các quyền được bảo hộ.

KPMG được dùng để chỉ tổ chức toàn cầu hoặc một hoặc nhiều công ty thành viên của KPMG International Limited ("KPMG International"), mà mỗi công ty thành viên là một pháp nhân độc lập. KPMG International Limited là một công ty trách nhiệm hữu hạn theo bảo lãnh được thành lập tại Vương Quốc Anh và không cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Tìm hiểu thêm thông tin chi tiết về cơ cấu tổ chức của chúng tôi tại kpmg.com/governance.

Tên và biểu tượng KPMG là nhãn hiệu thương mại được cấp phép sử dụng cho các công ty thành viên độc lập của tổ chức các công ty KPMG toàn cầu.

Thông qua tài liệu/phim/ấn phẩm/bản phát hành/trang thông tin điện tử (website), các từ/cụm từ "chúng tôi", "KPMG", "của chúng tôi" đều được dùng để nói đến tổ chức toàn cầu hoặc nói đến một hoặc nhiều công ty thành viên của KPMG International Limited ("KPMG International"), mỗi công ty là một pháp nhân độc lập

Thiết kế bởi Evalueserve.

Tên xuất bản: Triển vọng CEO Bảo hiểm năm 2022

Số xuất bản: 138462-G

Ngày xuất bản: Tháng 12/ 2022

