

Beata Nowotarska-Romaniak

Wykorzystywanie plastikowych kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń

Marketing i Zarządzanie (d. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu) nr 2 (48), 387-395

2017

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Beata Nowotarska-Romaniak

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach

Wydział Zarządzania

e-mail: Beata.nowotarska-romaniak@ue.katowice.pl

Wykorzystywanie plastikowych kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń

Kod JEL: G2, G30

Słowa kluczowe: karta chipowa, zakład ubezpieczeń, klient

Streszczenie. W artykule przedstawiono możliwość wprowadzenia plastikowych kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń. Omówiono zalety wprowadzenia takich kart. Na podstawie badania ankietowego omówiono również, w jaki sposób klienci oceniają pomysł wprowadzenia kart chipowych do rejestracji wszystkich posiadanych ubezpieczeń i możliwości wykorzystania karty jako karty kredytowej.

Wprowadzenie

Rozwój nauki możliwy jest dzięki poszukiwaniom nowych pomysłów, innowacyjnym rozwiązaniom. Rozwój nowoczesnych technologii, a w szczególności możliwość gromadzenia ogromnej ilości danych w niewielkich nośnikach powoduje, że można je wykorzystywać w wielu dziedzinach, w tym i ubezpieczeniach. Takim nośnikiem jest karta chipowa (*smart card*) – uniwersalny nośnik danych w postaci karty z wbudowanym układem mikroprocesorowym (chipem) (*Słownik...*, 2017), który pozwala na ochronę procesu logowania użytkownika, kontrolę dostępu i zawartych na niej danych.

W 2013 roku na świecie działało przynajmniej 5,5 mld kart mikroprocesorowych (Raible, 2010). W Polsce wykorzystywane są już karty chipowe jako karty płatnicze, kredytowe oferowane przez banki dla swoich klientów. Oferuje

się również karty partnerskie (we współpracy banku z inną firmą, np. Citi Handlowy i Lot) czy też karty *affinity* (we współpracy banku z instytucją niekomercyjną, np. Pekao SA i WOŚP) (Hinc, 2008). Dostępne są również europejskie karty ubezpieczenia zdrowotnego, które są dokumentem potwierdzającym ubezpieczenie zdrowotne. Karty chipowe są wygodne i poręczne, pozwalają na szybki dostęp do danych.

Stąd powstał pomysł wykorzystania plastikowych kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń. Karty chipowe umożliwiałyby identyfikacji klientów w celu przyspieszenia i usprawnienia obsługi. Analizując możliwość zastosowania plastikowych kart chipowych, wyodrębniono kilka podstawowych założeń, jakie powinny być realizowane:

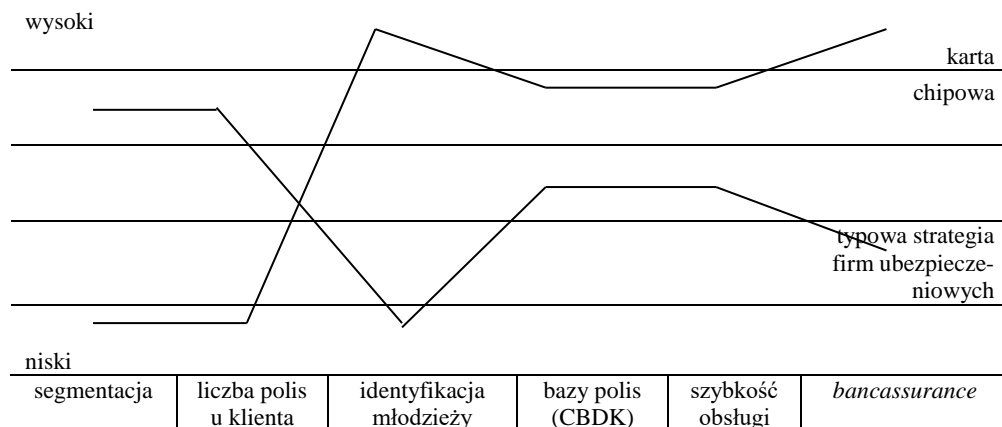
- ograniczenie liczby druków polis,
- identyfikacja klienta (Centralna Baza Danych Klienta),
- bieżący wgląd do polis,
- przekazywanie wypłat odszkodowań na kartę,
- prestiż i identyfikacja z zakładem ubezpieczeniowym,
- uproszczona segmentacja,
- *bancassurance* – karta chipowa jako karta kredytowa,
- możliwość dotarcia do młodzieży.

