



ELEKTRONINIS VERSLAS DRAUDIMO SEKTORIUJE

Irena Račinskaja¹, Narimantas Kazimieras Paliulis²

^{1,2}*Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Verslo vadybos fakultetas*
El. paštas: ¹irena.racinskaja@vgtu.lt

Santrauka. Šiuolaikiniame pasaulyje vis dažniau verslo procesų atlikimas yra perkeliamas į elektroninę erdvę. Kiekvienos įmonės vadovai, kurie nori išlikti konkurencingi ar plėsti užimamą rinkos dalį, tradicinį verslą pakeičia elektroniniu. Ši tendencija pamažu įsivyravo ir draudimo sektoriuje, todėl draudimo įmonių veikloje stengiamasi pasinaudoti informacinių technologijų suteikiamomis galimybėmis ir pritaikyti pasirinktą elektroninio verslo modelį. Šiame straipsnyje yra nuodugniai analizuojamas elektroninis verslas: jo samprata, plėtra, modeliai ir jų pritaikymas draudimo sektoriaus įmonių veikloje bei informacinių technologijų naudojimas draudimo bendrovėse. Tam yra taikomi tokie metodai: mokslinės literatūros analizės ir apibendrinimo metodas, teorinių ir praktinių teiginių sugretinimo metodas.

Reikšminiai žodžiai: e. verslas, e. draudimas, informacinės ir komunikacinės technologijos, internetas.

1. Įvadas

Spartėjančio technologijų vystymosi amžiuje labiau konkurencingomis laikomos tos įmonės, kurios sugeba patenkinti klientų poreikius reikiamu metu ir mažiausiomis laiko sąnaudomis. Šiuolaikinis klientas yra užsiėmęs, nuolat skubantis ir iš paslaugų teikėjų reikalauja kokybiškų, savalaikių ir jo poreikius atitinkančių paslaugų. Tradicinio verslo veiklos principai yra jau pasenę ir reikalauja naujų, efektyvesnių darbo metodų, kuriais pasinaudojant, tradicinis verslas transformuojasi į elektroninį. Tam, kad verslas taptų elektroniniu būtinas yra elektroninio verslo (toliau – e. verslo) potencialas. E. verslo potencialas – tai materialios technologijos, kurios padeda judėti informacijai ir taip dalyvauti e. versle vykstančiuose procesuose. (Paliulis, Sabaitytė 2011) Integruojant informacines technologijas į tradicinio verslo procesus, organizacijos ribos yra nuolat plečiamos, yra suburiamas platesnis klientų, kurie įmonėms atneša daugiau pelno, ratas. Pastaruoju metu e. verslas skverbiasi ir į draudimo sektorių: yra kuriamos draudimo bendrovių internetinės svetainės, su draudikais galima susisiekti e. paštu, o dauguma bendrovių siūlo sudaryti draudimo polisą ar pranešti apie draudiminį įvykį internetu. Tačiau ne visi klientai noriai naudojami elektroninėmis draudimo (toliau – e. draudimo) paslaugomis, nors ir mato akivaizdžius jų privalumus.

Temos aktualumas. Kiekvienai įmonei norinčiai išlikti konkurencingai, būtina naudotis informacinėmis technologijomis (toliau – IT) vykdant kasdienes operacijas. Draudimo bendrovės, teikiančios e. draudimo paslaugas tikisi didesnio klientų skaičiaus, geresnės paslaugų teikimo kokybės ir darbo laiko trumpinimo. Tačiau atsiranda problema, į kurią būtina atsižvelgti: netinkamų draudimo sektoriui e. verslo principų taikymas, stabdo daugelių draudimo įmonių veiklą. Objektas. Elektroninio draudimo verslo modelis. Darbo tikslas. Apibūdinti e. verslo principų taikymą draudimo sektoriuje ir suformuoti e. draudimo modelį. Uždaviniai. Šiam tikslui pasiekti yra išskelti tokie uždaviniai:

- atlikti mokslinės literatūros analizę, pateikti e. verslo sampratą ir plėtros etapų apibūdinimą;
- apibūdinti pagrindinius e. verslo modelius;
- apibrėžti e. verslo principų taikymą draudimo sektoriuje, pateikti e. draudimo sampratą;
- atlikti Lietuvos draudimo sektoriaus veiklos analizę ir apibūdinti e. draudimo lygį.

Metodai. Siekiant iškelto tikslo ir vykdant išskeltus uždavinius yra naudojamas mokslinės literatūros analizės ir apibendrinimo metodas bei teorinių ir praktinių teiginių sugretinimo metodas.

2. E. verslo samprata

Visų pirma, būtina apibrėžti, kas tai yra e. verslas ir kada šią sąvoką pradėjo naudoti. Šiuo atžvilgiu nėra vieningos nuomonės. Dalis mokslininkų teigia, kad e. verslo sąvoka

yra siejama su World Wide Web (WWW) atsiradimu, nes nuo to laiko visuomenė galėjo pasinaudoti internetiniais ištekliais. 1996 m. IBM korporacija pasiūlė tokią e. verslo sąvoką: e. verslas - tai veiklos tobulinimas, panaudojant skaitmenines technologijas. (Paliulis 2007)

Kartais e. verslo sąvoka yra tapatinama su e. komercija. Būtina išsiaiškinti šį skirtumą. E. verslas – tai yra verslo procesai, kurie yra atliekami naudojantis skaitmeninėmis technologijomis, o e. komercija - tai komercinės transakcijos tarp kompanijų ir vartotojų. Iš to seka, kad e. verslas yra platesnė sąvoka, kuri apima ir e. komercijos sąvoką.

