INTERNETUL ȘI ASIGURĂRILE ONLINE

În urma cu doi ani a existat pe plan global o puternică inițiativă de a introduce rețeaua de Internet ca element activ în cadrul vânzărilor de asigurare dorindu-se practic dezvoltarea industriei de asigurări online. Această ideea a fost puternică menționată având-să în vedere, în principiu, resursele puternice puse la dispunere de NET cum ar fi, spre exemplu, disponibilitatea no-stop a acestui serviciu. Urmarea acestui entuziasm este însă următoarea: actualmente, mai puțin de 2% din totalul vânzărilor de polițe de asigurare este realizat pe această cale (conform unui studiu de cercetare a pieței americane realizat de Tower Group). Cu acestea, ideea nu a fost încă abandonată așteptându-se probabil o înovație în domeniul care să faciliteze interacțiunea client-asigurător într-un mod mai eficient. Aspectele anterioare menționate sunt expuse în continuare cu argumente pro și contra, realizând, inconvenientele și orientări ulterioare.

O caracteristică principală a comerțului online de polițe de asigurare este faptul că depinde aproape exclusiv de voiea utilizatorilor de produse și servicii spre deosebire de celelalte situații, când oferări acestor condiționateză utilizarea unui anume canal de distribuție.

Opinia companiilor Marsh&McLennan și AON - doar puternici brokeri de pe piața asigurarilor (care dețin 70% din totalul cotizării pe primii 10 brokeri de asigurări pe plan mondial) - în legătură cu modul INTERNET-ului și a comerțului electronic o următoarea: sectorul asigurarilor este mult în urma altor industrie, din perspectiva valorificării posibilității comunicării online pusă la dispoziție de NET. Din cauza unice este faptul că înlocuirea factorilor uman în domeniul (a agenților de asigurare) nu este încă posibilă.

Acest din urmă argument este susținut de faptul că, în prezent, contractele de asigurare disponibile în rețeaua INTERNET au o formă relativ rigidă care nu include posibilitatea negocierii poloților în funcție de preferințele clientului și disponibilității asigurătorului. În scurtă, aceste contracte sunt la dispoziție, în diferite secțiuni, listele predefinite de opțiuni, din care clientul trebuie să facă o alegere; aceste liste sunt, însă, finite și nu permit o flexibilitate prea mare a poloților de asigurare. Există, însă, și posibilitatea interacțiunii clientului cu asigurătorul, printr-un intermediul unei cereri personale pută la dispoziție de paginile WEB ale companiilor de asigurare, prin care potențialul asigurat trimite un e-mail de intenție către furnizor. În care descrie nevoia particularizată de poliță de asigurare, urmând ca, în scurt timp, unii dintre agenții companiei să-i legătura cu acesta (prin intermediul internetului sau prin alte mijloace), pentru a putea definitivă în direct respectivul contract. Aceasta este, în prezent, singurul mod de interacțiune directă client-furnizor. Acest fapt, și nu numai, a determinat următoarea concluzie a celor de la Marsh: “[...] INTERNET-ul [...] un bun mijloc de valorificare a cerințelor persoanalului sau”.

Înă, în posibilitatea acestor opiniu putin încurajate, principalul obiectiv al Comitetului pentru Strategia de Standardizare Globală este constituit de prelucrarea integral automatizată a tranzacțiilor financiare (National Underwriter, 28 mai 2001). Acest comitet a fost înființat cu acordul consiliului de administrare al Grupului ACORD (Association for Cooperative Research and Development), care este o asociație non-profit a industriei asigurarilor, constituită pentru a facilita dezvoltarea și utilizarea unui sistem unitar de standarduri pentru industrie asigurarilor, în special, și a serviciilor financiare, în general.

În acest sens, GeneralCologne RE (societatea din care face parte președintele ACORD, domnul Peter Nance) a anunțat ca obiectiv prioritar, până în luna iunie 2002, testarea unui pachet de standard cu aplicabilitate in industria asigurarilor, în cadrul unui program de dezvoltare denumit e-Merge, care are ca principală caracteristică asigurarea compatibilității complete cu aceluiașele standarde pentru asigurări de viață și respectiv de non-viață, care până acum s-au dezvoltat separat. Principaliia susținător al inițiativei sunt Marsh, Inc., MICROSOFT și ORACLE, reușind acestei plan fiind asigurată de utilizarea limbajului XML (promovarea adoptării și exploroația acestuia fiind al doilea obiectiv important al Comitetului pentru Standardizare Globală). National Underwriter spune într-un articol din mai 2001 că “XML continuă să evolueze drept standard preferat în managementul relațiilor cu clienții și în tranzacții financiare”. Grupul ACORD a introdus deja, ca standard, acest limbaj conferindu-l “structura gramaticală specifică asigurărilor”. Se pare că apelul la acest limbaj înseamnă costuri reduse și productivitate sporită pentru societățile de asigurare, doar caracteristici esențiale care vor duce la adoptarea acestuia pe piața de asigurare (care înseamnă, între altele, o sporire a poziției dominante a companiei MICROSOFT pe piața software).