Każdy zakład ubezpieczeń drukuje dużą liczbę polis w wielu kopiach, zaś po wprowadzeniu karty chipowej wszystkie informacje będą umieszczone na niej bez konieczności drukowania wersji papierowej. Klienci najczęściej odkładają zakupioną polisę i przypominają sobie o niej w momencie likwidacji szkody bądź czekają aż o składce lub odnowieniu polisy przypomni agent. Jest to związane z natłokiem różnych codziennych spraw. Natomiast karta chipowa pozwoli klientowi na bieżący wgląd do polis, szybki proces likwidacji szkody czy szybszą obsługę. Wszystkie dane będą na jednej plastikowej karcie chipowej. Segmentacja klientów może być opracowana według liczby posiadanych polis lub wysokości wpłacanych składek, co wpłynie np. na wprowadzenie srebrnych i złotych kart. Karta chipowa może być atrakcyjnym produktem także dla młodzieży, którą zachęci do korzystania z usług ubezpieczeniowych. Aby ocenić szanse powodzenia wdrożenia plastikowych kart chipowych, należy zbadać obecną działalność zakładów ubezpieczeń.

Strategia działania zakładów ubezpieczeń

Zakłady ubezpieczeń opierają swoją działalność na określeniu segmentów rynku, dostosowaniu oferty ubezpieczeniowej oraz wysokości składki ubezpieczeniowej za określone usługi. Ważna jest też szybkość obsługi klienta w procesie zawarcia umowy ubezpieczenia, jak również w procesie likwidacji szkody. Opierając się na tych założeniach, można przedstawić schemat obrazujący klasyczną strategię zakładu ubezpieczeń oraz zmiany strategii po wprowadzeniu

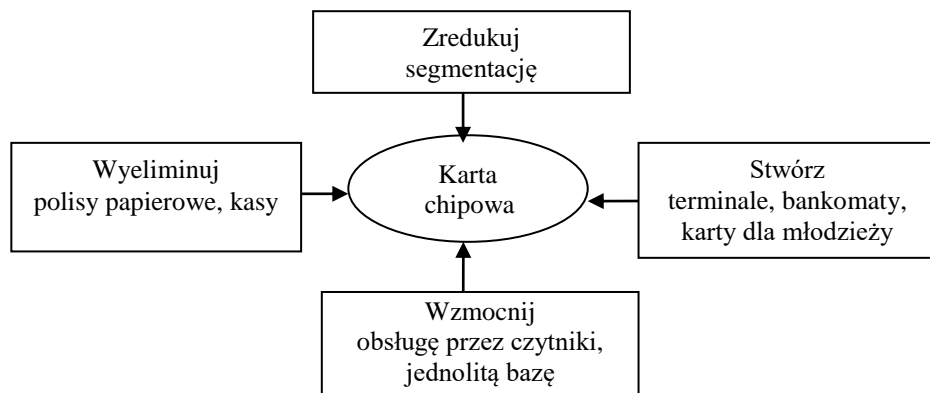
karty chipowej (rys. 1). Na osi poziomej wskazano typowe czynniki określające działania zakładów ubezpieczeń, a na osi pionowej stopień ich wdrażania od niskiego do wysokiego.



Rysunek 1. Krzywe klasycznej strategii zakładu ubezpieczeń i po wdrożeniu karty chipowej

Źródło: opracowanie własne.