Viena iš e. verslo atsiradimo priedaidų yra skaitmeninių technologijų panaudojimas, todėl elektroninis verslas yra siejamas su IT panaudojimu, todėl e. verslas – tai veiklos organizavimas naudojant IT duomenų perdavimų (kompiuterinius) tinklus. (Davidavičienė 2009) IT yra apibrėžiama ir kaip bendra sąvoka, apibrėžianti bet kokią technologiją, padedančią gaminti, manipuliuoti procesus, pardavimus, bendravimą arba pasikeitimą informacija, naudojant atitinkamus įrenginius. Svarbus e. verslo veiklos pagrindas yra internetas, kuris yra pagrindinė priemonė jungianti verslo procesus ir didinanti jų efektyvumą. (Aburukba et al. 2009) Iš to seka, kad elektroninis verslas tai tradicinio verslo automatizavimas, pasinaudojant kompiuteriniais tinklais. Šiuo metu sparčiai auga informacijos ir komunikacijos technologijų plėtra. Dėl to įmonės konkuruoja tarpusavyje technologijų srityje, nes kuo greičiau įmonės verslo procesai yra perkeltami į elektroninę erdvę, tuo vartotojui greičiau yra pateikti geriausiai jo poreikius atitinkantys produktai/paslaugos. (Paliulis, Uturytė-Vrubliauskienė 2012; Davidavičienė 2008)

IT panaudojimas versle iš esmės pakeičia vidines ir išorines sąvokas. Visų pirma, didėja elektroninė branda ir atitinkamai yra gerinami organizacijos verslo procesai. Verslo procesų tobulinimas reikalauja ir verslo modelio pakeitimo iš pagrindų bei naujų verslo formų atsiradimo. Svarbūs yra ir tokie plėtros elementai, kaip nauji gebėjimai, gerėjantis strateginis potencialas. Taip skatinamas sinerginio efekto atsiradimas ir efektyvesnis darbas. Įmonėse, kurios naudojasi IT, gerėja ir klientų aptarnavimas: klientai gali rasti norimą informaciją įmonės tinklalapyje, arba e. paštu susisiekti su įmonės atstovais, kurie operatyviai ir išsamiai atsakys į pateiktas užklausas. Taip pat atsirado puiki galimybė bendradarbiauti su kitomis įmonėmis (išorinė aplinka). E. verslas dėl sparčiai tobulėjančių IT yra nuolat besivystanti veikla. Įmonės turi tris pagrindines e. verslo plėtros galimybes: e. svetainė, verslo operacijų ir procesų automatizavimas, įmonės kardinalus keitimas į virtualią organizaciją. (Paliulis, Sabaitytė

2010) Tačiau ne visos bendrovės sugeba patobulinti esamus verslo procesus taip sparčiai, kaip atsinaujina IT.

3. E. verslo modeliai ir veiklos reguliavimo principai

Verslo modelis – verslo organizavimo metodas, kurį korporacija naudoja norėdama gauti pelną. (Jovarauskienė, Pilinkienė 2009) Pagal dalyvaujančius subjektus dažniausiai yra išskiriami tokie pagrindiniai e. verslo modeliai (Sekolovska 2012):

- Verslas verslui (B2B) – tai vienas plačiausiai paplitusių e. verslo modelių, kur paslaugų teikimas vyksta tarp verslo sektoriaus subjektų – įmonių ar įstaigų.
- Verslas klientui (B2C) – modelis, kai verslo subjektai tiesiogiai teikia paslaugas klientui.
- Verslas verslui klientui (B2B2C) – kai verslas teikia atitinkamas paslaugas klientui - verslui, kuris savo ruožtu turi nuosavą klientų ratą, kuriam teikia paslaugas.
- Vartotojas verslui (C2B) – tai šiuo metu sparčiausiai plintantis verslo organizavimo modelis, kai individai naudoja internetą teikiant atitinkamas paslaugas organizacijoms/verslui.
- Vartotojas vartotojui (C2C) – tai mažai verslo sąnaudų reikalaujantis verslo modelis, kai vartotojas turimas prekes (paslaugas) parduoda tiesiogiai vartotojui.
- Mobilus komercija (m-commerce) – tai verslo procesai, kurie yra atliekami naudojantis belaidėmis technologijomis.
- Verslas darbuotojui (B2E) – tai e. komercijos modelis, kai verslas perteikia produktus/paslaugas konkrečiam darbuotojui.
- Verslas vyriausybei (B2G) – Vyriausybės propaguojamas modelis, kai mokėjimai už įprastas veiklas ir kompanijų mokesčius yra vykdomi elektroniniu būdu.
- Vyriausybė vartotojui (G2C) – verslo modelis, kai sudaromos sąlygos viešąsias paslaugas tiesiogiai elektroniniu būdu perteikti vartotojams.