Prin limbajul XML, MICROSOFT face trecerea de la o platformă în care serviciul de Internet era exclusiv de tip read only, la o platformă de tip read-write, toate instrumentele de comunicare și producerea de documente fiind integrate pe suportul XML. Actualmente, principalul facilitate, în acest sens, este introducerea cu ajutorul acestui limbaj a smart tag-urilor care dau, de fapt, caracter modificabil unor poziții de text din diferite documente. Acest pachet vine împreună cu alte oferte foarte interesante ce pot pune interfața naturale pentru utilizatorii (adică extinderea modalității de interacțiune cu computerul nu
numai prin intermediul tastaturii, ci și vocal, imagini video, scrii de mâna, limbaj natural.

Aceste noiuri importante în domeniul software sunt fundamentale pentru ce se bazează afirmația că industria asigurărilor online merită susținută și dezvoltată, deoarece prezintă un potențial extraordinar, cu un standard ridicat, posibil de atins în scurt timp, având în vedere noauțile în domeniul software anterior amintite, care pun bazele infrastructurii necesare pentru a construi și exploata o nouă generație de servicii eficiente și comode, aducând și instrumente software și hardware specializate.

Din categoria realizărilor pe plan mondial, în acest domeniu nu trebuie să omitem faptul că Premierul anul 2000 pentru reasigurări a fost acordată companiei GE Frankona Re pentru programul RIO (Reinsurance Online) for brokers, care permite reasigurările pentru riscuri și catastrofe legate de aviație, tehnică spatială și energie. Avantajul acestui program în domeniul asigurărilor și în general al comerțului online este disponibilitatea non-stop a posibilității de încheiere a tranzacțiilor, aceasta facându-se în timp real, fără discriminare generată de furtun sau de întrerupere de lucru. Mai mult, deși contractele puse la dispoziție au o formă preterminată și sunt tenută la date, totuși o caracteristică esențială a constituie faptul că au putere juridică. Acest program a avut un impact destul de puternic și stimulativ, însă acest lucru se datoră, în special faptului că ei care interacționează aici sunt marile societăți de asigurări și reasigurări, care, pe lângă forța economică de care dispun, mai au ca principal lițit și implicarea directă și activă în domeniul de față. Acest fapt implică, prin urmare, și încurajarea acestor clienți de a menține informare la zi și în timp util asupra noauților în domeniul exclusiv asupra ofertelor de contracte oferite de asigurători. Eforturile implicate de acest ultim aspect fac indisponibilitatea și dezavantajul, desemnădat, utilizarea serviciilor rețelei de către clienții mici și mediocri în domeniul asigurărilor. Motivul principal îl constituie dezvoltarea reci incipientă a disponibilității serviciilor de NET și a resurselor acestuia, fapt care conduce la un cost destul de ridicat pentru această facilitate necesară, în mod evident, în cadrul industrii de asigurări online.

Un alt exemplu il constituie implementarea unei metode mai sigure și mai eficiente de plată a asigurărilor, metodă adoptată de societatea Hartford Financial Services Group din SUA în cooperare cu Citibank. Facilitatea se referă, în acest caz, la modul de transfer al sumelor plătite de pe deschide sau care în general, este greu, nesigur și, prin urmare, nestabilitiv pentru clienții generând publicitatea de asigurări. Este bine cunoscut faptul că interacțiunea asigurător-asigurător din perspectiva plății de daunele "este un subiect extrem de delicat care nu face plăcere nimănui". Acest fapt conduce la propagarea în rândul utilizatorilor de nivel mediu a opiniei că "asigurarea este cumpărată de nevoi" și determină un sentiment de adversitate față de societățile de asigurări. Inovația adusă de Hartford Financial Services Group consiste în un program pilot, lanțat în numai 90 de zile și care va fi generalizat până la sfârșitul acestui an, ce implementează transferul sumelor plătite ca despăgubire prin intermediul cardurilor VISA. Acest lucru se realizează concret în următorul mod: Citibank pune la dispoziția asigurărilor un coad de card cu credit VISA, în care sunt virate despăgubirile datorate de firma de asigurare clientului, prin intermediul unui coad de sold subțire deschis la aceaodă bancă de către această. Cardul este activat în urma unei spital telefonic ale cărui care asigură transferul sumelor plătite drept despăgubiri în contul asigurării, prin intermediul unui site secutat. Acesta securizat este nevoie ca unui destinatari pe care acesta să fie dispozitivul și care să SCHLUR o informare despre personalizarea acestuia, care, în mod evident, însemnă că nu poate fi deschis în locul specificului. Securizarea datelor se face prin metode de criptare, care realizează codificarea mesajului în astfel de mod că, chiar dacă informațiile pot fi interceptate în timpul transmiterii, decodificarea lor este imposibilă doar pe baza unei chei cu care s-a realizat criptarea. Acesta este însă disponibil doar expeditorului și destinatariatului probabilitatea că un terț să o afle fiind extrem de mică (dar nu zero). Un sondaj făcut de Insurance Industry arată că peste 85% din persoanele asigurate sunt Leone cu viteză rapidă de meci aflată de plată a daunelor, acestea putând intra în poseda sumelor cel târziu după o zi de la soluționarea dosarului de daună.