Przedstawione na rysunku 1 krzywe jednoznacznie wskazują, w których miejscach występują największe różnice. Wprowadzenie karty chipowej wyeliminowałoby przede wszystkim papierowe polisy dla klienta, ograniczając zapis wszystkich posiadanych polis przez klienta na jednej karcie. Kolejną zmianą jest identyfikacja potrzeb i adresowanie konkretnych usług ubezpieczeniowych do poszczególnych segmentów. Karty chipowe również wpłyną na wzrost współpracy z bankami w ramach *bancassurance*. Na rysunku 2 przedstawiono schemat działania przy wprowadzaniu karty.



Rysunek 2. Schemat działań przy wprowadzeniu karty chipowej

Źródło: opracowanie własne.

Wprowadzenie plastikowych kart chipowych spowodowałoby usprawnienie w obsłudze klientów zakładów ubezpieczeń. Obecnie polisa ubezpieczeniowa jest dokumentem potwierdzającym zawarcie umowy ubezpieczenia. Często jest tak, że gdy występuje szkoda i trzeba ją okazać ubezpieczycielowi, to trudno ją klientowi znaleźć w stercie dokumentów, jakie posiada. Konieczne jest drukowanie kopii. Karta chipowa może zapobiec takim sytuacjom. Druki polis OC mogłyby zostać zastąpione nalepkami z hologramem, a zakres pakietu ubezpieczenia komunikacyjnego zawarty byłby na karcie chipowej.

Zastosowanie karty może spowodować wyeliminowanie kas w zakładach ubezpieczeń. Karta może mieć funkcje karty kredytowej. Wypłaty odszkodowań mogą być przelewane na kartę, a zlecenia w banku mogą pokrywać składki ubezpieczeniowe. Przez wprowadzenie kart, które będą zawierały pełne dane klienta w zakresie posiadanych usług, przyczyni się do przejrzystego dostępu do informacji o poszczególnych segmentach, co spowoduje możliwość dopasowywania usług ubezpieczeniowych. Liczba posiadanych polis czy też różnica między wpłatami a wypłatami poszczególnych klientów mogłaby umożliwić przydzielanie srebrnych czy złotych kart, które określałyby niżki. Wyeliminowanie czy też zredukowanie określonych działań zakładów ubezpieczeń przez wprowadzenie kart chipowych spowoduje w dłuższym okresie ograniczenie kosztów. Elementy, które należy wzmocnić, to szybka obsługa klientów w procesie zawierania umowy ubezpieczeniowej czy też przy w prowadzeniu procesu likwidacji szkody. Karta chipowa pozwoli na natychmiastowe zidentyfikowanie klienta w Centralnej Bazie Danych Klienta.

Zalety i bariery wprowadzenia kart chipowych dla zakładów ubezpieczeń

Zaletą karty chipowej jest wygoda jej posiadania, przechowywania i identyfikacji. Każdy klient obecnie posiada karty, np. bankomatowe, lojalnościowe, wejściówki do pracy itp. Obsługa kart jest prosta i zrozumiała dla każdego. Karta chipowa zakładów może służyć jako identyfikator posiadanych polis oraz również jako karta kredytowa. W tabeli 1 przedstawiono główne zalety karty chipowej.

Tabela 1

Zalety karty chipowej

Zaleta	Opis
Produktywność	wszystkie polisy na jednej karcie
Prostota	popularny powszechny produkt
Wygoda	mała poręczna karta
Ryzyko	system zabezpieczeń, kod, pin, hasło
Wizerunek	srebrne i złote karty a szkodowość
Środowisko	brak blokad, przyjazny środowisku

Źródło: opracowanie własne.

Można zatem stwierdzić, że karty chipowe mają wiele zalet, ale przede wszystkim charakteryzują się prostotą i wygodą w zakresie korzystania. Wprowadzenie ich przez zakłady ubezpieczeń usprawni obsługę klientów i sprawi, że usługi będą bardziej przejrzyste dla klientów.