Būtina pabrėžti, kad e. verslo procesų veikla yra reguliuojama ir taikant atitinkamus principus: veiksmingo ribotumo išteklių valdymo ir naudojimo (siekiama sunaudoti kuo mažiau išteklių, pagreitinoti veiklos proceso įgyvendinimą), technologinio neutralumo (teisės normos privalo būti taikomos atsižvelgiant į iškeltus tikslus, o ne į technologijas), funkcinio lygiavertiškumo (teisės normų suvienodinimas su taikomais elektroninių ryšių tinklams/paslaugoms), proporcingumo, mažiausio būtino reguliavimo, teisinio tikrumo kintančioje rinkoje (teisės bazės suvienodinimas), ekonominės plėtros (naujų rinkų užėmimas), veiksmingos konkurencijos užtikrinimo, vartotojų teisių apsaugos, reguliavimo kriterijų, procedūrų

rų objektyvumo, skaidrumo ir nediskriminavimo (IVPK: LR elektroninių ryšių įstatymas 2004).

Apibendrinant galima pasakyti, kad kiekviena įmonė, norėdami išlikti konkurencinga ir tinkamai patenkinti klientų poreikius, turėtų verslo procesų atlikimą tradiciniu būdu perkelti į elektroninę erdvę. Atitinkamai būtina pasirinkti tinkamiausią e. verslo modelį, kuris būtų priimtinas tiek įmonės savininkams, tiek klientams, o atitinkami veiklos reguliavimo principai padeda tikslingai veikti ir patenkinti klientų poreikius greičiau ir kokybiškiau.

4. E. draudimo samprata

Draudimas – svarbi ekonominė veikla, būdinga visoms išsivysčiusioms šalims. (Kinduryš 2011) Draudimas pagal draudimo objektą yra dvejų rūšių: gyvybės (draudžiama gyvybė, sveikata) ir negyvybės (turtas, automobiliai ir kt.) draudimas. Labiausiai draudimas yra išsivystęs D. Britanijoje ir Prancūzijoje. Tai pranašesnė pinigų saugojimo forma, kuri klientų nuomone yra geresnė už daugelį kitų (pvz. banko depozitus ir pan.), nes galima pasirinkti norimą draudimo rūšį pagal gaunamas pajamas, (tikėtiną) gyvenimo trukmę, išsilavinimo lygį, socialinės apsaugos išlaidas, finansinį išvystymą, užsienio rinkų akcijas, infliaciją, palūkanų normą (Sen 2008).

Šiuo metu Europoje pradėjo sparčiai plisti gyvybės draudimas. Šis reiškinys yra sumažėjusio gimstamumo pasekmė, nes sumažėja darbo jėgos skaičius ir socialinio draudimo sistema išsikraipo: nėra pakankamai lėšų mokėti pensijas vis didėjančiam pensininkų skaičiui. Todėl gyvybės draudimas yra vienas iš būdų pasirūpinti savo ateitimi. (Lezgovko, Lastauskas 2008) Tačiau mokslininkų nuomone, draudimas yra svarbus ne tik fiziniams asmenims, bet ir visai visuomenei, nes draudimas yra viena iš šakų, kuri daro poveikį šalies ekonominiams rodikliams (ekonominėi plėtrai) (Lee et al. 2012).

Internetas paskutiniu metu plinta labai sparčiai ir draudimo sektoriuje, nes čia yra kaupiami dideli kiekiai informacijos apie draudimą, kuri yra paskirstoma. Tokius verslo pokyčius sąlygoja: informacijų ir žinių revoliucija, organizacinės struktūros pokyčiai. Dalinai procesus draudimo rinkoje veikia ir globalizacija, kuri skatina sparčius socialinius, politinius ir ekonominius pokyčius. Šiuolaikinė visuomenė yra laikoma atvira ir todėl visi turi galimybę kelti kvalifikaciją, surasti vietą gyvenime ir siekti savo interesų. Tačiau globalizacija skatina didesnę migraciją, kuri yra nepalanki draudimo verslo plėtrai dėl mažėjančio klientų skaičiaus.

Taip atsiranda sąvoka elektroninis draudimas. E. draudimas – tai internetinė aplikacija, kuri padeda pro-

dukuoti ir paskirstyti draudimo paslaugas, pasinaudojant informacinėmis technologijomis.

Dažniausiai draudimo įmonės propaguoja tokius IT sprendimus, kaip:

- 1) internetinė svetainė, kur yra pateikiama visa svarbiausia informacija apie draudimo bendrovę, siūlomus draudimo produktus ir sutarčių sąlygas.
- 2) internetinis portalas – tai tiesiogiai su klientais susijusios svetainės, kuriose yra nuorodos į įvairią informaciją, kuri labiausiai domina lankytojus. Vėliau draudimo įmonių atstovai tikrina informaciją apie tai, kokiose svetainėse klientai dažniausiai lankosi ir kas juos labiausiai domina.
- 3) pardavimo punkto portalas – tai svetainės skelbimas kitose puslapiuose, tiesiogiai susijusiose su draudimu (draudimo paslaugų teikimo reklama automobilių pardavimo svetainėse).
- 4) tarpiniai brokeriai – tai brokerių, tiesiogiai neparoduojančių draudimo paslaugų, bet siūlančių apsidrausti tam tikroje kompanijoje, svetainės.