În cadrul exemplelor edificate se menționează și lansarea de către Marsh&McLennan Companies a unui program de asigurări pentru întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri), care beneficiază de protecție de până la 5 milioane de dolari pentru eventuale prejudicii aduse teritoriilor prin utilizarea INTERNET-ului și a aplicațiilor de comerț electronic. Acest program a fost lansat o dată cu creșterea solicitărilor din partea clienților a unor garanții privind respectarea caracterului confidențial al informațiilor transmise acestora pe cale electronică (exemplu: date legate de cariți de credit, folosirea ilegală a numărului de cartă, diverse detalii legate de proprietatea intelectuală). Programul se numește SafetyNet Secure (SM) și o oferă numai de Marsh asociați cu Grupul de societăți de asigurări Chubb. Astfel, el a ajuns să fie un produs stimulativ pentru IMM-uri în folosirea pe scară largă a resurselor Internetului în relație cu parteneri.

Se observă, prin urmare, o interacțiune destul de activă între comerțul cu polițe de asigurări și INTERNET, cea ce ne conduce, încă o dată, la concluzia că acest domeniu nu este doar unul de neglijat într-o abordare, care se vrea exhaustivă, la temei industriei asigurărilor.

Plăta asigurărilor online în România are o dezvoltare incipientă. Caracteristicile principale sunt date de faptul că, pe de o parte, societățile de asigurări pun fa la dispoziție potențialii clienți paginile de prezentare foarte detaliate, attractive și accesibile, în care sunt prezentate informațiile despre furnizor, polițele oferite împreună cu o descriere detaliată a caracteristicilor și facilităților acestora, precum și detalii în legătură cu posibilității de contactare. Pe de altă parte, asigurătorii pun la dispoziție doar forme predefinite de contract, care nu au nicu ce putere juridică deocamdată, ci reprezintă cel mult o formă de precizare. Prin urmare, paginile WEB puse la dispoziție de companiile
de asigurare cum ar fi Omniasig, Allianz-Țiriac, Asisan, Astra sunt din punct de vedere al serviciilor online abia într-o fază de prezentare a potențialului, având mai degrabă un rol publicitar și informativ.

Această dezvoltare slabă este datată în principal față cu faptul că nu există suficientă cultură de profil a clienților pentru a apela la serviciile oferite de NET, situație cauzată în mare măsură de lipsa de resurse informative. Dar nici forța financiară a companiilor de pe piață românească, nici orientarea către dezvoltarea de strategii de publicitate pentru produse online și nici operabilitatea societăților nu este suficient de dezvoltată pentru a da viață acestui concept.

Ca element încurajator, însă, în acest domeniu trebuie menționat programul e-România lansat în iunie 2001 sub patronajul Guvernului care este varianta la nivel românesc a programei e-Europa lansat de Unionea Europeană și care urmărește următoarele obiective:
- conectarea online la nivel microeconomic (ceștean, gospodărie, unitate administrativă, societate comercială);
- educarea societății din perspectiva tehnicii digitale (programul e-Learning);
- asigurarea evitării marginalizării prin intermediul unei societăți informații accesibile tuturor.

Eventimentul își demonstrează importanța atât prin caracterul oficial, cât și prin nivelul participării, care a inclus Ministerul Educației și Cercetării, Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informaților. Înțeleg, în ciuda utopismului implicit al definitivării unui asemenea proiect în societatea românească actuală, concluziile acestui eveniment sunt irreversibile și inevitabile. dezvoltarea în România a unei societăți informații consistente atât la nivelul macro, cât și la nivelul micro.

Având deci în vedere eforturile României de a integră în structura europeană și globală, putem considera că și plata asigurărilor online de la noi va lua împreună o dată cu adoptarea standardelor lansate la nivel internațional. Prin urmare, subiectul de față este unul de un mare potențial care va primi contur și va lua proporții în scurt timp impulsionat fiind sperând în mod activ, de factori decizionali de nivel macroeconomic.

Prep. inf. Irlina-Măriuca GHEORGHIȚA
Ec.drd. Valentina CIOBOTARU

Bibliografia
1. *** Colecția "Monitorul Oficial";
2. *** "PRIMM asigurări – bănci – fonduri de pensii – T&C" – număr special FIAR 2001;
3. *** www.1asig.ro