Konieczność wykonywania coraz większej liczby czynności w coraz to krótszym czasie pozwala pozostać w przekonaniu, że samo ułatwienie pracy znosi przeszkodę percepcyjną. Wprowadzanie zmian w zakładach ubezpieczeniowych wymaga nakładów finansowych, ale wykorzystując koniunkturę na rynku (Borcuch, 2014) i umożliwiając dystrybucję kart bankom, pozwala na zmniejszenie kosztów. Atutem zakładów ubezpieczeń jest ich baza klientów i możliwość dotarcia z nowym produktem.

Innym ważnym elementem przy wprowadzaniu kart chipowych są bariery do naśladownictwa. W zakładach ubezpieczeń można wymienić kilka barier, którymi przede wszystkim są:

- zasięg działania,
- liczba placówek,
- duża baza klientów do pozyskiwania przez bank,
- wieloletnia umowa z bankiem na wyłączność,
- duża liczba polis wśród młodzieży,
- *bancassurance* – trendy współpracy.

Wymienione elementy pozwalają na zablokowanie naśladownictwa, a wprowadzenie zaawansowanych prac projektowych pozwoli na opracowanie:

- CBDK – karta ułatwi identyfikację,
- OLS – karta przyspieszy zgłaszanie szkód,
- Telecentrum – podanie numeru karty i hasła,
- CFK – przelewy na kartę.

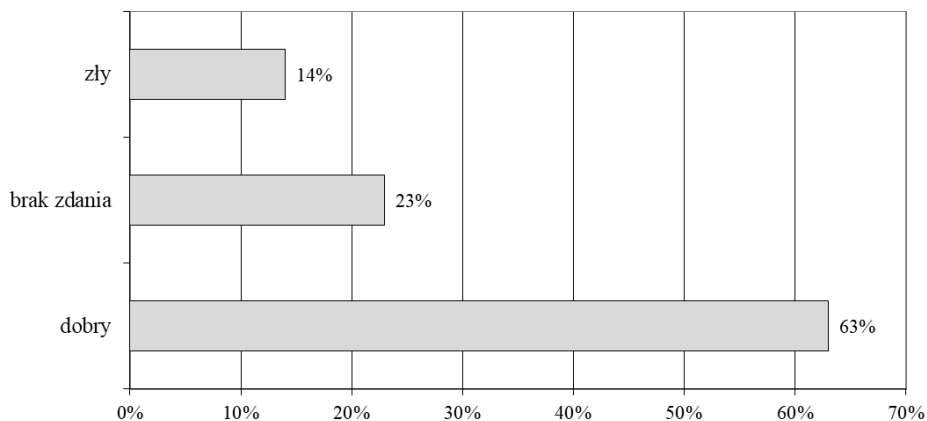
Centralna Baza Danych Klientów (CBDK) to czytelna rejestracja wszystkich klientów z możliwością szybkiego dotarcia ze wszystkimi informacjami. Organizacja Likwidacji Szkód (OLS) umożliwia zgłoszenie szkody w każdym miejscu, kontakt z klientem przy oględzinach i widzenie danych na karcie chipowej. Telecentrum to miejsce, do którego można zadzwonić i uzyskać wszystkie informacje związane z posiadanymi ubezpieczeniami czy też z przeprowadzaniem procesami likwidacji szkody.

Ocena wprowadzenia kart chipowych przez klientów zakładów ubezpieczeń

Na potrzeby artykułu przeprowadzono badanie ankietowe na temat oceny wprowadzenia kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń w Polsce. W badaniu wykorzystano metodę CAWI (Computer Assisted Web Interviews), czyli narzędziem badawczym był kwestionariusz, który respondent otrzymał przez stronę www, a udzielone przez niego odpowiedzi zapisywały się w systemie.

W badaniu wzięło udział 183 respondentów. Ankieta skierowana była do osób pełnoletnich i składała się z trzech zasadniczych pytań i metryczki. W metryczce uwzględniono płeć (56% kobiety i 44% mężczyźni), wiek (18–25 – 34%; 26–40 – 29%; 41–60 – 27% i powyżej 60 lat – 10%), wykształcenie (zawodowe – 27%, średnie – 38%, wyższe – 35%). Badanie przeprowadzono w marcu 2017 roku. Pierwsze analizowane pytanie dotyczyło tego, jak klienci zakładów ubezpieczeń oceniają pomysł wprowadzenia kart chipowych.