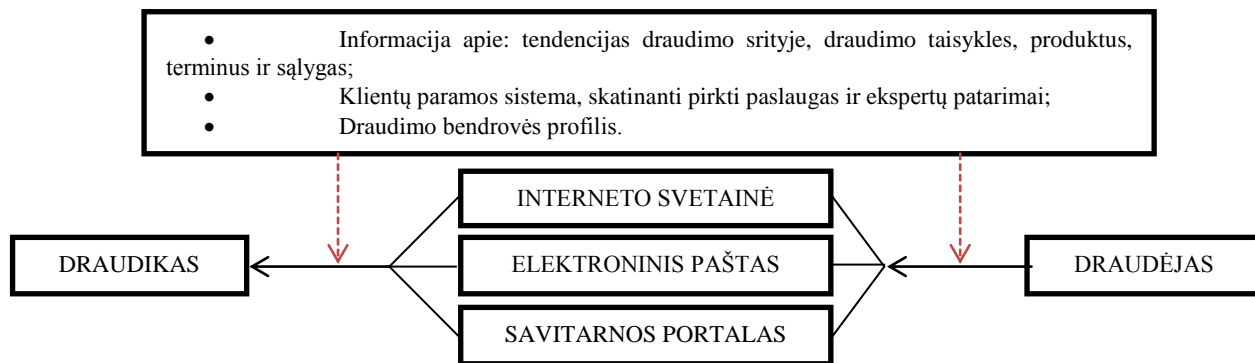
Užsienio draudimo bendrovėse el. draudimas vystomas dar dviem būdais, taikant (Sekolovska 2012):

- atvirkštinį aukcioną
- agregatorius.

Atvirkštinis aukcionas – tai situacija, kai potencialus draudikas paskelbia, kad nori apdrausti save/savo kompaniją, o jam yra pasiūlomas geriausias draudimo variantas ir sąlygos (draudimo bendrovė, draudimo rūšis, terminai ir draudimo suma bei kaina).

Agregatoriai – tai tinklapiai, kuriose galima rasti visą informaciją apie siūlomas draudimo paslaugas (E-Health Insurance). Agregatoriais vadinamos internetinės svetainės, kur pateikiama visa galima informacija apie draudimo bendrovių siūlomus produktus ir sąlygas, o potencialus klientas pasinaudojęs pateiktomis skaičiuoklėmis gali gauti reikiamą informaciją apie palankiausias draudimo sąlygas. Šiuo metu agregatoriai yra plačiai naudojami daugumos draudimo bendrovių.

Grafiškai e. draudimo verslo modelis yra vaizduojamas, kaip informacijos srautų judėjimas tarp draudėjų ir draudikų bei kaip praktiškai yra pritaikomas modelis „verslas - klientui“. 1 paveiksle yra pavaizduotas informacijos srautų judėjimas tarp draudėjo (draudimo bendrovės) ir draudiko (draudimo įmonės kliento) „verslas – klientui“ modelyje, pritaikytame būtent draudimo sektoriui, kai draudimo paslaugos teikiamos tiesiogiai klientams. Šis e. verslo modelis yra taikomas daugelyje šalių (pvz. Graikijoje), todėl galima būtų pritaikyti ir Lietuvos e. draudimui.



1 pav. E. draudimo verslo (B2C) modelis (sudaryta autoriaus)

Fig. 1. E. insurance business (B2C) model (compiled by author)

Priklausomai nuo draudimo bendrovės naudojimosi IT lygio skiriasi draudėjų turimos informacijos perdavimo būdas, apimtis ir siūlomų paslaugų teikimo efektyvumas. Informacija gali būti perteikta trimis būdais: internetinėje svetainėje, e. paštu ar klientui naudojantis savitarnos portalu.

Internetinėje svetainėje yra pateikiama bazinė informacija apie draudimo bendrovę: misija, vizija, tikslai, vertybės. Čia galima rasti ir pagrindinių įmonės siūlomų draudimo variantų aprašymus (draudimo taisyklių, terminų ir sąlygų aprašymus). Dalis draudimo bendrovių suteikia galimybę pasinaudoti skaičiuoklėmis ir nustatyti, kokią draudimo kainą reikės sumokėti, norint gauti norimą draudimo sumą sudarius sutartį numatytam terminui, tam tikromis sąlygomis ir kt. Jei internetinėje svetainėje pateiktos informacijos pritrūksta, klientams yra suteikiama galimybė su draudikais bendrauti e. paštu. Norint sudaryti draudimo sutartį ar pranešti apie draudiminį įvykį, draudėjai gali tiesiog nurodytu adresu nusiųsti reikiamus duomenis ar sutartu metu atvykti į draudimo bendrovę patvirtinti pateiktų duomenų tikrumą ir pasirašyti sutartį. Tačiau kiekvienas klientas nori, kad jo poreikiai būtų patenkinti kuo greičiau ir efektyviau, bet jam nesinori važiuoti į draudimo bendrovę ir laukti savo eilės sudaryti sutartį. Norėdami sutaupyti klientų laiką ir pritraukti kuo daugiau draudėjų kiekvienos draudimo bendrovės tikslas yra sukurti be priekaištų veikiantį savitarnos portalą, kur klientas įvedęs savo asmeninius duomenis ir kitą reikalingą informaciją galėtų vienu mygtuko spragtelėjimu nusiųsti užklausą draudimo bendrovei, kad būtų sudaryta draudimo sutartis. Savitarnos portale klientas galėtų matyti sudarytos sutarties duomenis, galiojimo laiką ir žinoma pranešti apie įvykusį draudiminį įvykį. Taip pat būtina suteikti galimybę internetu sumokėti draudimo įmokas ar gauti žalos išmoką tiesiai į savo

sąskaitą. Savitarnos portalų sukūrimas yra labiausiai naudingas dirbantiems, labiausiai užsiėmusiems draudimo bendrovių klientams, kurie neišeidami iš namų ar radus laisvo laiko galėtų tiesiog prisėsti prie kompiuterio ir apsidrausti ar užpildytos eismo įvykio deklaracijos kopiją nusiųsti draudimo bendrovei.

Iš šio informacijos ir paslaugų srauto judėjimo atsiranda ir nauda draudimo bendrovėms. Visų pirma, atsiranda ryšys tarp vartotojo ir draudimo bendrovės – atsizvelgus į kliento poreikius ir tinkamai juos patenkinti, draudimo bendrovė gauna naudą – pelną ir klientą, kuris tikėtina gali tapti lojaliu. Taip pat suteikiama galimybė stebėti draudimo produktų pardavimų statistiką ir operatyviai reaguoti į pateiktas užklausas taip neprarandant lojalių klientų.

Iš tikrųjų draudimo informacijos ir procesų perkėlimas į elektroninę erdvę yra naudingas klientams, tačiau būtina atsizvelgti ir į esančius trūkumus. Šiuo atveju, esami trūkumai yra kaip rizika, kurios būtina išvengti, norint užtikrinti saugų ir efektyvų elektroninį draudimo verslą. Atsiranda duomenų nutekėjimo rizika. Žinoma atveju, kai tretieji asmenys tyčia įsilaužia į įmonių duomenų bazes, „vagia“ asmeninius duomenis apie klientus ir panaudoja juos savanaudiškiems tikslams. Tai yra viena svarbiausių priežasčių, kodėl dalis klientų nenoriai naudojami elektroninėmis draudimo paslaugomis. Taip pat egzistuoja neteisingų duomenų pateikimo rizika, kai draudėjai nori sumažinti draudimo įmokos dydį, sąmoningai pateikia klaidingus duomenis, kurių niekaip neįmanoma patikrinti, jei draudimo sutartis yra sudaroma internetiniu būdu. Taip gali atsitikti ir dėl pernelyg subjektyviai vertinamos informacijos apie draudėjo pomėgius, gyvenimo būdą ir kt. Reikšminga yra ir turto rizika (agentų ir kt.) (Neve 2006). Ši rizikos rūšis yra susijusi su investicijomis ir pagrindinių įsipareigojimų nevykdymu.

Ši situacija pasireiškia, kai sudarant draudimo sutartį, draudėjas netinkamai įvertina palūkanų ar rinkos vertės svyravimus arba tiesiog po kurio laiko negali sumokėti draudimo įmokų. Norint išvengti šių rizikos veiksnių, būtina atsižvelgti į turimų duomenų apsaugą – skirti pakankamai lėšų duomenų apsaugos sistemų kūrimui, apsaugoti nuo įsilaužimų į sistemą ar ypatingai slaptą informaciją paprašyti klientų pateikti asmeniškai. Sutarties sąlygas aptarti su klientais susitikimo metu ar nusiųsti jiems visą reikiamą informaciją apie galiojančias sąlygas, kad būtų išvengta netikėtumų ir turto rizikos. Dalis draudimo įmonių net propaguoja į draudimo įmokos dydį įtraukti tam tikrą procentą (1-2 % nuo draudimo sumos), kuris bus skirtas draudimo rizikos fondo formavimui.

5. E. draudimo sąlygos Lietuvoje ir užsienyje

Kiekviena šalis vystosi skirtingais tempais, todėl ir e. draudimo išsivystymo lygis yra ne vienodas. Vienose šalyse draudimo bendrovės turi tik internetinę svetainę ar sudaro galimybę bendrauti su klientais e. paštu, tuo tarpu kitos savo klientams siūlo pilnai automatizuotą (perkeltą į elektroninę erdvę) draudimo paslaugų teikimo sistemą.

Vertinant bendrą situaciją ES šalyse, norint užtikrinti elektroniniu būdu vykstančių verslo procesų saugumą, turi būti sukurti bendri elgesio kodeksai, kuriuose būtų apibrėžtos bendros veiklos taisyklės, o suvienodinta teisinė bazė, leistų organizuoti verslą ir užsienio šalyse. Žinoma, kuriant elektroninį verslą, būtina atsižvelgti ir į socialinius, visuomeninius ir kultūrinius padarinius, kurie sąlygoja informacinės visuomenės kūrimosi sėkmę. Jei paslaugų pobūdis ar procesas neatitinka šalies nacionalinių nuostatų, tai yra ribojama tokių paslaugų teikimo laisvė.