Z rysunku 3 wynika, że 63% respondentów uznało pomysł wprowadzenia kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń jako dobry, 23% nie miało zdania, a 14% stwierdziło, że to zły pomysł. Analizując wyniki według płci, okazało się, aż 81% kobiet stwierdziło, że pomysł wprowadzenia kart chipowych zamiast wersji papierowej polisy ubezpieczeniowej jest dobry; tego samego zdania było 64% mężczyzn.



Rysunek 3. Ocena wprowadzenia kart chipowych zamiast papierowej wersji polisy ubezpieczeniowej

Źródło: opracowanie własne.

W tabeli 2 przedstawiono zalety, które odróżniają kartę chipową od tradycyjnej papierowej wersji polisy ubezpieczeniowej w opinii klientów. Ze względu na możliwość wyboru więcej niż jednej odpowiedzi suma procentów nie równa się 100. Klienci uznali, że największą zaletą karty chipowej byłaby przejrzystość posiadanych ubezpieczeń (82%). Obecnie klienci otrzymują wersje papierowe posiadanych ubezpieczeń w postaci polis. Często w momencie wystąpienia szkody mają trudności z odszukaniem polisy. Karta chipowa zawierałaby wszystkie informacje. Następne wskazane korzyści to wygoda (76%) oraz wielofunkcyjność karty (69%).

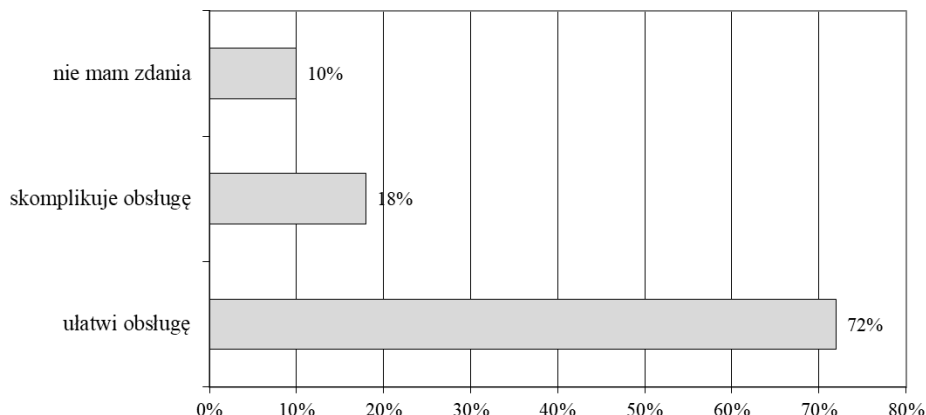
Tabela 2

Zalety odróżniające kartę chipową w porównaniu do tradycyjnej formy polisy ubezpieczeniowej w opinii klientów

Zalety karty chipowej	Procent
Wygoda	76
Prestiż	58
Przejrzystość posiadanych polis	82
Wielofunkcyjność karty	69
Szybsza likwidacja szkody	53
Inne	13

Źródło: opracowano na podstawie Bury, 2014, s. 45–67, Obzejta, Kaszubski, 2012, s. 25–34.

Zastanawiano się także, czy według respondentów wprowadzenie kart chipowych ułatwi, czy skomplikuje obsługę (rys. 4).