Atlikus direktyvų ir atitinkamų teisės aktų analizę, paaiškėjo, kad norint tradicinį verslą perkelti į elektroninę erdvę, visų pirma būtina užtikrinti stabilias legalias ir reguliuojamas tarpusavio pirkimų ribas bei atnaujinti teisinę bazę.

Naujai sudaryta šalių teisinė sistema turėtų leisti pripažinti sandorius sudarytus ir e. būdu. Paslaugų teikimas elektroninėmis priemonėmis – tai paslaugos teikimas ir duomenų apdorojimas/saugojimas, naudojant elektroninę įrangą, o galutinai informacija yra perduodama/priimama laidais, radijo, optinėmis ir kitomis elektromagnetinėmis priemonėmis (Europos Parlamento... 1998)

Svarbi elektroninio draudimo verslo įkūrimo prielaida yra ir telekomunikacijos rinkos liberalizavimas, kuris sąlygoja žemesnes interneto kainas ir pagerintą (bei

pagreitintą) interneto prieigos kokybę. Žinoma, šalių išsivystymas inovacijų taikymo požiūriu yra nevienodas. Pavyzdžiui Makedonijoje atlikto tyrimo metu paaiškėjo, kad iš 14 nagrinėjamų draudimo bendrovių, ketvirtadalis neturi galimybių su klientais bendrauti e. paštu, o įsigyti draudimo polisą ar pranešti apie nelaimingą atsitikimą internetu siūlo tik 1-2 bendrovės. Tuo tarpu ES šalyse daugiau nei 90 % įmonių savo veikloje naudoja kompiuterius, o apie 80 % bendrovių turi prieigą prie interneto. Sparčiausiai e. komerciją plečia šiuo metu tokios šalys, kaip: Austrija, Airija, Belgija, Čekija, Danija, D. Britanija, Estija, Islandija, Ispanija, Lenkija, Malta, Portugalija, Suomija. Šios šalys turi savo nuosavus e. komercijos direktyvas (IVPK 2012).

Nagrinėjant e. verslo principų taikymą Lietuvos draudimo sektoriuje buvo pastebėta, kad Lietuvos e. draudimas apima ne tik draudimo bendrovių reklamą, rekomendacijas, informacijos teikimą internetinėse svetainėse, bet ir draudimo sutarčių sudarymą, draudimo mokėjimo politiką bei pranešimus apie sutrikimus pateikimą sukurtuose savitarnos portaluose. Žinoma, ne visose bendrovėse šie procesai yra pilnai automatizuoti ir dalis draudimo bendrovių internetu teikia tik galimus pasiūlymus ar bendrauja e. paštu su klientais. Šiuo atžvilgiu Lietuvos draudimo sferoje technologinių inovacijų rinka nėra pakankamai išvystyta ir liberalizuota.

Norint geriau sužinoti, ar daug draudimo bendrovių Lietuvoje savo veikloje taiko informacines technologijas, buvo atliktas tyrimas. Tyrimo metu nagrinėjant 9 stambiausias draudimo bendroves, buvo siekiama gauti duomenų, ar draudimo bendrovėse tradicinis draudimo verslas pakeičiamas elektroniniu draudimo verslu. Atliekant esamos situacijos analizę buvo parinkti keturi veiksniai, pagal kuriuos buvo vertinamos pateiktos draudimo bendrovės:

- internetinė svetainė – vertinamas sukurtos internetinės svetainės informatyvumas bei pateiktos informacijos patikimumas, prieinamumas ir aiškumas;
- elektroninis paštas – vertinamos galimybės draudikui ir draudėjui bendrauti e. paštu, keistas turima informacija bei gauti atsakymus ir rūpimus klausimus e. paštu;
- automatizuoti pardavimai – atsižvelgiama, ar yra galimybė įsigyti draudimo polisą (sudaryti draudimo sutartį) internete;
- pretenzijų pateikimas internetu – nurodoma, ar yra galimybė internetu pranešti apie draudiminį įvykį.

1 lentelėje yra pateikti atlikto tyrimo rezultatai.

1 lentelė. E. draudimo sąlygos Lietuvoje (sudaryta autoriaus)**Table 1.** E. insurance conditions in Lithuania (compiled by author)

Draudimo bendrovė	Internetinė svetainė	Elektroninis paštas	Poliso įsigijimas internetu (automatizuoti pardavimai)	Pretenzių pateikimas internetu
Amplico Life S. A.	+	+	-	-
„BTA Insurance company“ SE filialas Lietuvoje	+	+	+	+
COMPENSA TU S. A. VIENNA INSURANCE GROUP filialas Lietuvoje	+	+	-	-
ERGO LIETUVA, ADB	+	+	+	-
GJENSIDIGE BALTIC Lietuvos filialas, AAS	+	+	+	+
IF P&C INSURANCE AS filialas	+	+	+	+
LIETUVOS DRAUDIMAS, AB	+	+	+	+
PZU LIETUVA, UAB DK	+	+	+	+
Seesam Insurance AS filialas	+	+	+	+