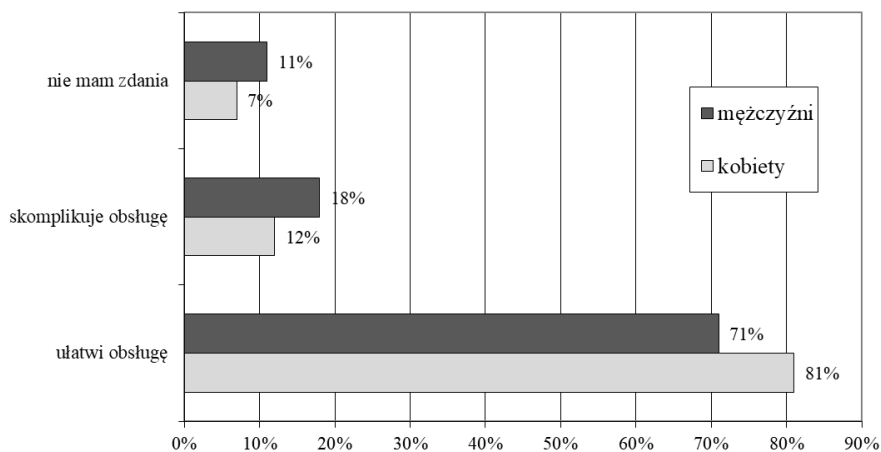


Rysunek 4. Opinia respondentów na temat ułatwienia bądź utrudnienia obsługi klienta po wprowadzeniu kart chipowych

Źródło: opracowanie własne.

Przedstawiając wyniki ogółem, można stwierdzić, że 72% klientów uważa, że wprowadzenie kart chipowych ułatwi obsługę, pozostali ankietowani uważają, że skomplikuje (18%) lub nie mają zdania na ten temat (10%).

Można zauważyć różnice odpowiedzi, analizując wyniki według płci (rys. 5). Należy stwierdzić, że kobiety bardziej opowiadają się za wprowadzaniem kart chipowych i uważają, że ułatwią one obsługę (81%).



Rysunek 5. Opinia respondentów na temat ułatwienia bądź utrudnienia obsługi klienta po wprowadzeniu kart chipowych według płci

Źródło: opracowanie własne.

Podsumowanie

Można stwierdzić, że wprowadzenie kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń przyspieszyłoby proces obsługi klientów. Klienci pozytywnie ocenili pomysł wprowadzenia kart chipowych zamiast papierowej wersji polisy. Natomiast wdrożenie tych kart pozwoli zakładom ubezpieczeń na wprowadzenie takich funkcjonalności, jak:

- system srebrnych i złotych kart,
- segmentacja zależna od szkodowości,
- funkcje karty kredytowej – ubezpieczenia opłacane na raty, wypłaty odszkodowań,
- natychmiastowa rozpoznawalność dzięki logo zakładu ubezpieczeń na karcie,
- czytelność posiadanych ubezpieczeń,
- posiadanie karty przez młodzież pozwoli na wypracowanie zniżek w dorosłym życiu.

Odpowiednia karta z logo i kolorem określonego zakładu ubezpieczeń pozwala na rozpoznawalność, a odczytywanie kart w każdym miejscu daje kontrolę rat i ubezpieczeń samodzielnie przez klienta.

Bibliografia

- Borcuch, A. (2014). *Bankowość elektroniczna w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
 Bury, A. (2014). *Karty płatnicze w Polsce*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
 Hinc, A. (2008). *Karta kredytowa*. Gliwice: Internetowe Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o. o.
 Objeźta, Ł., Kaszubski, R. (2012). *Karty płatnicze w Polsce*. Warszawa: Wolters Kluwer.

Raible, M. (2010). *What's happening in the Java world*. Pobrano z: <https://dzone.com/articles/whats-happening-java-world>.

Słownik pojęć (2015). Stowarzyszenie PEMI. Pobrano z: www.pemi.org.pl/index.php/50kumadadeb310010415.dstz.

The Use of Plastic Chip Cards by Insurance Companies

Keywords: chip card, insurance company, client

Summary. This paper presents the opportunity of introduction of plastic chip cards in insurance companies. There are discussed the advantages and barriers of implementation of such chip cards. On the basis of survey research there is also discussed how costumers rate the idea of introduction chip cards to register all owned insurances and possibilities of using this card as a credit card.

Translated by Beata Nowotarska-Romaniak

Cytowanie

Nowotarska-Romaniak, B. (2017). Wykorzystywanie plastikowych kart chipowych przez zakłady ubezpieczeń. *Marketing i Zarządzanie*, 2 (48), 387–395. DOI: 10.18276/miz.2017.48-35.