Paaiškėjo, kad 100 % analizuojamų draudimo bendrovių turi informatyvią internetinę svetainę ir suteikia klientams galimybę bendrauti su draudimo bendrovių atstovais e. paštu. Kiti du veiksniai dažnai yra apjungiami į vieną – savitarnos svetainę, tačiau Lietuvos draudimo bendrovių sukurtos savitarnos svetainės nėra pilnai išplėtos. Draudimo bendrovė „ERGO Lietuva“ savo klientams suteikia galimybę sudaryti draudimo sutartį elektroniniu būdu, tačiau klientai galės pranešti apie draudiminį įvykį tik telefonu arba atvykę į draudimo įmonės atstovybę. Iš to seka, kad šios draudimo bendrovės e. verslo plėtra pilnai neautomatizuoto verslo. Prasčiau padėtis yra kitų dvejų draudimo bendrovių – Amplico Life S. A. ir Compensa TU S. A. Vienna Insurance Group. Šios draudimo bendrovės neturi savitarnos svetainės, nes užima nedidelę dalį Lietuvos draudimo rinkos (< 5 %). Neturint suburto plataus klientų rato, jiems neapsimoka skirti pinigų tokios svetainės kūrimui.

Remiantis Mikalajūno ir Pabedinskaitės (2010) straipsnyje pateiktais teiginiais ir atliktos mokslinės literatūros analizės ir duomenų palyginimo rezultatais, galima išskirti tokius svarbiausius elektroninio verslo draudimo sektoriuje privalumus.

Pertvarkius tradicinį draudimo verslą į elektroninį, draudimo bendrovės yra priverstos keisti verslo modelį, kad būtų sudaryta galimybė dirbti be pertraukų (turint laisvą minutę net ir namie prisijungti prie sistemos ir atsakyti į kliento pateiktą užklausa, sudaryti draudimo sutartį). Taip sudaromos galimybės įeiti į naujas rinkas – draudimo bendrovėse gali apsidrausti ar apdrausti savo

turtą klientai iš Lietuvos ir iš užsienio šalių. Prie didžiausio privalumo galima priskirti veiklos kaštų mažinimą, tuo pačiu metu palaikant nuolatinį ryšį su klientais. Tačiau būtina prisiminti, kad reikia ir patiems pasirūpinti savo pateikiamų asmeninių duomenų saugumo, nes paslaugų teikėjas atleidžiamas nuo bet kokios atsakomybės dėl duomenų nutekėjimo, kai jis nėra informacijos perdavimo iniciatorius, o informacijos saugojimas yra trumpalaikis, tarpinis ar automatinis. Įdiegus savitarnos svetainę, klientai galės apsidrausti bet kuriuo metu ir bet kurioje vietoje, todėl nereikės nuomotis papildomų patalpų atstovybėms, draudikai galės dirbti namuose. E. draudimo verslo plėtra atneša naudą ir vartotojams. Vyksta draudiko ir draudėjo e. bendravimas, draudėjams yra suteikiama daugiau informacijos apie draudimo tendencijas, sąlygas, terminus. Mažėjant e. draudimo verslo kaštams, suteikiamos pigesnės draudimo paslaugos (pigescni draudimo produktai – mažesnės įmokos), o e. draudimui užimant vis naujesnes rinkas, didėja draudimo produktų pasirinkimas, todėl kiekvieno draudėjo poreikiai yra patenkunami operatyviai ir tinkamai. Visuomeniniu mastu, e. draudimo verslo plėtra gerina draudimo prieinamumą kiekvienam Lietuvos ir užsienio gyventojui, o sparčios IT plėtros panaudojimas kelia pragyvenimo lygio rodiklį.

6. Išvados

Šiuolaikiniame pasaulyje kiekviena įmonė privalo savo veikloje naudoti e. verslo principus ar visiškai veiklą perkelti į elektroninę erdvę. Tuomet įmonė išliks konku-

rencinga ir efektyviai vykdyti savo veiklą. E. verslas šiuo metu yra priimtinausia verslo organizavimo forma, nes skatina greitesnę įprastų verslo operacijų atlikimą, suteikiamos galimybės užimti naujas rinkas ir naudotis efektyvesnėmis IT, atitinkamai gerėjant klientų aptarnavimui (jo kokybei).

Iš pateiktų elektroninio verslo modelių draudimo verslui tinkamiausias yra „verslas – klientui“ modelis, kuris apima reikiamos informacijos ir paslaugų teikimą tiesiogiai klientui. Būtina vadovautis principu, kad atliekant verslo operacijas tarpinių grandžių būtų kuo mažiau. Taip kontroliuojama veiksmų kokybė ir atitikimas klientų poreikiams, yra galimybė gauti grįžtamąjį ryšį skundų ar užklausų forma.

Taikant e. draudimo modelį tikslinga draudimo bendrovėms turėti savo internetinę svetainę, palaikyti ryšį su klientais per e. pašta ir geriausiu atveju sukurti savitaros svetainę. Kiekviena draudimo bendrovė yra unikali, todėl į tai būtina atsižvelgti pasirenkant atitinkamą e. verslo modelį. Pasirinkimą lemia užimama rinkos dalis, esamas klientų pasitenkinimas teikiamomis paslaugomis, atsakas į klientų skundus dėl teikiamų paslaugų kokybės ir greičio.

Lietuvos e. draudimo plėtra yra pakankamai sparti, nes $\frac{3}{4}$ stambiausių draudimo bendrovių savo paslaugas teikia tik elektroninėje erdveje. Kitos įmonės nespėjo tinkamai sureaguoti į esamą konkurencinę kovą draudimo sektoriuje, nes tik neseniai atėjo į Lietuvos draudimo rinką. Tikėtina, kad artimiausiu metu jų užimama rinkos dalis didės ir draudimo bendrovių vadovai stengsis integruoti į įmonių veiklą siūlomas IT inovacijas. E. verslo modelių pritaikymas draudimo sektoriuje naudingas tiek draudimo bendrovėms (mažinami veiklos kaštai, konkurencingumo didėjimas), tiek draudėjams ir visuomenei (didėsnis draudimo variantų pasirinkimas, operatyvus poreikių patenkinimas).

Literatūra

- Aburukba, R.; Masaud-Wahaishi, A. M.; Ghenniva, H.; Shen, W. 2009. Privacy-based computation model in e-business. *International Journal of Production Research*, 47(17): 4885-4906.
- Davidavičienė, V. 2008. Change management decisions in the information age. *Journal of Business Economics and Management* 9(4): 299-307.
- Davidavičienė, V.; Gatautis, R.; Paliulis, N.; Petrauskas, R. 2009. *Elektroninis verslas: vadovėlis*. Vilnius: Technika. 465 p.
- Informacinės veiklos plėtros komitetas prie Susisiekimo ministerijos*. [interaktyvus] [žiūrėta: 2012 m. gruodžio 10 d.]. Prieiga per internetą: <<http://www.ivpk.lt>>

- Jovarauskienė, D.; Pilinkienė, V. 2009. E-Business or E-Technology? *Engineering Economics, Commerce of Engineering Decisions*, 1(61): 83-89.
- Kindurys, V. 2011. *Gyvybės draudimo paslaugų verslas ir jo raidos Lietuvoje apraiškos ir tendencijos: teoriniai ir praktiniai aspektai*. Monografija. Vilnius: VU leidykla. 574 p.
- Lee, Ch. Ch.; Lee, Ch. Ch.; Chiu, Y. B. 2012. The Link Between Life Insurance Activities and Economic Growth: Some New Evidence. *Journal of International Money and Finance*: 1-23.
- Lezgovko, A.; Lastauskas, P. 2008. Šiuolaikinė draudimo rinka ES šalyse ir Lietuvoje: analizė ir perspektyvos. *Ekonomika* 82: 127-146.
- Mikalajūnas, A.; Pabedinskaitė, A. 2010. *Elektroninio verslo plėtra Lietuvoje* [interaktyvus]. Vilnius: Technika [žiūrėta 2012 m. lapkričio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME_2010/005/pdf/Art-Mikalajunas_Pabedinskaite.pdf>
- Neve, D. E. 2006. Principles- Based Approach for Life Insurance Products. *National Association of Insurance Commissioners*: 13-28.
- Paliulis, N. K.; Pabedinskaitė, A.; Šaulinskas, L. 2007. *Elektroninis verslas: raida ir modeliai*. Mokomoji knyga. Vilnius: Technika. 236 p.
- Paliulis, N. K.; Uturytė-Vrubliauskienė, L. 2012. Performance Measurement System to Evaluate the Efficiency of E-Business. *Business and Management*: 895-903.
- Paliulis, N. K.; Sabaitytė, J. 2010. Potencialių verslo sričių ir elektroninio verslo potencialo sąsaja. [interaktyvus] Vilnius: Technika [žiūrėta 2012 m. gruodžio 11 d.]. Prieiga per internetą: <http://leidykla.vgtu.lt/conferences/BME_2010/005/pdf/Art-Paliulis-Sabaityte-Potencialiu.pdf>
- Paliulis, N. K.; Sabaitytė, J. 2011. E. Verslo modelių panaudojimas verslo plėtrai. In *Contemporary Issues in Business, Management and Education Conference, Vilnius, Lithuania, 2011*. Vilnius: Technika, 237-252.
- Sekolovska, M. 2012. Internet Business Models for E-Insurance and Conditions in Republic of Macedonia. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 44: 163-168.
- Sen, S. 2008. An analysis of life insurance demand determinants for selected Asian Economies and India. *Working paper* 36: 1-47.

ELECTRONIC BUSINESS IN THE INSURANCE SECTOR

I. Račinskaja, N. K. Paliulis

Abstract

Nowadays frequently traditional business processes are carried out to electronic space. Each company's executive, who want to be competitive and expand to new markets, must integrate information technology into existing business processes. This trend is prevailed to insurance industry, therefore insurance companies try to integrate chosen e. business model to their activity and want to have more possibilities from it. This paper reports on the study of e. business: conception, development, models, its adaptation, IT integration to the insurance sector. Methods used: science literature review, data analysis.

Keywords: e. business, e. insurance, information and communication technology, internet